

Scania descobriu  
o Brasil há 50 anos

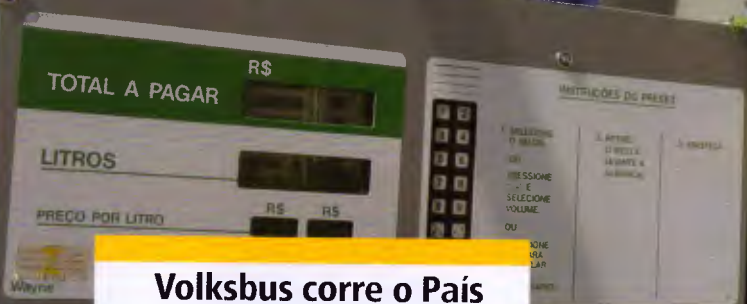
Cresce o uso do  
alumínio em ônibus

Muda o controle  
acionário da Marcopolo

Anttur fomenta  
hábito de viajar

Princesa dos Campos  
dá tratamento vip

# COM USO DE B5, RIO SAI NA FRENTE



**Volksbus corre o País  
para ganhar mercado**



Em novembro

Maiores & Melhores  
**20**  
anos  
DO TRANSPORTE E LOGÍSTICA

**SEMINÁRIO NACIONAL  
DE GESTÃO DE FROTAS**

12 E 13 | SETEMBRO | AMCHAM  
SÃO PAULO - SP | TRANSMERCADO





**Volksbus. O novo ônibus da paixão nacional.**

**Jogador de futebol  
sempre anda com  
o melhor carro.  
Agora vai andar com  
o melhor ônibus.**



Agora o futebol anda de Volksbus. A Volkswagen fechou uma parceria com o Corinthians, e agora é responsável pelo transporte da equipe. Os jogadores terão à sua disposição um ônibus VIP, que dará a eles o conforto e a confiança que só um Ônibus Volkswagen pode dar.

**Volksbus**



*Em agosto Technibus  
traz a cobertura  
completa do maior  
evento do setor*

**ous**  
TRANSPORTE COLETIVO  
E TRÂNSITO

## GUIA OFICIAL

ENTREVISTAS COM OS  
PRESIDENTES DA NTU E CNT

OS EXPOSITORES,  
SEUS PRODUTOS E SERVIÇOS

# ▶ TRANSPUBLICO 2007



## SEMINÁRIO NACIONAL



LANÇAMENTOS DE CHASSIS  
E CARROCERIAS

OS TEMAS EM DEBATE  
NO SEMINÁRIO NTU

PANORAMA DO TRANSPORTE  
URBANO E AS MAIS RECENTES  
NOVIDADES DO SETOR

PERFIS DE EMPRESÁRIOS  
PIONEIROS DE ÔNIBUS



## CIRCULAÇÃO DURANTE A FEIRA

Autorização: 15 de julho de 2007  
Entrega de material: 05 de agosto de 2007  
Circulação: durante a feira

*Se seus negócios estão  
ligados ao transporte  
urbano, você não pode  
ficar fora da edição*

**OTM**  
EDITORA

11 5096-8104

otmeditora@otmeditora.com.br

# Ônibus valorizado faz bem ao Brasil

O negócio de ônibus está evoluindo. Percebeu-se, finalmente, que dá bons frutos ter um sistema valorizado. Nessa toada, as cidades aprofundam as vantagens da bilhetagem automática, por exemplo, e, com isso, estimulam maior utilização do transporte coletivo, distribuindo os ganhos do aumento de escala ao usuário, ao sistema e ao meio ambiente.

Outra tendência que se cristaliza nos ônibus é a propagação do uso do óleo vegetal adicionado ao diesel derivado de petróleo. O Rio de Janeiro sai na frente ao oficializar o uso da mistura B5 – 5% de biodiesel adicionado ao diesel convencional – para o transporte coletivo por ônibus na cidade. Com isso, antecipa a dosagem que seria obrigatória por lei até 2013.

Nos passos do automóvel, que aceleradamente encampou a tecnologia flexfuel, o ônibus brasileiro também adere ao combustível renovável, sem que, para isso, o empresário tenha que mudar a tecnologia, pagar mais pelo combustível ou abrir mão da garantia dada pelas montadoras.

Outra boa nova sobre a fase adulta do transporte coletivo é a disseminação de corredores exclusivos para garantir maior velocidade ao ônibus nas grandes cidades. As sementes, plantadas na década de 1970 em Curitiba e Goiânia, já se alastram por várias metrópoles, com destaque para São Paulo, que dá dimensão enorme à iniciativa. A capital paulista, com seus quase 3 bilhões de passageiros transportados por ano no sistema de ônibus urbanos, efetivamente é uma caixa de ressonância de peso. Ônibus em corredores facilitam a vida dos bilhões de usuários – e isso tem um grande valor na propagação de políticas públicas.

O Brasil – e Technibus não cansa de repetir isso – está na lista dos campeões mundiais em fabricação, uso e exportação de ônibus. Logo, montadoras, políticos, empresários e a mídia têm dever e obrigação de estimular e difundir a aplicação dos coletivos da forma mais correta possível, seja com o uso de combustíveis limpos, seja com a operação exemplar em corredores exclusivos e outras tecnologias que garantam boa qualidade e eficiência ao transporte público.

Ter uma operação competente e valorizada, portanto, serve para consolidar o destaque mundial que o Brasil tem em toda a cadeia que trata das atividades do ônibus. Com isso, todos só têm a ganhar.

**DIRETOR**Marcelo Ricardo Fontana  
marcelofontana@otmeditora.com.br**SECRETÁRIA EXECUTIVA**Mária Penha da Silva  
mariapenha@otmeditora.com.br**FINANCEIRO**Vidal Rodrigues  
vidal@otmeditora.com.br**MARKETING**Andressa Giglio  
andressa.giglio@otmeditora.com.br**SEMINÁRIOS E CURSOS**Sabrina Baiardi  
sabrina@otmeditora.com.br**REDAÇÃO****Editor**Eduardo Alberto Chau Ribeiro  
ecribeiro@otmeditora.com.br**Colaboradores**Sonia Crespo  
soniacrespo@otmeditora.com.brRaimundo de Oliveira  
raimundo.oliveira@otmeditora.com.br**Projeto Gráfico**Artworks Comunicação  
www.artworks.com.br**EXECUTIVOS DE CONTAS**Carlos A. Criscuolo  
carlos@otmeditora.com.brVito Cardaci Neto  
vito@otmeditora.com.brGustavo Feltrin  
gustavofeltrin@otmeditora.com.brSílvia Novaes  
silvia.novaes@otmeditora.com.br**CIRCULAÇÃO**Tania Nascimento  
tania@otmeditora.com.br

Representante Paraná e Santa Catarina

Gilberto A. Paulin

João Mário

Tel.: (41) 3027-5565

spala@spalamkt.com.br

Tiragem

8.000 exemplares

Assinatura Anual: R\$ 110,00 (seis edições e três 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.

Circula no mês subsequente ao de capa.

As opiniões expressas nos artigos e pelos entrevistados não são necessariamente as mesmas da OTM Editora.

**Redação, Administração, Publicidade e Correspondência:**Av. Vereador José Diniz, 3.300 - 7º andar, cj. 702 Campo Belo  
CEP 04604-006 - São Paulo, SP  
Tel./Fax: (11) 5096-8104 (seqüencial)**Atendimento ao assinante:**  
0800 702 8104

otmeditora@otmeditora.com.br

Filiada a:

**SUMÁRIO****EVENTOS**Seminário nacional e feira de ônibus Transpúblico da NTU, que comemora 20 anos de existência, acontecerão neste ano em São Paulo em agosto **8****CONTROLE ACIONÁRIO**José Antônio Martins deixa o bloco de controladores do grupo Marcopolo depois de 42 anos, mas permanece como vice-presidente da empresa **12****VOLKSWAGEN**Maior projeto de divulgação dos chassis da montadora, o Rota Volksbus percorre com dez veículos 52 cidades brasileiras em 152 dias **14****MARKETING**Volkswagen cede ao Sport Club Corinthians um ônibus rodoviário para transportar jogadores e, em troca, garantirá exposição na mídia **16****SCANIA 50 ANOS**Montadora festeja meio século de produção no Brasil com 43.465 ônibus fabricados no País, que se tornou seu maior mercado fora da Suécia **18****CHASSIS**A produção de chassis de ônibus no primeiro semestre atingiu 19.375, um recorde de todos os tempos para o período, aquecimento puxado principalmente pelo mercado interno **22****BILHETAGEM**Sistema lançado na Região Metropolitana de Porto Alegre, conhecida pela qualidade de seus corredores de ônibus, terá tarifação por percurso realizado **24****BIOCOMBUSTÍVEL**Rio de Janeiro antecipa meta do programa de biodiesel do governo federal e adota o uso do combustível B5 na frota de ônibus do estado **26****COMBUSTÍVEIS**Scania traz de Estocolmo um ônibus urbano movido a etanol, que vai trafegar no corredor São Mateus-Jabaquara, na Grande São Paulo **31****MATÉRIA-PRIMA**Cresce a utilização do alumínio na fabricação das carrocerias de ônibus e o metal já representa em média 15% do custo das empresas do setor **32****SEÇÕES**Editorial **3**Panorama **54**Custos Operacionais **57****METROPOLITANO**Tradicional empresa de transporte do Rio Grande do Sul chega aos 60 anos com média de crescimento anual de 10% **34****RODOVIÁRIO**Expresso Princesa dos Campos, com 74 anos de atuação, reforça as operações no Paraná, com aquisição de 28 novos ônibus **36****NEGÓCIOS**Nenê Constantino, criador da Gol, compra a Empresa de Ônibus Nossa Senhora da Penha, que pertencia ao Grupo Itapemirim, do empresário Camilo Cola **38****TURISMO/FRETAMENTO**Encontro promovido pela Anttur reúne transportadores de turismo e fretamento e propõe medidas para estimular hábito de viagens entre os brasileiros **40****PERSONAGEM**Um dos mais destacados vendedores de ônibus do Brasil, José Vendramini, conhecido como Zezinho da Caio, completa 45 anos de carreira **44****TV-BUS**Prefeitura de São Paulo regulamenta funcionamento de publicidade em monitores de TV dentro dos ônibus que circulam na capital paulista **46****ENCARROÇADORAS**A paranaense Mascarello chega ao quarto ano de existência com produção de 3 mil carrocerias, crescimento de 1.100% e lança novo modelo rodoviário **48****CARROCERIAS**Aquecimento nas vendas de carrocerias no primeiro semestre projeta um ano promissor para as empresas, que já registram recordes em segmentos como o urbano **50****FISCALIZAÇÃO**Autoridades municipais de São Paulo prevêem vistoriar todos os 3,2 mil ônibus cadastrados que atuam no fretamento para combater a emissão de poluentes **52****PNEUS**Michelin lança campanha publicitária de US\$ 4 milhões para mudar a percepção do consumidor brasileiro e reposicionar a marca no mercado do País **58**

Lançamento

# APACHE S22

MKT Induscar



A solução ideal para todos os tipos de frotas.

Modelo urbano, o Apache S22 é uma reestilização do Apache S21. Possui design moderno, de linhas leves. É prático, versátil, econômico e de fácil manutenção. Foi desenvolvido com o objetivo de otimizar o espaço, resultando em maior conforto, segurança e bem-estar aos passageiros e tripulação. É um veículo mais leve, gerando maior economia de freios, pneus e combustível.

[www.caio.com.br](http://www.caio.com.br)

**CAIO**  
INDUSCAR 

# São Paulo em gala acolhe Transpúblico

**Seminário nacional e feira de produtos e serviços para o transporte urbano da NTU pela primeira vez deixam Brasília para marcar presença na maior cidade brasileira**

Será fértil para o transporte urbano o período de 28 a 30 de agosto na cidade de São Paulo. O Transamérica Expo Center vai acolher dois eventos paralelos promovidos pela Associação Nacional das Empresas de Transportes Urbanos (NTU). Serão realizados nesses três dias a Feira Transpúblico 2007 e o Seminário Nacional NTU 20 anos.

Tanto a exposição, que reunirá em 8 mil metros quadrados cerca de 70 estandes, quanto o seminário, têm o objetivo de reciclar empresários e profissionais do transporte urbano sobre produtos, serviços e temas dirigidos e relacionados ao setor.

"É o ano em que a NTU, fundada em 1987, comemora 20 anos. Por isso, vamos comemorar com dois grandes eventos e, pela primeira vez, fora de Brasília. Escolhemos para isso São Paulo, a maior cida-



**Otávio da Cunha: no transporte urbano, a eficiência administrativa e operacional é uma imposição para sobreviver**

de brasileira", diz o presidente da entidade, Otávio Vieira da Cunha Filho. "A Transpúblico teve forte adesão dos forne-

cedores de produtos e serviços e o seminário será uma oportunidade de colocarmos em discussão temas relevantes do setor".

Uma atividade que se vale do usuário para sobreviver, segundo o presidente da NTU, não poderia deixar de incluir representantes desse público na comemoração de seus 20 anos. "Estabelecemos um acordo com a secretaria municipal de educação da cidade de São Paulo para abrir as portas da Transpúblico a 600 estudantes por dia durante a realização da feira. Providenciaremos o transporte, os lanches e teremos monitores para guiar os estudantes da rede pública especialmente para o estande do Museu do Ônibus que teremos no evento", diz o presidente da NTU. O museu tridimensional com miniaturas e cenário (fundo fotográfico) resultou de um trabalho feito ao longo de 40 anos e de uma coleção de ônibus históri-

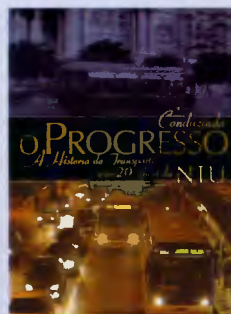
## O transporte terrestre ao longo da história

Durante a exposição Transpúblico será lançado o livro "Conduzindo o Progresso" que conta a história do transporte desde sua origem, há milhares de anos. A obra de autoria de Eurico Galhardi, vice-presidente da NTU, e de Paulo Pacini, exigiu mais de três anos de pesquisa histórica e mostra os detalhes da evolução do homem baseado na transporte terrestre. A mesma edição conta a trajetória da NTU desde sua funda-

ção. Para resgatar a história da entidade foi contratado o Escritório da Histórias, empresa especializada em memória, que realizou mais de 30 entrevistas com pessoas que contribuíram para o bem-sucedido caminho trilhado pela associação nas últimas duas décadas. O livro de 300 páginas tem ti-

ragem de 3 mil exemplares que serão distribuídos a universidades com cursos sobre transporte e a todas as câmaras e assembleias legislativas com comissões ligadas à área de transporte.

**Obra relata a evolução do transporte terrestre**







cos, pesquisa internacional e de peças executadas por artesãos sob a coordenação do vice-presidente da entidade, Eurico Divon Galhardi.

Na exposição, aberta à visitação pública, a história do transporte no Brasil e no mundo será mostrada por meio de réplicas e imagens. Além disso, também farão parte do evento mostras fotográficas, dentre elas os trabalhos vencedores do Concurso de Fotografia NTU 20 Anos. Galhardi também foi o responsável pela criação do Museu Virtual de Transporte, que pode ser visto no site da NTU e que já teve 80 mil acessos.

Otávio da Cunha está certo que o setor de transporte urbano por ônibus presta um relevante serviço. "Nem sempre temos uma visibilidade no cotidiano, mas estamos certos de que somos partes da solução", diz, para acentuar: "Veja o caso dos corredores segregados e exclusivos. É uma tecnologia que permite ao transporte coletivo oferecer um serviço rápido, eficiente, seguro e, com isso, atrair até o usuário do automóvel". Ele cita o Corredor ABD, na Região Metropolitana de São Paulo, operado e mantido pelos empresários privados, como exemplo a ser seguido.

As soluções para o transporte urbano, segundo o presidente da NTU, necessariamente não são dispendiosas, desde que se utilize o bom senso. "Corredores segregados com alta tecnologia, do tipo Transmilênio (na capital colombiana) custam 10% em relação a um metrô e trazem a mesma eficiência", diz,



**Eurico Galhardi, coordenador do museu tridimensional e co-autor do livro "Conduzindo o Progresso"**

para enfatizar: "E veja que o projeto colombiano é obra de brasileiros".

Para o presidente da NTU, a falta de continuidade em projetos de transporte público no Brasil são simplesmente trágicos. "Temos efetivamente obras caras e subutilizadas".

O transporte urbano e metropolitano realizado pela iniciativa privada reúne cerca de 1,6 mil empresas com uma frota em torno de 95 mil ônibus que transportam mais de 50 milhões de passageiros por dia e geram 500 mil empregos diretos. Em seus quadros de associados, a NTU reúne 500 empresas de transportes urbanos e metropolitanos e 70 entidades patronais do País.

"Trata-se de atividade grandiosa e que

passou por uma evolução rápida. As empresas estão em grande parte com a terceira geração no comando. A eficiência administrativa e operacional é uma imposição para sobreviver".

Otávio da Cunha diz que a transparência da atividade se aprofunda com o avanço da eletrônica. "Já temos a bilhetagem eletrônica presente em 70% do transporte urbano. Isso representa transparência, ou seja, não somos mais uma caixa preta". E acrescenta com humor: "O transporte urbano não é mais o negócio da China".

A transparência é positiva para todos os lados. "Permite, por exemplo, que nossos custos fiquem expostos. E que não podemos continuar subsidiando gratuidades no sistema", diz.

Por isso mesmo, o Seminário NTU 20 Anos, em São Paulo, insistirá num tema que a entidade tem tratado com afinco. "Insistiremos em enviar um recado político. Estamos bancando as gratuidades das passagens dos estudantes e idosos", salienta. "Temos consciência que é difícil convencer o poder público, mas temos que insistir. Se resolvermos a questão das gratuidades e termos um diesel urbano com tratamento de preço diferenciado, haverá condições de se reduzir em 40% o preço da tarifa de ônibus urbana", enfatiza Otávio da Cunha, para concluir: "Sabemos que é difícil, até porque a questão se parece com a reforma tributária. Todo mundo fala em mudar, mas ninguém quer abrir mão de suas vantagens". ■



# CITIMAGE®. O SISTEMA DE IDENTIFICAÇÃO POR FOTOS QUE EVITA FRAUDES E TORNA A BILHETAGEM MAIS INTELIGENTE.

CITIMAGE®. O NOVO SISTEMA DE IDENTIFICAÇÃO POR FOTOS DESENVOLVIDO E PATENTEADO PELA TACOM.



CITBus® e CITIMAGE® são marcas e patentes registradas TACOM.  
Copyright. Todos os direitos reservados.

Com CITIMAGE®, a imagem de quem está usando o cartão de benefícios é registrada pelo validador. Posteriormente, essa imagem é comparada ao banco de dados da bilhetagem, permitindo identificar a fraude, o dia, a hora e a viagem em que ela ocorreu. Mais uma inovação do CITBUS® que vai revolucionar o sistema de bilhetagem da sua cidade. Veja mais informações no nosso site.



[www.tacom.com.br](http://www.tacom.com.br)

31 3348 1000

# Vínculo de Martins vai até 2017 na Marcopolo

**O empresário retira-se do bloco de controladores do grupo, mas continua no cargo de vice-presidente e no Conselho de Administração até 2010 e depois permanece mais sete anos como prestador de serviço**

A relação do empresário José Antônio Fernandes Martins com a fabricante de carrocerias para ônibus Marcopolo, de Caxias do Sul, na serra gaúcha, já dura 42 anos. Ao longo deste tempo ele conquistou, com grande competência, seu espaço dentro e fora da empresa. Como vice-presidente da companhia, tem sido um dos principais executores da política de internacionalização, iniciada em meados da década de 1990, abrindo canais de comercialização e novas bases de produção na América Latina, Europa, África e, mais recentemente, na Ásia. É um estudioso e especialista do sistema de transporte coletivo de passageiros no País e seu tom enérgico ganha ressonância na liderança de entidades representativas do setor. Na linguagem popular ele é "o" cara.

Este verdadeiro Ronaldinho do mundo das montadoras de carrocerias, porém, surpreendeu a todos em junho, com o anúncio de sua saída do bloco de acionistas controladores da gigante gaúcha. Seu passe atualmente é avaliado em centenas de milhões de reais, caso fosse mantida a metáfora. Na prática, no entanto, Martins permanecerá com assento no Conselho de Administração e no cargo de vice-presidente até o ano de 2010. E se alguém espera ter este



*Martins: um dos executores da política de internacionalização da Marcopolo*

craque em seus quadros, esqueça: após 2010 e pelos sete anos seguintes, por força de contrato, continuará vinculado à Marcopolo na condição de prestador de serviço.

O próprio Martins fez questão de deixar isso claro na primeira oportunidade que teve logo após ter sido confirmadas as alterações societárias. "Não vou trabalhar na concorrência", afirmou, mostrando bom-humor, mas em relação aos motivos que o levaram a tomar a decisão, o empresário fechou a defesa, preferindo usar a palavra "conveniente" para resumir o que aconteceu entre

quatro paredes. A versão oficial, de fato, convence: aos 74 anos de idade, é o único dos três controladores, que não tem nenhum filho dentro da empresa que pudesse participar do processo sucessório, bem ao contrário de Valter Gomes Pinto, que possui um e de Paulo Bellini, que tem dois – todos já sendo treinados (juntamente com a diretoria corporativa) há alguns anos.

Martins trocou o bloco de 14,46% das ações ordinárias (que dão direito a voto) por 8,90% de preferenciais, o que lhe dá maior liquidez no mercado. Como ele já tinha 1,05%, passou a deter 9,55%. Com as mudanças, o empresário Paulo Bellini e a holding Partibell Participações e Administração elevaram as suas participações para 41,41% e 6,84%, respectivamente, e o diretor Valter Gomes Pinto e a holding VATE Participações e Administração aumentaram para 12,86% e 2,95%, respectivamente, e passam a ser os principais controladores do grupo.

"Os meus filhos têm os negócios deles", disse o engenheiro Martins, natural de Porto Alegre, que ingressou na empresa em 1965, quando ela ainda se chamava Nicola & Cia. Ltda. (somente em 1971 a razão social muda para Marcopolo S.A.). Em 1970, junto com Valter



*Na Colômbia, a Superpolo, subsidiária do grupo gaúcho, já opera com índice de 70% de nacionalização*

Pinto, foi promovido a diretor. "Sem dúvida, ele é um dos maiores especialistas no Brasil em soluções para o transporte coletivo de passageiros", sintetiza um analista de mercado. E com razão: em meados da década de 90 ele formatou o conceito de um novo veículo destinado ao transporte de passageiros, o Volare, que surgiu para combater as vans e as peruas que atuavam (e atuam) de forma ilegal na capital paulista. Os dez anos de sucesso do Volare serão comemorados em abril de 1998.

Se a Marcopolo detém hoje 6% de participação no mercado mundial, um dos responsáveis diretos por isso é atribuído a ele. Com a internacionalização, 35% do faturamento total têm origem no exterior. A previsão, destaca Martins, é que em dois anos este número subirá para 60%. "A internacionalização do grupo em 1994, quando ninguém falava nisso, e a montagem de um microônibus, quando o mercado pedia ônibus grandes e baixos para as capitais e grandes cidades brasileiras, fizeram o nosso diferencial comercial", comenta.

De acordo com ele, muitas empresas não conseguem imaginar o futuro e erradamente buscam alternativas ouvindo os clientes. O vice-presidente aproveitou o momento para dizer que a Marcopolo ficou com o terceiro lugar no Índice Brasil de Inovação deste ano, que mede esforços e resultados da atividade de Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) na indústria de transformação a partir de dados levantados pelo IBGE.

A agenda do vice-presidente da Marcopolo tem pela frente alguns pontos bem interessantes. Um deles diz respeito ao processo de elevação dos índices de nacionalização dos ônibus produzidos no exterior. "Hoje nós temos Colômbia alcançando quase 70%; o México, ao redor de 50%; Portugal não conta porque lá o ônibus é muito especial, padrão europeu; e na África do Sul é de 20%, mas tem condições de avançar, não muito", informa Martins. As parcerias firmadas na Índia e na Rússia, segundo ele, nascem com percentuais altos.

Também no primeiro semestre, a Marcopolo comemorou a venda de 371

unidades para o Sistema Integrado de Transporte Masivo Occidente, da cidade de Cali, por meio da sua unidade Superpolo, em Bogotá, na Colômbia. A outra novidade na Colômbia é a construção de uma nova planta em Bogotá, com capacidade instalada para 4 mil unidades anuais, o dobro da atual. Com 20 mil m<sup>2</sup> de área coberta, as novas instalações exigirão investimento de US\$ 12 milhões, basicamente em obras civis.

Ela terá 20 mil m<sup>2</sup> de área coberta, e segundo José Rubens da la Rosa, diretor geral da Marcopolo, esta será a mais moderna fábrica do grupo, com a possibilidade de oferecer 300 novos postos de trabalhos. A unidade atual opera com um grupo de 900 funcionários. De la Rosa não fixa data para inauguração do novo complexo. No ano passado, de um total de 5 mil unidades feitas no exterior, a Colômbia participou com 1,6 mil, representando uma participação de 33%.

Em relação ao projeto que está sendo montado na Índia o diretor geral afirma que todas as previsões feitas com o grupo local Tata Motors – com o qual firmou joint venture – estão mantidas, embora o cronograma esteja um ano atrasado em relação ao plano original. "Tínhamos previsto encerrar o ano de 2007 com faturamento de US\$ 70 milhões, mas isso ocorrerá somente em 2008 e as previsões para os anos seguintes serão adiadas sucessivamente, com US\$ 140 milhões para 2009, US\$ 220 milhões para 2010 e US\$ 400 milhões para 2012", explica.

A demora é motivada pela indefinição do local para instalação da fábrica no território indiano, cuja planta terá capacidade instalada para produzir 25 mil ônibus anuais. "Um ano de diferença não vai afetar a visão que temos em relação ao futuro", argumenta. Já foram identificados diversos lugares com potencial para receber a unidade. ■



# Volta ao Brasil em 150 dias

**Caravana Rota Volksbus visita 52 cidades em 23 estados para divulgar os atributos dos ônibus da montadora e estreitar relacionamentos**

■ RAIMUNDO DE OLIVEIRA

O maior projeto da Volkswagen para divulgação de seus chassis de ônibus no mercado brasileiro, o Rota Volksbus, já percorreu metade do caminho previsto pela montadora. Dividida em duas caravanas, cada uma com cinco ônibus, sendo dois deles transformados em auditório para palestras com frotistas e revendedores nos locais por onde passa, o Rota Volksbus já percorreu cerca de 17 mil km desde que foi lançado, em maio, o que corresponde a 60% do total a ser visitado pelos comboios até meados de setembro. A previsão da montadora, presidida por Roberto Cortes, é concluir os trajetos do programa de divulgação itinerante até o

dia 14 de setembro. O Rota Volksbus tem como objetivo divulgar os ônibus fabricados sobre chassis da montadora e estreitar relacionamentos com os revendedores, frotistas e clientes em potencial nas cidades visitadas.

De acordo com Ricardo Barion, supervisor de Marketing de Produto Ônibus da Volkswagen, a caravana que faz a região Sul do País já percorreu 2,7 mil km e os veículos da ca-

ravana da região Norte já rodaram 14 mil km. O comboio que percorre o Sul faz trajetos menores, mas visita mais cidades enquanto a caravana Norte caminha longas distâncias com menor número de cidades percorridas.

Segundo Barion, o cronograma está sendo cumprido conforme planejado, mesmo com imprevistos como ficar parado durante um dia por conta de atrasos na travessia de balsas



**Roberto Cortes: uma das metas é estreitar os relacionamentos com clientes**

em rios na região Norte. De acordo com Barion, a programação inclui um rígido cronograma a ser seguido para poder dar conta de toda a agenda desenvolvida para atender a todas as 52 cidades em 23 estados que deverão ser visitadas.

A caravana Sul já percorreu os municípios programados na Grande São Paulo, onde ficou por 35 dias, em Santos, e cidades como Porto Alegre e Pelotas, no Rio Grande do Sul, Florianópolis, Criciúma, Itajaí, Blumenau e Joinville, em Santa Catarina, e Curitiba, no Paraná. Os veículos que vão até o Norte já passaram por Fortaleza, no Ceará, Uberlândia, em Minas Gerais, Goiânia, em Goiás, Brasília, no Distrito Federal, Palmas, no Tocantins, Porto Velho, em Rondônia, Cuiabá, no Mato Grosso, Belém, no Pará, Teresina, no Piauí, São Luís, no Maranhão, e Manaus, no Amazonas.

Segundo Barion, a estratégia da montadora tem se mostrado eficiente e superado as expectativas na geração de vendas de veículos durante o projeto. "O que acontece é que muitas vezes a presença da caravana e as ações de relacionamento contribuem na efetivação da compra por parte dos frotistas", afirma. De acordo com Barion, entre os objetivos do programa estão as visitas aos principais clientes da montadora e a demonstração dos veículos para possíveis clientes que nunca tiveram a oportunidade de verificar novos modelos fabricados pela empresa já encarroçados. "Cria-se um falatório nos locais por onde passam as caravanas ao mesmo tempo em que aumenta a proximidade com os clientes e possibilita uma maior abertura de relacionamento entre a fábrica e os frotistas", diz ele. Para o supervisor de Marketing, o



**A presença da caravana e as ações de relacionamento podem contribuir na efetivação da compra, segundo a montadora**

contato das caravanas com os frotistas permite aos empresários o esclarecimento de dúvidas sobre os produtos, além de poder verificar diferentes modelos de veículos de uma só vez em um único local, o que dificilmente seria possível em uma revenda convencional. Os contatos com os frotistas que já possuem veículos das montadoras e com clientes em potencial são feitos por meio da rede de concessionárias da empresa nos pontos que fazem parte do programa e os encontros são agendados conforme o cronograma do projeto.

O cronograma do Rota Volksbus previa inicialmente a participação de 270 frotistas nas apresentações dos veículos, mas até junho já haviam sido incluídos 14 empresas que não estavam programadas. Em média, as caravanas fazem três visitas diárias a frotistas e concessionários. A programação inclui palestras feitas em um ônibus auditório montado exclusivamente para participar da estratégia de divulgação, apresentação de vídeos e test drive com os modelos.

Os veículos que integram as caravanas do Rota Volksbus são montados sobre chassis dos modelos da montadora 9.150 EOD, para o mercado de microônibus urbanos, 15.190 EOD e 17.230 EOD, ambos para veículos urbanos, com capacidade para transportar 15,5 toneladas e 17,2 tonela-

das, respectivamente, 17.260 EOT, para o mercado de ônibus urbanos e de fretamento, e 18.320 EOT, para veículos rodoviários. Os modelos foram encarroçados pelas empresas Busscar, Ciferal, Caio, Comil, Irizar, Marcopolo, Mascarello e Neobus. As vedetes das caravanas, os dois ônibus-auditório montados sobre os chassis 18.320 EOT, receberam carrocerias Irizar Century e Marcopolo Paradiso 1.200 e são equipados com bancos de couro,

sistema de som e imagem. Além das encarroçadoras que participam do projeto, a Michelin também participa com o fornecimento de pneus a todos os veículos e assistência técnica e apoio nas demonstrações. Todos os dez modelos que participam do Rota Volksbus receberam pintura exclusiva.

Junto com o lançamento do Rota Volksbus, a montadora lançou uma publicação dirigida ao mercado de ônibus brasileiro, a revista Mundo Volksbus, que será distribuída gratuitamente para frotistas, transportadores autônomos, cooperativas, revendedores autorizados da marca, encarroçadoras, fabricantes de autopeças e gestores de transporte.

O Rota Volksbus faz parte da estratégia da montadora para abocanhar uma maior fatia do mercado de chassis de ônibus. A Volkswagen pretende atingir 35% do mercado brasileiro até o próximo ano e chegar a uma produção de dez mil unidades destinadas ao mercado doméstico e a vendas no exterior. No primeiro semestre deste ano, a empresa comercializou 3.667 chassis de ônibus no mercado interno, um aumento de 25,8% em relação ao mesmo período do ano passado. No ano todo de 2006 a montadora vendeu 4.924 chassis, representando uma expansão de 40,2% sobre 2005. ■



Batizado de Mosqueteiro V, o Volksbus é o mais moderno da frota do clube

## Volkswagen joga com o Corinthians

**A montadora cede um Volksbus ao clube paulista para transportar os jogadores do time com conforto e, em contrapartida, garantir exposição na mídia**

A entrega de um ônibus Volksbus marcou a concretização de uma parceria inédita entre a Volkswagen Caminhões e Ônibus e o clube de futebol paulista Sport

Club Corinthians. O ônibus rodoviário VW 18.310 OT, com carroceria Irizar e suspensão pneumática, será utilizado para o transporte dos jogadores em seus

descolamentos para treinos, jogos e viagens de curta distância. Batizado de Mosqueteiro V, o Volksbus é o mais moderno da frota do clube. A entrega do veículo foi feita à diretoria do Corinthians por Roberto Cortes, presidente da Volkswagen Caminhões e Ônibus, e contou com a presença de jogadores, ex-atletas e torcedores do time.

Com a parceria, a Volkswagen irá, além de garantir exposição na mídia, relacionar o símbolo do clube à marca Volksbus, que oferece ao mercado produtos para o transporte de passageiros.

"O Corinthians e a Volkswagen Caminhões e Ônibus buscavam uma parceria como essa. Com o novo Volksbus, o clube poderá garantir o transporte de seus jogadores para treinos, concentrações e principalmente clássicos mais próximos de sua sede, com todo o conforto que o veículo oferece", afirma Roberto Cortes.

No modelo concedido ao clube, o projeto de pintura do veículo ressalta as cores preto e branco do time. Na lateral, estão identificados os logos dessa parceria entre a Volkswagen e o Corinthians, além da figura de um atleta chutando uma bola para fazer um gol de placa.

A pintura branca dos pára-choques dianteiro e traseiro facilitam a identificação do veículo à noite, auxiliando os faróis e as lanternas durante a viagem, já que a cor do ônibus é predominantemente escura. O teto também branco possibilita uma maior reflexão dos raios solares, o que garante uma temperatura mais amena dentro do ônibus.

Os logotipos do clube e da montadora também estão no teto e na traseira do veículo, permitindo identificação rápida do ônibus em casos de tomadas aéreas pelas emissoras de TV. Os 36 lugares possuem poltronas semileito de couro. O veículo também é equipado com frigobar, ar-condicionado, três televisores, DVD e CD player. ■



# IRIZAR

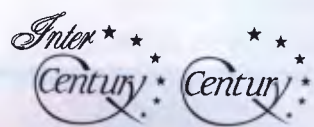
## O Rodoviário de Luxo 6 Estrelas

Segurança, Conforto, Design, Economia, Qualidade e Garantia

Há 10 anos, a Irizar iniciou seu compromisso de produzir no Brasil produtos que são referência mundial de qualidade.

Hoje, mais de 35 países têm em suas rodovias as carrocerias Irizar produzidas no Brasil.

Temos certeza que é só o início de uma grande jornada.



Visite o novo site [www.irizar.com.br](http://www.irizar.com.br) e conheça nossa seção de produtos, representantes de vendas e assistência técnica em todo Brasil e exterior.



# Brasil, primeiro país descoberto pela Scania



**Em julho de 1957, há 50 anos, a montadora inaugurava sua pioneira operação fora da Suécia, ainda com o nome de Scania-Vabis**

Em maio deste ano a indústria brasileira de caminhões completou 3 milhões de unidades produzidas no Brasil a contar de 1957, quando começa a contabilidade oficial da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea). Com menos de 200 mil caminhões brasileiros, a Scania participou com 6% do total – fatia magra na

proporção, mas relevante quando se analisa a linha de veículos de alto valor agregado que faz e, sobretudo, o papel do País no contexto mundial da marca sueca. No mesmo período a montadora fabricou 667.062 ônibus, e a Scania, 43.465, ou seja, 6,5% do total de produção nacional.

Inaugurada oficialmente em 8 de dezem-

bro de 1962, em São Bernardo do Campo (SP), a fábrica da Scania é a primeira unidade industrial da marca fora da Suécia para a produção de caminhões, ônibus e motores. E coleciona outros títulos relevantes – um deles, o de, seguidamente, estar entre as maiores operações mundiais da companhia.

Em 2007 a Scania Latin America, instala-



**1957**

Em 2 de julho de 1957 é constituída a Scania-Vabis do Brasil S. A. – Motores Diesel. Antes, desde 1951, o Grupo Vernag montava e comercializava os caminhões e os ônibus Scania no Brasil.



**1958**

É montado o primeiro Scania de fabricação nacional, um modelo L 75, atendendo rigorosamente às exigências do governo, de 35% de nacionalização.



**1962**

Inaugurada a fábrica da Scania em São Bernardo, a primeira unidade industrial da Scania fora da Suécia, para a produção de caminhões, ônibus e motores.



**1965**

Com oito anos de Brasil, a Scania cruza pela primeira vez a fronteira brasileira: um caminhão L 76 é exportado para o Uruguai.

da no Brasil, vai produzir 23 mil caminhões e ônibus. É com esse número, recorde disparado de toda sua trajetória aqui, que a marca comemora seus 50 anos desde que foi constituída, no dia 2 de julho de 1957, com o nome de Scania-Vabis do Brasil S.A. - Motores Diesel S.A.

Trata-se de data da constituição formal da empresa, embora a marca já estivesse aqui desde 1951. Até 1959 o grupo Vemag respondeu pela montagem e venda dos caminhões e ônibus Scania.

Antes de instalar a fábrica definitiva, em São Bernardo, a Scania, para aumentar o índice de nacionalização, exigido pelo governo, inaugurou a fábrica de motores, no bairro do Ipiranga, em São Paulo. O primeiro Scania, de fabricação nacional, o caminhão modelo L 75, atendia "rigorosamente às exigências do governo, de 35% de nacionalização", sublinha a empresa na literatura da sua linha do tempo. A fábrica de motores estreou com o propulsor D-10, de 165 cavalos, repassado para as instalações da encarregada de montar os caminhões Scania, a Vemag.

No seu livro, a Implantação da Indústria Automobilística no Brasil, o economista Sydney Latini, que de 1957 a 1963 foi secretário executivo do Grupo Executivo da Indústria Automobilística (Geia), órgão que criou as

regras e implementou as bases do setor no Brasil, relata que outra sueca, a Volvo, também se interessou pelo País, mas perdeu o prazo para apresentar o projeto que previa incentivos à instalação de subsidiárias brasileiras (a Volvo chegou posteriormente, na década de 1970, numa segunda fase da indústria, escolhendo como sede Curitiba). Nos anos 50, lembra Latini, "a marca Volvo já tinha longa tradição no Brasil e a marca Scania ainda não era sequer conhecida".

O censo de 1950 mostrava um Brasil com

ca mal engatinhava em rodovias – tinha 126 mil quilômetros de estradas, sendo apenas mil com pavimento. E exibia também frota de caminhões com alta idade média.

Fortes estímulos para a nacionalização dos caminhões e ônibus foram fontes de atratividade. Uma delas, baixada pelo governo nos anos 50 foi conferir tratamento cambial mais favorável à importação de peças não fabricadas no Brasil para quem atingisse índice de nacionalização de pelo menos 60% do motor.

Vieram novos incentivos cambiais quando os fabricantes de transmissão, eixos dianteiros e traseiros atingissem nacionalização de 70% em peso destes componentes.

Entre 1956, quando foi criado o Geia, e 1957, foram aprovados 18 projetos para fabricação de veículos. Dos onze que foram efetivados, sete contemplavam caminhões – Vemag, FNM, Mercedes-Benz, Ford, General Motors, International Harvester e Scania Vabis. Destes sete projetos, dois tinham capital predominantemente nacional (Vemag e FNM), em um (Mercedes-Benz) o capital doméstico participava com

50% e no restante (Ford, GM, Internacional e Scania) o capital era externo.

A Scania, na sua linha de tempo destes 50 anos de Brasil, tem 1965 como marco importante. Foi quando fez a primeira ex-



**Chassis Scania com suspensão a ar foram consagrados com encarroçamento da Ciferal**

pouco mais de 50 milhões de habitantes (apenas 14% morando nas cidades) e frota nacional com 230 mil caminhões, muito perto do número de automóveis, 280 mil. O Brasil, que ainda é ruim em infra-estrutura, na épo-



**1983**

No mês de junho, ocorre o lançamento dos ônibus K 112 e S 112. A Série 2 chega aos ônibus Scania, substituindo os modelos da linha B e BR.



**1988**

Chega o ônibus F 112 HL, destinado ao transporte de passageiros em condições severas



**1990**

É lançada a nova linha de chassis para ônibus: a Série 3, com os modelos K 113 e S 113, este com a versão AL para ônibus articulado.



sa – antes de abrir nova unidade, procura esgotar a capacidade do que já existe. A capacidade mundial, hoje, de 80 mil unidades por ano (o Brasil tem 20 mil) será ampliada para 100 mil veículos até 2010.

portação, um caminhão L 76 mandado para o Uruguai. Em 2007, 42 anos depois dessa solitária exportação, a subsidiária vai embarcar 72% da sua produção para uma coleção de países. A Scania tem fábricas em quatro países apenas e é muito cio-

Efetivamente, a fábrica de São Bernardo do Campo ganhou projeção internacional. E um dos primeiros passos aconteceu logo em 1969 quando realizou o primeiro embarque de componentes de caminhão para a Suécia. Era um lote de 200 bombas de óleo inteiramente nacionais para equipar

os caminhões Scania suecos.

Os caminhões na Scania são conhecidos pela série. Em 1971, por exemplo, surge a linha conhecida como Série Zero. Eram os L 110, LS 110, LT 110 e B 110, substituídos em 1976 pela Série 1 e, em 1981, pela Série 2, (a linha T/R), introduzindo no Brasil a fabricação sob encomenda e o sistema modular, estendidos à produção de ônibus. A Série 3 chega em 1991 com os caminhões da linha 113/143, com potências de até 450 cavalos, a maior do mercado brasileiro à época. E, em 1998, é iniciada a produção de caminhões e ônibus da Série 4. É o começo de uma linha de produtos globalizados da Scania. A marca sueca "remou" contra a corrente também em 1974, quando no Salão do Automóvel, em São Paulo, mostrou o LK-140, batizado de cara-chata e que inaugurou aqui o conceito de cabine avançada.

Em 2006 a Scania apresentou a linha mais completa de ônibus rodoviários de sua história, abrangendo praticamente todos os segmentos, à exceção de micros e minis e outros modelos leves.

Na comemoração dos 50 anos da Scania, no dia 2 de julho em São Paulo, um dos homenageados foi Abílio Gontijo, fundador da Empresa Gontijo de Transportes, considerado maior frotista Scania do mundo. O Grupo Gontijo, que também controla a Companhia São Geraldo de Viação, tem fidelidade absoluta à Scania há várias décadas.

*Os ônibus fazem parte da linha de produtos globalizados da Scania*



**1998**

Em maio, são lançados os ônibus Série 4, com destaque para os veículos urbanos com piso baixo e "ajoelamento" para embarque e desembarque de passageiros.



**2003**

Os ônibus articulados da Scania produzidos no Brasil desembarcam na Colômbia para participar do projeto de transporte coletivo de Bogotá, o TransMilenio.



**2006**

Scania apresenta linha mais completa de ônibus rodoviários de sua história, tendo como inspiração a grandiosidade do futebol brasileiro. É o Time dos Sonhos.

# Cometa

a conquista do espaço.



Há 60 anos  
transportando com  
conforto, rapidez e  
segurança.





Mercedes-Benz  
OF-1722 M

Volkswagen  
VW 17.230 EOD

# Indústria em fase vibrante

**Aquecimento de vendas internas permite que setor crave produção recorde de todos os tempos no primeiro semestre, apesar de discreta retração no negócio ligado às exportações**

A indústria automobilística vive momentos extremamente auspiciosos. Nunca se vendeu tanto ônibus quanto em 2007. Mas o ano não terminou, dirão alguns. A explicação: mesmo com retração nas exportações, as encomendas em carteira, feitas pelos compradores internos de ônibus, já garantem o recorde anual por antecipação.

As fábricas nunca trabalharam tanto. No período janeiro a junho de 2007 a produção de ônibus atingiu 19.375 unidades – dos quais 15.872 urbanos e 3.503 rodoviários, informa a carta da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea). É simplesmente o recorde de todos os tempos no período.

Para o mercado doméstico as vendas

de chassis atingiram exatamente 13.064 unidades entre janeiro e junho deste ano, ainda de acordo com a Anfavea. Tal volume, o melhor de todos os tempos nesse período, representa 20,7% de crescimento sobre os seis primeiros meses de 2006, com 10.820 chassis.

A marca Mercedes-Benz ampliou sua liderança para 53,8% das vendas (em 2006 no primeiro semestre, tinha 52%). A vice-líder, a Volkswagen, também cresceu, para 28% do negócio, ante 26,9%. A terceira colocada, a gaúcha Agrale, recuou em 2007 para uma fatia de 13,4% do mercado de chassis, comparados com 15,8% que obteve no período anterior. A quarta classificada, a Scania, deteve 3,7%

das vendas, superiores aos 3,1% no primeiro semestre de 2006. A quinta no ranking, a Iveco, deu ré para 0,9%, em cotejo com 1,4%. E a sexta classificada, a Volvo, também baixou de participação: ficou com 0,2% neste ano, em confronto com 0,8% de market share desfrutado nos seis primeiros meses de 2006.

O ambiente econômico facilita um movimento generalizado de compra. Os conglomerados de grande porte, especialmente, estão ativos. O Grupo Sambaíba, comandado pelo empresário Belarmino de Ascensão Marta, que controla uma frota de 4 mil ônibus, por exemplo, praticamente exclusivo da marca Mercedes-Benz, adquiriu 250 unidades, a grande maioria



**Agrale  
MT 12.0 LE e-tronic**



**Scania K 230**

urbana, para distribuição entre as várias viações que opera no estado de São Paulo. "As condições de financiamento estão favoráveis para a renovação", afirma Belarmino. "Embora não esteja tão fácil colocar os ônibus usados no volume que necessitamos, mesmo assim, estamos seguindo em frente e aproveitando as oportunidades".

Outro conglomerado que também foi às compras é o Grupo Gontijo, que controla a Empresa Gontijo de Transportes e a Companhia São Geraldo de Viação. Com uma aquisição de 154 ônibus anunciada no primeiro semestre, o grupo começa a partir de julho a receber os chassis Scania de 420 cv. "Temos um cronograma rígido de recebimento de chassis e carrocerias de tal forma que em novembro todos os carros precisam estar prontos para serem utilizados nas férias de verão, quando se dá o maior pico de movimento", diz o fundador Abilio Gontijo.

O crescimento da economia aliado à redução das taxas de juros facilita as decisões de compras pelos empresários de ônibus. Além da expansão econômica gerar naturalmente maior demanda de viagens, no âmbito do movimento de passa-

EMPRESA	2007		2006		Variação A/B (%)
	Junho	Jan/Jun (A)	Junho	Jan/Jun (B)	
AGRALE	305	1.741	273	1.708	1,9
MERCEDES-BENZ	1.227	7.023	1.026	5.624	24,9
IVECO	4	117	66	156	-25,0
SCANIA	93	486	85	334	45,5
VOLKSWAGEN	594	3.667	434	2.914	25,8
VOLVO	3	30	51	84	-64,3
<b>TOTAL</b>	<b>2.226</b>	<b>13.064</b>	<b>1.935</b>	<b>10.820</b>	<b>20,7</b>

Fonte: Anfavea

geiros urbanos e metropolitanos, a bilhetagem eletrônica tem sido uma fonte de atração de usuários ao sistema de ônibus.

**EXPORTAÇÕES** – A indústria brasileira de ônibus é uma das maiores do mundo por causa do dinâmico mercado doméstico. Tal condição, por sua vez, permite que o setor seja um destacado exportador para cerca de meia centena de países de todos os continentes.

Apesar de o dólar não estar atraente para as exportações, a indústria de ônibus brasileira vem mantendo programas. Nos primeiros seis meses do ano, por exemplo, as vendas externas de chassis alcançaram 6.503 unidades. O volume re-

vela uma queda de 14,6% quando se compara com o mesmo período do ano passado, mas ainda é grande se cotejado com o histórico da indústria. Com efeito, desde 1961 até 2003, a média anual de embarques de ônibus para o exterior foi de 2.850 unidades (como se vê, menos da metade do que foi exportado em apenas seis meses deste ano).

As vendas externas de ônibus brasileiros a partir de 2004 entraram em novo patamar, com média anual no período na casa de 16 mil chassis. Trata-se de um número que – mesmo com o aquecimento do mercado interno em volume e rentabilidade – poderá ser cravado ou até ultrapassado em 2007. ■



# Sistema traz inovações

**Recém-implantado na Região Metropolitana de Porto Alegre, o sistema de bilhetagem eletrônica da Tacom disponibiliza tecnologias inéditas, como a tarifação por percurso realizado**

■ SONIA CRESPO

Porto Alegre é conhecida pela qualidade de seus modernos corredores de ônibus e sistemas facilitadores de transporte coletivo. Agora a região metropolitana da cidade dispõe de uma avançada tecnologia de bilhetagem eletrônica, desenvolvida pela Tacom Engenharia. O projeto, elaborado em parceria com a Associação dos Transportadores Intermunicipais Metropolitanos de Passageiros (ATM) e o Consórcio Gestor de Bilhetagem Metropolitana de Porto Alegre, foi totalmente adequado às necessidades dos usuários das dez cidades envolvidas no sistema: Canoas, Cachoeirinha, Alvorada, Gravataí, Viamão, Guáíba, Eldorado do Sul, Sapiranga, Parobé e Taquara. Inicialmen-

te, cada uma dessas cidades terá seu sistema de bilhetagem automática urbana implementado, para que o sistema de bilhetagem metropolitana possa ser consolidado. Desde o final de junho estão em operação os sistemas de Canoas, Gravataí e Alvorada. Todos os 130 veículos da empresa Sociedade de Ônibus Gaúcha, de Canoas, circulam com validadores CITbus da Tacom, beneficiando 50 mil usuários. A campanha publicitária do novo sistema de bilhetagem criou a marca "TEU!", adotando uma expressão curta, simples e marcante, que traduz o regionalismo gaúcho.

A previsão é que até o final de agosto todas as dez localidades estejam com a

bilhetagem automática urbana em operação. Juntos, esses municípios geram demanda de transporte para 700 mil passageiros por dia, que utilizam 1.750 ônibus do sistema. Ao todo são 12 operadoras de frotas e 13 garagens, agora interligadas à nova tecnologia. Para cada uma das dez cidades integradas, a empresa criou características tecnológicas diferenciadas, com amplo potencial de agregar inovações. As principais novidades anunciadas para a bilhetagem da Região Metropolitana de Porto Alegre são a introdução da tarifação por trecho percorrido e a instalação de barras de fluxo dentro dos veículos, que possibilitam às empresas operadoras de frotas um controle mais



apurado dos usuários do serviço.

A tarifação por trecho permite que o passageiro entre no ônibus e, se não percorrer todo o trajeto da linha, pague apenas o equivalente ao percurso utilizado, gerando economia para o viajante sem onerar o transporte público. Isso significa que cada usuário pagará a tarifa de acordo com a distância que haja percorrido. Segundo dados divulgados pela Tacom, esse sistema é possível devido à tecnologia atual do Global Positioning System (GPS), que identifica, com precisão, o local no qual o passageiro entra e sai do ônibus. O validador CITbus instalado no veículo possui uma placa de hardware que está em constante comunicação com o satélite. Essa placa possui um programa que calcula imediatamente o valor exato da passagem equivalente ao trecho percorrido. "O usuário vai entrar no ônibus, passar o cartão pelo leitor, que está instalado logo na entrada, e que vai debitar o valor total da tarifa completa. Na saída, o mesmo usuário passa pela catraca e passa novamente o cartão, só que desta vez o validador identificará o percurso feito e creditará a diferença entre a tarifa total e o trecho percorrido de fato", explica Marco Antonio Tonussi, diretor comercial da Tacom Engenharia.

A outra novidade apresentada no TEU são as barras de fluxo, que serão instaladas nos ônibus que possuem a tarifação por percurso e funcionam como mecanismo complementar. Estes dispositivos possuem sofisticados sensores aliados a sistemas de análise inteligentes, que permitem identificar a passagem de cada passageiro, tanto para a entrada como para a saída. O moderno sistema – já instalado pela própria Tacom nos ônibus da cidade

## BILHETAGEM ELETRÔNICA NA REGIÃO METROPOLITANA DE PORTO ALEGRE

Total de cidades atendidas	10
Usuários/dia	700 mil
Ônibus interligados ao sistema	1.750
Operadoras de frota	12
Total de cartões que serão emitidos	500 mil
Tipos de cartões	6

Fonte: Tacom

de de Guayaquil, no Equador – possibilita um controle mais detalhado sobre o fluxo de passageiros em cada empresa de transporte, prevenindo a evasão de receita.

"A primeira etapa da bilhetagem automática, denominada de tarifação simples, nos sistemas urbanos e metropolitano de Porto Alegre, entrou em operação no final de junho", anuncia Tonussi. A segunda etapa, que será a tarifação por seção, começará no final de agosto e funcionará apenas nas linhas metropolitanas, prevê o executivo. "A princípio não haverá integração tarifária entre as linhas urbanas e metropolitanas. Porém, o sistema instalado apresenta alto nível de flexibilidade e segurança por atender, ao mesmo tempo, características urbanas e metropolitanas, além de promover, no futuro, a integração tarifária dos municípios e ser capaz de trabalhar com diferentes tipos de usuários, como trabalhadores, estudantes e idosos", acrescenta.

Os validadores implantados nos ônibus são capazes de armazenar e processar mais de 100 mil diferentes combinações de linhas, trajetos e tarifas. Isso faz com que a rede de transporte público possa oferecer um número ainda maior de possibilidades de integração metropolitana.

Os tipos de cartão variam de acordo com a legislação e a necessidade dos usuários de cada cidade, comenta Tonussi.

No caso do sistema de bilhetagem da Região Metropolitana de Porto Alegre, serão emitidos 500 mil cartões do tipo contactless, para seis diferentes tipos de usuário: Portador, que não tem direito a nenhum tipo de benefício, não está identificado com foto e não há quaisquer informações sobre ele no sistema; Personalizado, que também não tem direito a nenhum tipo de benefício, mas dispõe de foto e informações

do usuário e pode ser bloqueado no caso de perda ou roubo; Vale-transporte, adquirido por empresas e utilizado pelos trabalhadores que têm direito ao benefício; Estudante, utilizado por alunos de instituições de ensino que têm direito à meia passagem ou à completa isenção, conforme a legislação municipal; Gratuidade, destinado a portadores de necessidades especiais, idosos e outras categorias que têm direito à isenção da passagem, conforme a legislação da cidade; e Operacional, utilizado pelos operadores do sistema de transporte.

A Tacom está no mercado há 40 anos e em 2007 espera faturar 30% a mais que os R\$ 35 milhões contabilizados no ano passado, realizando a manutenção, melhorias e upgrades dos sistemas já implantados. A empresa instalou a bilhetagem inteligente em cinco capitais nacionais: Salvador, Belo Horizonte (em ônibus convencionais, suplementares, microônibus, metrô e estações de integração), Recife (em ônibus convencionais, metrô, microônibus, VT Direto e estações de integração), Maceió (em ônibus convencionais, microônibus e VT direto) e Teresina (em ônibus convencionais e microônibus). Também está presente nas cidades de Uberlândia (MG), Nova Lima (MG), Feira de Santana (BA), Olinda (PE) e em Guayaquil, no Equador. ■



# Rio toma a dianteira

**Ainda neste ano toda a frota de ônibus do Estado do Rio de Janeiro vai rodar com 5% de biodiesel adicionado ao diesel convencional**

Antecipando-se às metas do Programa Nacional de Produção e Uso do Biodiesel – que prevê a adição de 5% do combustível proveniente de óleo vegetal ao diesel tradicional até 2013 –, o Estado do Rio de Janeiro já tem parte de sua frota circulando com o combustível menos poluente, o biodiesel B5. No dia Mundial do Meio Ambiente, comemorado em junho, foi lançado o projeto "B5 na Frota de Ônibus do Estado do Rio", que oficializou o tráfego de três mil ônibus na região metropolitana com a nova composição.

O experimento, que se concretiza por meio de uma parceria da Secretaria de Transportes com Fetranpor, BR Distribuidora e as montadoras Mercedes-

Benz e Volkswagen, é o maior já realizado no País com biodiesel no setor de transporte. "Na nossa lista de projetos, elaborada no início do ano, o biodiesel já figurava como prioridade. O Rio quis adiantar essa meta. Nossa equipe se reuniu com as partes interessadas e viu que era possível.

A BR Distribuidora se comprometeu a fornecer o B5 com o mesmo preço do diesel usado aqui no Rio, o S500. As montadoras Mercedes-Benz e Volkswagen deram a garantia dos motores. E a Fetranpor mobilizou suas empresas associadas para que participassem do experimento", lembra o secretário estadual de Transportes do Rio de Janeiro, Júlio Lopes.

O projeto já começa com previsão de expansão: terminar o ano com toda



*Julio Lopes (à esq.), secretário de Transportes, cumprimenta o governador Sérgio Cabral; e José Carlos Reis Lavouras (ao centro), presidente do Conselho da Fetranpor*

## PAN 2007

Os Jogos Pan-americanos do Rio de Janeiro, que acontecem entre os dias 13 e 29 de julho, serão uma prova de fogo não só para os atletas, mas também para o sistema de transporte urbano da cidade. Com a maior parte das competições acontecendo na Zona Oeste do município, área que não é atendida por metrô ou trem, os ônibus serão o principal meio de transporte dos torcedores e turistas. A expectativa dos organizadores é de que durante os jogos as

empresas de ônibus absorvam uma demanda de 150 mil passageiros.

A alternativa encontrada pelos organizadores do evento foi a criação de duas linhas de ônibus entre algumas estações de metrô e o Terminal Rodoviário da Barra da Tijuca, região onde serão realizados boa parte dos eventos ligados aos Jogos Pan-Americanos. A primeira delas, que liga a estação de Siqueira Campos, em Copacabana (Zona Sul), ao Terminal Alvorada, na Barra da Tijuca, já está em operação e vai manter os serviços até 31 de agosto. Os 20 ônibus utilizados neste itinerário foram fretados pela Opportrans, a administradora do Metrô Rio, por meio de contratos firmados com



*Nos Jogos Panamericanos, a prova de fogo para o transporte urbano carioca*

um pool de empresas. O preço a ser pago pela companhia que detém a concessão dos serviços metroviários será calculado por quilômetro rodado. Já a Linha Del Castilho (Zona Norte) x Alvorada é operada diretamente por um pool de empresas de ônibus.

Do terminal da Alvorada, partirão duas outras linhas circulares com destino à Vila Olímpica, ao Riocentro e ao Autódromo. "Ao todo, 73 linhas de ônibus estarão atendendo diretamente o torcedor do Pan. Algumas terão o itinerário alterado para permitir que os torcedores desçam mais próximos aos locais das competições", acrescenta o presidente executivo da Rio Ônibus, entidade que reúne as empresas de ônibus do município do Rio de Janeiro, Lélis Teixeira.

a frota de ônibus do estado, de 18.300 veículos, operando com o B5. "Outras distribuidoras, como Ipiranga e Shell, que abastecem parte dos veículos, também deverão ser contactadas. Mas acredito que elas não criem empecilhos à opção pelo biodiesel", acrescenta Lopes. Os ônibus que circulam com o B5 terão como identificação um plástico adesivo na parte traseira.

O secretário lembra que não houve despesas por parte do estado para a implantação do projeto, que participou apenas "costurando a idéia". As empresas de ônibus também não tiveram custos adicionais, já que não foi preciso fazer qualquer tipo de alteração nos motores. A única despesa foi desembolsada pela Fetranspor, que fez a contratação do serviço de

Para atender melhor ao turista, a Rio Ônibus está preparando 400 motoristas, cobradores e outros profissionais, que estão recebendo aulas de inglês, espanhol, além de noções de turismo. A entidade também está revitalizando o terminal da Alvorada, administrado até o início do ano pela prefeitura. "Até agora, já foram desembolsados R\$ 800 mil. Estamos realizando a recuperação de toda a infra-estrutura (iluminação, banheiros, áreas administrativas, estacionamento, pavimentação e paisagismo). Também estão sendo feitas a sinalização de acesso e a recuperação de duas passarelas que dão acesso ao terminal", detalha Teixeira.

monitoramento da frota, que vai mostrar os efeitos do uso do biodiesel, para os motores e para o meio ambiente. Estas análises serão feitas durante três meses e enviadas à Agência Nacional do Petróleo, Gás Natural e Biocombustíveis (ANP).

Quanto à eficiência do motor, Júlio Lopes diz que testes preliminares feitos pela Mercedes e pela Volkswagen mos-



traram que não era preciso fazer nenhuma alteração. Há, no entanto, expressiva redução na emissão de poluentes. "O biodiesel a 5% emite menos 10% de mate-

rial particulado, que é a fumaça escura lançada pelo cano de descarga de alguns veículos. Em comparação com o diesel tradicional, o B5 reduz em 7% o volume de

## Transporte ininterrupto durante os jogos

Um consórcio formado pelas empresas de fretamento Top Rio, Auto Viação 1001, Bel-Tour e Real Brasil será o responsável por parte do transporte dos atletas e das comissões técnicas dos 42 países que participarão dos Jogos Pan-Americanos do Rio de Janeiro. O consórcio Trans Pan venceu licitação feita pelo Comitê Organizador dos Jogos Pan-americanos Rio 2007 (CO-Rio) e vai usar 70 veículos rodoviários nas operações. Para a tarefa de transportar os esportistas e membros das comissões entre os aeroportos e as autoridades durante os jogos, o consórcio das quatro empresas vai colocar os veículos à disposição do Comitê Olímpico Brasileiro (COB) durante 24 horas. Os ônibus ficarão na avenida Ayrton Senna, na Barra da Tijuca, onde está localizada a vila construída para abrigar as delegações durante o evento esportivo. Para garantir o atendimento, o consórcio usará, além de ônibus rodoviários próprios das quatro em-

presas de fretamento, veículos que foram contratados de outras empresas.

Segundo a Prefeitura do Rio, para transportar os 5,5 mil atletas, 2 mil árbitros, 2 mil delegados, 1,6 mil dirigentes e 3 mil jornalistas serão utilizados 455 automóveis, 153 vans, 70 ônibus rodoviários e 263 ônibus e micros urbanos. Estes 263 veículos, da Viação Saens Peña, vão operar em 17 linhas fixas, também ininterruptamente, entre a Vila do Pan e os locais de competição e centros de treinamentos. O deslocamento será feito em vias seletivas para ter maior velocidade. Para que os jogos ocorram sem sobresaltos, as empresas responsáveis pelo transporte adotaram o que um dos seus executivos de transporte classificou de "logística de guerra", que incluiu renovação, ampliação e adaptação de frotas, remanejamento de linhas e treinamento dos motoristas, além de ônibus de reserva para superar imprevistos.

CO<sub>2</sub> (monóxido de carbono) lançado na atmosfera. E o benefício é imediato – mesmo em motores velhos, basta abastecer e a poluição já será menor", comenta o secretário estadual de Transportes.

De acordo com o governador do Rio, Sérgio Cabral, a iniciativa deve servir de modelo para o restante do País. Cabral enfatizou que, para realizar o projeto, recebeu apoio do governo federal. "Outros estados deverão seguir este exemplo. Inicialmente são três mil ônibus e, até dezembro, toda a frota terá o B5, o que nos dá garantia de menor poluição", afirmou ele durante o evento.

O presidente Luiz Inácio Lula da Silva enviou carta ressaltando a importância da iniciativa. "Ela tem grande significado para as políticas do nosso governo de produção em larga escala de combustíveis alternativos e de sua utilização no transporte público, com a conseqüente defesa do meio ambiente, melhoria da qualidade de vida da população e aumento da geração de emprego e renda", afirmou o presidente.

No texto, Lula disse também que o projeto mostra resposta pronta e decisiva à determinação de aumento da mistura de biodiesel ao óleo diesel derivado de petróleo, contida no Programa Nacional de Produção e Uso do Biodiesel (Lei 11.097/2005).

Júlio Lopes acrescenta que, por enquanto, as empresas que aderiram ao projeto não terão benefício tributário, já que estas "não tiveram que pagar a mais pelo novo combustível, que segue a tendência mundial de uso de energias renováveis e menos poluentes".

Conforme as estimativas da Fetranspor, o município do Rio de Janeiro detinha, ao final de 2006, uma frota de 7.128 veículos, com idade média de seis anos. Estes veículos operavam pouco mais de 800 linhas. Se consideradas as linhas que circulam dentro e fora da região metropolitana, estas chegam a 1.247. Nestes itinerários, as empresas transportam cerca de cinco milhões de passageiros por dia. ■

# LIDERANÇA ABSOLUTA É ISSO:



## 50.000 validadores

A APB PRODATA não pára de crescer.

Chegando à marca de 6 mil validadores entregues em 2007 para 27 clientes, é pioneira na implementação do novo sistema totalmente integrado ao validador V3066 WIFI com GPRS e GPS, que gerencia o que ocorre em tempo real com a sua frota de ônibus. A cidade de Santos está instalando o SISMO, Sistema de Supervisão e Monitoramento, concebido pela CET Santos, que permitirá o controle operacional da frota de 310 veículos da Viação Piracicabana.

E não pára por aí: a APB PRODATA chega na Argentina. A cidade de Neuquén escolheu a nossa tecnologia para equipar seu sistema de transporte público.



[www.apb.com.br](http://www.apb.com.br) +55 11 3146 2226

Av. Paulista, 1009 - 16º andar - Cjto. 1601 - São Paulo/SP - CEP 01311-919

**APB**  
**PRODATA**  
BRASIL

# SEMINÁRIO NACIONAL DE GESTÃO DE FROTAS

12 E 13 | SETEMBRO

SÃO PAULO - SP

AMCHAM  
CÂMARA AMERICANA DE COMÉRCIO



Direcionado para os empresários de Transporte de carga, Passageiros, Operadores Logísticos, Locadoras de Veículos, Embarcadores e Empresas Públicas ou Privadas que possuem frotas de veículos.

O **SEMINÁRIO NACIONAL DE GESTÃO DE FROTAS** será um importante fórum de aprimoramento e debates sobre suas aplicações como ferramenta de aumento dos negócios, através da maior produtividade, segurança e eficiência – fatores relevantes que agregam valor às empresas do setor.

Exposição de cases práticos de destacadas empresas da área, acompanhados de um amplo debate, fazem do **SEMINÁRIO NACIONAL DE GESTÃO DE FROTAS** um evento diferenciado e que certamente trará benefícios práticos a todos os participantes.



O **SEMINÁRIO** contará com a participação de:

- MONTADORAS
- GESTORA / ABASTECEDORAS
- FABRICANTES E REFORMADORAS DE PNEUS
- EMPRESAS DE COMUNICAÇÃO DE DADOS E INFORMAÇÕES (TI)

## COMPOSIÇÃO DO SEMINÁRIO



**25**  
Palestras

Cases práticos  
das empresas  
de destaque do setor.

A programação, dividida em 2 dias, promoverá o contato com todos os participantes ao final das apresentações de cada atividade.

## CONSULTORIA AO VIVO:

Os palestrantes atenderão às questões dos participantes em um debate onde todos estarão presentes. Com esta estrutura, certamente a troca de experiências e interatividade do público será garantida.

REALIZAÇÃO:



ORGANIZAÇÃO:





# Scania traz álcool para o Brasil

Corredor São Mateus-Jabaquara testará ônibus a etanol usado em Estocolmo

■ RAIMUNDO DE OLIVEIRA

Entre o final de setembro e o começo de outubro deve circular o primeiro ônibus movido a etanol no sistema de transporte público de São Paulo. Fabricado pela Scania, o veículo foi importado da Suécia, país sede da montadora e cuja capital, Estocolmo, utiliza ônibus movidos a etanol há 15 anos. Atualmente, 600 veículos fabricados pela Scania que funcionam com etanol integram a frota que faz o transporte urbano de Estocolmo e fazem parte de um programa denominado BioEthanol for Sustainable Transport (Best). O veículo movido a etanol será usado pela Empresa Metropolitana de Transporte Urbano (EMTU) no corredor de ônibus São Mateus-Jabaquara, que interliga a região sul da capital paulista com os municípios de Diadema, São Bernardo do Campo, Santo André e Mauá, na região metropolitana. No corredor, de 33

quilômetros de extensão, operam 11 linhas, com 200 ônibus que fazem cerca de 5 mil viagens e transportam aproximadamente 240 mil pessoas por dia.

De acordo com o gerente executivo de Assuntos Institucionais do Produto da Scania, José Henrique Senna, as principais adaptações feitas no motor do veículo para funcionar exclusivamente com etanol foram uma maior taxa de compressão do motor, 24 por 1 enquanto os motores movidos a diesel possuem uma taxa de 18 por 1, pistão diferente do usado no motor a diesel, alteração no sistema de refrigeração por conta de temperatura diferente, aumento na capacidade de injeção, já que o conteúdo energético do etanol é menor do que o do diesel, um intercooler com sistema água-ar e não ar-ar, maior capacidade do tanque de combustível e a implantação de um dispositivo antiincêndio.

Segundo Senna, devido às modificações, o veículo movido a etanol tem um custo superior aos movidos a diesel, mas a diferença pode ser reduzida com a produção em escala, o que torna o modelo comercialmente viável, além da principal vantagem, que é a redução na emissão de dióxido de carbono (CO<sup>2</sup>). Na capital sueca, por exemplo, no último ano foram incorporados 150 ônibus movidos a etanol na frota municipal de transporte público. De acordo com informações da Scania, a redução na emissão de CO<sup>2</sup> em Estocolmo com o uso dos ônibus movidos a etanol foi de cerca de 140 mil toneladas.

O projeto do funcionamento do ônibus a etanol pela EMTU será coordenado pelo Centro Nacional de Referência em Biomassa (Cenbio), ligado à Universidade de São Paulo (USP), e pelo Ministério de Ciência e Tecnologia (MCT). ■

# Mais alumínio nos ônibus

**Carrocerias levam cerca de 500 quilos de alumínio em sua fabricação e a participação do metal representa um custo médio de 15% para o setor**

■ RAIMUNDO DE OLIVEIRA

A utilização de alumínio em novas aplicações tem aumentado a participação do metal na fabricação de carrocerias de ônibus. Depois de perder terreno para o aço galvanizado no segmento, principalmente nas estruturas dos coletivos usados no transporte urbano, o alumínio já representa, em média, 15% do custo de produção das carrocerias e cerca de 500 quilos no peso final dos veículos. A média de utilização do metal pelo setor automotivo brasileiro é de 49 quilos por veículo. Entre as aplicações mais recentes feitas pelas encarregadoras estão o uso de alumínio injetado em peças estruturais ou de acabamento como os aparadores de braço dos bancos, suporte do porta-pacotes e perfis com geometria mais complexa. Nos revestimentos externos das laterais, do piso e da parte superior dos carros, nos perfis de janelas, nas portas e escadas o alumínio já tem uso consagrado nas carrocerias de ônibus.

O metal, mais leve e resistente à corrosão que o aço, teve aumento na participação da indústria encarregadora nos últimos anos e reforça a posição do setor de transportes como o segundo maior consumidor no Brasil. O consumo de alumínio fundido e forjado pelo setor subiu de 125,2 mil toneladas em 2004



*O uso do alumínio no piso e nos perfis de portas já é consagrado*

para 138,1 mil em 2005 e, no ano passado, ficou em 143,2 mil, segundo a Associação Brasileira do Alumínio (Abal). O fornecimento de chapas e lâminas passou de 30,9 mil toneladas em 2004 para 31,5 mil em 2005 e foi de 34,1 mil em 2006. Já o consumo de alumínio extrudado saltou de 27,3 mil toneladas em 2004 para 29,2 mil em 2005 e fechou o ano passado em 30,8 mil toneladas. A previsão da Abal para 2007 é que o consumo pelo setor de transportes tenha um aumento de 6,4% em relação ao ano passado, que registrou uma participa-

ção de 25,4% nas 840 mil toneladas consumidas no Brasil.

Na Marcopolo, o uso de alumínio na fabricação das carrocerias superou as 5 mil toneladas em 2005, com uma média de utilização de 230 quilos do metal nos microônibus, 580 quilos nos urbanos e cerca de 700 quilos nos ônibus rodoviários. A empresa usava o alumínio para fazer toda a carroceria dos ônibus urbanos na década de 1980, o que representava uma redução de 30% no peso dos veículos, mas reduziu a utilização devido ao preço do metal. Atualmente, a empresa desenvolve estudos para voltar a usar o alumínio em larga escala nas carrocerias de seus veículos urbanos.

A Comil usou 1.175 toneladas de alumínio na fabricação de 2.221 carrocerias no ano passado, média de 529 quilos por veículo. De acordo com o supervisor de Engenharia da empresa, Alberto Zafreveski, o custo do metal em 2006 para a empresa ficou em R\$ 15 milhões e, entre janeiro e maio de 2007, a encarregadora utilizou 532 toneladas na fabricação de 1007 carrocerias, o que representa um gasto de R\$ 7 milhões. Até o final do ano a estimativa é que sejam gastos R\$ 16,6 milhões com a



utilização do metal nos 2.650 veículos previstos para a produção deste ano. Segundo Zafrzevski, a Comil usa chapas e laminados de alumínio para fazer o revestimento externo dos veículos, as tampas do motor e do bagageiro, utiliza alumínio corrugado em pisos e assoalhos dos ônibus urbanos e também aplica o metal nas escadas e no revestimento interno do bagageiro. Também são usados extrudados em perfis de estrutura e de acabamento.

Entre as aplicações mais recentes de alumínio pela Comil estão o uso do metal injetado na fabricação de peças com função estrutural ou de acabamento, como os suportes dos porta-pacotes, os aparadores de braço das poltronas e o alumínio fundido na braço de sustentação do espelho retrovisor dos carros. "Atualmente há uma aplicação maior do alumínio na fabricação de carrocerias. O uso de injetado, por exemplo, é recente, coisa de pouco mais de um ano", afirma Zafrzevski. Segundo ele, a Comil utiliza dez tipos de ligas de alumínio e recicla 100% da sucata gerada no processamento do metal, o que representa 7,75% do total usado na produção das carrocerias. "Se usássemos aço no lugar do alumínio, os veículos teriam uma tonelada a mais de peso", afirma.

A utilização do metal nas carrocerias fabricadas pela Induscar-Caio cresceu 10% nos últimos anos e já representa

18% do custo de fabricação da encarçadora, segundo o diretor industrial da empresa, Maurício Cunha. Para ele, o crescimento da participação do alumínio na fabricação das carrocerias de ônibus depende diretamente do valor do metal e também de novas aplicações. "A evolução do alumínio vai depender do preço e das novas características do material", afirma. Cunha aponta como vantagens no uso do alumínio a redução do peso e a conseqüente diminuição do consumo de combustíveis pelos veículos e a capacidade de reciclagem do metal. A empresa tem um índice de reaproveitamento de 6,5% do metal usado no processo de produção.

Na Masacarello, o uso do alumínio nas carrocerias representa 13% do custo dos veículos e as principais aplicações do metal pela empresa são na fabricação dos revestimentos laterais, nos assoalhos dos veículos fabricados para o segmento de ônibus urbanos e também em revestimentos internos, como bagageiros, por exemplo. Segundo o diretor comercial da empresa, Jacel Deuzanoswki, entre as maiores vantagens na utilização do alumínio estão a redução no peso dos carros e a garantia de preservação da qualidade dos ônibus.

Para o presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus (Fabus), José Antônio Fernandes Martins, nos últimos anos o alumínio per-

deu terreno para o aço galvanizado na fabricação de estruturas dos ônibus urbanos, mas consolidou uma participação cativa em áreas como o revestimento externo dos veículos e atingiu índices que dão pouca margem para um crescimento expressivo no curto prazo. "Houve uma grande substituição de perfis de alumínio por perfis de aço galvanizado, por exemplo", afirma Martins. O presidente da Fabus afirma que o aumento do uso do alumínio pelo setor vai acompanhar o aumento das vendas e novas aplicações vão depender do preço do metal no mercado. Para ele, mesmo com a entrada em vigor da legislação que prevê uma fiscalização mais rígida sobre o excesso de peso dos veículos, prevista para 2008, a expectativa é que não haverá forte substituição de outros metais pelo alumínio na fabricação das carrocerias. "O mercado de ônibus em geral tem crescido bastante e isto reflete no uso do alumínio. O segmento de veículos rodoviários e urbanos, por exemplo, vêm apresentando crescimento da ordem de 13% 14% desde o início do ano e isto vai elevar a participação", diz ele.

De acordo com a Abal, a expectativa para o mercado de alumínio no Brasil é que as vendas do metal cresçam em torno de 4,1% a 4,6% até 2015 e a diferença nos índices vai depender de novas aplicações do metal. ■



## ITINERÁRIO LightDot

- Tecnologia LightDot
- Para urbanos, rodoviários e micros
- Totalmente eletrônico
- Alta visibilidade dia e noite
- Controle automático de intensidade





# Pioneiros da serra

Para a Viação Montenegro, empresa gaúcha de transporte metropolitano de passageiros, renovar parte da frota regularmente é uma das receitas para aumentar a lucratividade e crescer 10% ao ano

■ SONIA CRESPO

Quase todas as empresas familiares de transporte urbano de passageiros que prosperaram através dos tempos têm histórias semelhantes sobre suas trajetórias de sucesso, construídas à base de trabalho árduo. Uma das mais tradicionais do Rio Grande do Sul, a Viação Montenegro, sediada na cidade de mesmo nome, na Serra Gaúcha, festejará seus 60 anos, em 2008, com os bons resultados financeiros alcançados nos últimos tempos. A empresa vem registrando um crescimento anual de 10% no faturamento – em 2006 a cifra alcançou R\$ 27 milhões. Para este ano, a receita esperada é de R\$ 30 milhões. E como não existe crescimento sem investimento, a companhia adota uma estratégia renovação anual de 12,5% de sua frota, atualmente com 131 ônibus – 105 ônibus e 26 microônibus – com chassis Mercedes-Benz e Volkswagen e carro-

cerias Marcopolo, Busscar, e Comil.

Este ano a empresa adquiriu cinco microônibus Piá, da Comil, com chassi Volkswagen 9.150, e 12 ônibus Marcopolo Torino Geração VI, com chassi Volkswagen 17.230 EOD. Os microônibus, que vêm equipados com calefação – recurso essencial para que os passageiros suportem as baixas temperaturas da serra durante o inverno – serão utilizados nas operações de transporte por fretamento contínuo no Pólo Industrial de Triunfo. Os modelos metropolitanos atenderão à linha intermunicipal entre Montenegro e Porto Alegre. Ao todo foram investidos R\$ 4 milhões, estima o diretor João Flávio Koch, filho do fundador Fernando Koch. "A renovação atende às crescentes demandas de transporte da região", conta o executivo. Atualmente o share da empresa nos transportes públicos é de 70%.

A Viação Montenegro (conhecida pela sigla Vimsa) integra um grupo com mais três empresas: a Viação Silas, que tem 27 ônibus e opera parte do transporte urbano da cidade de Montenegro, a Expresso Azul, com frota de 70 ônibus, que opera no transporte metropolitano do Alto Taquari, entre as cidades gaúchas de Lajeado, Estrela e Soledade, e a Concessionária Copasa-Comercial de Peças e Automóveis. Apenas entre a Vimsa e a Silas, são percorridos um milhão de quilômetros por mês. A Vimsa teve início em 1948, quando Fernando Koch, um jovem trabalhador, associou-se ao amigo Otávio Souza e comprou um ônibus Ford 1941, que tinha carroceria de madeira e acabamento em chapas de ferro. A primeira linha ligava Montenegro a Porto Alegre, via São Sebastião do Caí. Era um percurso de 80 quilômetros, que incluíam um trecho em



João Flávio Koch: "A renovação atende às crescentes demandas de transporte da região"

balsa, entre Matiel e São Sebastião. Quando o tempo estava bom, a viagem levava cerca de quatro horas (hoje esse percurso tem 60 quilômetros e dura uma hora). A região da Serra Gaúcha ainda era um enorme descampado, e as cidades mantinham comunicação através de estradas de terra pouco transitáveis. "Tínhamos a concorrência do trem, que na época era mais rápido e mais barato que nós", lembra João Flávio.

No início do século passado, os habitantes da região se deslocavam em direção à capital gaúcha de barco a vapor, navegando pelo Rio Caí. Com a construção da linha férrea, o fluxo de transporte nesse trajeto deslocou-se para os trens, que cruzavam por Montenegro vindos de Santa Maria e de Caxias do Sul, em direção à capital gaúcha, formando o principal ramal ferroviário do estado. Quando Fernando Koch decidiu aventurar-se no negócio, poucos passageiros optavam pelo ônibus. As longas distâncias foram encurtando quando as estradas da região começaram a ser asfaltadas e o trem de passageiros parou de circular, entre 1955 e 1956. Com o falecimento do patriarca da família, sua esposa, Dona Aracy, tomou a frente dos negócios e até hoje, aos 92 anos, participa das decisões diretivas da empresa. João Flávio, Mozar e Vera Regina, seus filhos, também conduzem a

administração do grupo. Com o passar dos anos a Região Metropolitana de Porto Alegre foi se industrializando e a Viação Montenegro decolou nos negócios. Em 1981, quando foi inaugurado o III Pólo Petroquímico, a empresa, que tinha 50 ônibus e quatro microônibus, iniciou as atividades de fretamento. "Começamos nesta atividade com dois ônibus e quatro microônibus. Hoje o fretamento da Montenegro opera com 50 veículos e responde por cerca de 37% da receita da empresa.

**SERVIÇOS DIFERENCIADOS** – A Viação Montenegro trabalha com 121 ônibus. Entre as empresas Silas e Montenegro, são atendidas 19 municípios localizados essencialmente na região oeste de Porto Alegre. As empresas atendem 137 linhas em 470 horários diários, para transportar uma média de 12 milhões de passageiros por ano, somadas as operações de transporte intermunicipal, metropolitano, urbano e de fretamento. João Flávio Koch informa que a Montenegro atua no Vale do Baixo Caí, nas cidades de Montenegro, Portão, Estância Velha, Capela de Santana, Santa Rita, Ivoti, Maratá e Brochier, além de parte da região do Vale do Rio dos Sinos e do Rio Jacuí, sempre com destino a Porto Alegre. Ao todo são 15 localidades. Ele explica que a bilhetagem ele-

trônica será o próximo avanço a ser adotado pelas empresas do grupo. "Por enquanto estamos estudando as propostas de fornecedores especializados, que já estão implantando o sistema em outras empresas da região. Queremos escolher o modelo mais adequado e funcional para nossos passageiros", diz.

O transporte metropolitano da Montenegro oferece três tipos de serviços diferenciados: o direto, que realiza viagens sem paradas entre duas cidades, o semi-direto, que tem algumas paradas programadas para embarque e desembarque, e o comum, que pára em todos os pontos de interesse dos passageiros. Mesmo tendo o transporte metropolitano como carro-chefe dos negócios, a Montenegro vem aproveitando as crescentes oportunidades de transportar turistas que visitam a região, rica em vinícolas, para fortalecer o serviço de fretamento eventual.

A Viação Montenegro possui ampla sede de 12 mil m<sup>2</sup> e trabalha com 334 funcionários, entre próprios e terceirizados. As duas oficinas responsáveis pela manutenção permanente da frota estão localizadas em Montenegro – na sede – e em Canoas. De acordo com João Flávio Koch, 60% do faturamento da empresa são provenientes do transporte metropolitano e 40% vêm do fretamento. ■



*A Expresso Princesa dos Campos, do Paraná, sobreviveu às tempestades econômicas durante 74 anos*

# A majestade das rodovias paranaenses

**Uma das mais antigas empresas de transporte rodoviário de passageiros do Paraná, a Expresso Princesa dos Campos reforça as operações na região dos Campos Gerais com a aquisição de 28 novos ônibus**

SONIA CRESPO

A região centro-oeste do Paraná, onde a geografia predominante é de um vasto relevo de campos e pradarias, tem em seu belo cenário o constante vai-e-vem dos ônibus de uma das mais modernas empresas de transporte rodoviário de passageiros do Brasil, a Expresso Princesa dos Campos, que irá completar 74 anos em 2008. A companhia, que está sediada na cidade de Ponta Grossa, viveu altos e baixos em demandas e períodos de incerteza — a exemplo do que passou a maioria das empresas desse segmento durante os úl-

timos seis anos — mas sobreviveu às tempestades econômicas porque aproveitou bem as oportunidades de renovação, ocasiões que revelam empresários visionários e companhias competentes. Além do ramo rodoviário, a viação também se dedica ao transporte metropolitano entre mais de 30 cidades localizadas no Vale do Ribeira, em São Paulo, e ao fretamento, operando entre localidades de grande movimentação turística, como o percurso Ponta Grossa-Curitiba-Paranaguá, que tem cerca de 200 quilômetros, e Curitiba-Foz

de Iguaçu, com 637 quilômetros. A frota, de 294 ônibus, — com chassis Volvo, Volkswagen, Scania e Mercedes-Benz —, preserva a idade média de seis anos e é uma das únicas do estado a ser controlada permanentemente pelo opacímetro, aparelho eletrônico que mede o volume de gases tóxicos emitidos pelos veículos. "Este ano a empresa já investiu R\$ 9 milhões em renovação da frota, adquirindo 28 ônibus: 15 rodoviários Volvo B12 e Scania K 310 com carroceria Busscar, e 13 metropolitanos Volkswagen com

carroceria Comil", revela o diretor operacional da Princesa dos Campos, Valter Alberti. A empresa é administrada atualmente por seis diretores, que também são acionistas.

A viação realiza, hoje, conexões entre 227 municípios da região central e oeste do Paraná, do norte de Santa Catarina e das regiões sudeste e sudoeste de São Paulo, incluindo a capi-



Os motoristas dos primeiros Ford eram o filho Alberto e o genro Alcindo

tal. Essa quantidade de localidades gera um fluxo de 16 mil viagens por mês, de acordo com informações divulgadas pelo Departamento de Marketing da empresa, segundo o qual o maior movimento está concentrado nas linhas intermunicipais, como a conexão Ponta Grossa-Curitiba, que é o roteiro com a maior demanda de passageiros. Na seqüência vêm as linhas metropolitanas, como Serranópolis (PR)-Medianeira (PR) – o menor roteiro percorrido, com 13 quilômetros –, as linhas interestaduais e fretamento, nessa ordem. Por mês é transportada uma média de 816 mil pessoas. O volume de passageiros de 2006 chegou à marca dos 9,6 milhões de passageiros, o que representou um crescimento de 3% em relação aos números de 2005. Os diretores da empresa fazem uma projeção de resultados para 2007 semelhantes aos alcançados no ano passado. As distâncias percorridas por mês chegam a 2,4 milhões de quilômetros. Entre os segmentos rodoviário, fretamento e metropolitano é utilizado um contingente de 447 motoristas.

A implantação de garagens ao longo dos percursos realizados pela Princesa dos Campos é uma medida adotada para fortalecer o bom atendimento à população. São sete no Paraná – Ponta Grossa, Cascavel, Curitiba, Foz do Iguaçu, Registro, Guarapuava e Toledo – e uma na ca-

pital paulista. Em cada uma delas há uma oficina mecânica própria, com mecânicos treinados para dar mais agilidade aos serviços e, ao mesmo tempo, mais segurança às viagens. Em cinco dessas garagens – Cascavel, Toledo, Guarapuava, Ponta Grossa e São Paulo –, a empresa implantou salas vip para os passageiros. A de São Paulo, particularmente, oferece um serviço especial: em vez de descer no Terminal Barra Funda, o passageiro pode continuar viagem até a garagem, onde se encontra a sala vip, e lá tomar o café da manhã ou usar as dependências para banho. O local oferece também um serviço de *shuttle* até o Terminal Tietê.

Nas rodas do passado, entre as décadas de 1920 e 1940, a região dos Campos Gerais vivia uma onda de desenvolvimento acelerado, com intensas negociações comerciais e chegada de novos imigrantes. O surgimento da Princesa dos Campos, em 1934, acompanhou e contribuiu para esse crescimento, unindo as duas principais cidades da região, Ponta Grossa e Guarapuava. Na época, os veículos de transporte de passageiros eram chamados de "diligências". A primeira delas foi construída pelo mecânico Pedro Mezomo, fundador da empresa, a partir de um caminhão com uma carroceria de madeira, no qual ele instalou alguns bancos de tábuas. O veículo transportava malas

postais dos correios e passageiros entre Guarapuava e Ponta Grossa, realizando duas viagens por semana. Com o tempo, ele conseguiu adquirir mais dois veículos, um Ford 1931 e um Ford 1934. Os motoristas desses veículos eram seu filho Alberto e seu genro Alcindo, que ampliaram o fluxo da linha para quatro viagens semanais.

Mesmo enfrentando ad-

versidades como a precariedade das estradas – a maioria delas era de terra – e a falta de recursos, a Princesa dos Campos tinha pela frente um longo caminho a percorrer diante da demanda de passageiros que surgia a cada dia, entre as primeiras localidades atendidas. Em 1940, transferiu sua sede de Guarapuava para Ponta Grossa e incorporou outras empresas do segmento, expandindo os negócios e a área de abrangência. Foi, nessa época, a primeira empresa a conseguir o número de registro do Departamento de Estradas de Rodagem (DER). Também durante esse período surgiram três das principais linhas da empresa atualmente: Curitiba-Ponta Grossa, Ponta Grossa-Guarapuava e Curitiba-Guarapuava. A partir de 1975, já consolidada entre os paranaenses, iniciou um processo de expansão para fora do estado. Em outubro a empresa já ligava o oeste de Santa Catarina e o sudoeste do Paraná com São Paulo. Entre as novas linhas estavam São Miguel D'Oeste (SC)-São Paulo (SP) e Francisco Beltrão (PR)-São Paulo (SP). Foi a partir de 1988 que a Princesa dos Campos passou a ser responsável pelas linhas metropolitanas do Vale do Ribeira, paraíso do ecoturismo no interior paulista. A empresa tem hoje 1.420 funcionários e 650 colaboradores terceirizados, que prestam serviços a mais de 8 milhões de clientes por ano. ■

# Constantino leva a Penha

**Numa das mais relevantes transações dos últimos anos no segmento rodoviário de passageiros, o grupo liderado por “Nenê” Constantino fica com a operadora de Camilo Cola com sede em Curitiba**

■ ARIVERSON FELTRIN

A família Constantino, liderada por “seu Nenê”, criador da Gol Linhas Aéreas, apesar do sucesso da aviação, está longe de aposentar seu ramo de origem, o segmento de ônibus. Assim, acaba de dar uma nova cartada ao negociar a compra de uma das maiores e mais tradicionais companhias, a Empresa de Ônibus Nossa Senhora da Penha, pertencente ao Grupo Itapemirim.

O pedido oficial de transferência do controle da família Cola para a família Constantino foi protocolado na Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT), confirmou Andrea Cola, diretora comercial do Grupo Itapemirim.

A Penha é a nona maior empresa do setor rodoviário de passageiros no ranking da ANTT. Tem um faturamento em torno de R\$ 100 milhões e uma frota de 200 ônibus.

O Grupo Itapemirim, fundado por Camilo Cola, tem vários outros negócios, além de ônibus. O objetivo, com a venda, é centrar foco nas demais atividades, uma delas a Marbrasa, classificada como a maior exportadora de mármore e granitos do Brasil, com unidade na sede do conglomerado, em Cachoeiro de Itapemirim, no Espírito Santo, e outro empreendimento em fase de construção na cidade de Colatina, no mesmo estado.

A Penha representa 10% do faturamento do conglomerado Itapemirim, que tem na Viação Itapemirim, seu maior negócio.

Líder no ranking da ANTT no relevante indicador que mensura passageiros pagos vezes quilômetros percorridos e com frota de mil ônibus, a Viação Itapemirim,



fundada em 1953, é atualmente a maior companhia de ônibus da América do Sul. “Sua frota de ônibus, com a característica cor amarela, cobre mais de 85% do território nacional, atingindo a média de 300 milhões de quilômetros percorridos por ano”, informa o site do Grupo Itapemirim. Inquieto, Camilo Cola tem entre suas várias criações, o Tribus, o primeiro ônibus de três eixos do País, além do Clip, furgão sem portas. Durante anos as oficinas de Cachoeiro de Itapemirim fizeram o “truque” e o furgão, ambos para uso exclusivo.

A Penha, embora de menor porte, tem abrangência destacada no Brasil — serve diretamente os estados do Sul, Sudeste e Nordeste —, além de cobrir países vizinhos como a Argentina. A negociação feita entre os Cola e Constantino passa por redistribuição das linhas da Penha de maneira que outras empresas possam absorver rotas que estejam no raio de influência. Considerados ícones entre os empresários de ônibus, tanto Camilo Cola como Constantino “Nenê”

de Oliveira estão radicados em Brasília. Cola exerce mandato de deputado federal pelo Espírito Santo. “Nenê”, nascido em Patrocínio (MG), mora na capital federal há anos.

Ambos têm origens simples. Se amealharam fortunas, há pelo menos duas explicações: conjugaram o verbo economizar e sempre tiveram perspicácia nos negócios.

Outro elemento comum entre o início dos negócios de Camilo Cola e “Nenê” Constantino está nos caminhões. Ambos, no começo da carreira empresarial, tiveram caminhões, no tempo em que eram importados e movidos a gasolina — isto, evidentemente, lá se vão seis décadas.

A opção pelo ônibus marcou a carreira dos dois pioneiros, sem falar no segmento da aviação, também buscado por ambos. Camilo Cola chegou a operar a Ita, mas não deu continuidade, enquanto “Nenê”, em 2001, criou a Gol Linhas Aéreas, a segunda maior companhia aérea do País e uma das que mais têm crescido no negócio da aviação mundial. ■

# ADMINISTRAÇÃO DE FROTAS DE VEÍCULOS

## 22 e 23 de Outubro de 2007

Administrar transportes implica gerenciar com menores custos, conseqüentemente com maior produtividade e rentabilidade. Grande parte das decisões estratégicas da administração de uma frota tem como principais questões o controle e a redução de custos operacionais dos veículos.

Os sistemas de manutenção, bem como o modo de substituir os procedimentos subjetivos ou sentimentais na hora de vender o veículo, adotando processos matemáticos, identificam o momento econômico exato para sua substituição.

Mediante o desenvolvimento de uma abordagem objetiva e descomplicada, o curso oferece inúmeras alternativas para o alcance dos objetivos a que se propõe o treinamento.



O curso "Administração de Frotas de Veículos" faz parte do projeto InCompany. Para saber mais, ligue 11-5096-8104.

### OS TÓPICOS ABORDADOS

#### Manutenção de frota

Sistema de manutenção  
Oficinas de manutenção  
Custos de oficinas de manutenção

#### Custos operacionais de veículos

Classificação dos clientes  
Custos fixos  
Custos variáveis  
Método de cálculo para custos fixos  
Método de cálculo para custos variáveis  
Administração de custos  
Fatores que influenciam na variação dos custos  
Mapas de custos, relatórios gerenciais e sistemas de controle

#### Planejamento de renovação de frota

Política de renovação de frota  
Dimensionamento de frota  
Adequação de frota  
Frota própria x frota contratada

### A AGENDA

8h00 - 8h30 Credenciamento  
10h00 - 10h15 Coffee Break  
12h00 - 13h00 Almoço  
15h00 - 15h15 Coffee Break  
17h30 Encerramento

### PREÇO DE INSCRIÇÃO

R\$ 600,00  
Consulte-nos. Preços especiais para participantes de outros temas, e para empresas com mais de 1 (um) participante.

### O LOCAL

Travel Inn Ibirapuera  
Av. Borges Lagoa, 1.209  
São Paulo - SP  
(11) 5080.8600

### O INSTRUTOR



**Piero Di Sora** - Técnico em máquinas e motores pela Escola Técnica Federal de São Paulo; engenheiro industrial mecânico pela Pontifícia Universidade

Católica; especialista em treinamento gerencial na área de Administração de Transporte; coordenador do Sub-Comitê de Transportes (por 5anos) e do Comitê de Gestão Empresarial da Eletrobras, ex-superintendente de Transporte e Serviços da Eletropaulo. Experiência de mais de 25 anos na área de transporte; instrutor e consultor em nível nacional de empresas públicas, privadas de pequeno, médio e grande portes e multinacionais.

### INFORMAÇÕES GERAIS

#### Inclusos:

Material Didático, coffee break, almoço, estacionamento e certificação ao término do curso.

#### Formas de Pagamento:

Depósito Bancário:  
Banco Sudameris - Agência 682  
Conta Corrente 017163000-6.  
Cartão de Crédito: Visa (Através

do número do seu cartão).  
Cheque Nominal, no Local do evento.  
Boleto Bancário  
Emissão de Recibo mediante a apresentação do pagamento, através do fax - (11) 5096.8104.

**Substituição:**  
O Titular da inscrição poderá

indicar outro profissional de sua empresa para substituí-lo, devendo informar por escrito. O não comparecimento do inscrito incorre na não devolução da taxa de inscrição.

**Dados do Realizador:**  
OTM Editora Ltda. - Responsável pelas revistas Transporte Moderno

e Technibus.  
Av. Vereador José Diniz, 3.300  
Cj. 702 - Campo Belo  
CEP 04604-006  
São Paulo - SP  
CNPJ. 02.671.890/0001-99  
PABX (11) 5096.8104  
**0800.7028104**  
e-mail:  
otmeditora@otmeditora.com.br

#### ORGANIZAÇÃO:



#### REALIZAÇÃO:



#### TRANSPORTADORA OFICIAL:



#### INFORMAÇÕES:

11-5096.8104 / 08007028104  
otmeditora@otmeditora.com.br  
Departamento de Eventos

# Brasileiro precisa viajar mais

**Encontro promovido pela Anttur, que reuniu no Rio de Janeiro transportadores de turismo e fretamento, propôs medidas para estimular o hábito pela viagem**

Os desafios para a expansão sustentável de frota, a regulamentação e a sucessão em empresas familiares foram os temas que nortearam o 6º Encontro Nacional dos Transportadores de Fretamento e Turismo, realizado nos dias 24 e 25 de maio no Hotel Intercontinental, na zona sul do Rio de Janeiro. Durante os dois dias de evento, os empresários do setor puderam, além de trocar idéias e experiências, debater com os órgãos reguladores impasses e propostas para se fomentar o serviço no País. O encontro foi promovido pela Associação Nacional de Transportadores de Turismo e Fretamento (Anttur).

Propostas para um novo impulso do setor foram apresentadas pelo secretário nacional de Políticas de Turismo, Airton Nogueira Pereira Júnior, um dos palestrantes da mesa-redonda "Novas Diretrizes para a Evolução do Setor". De acordo com ele, o governo federal prepara-se para lançar, ainda este ano, programas de incentivo ao turismo interno, que devem ter reflexo positivo nos serviços de fretamento rodoviário e aéreo.

"O fortalecimento do mercado interno é a grande prioridade do plano nacional. Temos um mercado interno pequeno, se comparado com alguns países com o mesmo potencial do Brasil. Porém, o tamanho do País, as dificuldades na interface aérea-rodoviária, a inexistência do transporte ferroviário para passageiros em larga escala e a precariedade das estradas dificultam a aceleração dos projetos turísticos. O nosso grande desafio no mercado interno, entretanto, é a cultura da viagem. O brasileiro viaja pouco dentro

do próprio país. Temos de criar o hábito da viagem", destacou Pereira Júnior. Ele ressaltou, ainda, que um dos papéis do governo é facilitar a articulação entre o serviço de fretamento e o de hotelaria, além de aumentar a oferta, tanto de pacotes aéreos quanto rodoviários.

O secretário lembrou que atualmente o ministério está realizando a revisão do plano nacional de turismo, lançado em abril de 2003. De acordo com Pereira Júnior, estão sendo elencados quais serão os desafios a serem enfrentados no



Martinho Ferreira de Moura, presidente reeleito da ANTUR



# 6º Encontro Nacional dos Transportadores de Fretamento e Turismo

Dias 24 e 25 de maio de 2007



VOLVO

RENAULT

NISSAN

DAEWOO

COMIL

35 do



*Empresários do setor de transporte debateram com os órgãos regulamentadores impasses e propostas para fomentar o serviço de fretamento e turismo*

período de 2007 a 2010. “A fase inicial é uma ação no mercado internacional que deverá ser aperfeiçoada. O governo brasileiro, com a criação do ministério do Turismo, deu à Embratur a missão exclusiva de participação de promoção do produto turístico brasileiro no mercado internacional. O Plano Aquarela, plano de marketing internacional que posicionou o Brasil, definiu marca, mercados e a mensagem adequada para cada um”, acrescenta ele.

Na agenda da secretaria, está o lança-

mento, em agosto, do programa para apresentados, que poderão usar o crédito consignado para o pagamento dos pacotes turísticos. Também será lançado um programa diferenciado para os estudantes e os trabalhadores, visando à melhoria da distribuição da viagem durante todo o ano. No caso dos estudantes, há uma tentativa de aprovação junto ao Ministério da Educação para que se estabeleça uma semana de viagem por ano, com conteúdo pedagógico, para cada escola. Seriam escolhidos roteiros em várias cidades bra-

sileiras históricas, distribuídos durante todo o ano letivo.

Já o programa para os trabalhadores visa incentivar a utilização do benefício do pagamento de um terço de férias para um programa de viagem. Segundo Pereira Júnior, os entendimentos com o Ministério do Trabalho ainda estão no início. “Considero o rodoviário fundamental para o sucesso desses programas e para o fortalecimento do mercado interno”, concluiu ele.

O presidente da Federação das Empresas de Transporte de Passageiros por Fretamento do Estado de São Paulo (Fresp), Maurício Garcias, destacou a preocupação do setor em relação a alguns itens da proposta de mudança da resolução 1.166, da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT), que dispõe sobre a regulamentação da prestação do serviço de transporte rodoviário interestadual e internacional de passageiros, sob o regime de fretamento.

“A questão de informar a relação de passageiros com a antecedência proposta, por exemplo, chega a ser um contra-



*Fabricantes de chassis e carrocerias aproveitaram o evento para promover seus produtos e serviços*



**Airton Pereira, secretário nacional de Políticas de Turismo: fortalecimento do mercado interno é a grande prioridade**

senso, até em relação ao benefício de podermos utilizar a internet, o que nos dá o imediatismo que o transporte exige”, afirmou Garcias.

A argumentação do setor foi recebida de forma positiva pelo presidente da ANTT, José Antônio Schmitt de Azevedo. “É importante a colaboração de todos para que a revisão da resolução 1.166 seja concluída. Desde a criação da agência, sentimos uma busca incessante do setor em aprimorar suas atividades. Durante esses cinco anos de convivência, saímos de uma situação absolutamente artesanal e improvisada para chegar ao estágio em que estamos hoje”, comentou ele.

Além da política governamental, um outro aspecto relacionado ao sucesso das companhias do setor foi abordado: “A Sucessão Familiar”. Com cerca de 95% das empresas de serviços de transporte rodoviário de passageiros nas mãos de administrações familiares, o advogado Miguel Silva, do escritório Miguel Silva & Yamashita, defendeu a importância de os fundadores de empresas tratarem do assunto em vida.

“Sabemos que o tema é um tabu, mas na realidade, as empresas que passam por um processo estruturado de sucessão familiar reagem melhor ao afastamento de seu fundador”, defende o advogado. Ele apresentou um estudo sobre sucessão familiar realizado em 2005. De cada 100 empresas familiares criadas, apenas 34 passam da segunda para a terceira geração e apenas 12 da terceira para a quarta.

“O primeiro passo é entender que a empresa não é uma extensão do lar. Ao pensar em sucessão, o fundador deve identificar qual ou quais de seus filhos devem tomar a frente do negócio. É difícil tomar esta iniciativa, mas é necessário para que

a empresa chegue até os seus netos”, avalia o advogado.

Segundo Silva, muitas empresas ainda não se deram conta de uma mudança do Novo Código Civil, de 2002, que dá ao cônjuge o status de herdeiro legítimo. Desta maneira, se o fundador morre, sua atual esposa passa a ser herdeira da empresa, da mesma maneira que as noras ou genros do fundador também podem se tornar herdeiros legítimos. “A regra vale, inclusive, para casos em que a empresa foi constituída antes do casamento, mesmo que seja com separação parcial de bens”, adverte o especialista. Ele acrescenta, no entanto, que existem ferramentas legais capazes de neutralizar o problema.

“Uma alternativa é a elaboração de um estatuto para a sucessão familiar. Este servirá de referência para situações futuras. Empresas que cuidam da sucessão familiar têm melhor avaliação por parte de clientes e fornecedores. O mesmo ocorre com os bancos, que podem fazer uma análise mais detalhada de risco de crédito, por exemplo, o que pode possibilitar condições especiais”, explica Miguel Silva.

A atração do cliente por meio da identidade visual da frota foi abordada no painel “Programação Visual de Frota como Fato de Competitividade”, conduzido por João de Deus Cardoso. Em sua palestra, ele destacou que as cores e imagens utilizadas nas carrocerias dos ônibus são capazes de transmitir emoções e princípios de uma empresa. “Não adianta usar cores da moda, pois nem sempre estas são apropriadas para se colorir uma frota. É preciso se realizar um estudo mais detalhado sobre a identificação que os ônibus devem ter, como, por exemplo, elementos regionais para atrair o cliente. Hoje em dia, muitos acham que basta um computador para fazer o desenho”, comentou. ■



**Na área externa, fabricantes expuseram suas novidades**

# PNEUS, O SEGUNDO MAIOR CUSTO DE UMA FROTA.

**SUA CORRETA  
ADMINISTRAÇÃO  
FAZ A DIFERENÇA.**

**16 e 17 de Agosto de 2007**

**IN**Company

O curso "Gerenciamento de Pneus"  
faz parte do projeto InCompany.  
Para saber mais, ligue 11-5096-8104.

Em parceria com a Vipal, a editora OTM estará realizando o curso **GERENCIAMENTO DE PNEUS PARA FROTA**, abordando a importância da administração de um produto que hoje representa o segundo maior custo de uma frota. O objetivo deste curso é preparar as pessoas envolvidas direta ou indiretamente em todos os processos de manutenção e operações de uma frota para que obtenham procedimentos corretos na sua administração.

## OS TÓPICOS ABORDADOS

- Informações Gerais sobre Pneus
- Legislação, Construção, Rodas, Geometria, Desgastes Anormais e Defeituosidade em carcaças.
- Montagem e Desmontagem Método e Cuidados na Reforma e no Conserto de Pneus.
- Escolha do melhor Pneu
- Escolha de Desenhos
- Controles e Custos
- Pressões Ideais
- Recomendação de utilização

## A AGENDA

8h00 - 8h30 Credenciamento  
10h00 - 10h15 Coffee Break  
12h00 - 13h00 Almoço  
15h00 - 15h15 Coffee Break  
17h30 Encerramento

## PREÇO DE INSCRIÇÃO

R\$ 500,00

Consulte-nos. Preços especiais para participantes de outros temas, e para empresas com mais de 1 (um) participante.  
(estão inclusos no valor da inscrição, o material didático, certificação, almoços, coffee breaks e estacionamento)

## O LOCAL

Travel Inn Ibirapuera  
Av. Borges Lagoa, 1209  
São Paulo - SP  
(11) 5080-8600

## O INSTRUTOR



**Carlos Augusto Braatz**, 29 anos de experiência no ramo de pneus. Entre as atividades destacamos, 7 anos como gerente em empresa multinacional fabricante de pneus, 8 como proprietário de empresa de transporte de cargas e 14 na fabricação de produtos para reforma de pneus. Nestes 14 anos atuou como responsável pela área de pós-venda no Brasil e América Latina, Instrutor do Centro de Treinamentos ministrando cursos para os diversos profissionais do setor de Reforma de Pneus, SEST/SENAT e Consultor no gerenciamento de pneus em frotas.

## INFORMAÇÕES GERAIS

### Inclusos:

Material Didático, coffee break, almoço, estacionamento e certificação ao término do curso.

### Formas de Pagamento:

Depósito Bancário:  
Banco Sudameris - Agência 682  
Conta Corrente 017163000-6.  
Cartão de Crédito: Visa (Através

do número do seu cartão).  
Cheque Nominal, no Local do evento.  
Boleto Bancário  
Emissão de Recibo mediante a apresentação do pagamento, através do fax - (11) 5096.8104.

### Substituição:

O Titular da inscrição poderá

indicar outro profissional de sua empresa para substituí-lo, devendo Informar por escrito. O não comparecimento do inscrito incorre na não devolução da taxa de inscrição.

### Dados do Realizador:

OTM Editora Ltda. - Responsável pelas revistas Transporte Moderno

e Technibus.  
Av. Vereador José Diniz, 3.300  
Cj. 702 - Campo Belo  
CEP 04604-006  
São Paulo - SP  
CNPJ. 02.671.890/0001-99  
PABX (11) 5096.8104  
0800.7028104  
e-mail:  
otmeditora@otmeditora.com.br

### ORGANIZAÇÃO:



### REALIZAÇÃO:



**transporte**  
Todos os modos

### TRANSPORTADORA OFICIAL:



### INFORMAÇÕES:

11-5096.8104 / 08007028104  
otmeditora@otmeditora.com.br  
Departamento de Eventos

Código deste curso: E1836SAO

# Apelido, Zezinho, sobrenome, Caio

**Na galeria dos mais destacados vendedores de ônibus do País, José Vendramini, ao completar 45 anos de carreira, pincela fatos e pitorescas histórias dessa profícua trajetória**

■ ARIVERSON FELTRIN

Simplemente Zezinho, mas, se quiserem, ele tem um sobrenome: Caio. Zezinho da Caio, assim é conhecido nesses quatro cantos do Brasil. Pudera! É uma vida e tanto. Para ser exato, são 45 anos trabalhando no ramo de ônibus.

José Gildo Vendramini, é este seu nome oficial, entrou para o mundo do ônibus, lembra ele, no dia 26 de abril de 1962, como aprendiz de arquivista da Caio, sigla das iniciais da Companhia Americana Industrial de Ônibus.

A Caio ficava ainda na rua Guaiúna, na Penha, na cidade de São Paulo, mesmo bairro onde nasceu e cresceu Zezinho. "Foi meu primeiro emprego na vida", lembra ele. "Entre como aprendiz de arquivista. E na realidade com muito orgulho, eu servia café para os gerentes de vendas".

Depois de começar literalmente de baixo, quase da cozinha, Zezinho foi aos pouquinhos, bem lentamente, subindo os mais altos degraus da hierarquia na empresa.

"Passei a recepcionista, depois auxiliar de vendas", puxa ele na memória. Antes, ralou muito. "Nesses anos todos, passamos por várias crises na Caio". Recordar-se, especialmente, de um episódio muito difícil. "Éramos 17 pessoas no setor interno de vendas e recebimento de chassis. Houve uma crise e 16 funcionários foram demitidos. Fiquei sozinho recebendo chassis, abrindo ordens de serviço, programando a produção e entre-



**Zezinho: "Comecei servindo cafezinho"**

gando carrocerias. Foi verdadeiramente um período delicadíssimo", conta.

A Caio foi praticamente o primeiro e único emprego da vida de José Vendramini. Ainda garoto, imberbe, entrou na empresa pelas mãos do tio Moacyr, já falecido, que lhe disse na ocasião uma frase dura, mas inesquecível. No primeiro dia de trabalho, quando cruzou a portaria da Caio, ouviu a seguinte recomendação: "Daqui para fora eu sou o seu tio, mas daqui para dentro não conheço você".

Claro, foi um tratamento de choque. Mas

Zezinho depois compreendeu que era para seu bem. E lembra, além dos familiares, de pessoas importantes que marcaram a sua trajetória profissional. Destaca, no pedestal de importância, várias pessoas, desde o fundador da Caio, José Massa, seus filhos Luís Massa e José Roberto Massa, genros Ruggero Cardarelli e Cláudio Regina até os netos José Massa Neto, Luiz Antonio Massa, Marcelo Massa e Luiz Massa Neto.

A não ser a estatura miúda de Zezinho, que pouco mudou, muita coisa se transformou nestes praticamente 45 anos em que ele se dedica à Caio. "Quando comecei, como aprendiz de arquivista, atividade que incluía servir cafezinho, isto em 1962, fa-

bricávamos na unidade do bairro da Penha duas carrocerias por dia. Chegamos, depois, a um número recorde de dez unidades diárias", diz ele. "Era outra época. Dificilmente alguém comprava ônibus com financiamento de terceiros. Era tudo direto entre a Caio e o cliente, com vendas parceladas em 12 ou até 24 meses". Claro, de há muito tempo, a situação de crédito é totalmente outra. Os agentes financeiros substituíram o financiamento direto, "E hoje os prazos podem chegar a 78 meses", lembra Zezinho.



**"Quando comecei, como aprendiz de arquivista, atividade que incluía servir cafezinho, isto em 1962, fabricávamos na unidade do bairro da Penha duas carrocerias por dia. Chegamos, depois, a um número recorde de dez unidades diárias"**

A Caio, claro, como o Brasil, também mudou muito. De duas unidades diárias, na acanhada fábrica da Penha, deu um grande salto para 31 carrocerias diárias, já em Botucatu, cidade do interior paulista, para onde se transferiu, numa espaçosa fábrica onde está até hoje.

"Tudo está diferente. O ciclo de fabricação da carroceria encurtou muito. Antes, usava-se bastante na estrutura do veículo a chapa preta. Depois, veio a chapa galvanizada terrametalizada e chegamos até a adotar estrutura

de alumínio, principalmente na Caio-Norte, em Jaboatão, no estado de Pernambuco, e na Caio-Rio, a ex-Metropolitana", recorda Zezinho.

Houve momentos de embaraços na carreira do personagem Zezinho. Uma delas ocorreu quando mudou de emprego. Ele telefonava para as empresas de ônibus

para falar com os clientes e dizia para a secretária: "Quem quer falar é o Zezinho da Caio, que está na Neobus!".

Em outros breves momentos profissionais, trabalhou na Ciferal e na catarinense Busscar, mas retornou à Caio, já concordatária, a pedido dos então proprietários.

Levantada a concordata, com os atuais controladores da Induscar-Caio, Zezinho está desde o início, em 2001. A marca, desde então, está em franca retomada – com o apogeu em 2007, quando deverá bater todos os recordes desde sua fundação, há mais de 60 anos.

Aposentado, mas só por tempo de trabalho, Zezinho continua ativíssimo na Caio. Com sua característica humildade, enfatiza: "A cada dia que passa aprendemos mais e mais e mais. Hoje, lido com empresários, na maioria, da segunda ou até terceira geração, que de notebook, acompanham o desenvolvimento dos produtos, gastos de combustíveis, todos os passos da manutenção, as revendas de veículos usados, enfim, estão muito atentos e contam com a tecnologia da informação para exercer essa vigilância".

Sobre planos pessoais à frente, prefere não enfrentar os desígnios do imponderável destino: "Digo sempre e repito agora: o futuro, só Deus sabe". ■



*Na linha variada de modelos da Caio, uma das atrações é a carroceria biarticulada*



LCD  
DVD Player  
Sistema de Câmera de Ré  
Monitores





# Telinha a bordo

**Notícias, músicas e espaço publicitário integram a programação, renovada diariamente, para exibição durante todo o horário de operação dos ônibus**

■ RAIMUNDO DE OLIVEIRA

O novo sistema de publicidade nos ônibus urbanos da SPTrans, o BusTV, na capital paulista, pode gerar um repasse anual de cerca de R\$ 29 milhões para a autarquia se cada um dos atuais 15.030 veículos tiver um único contrato mensal de R\$ 160, valor inicial que será cobrado de cada anunciante por veículo por mês. Por determinação da Secretaria Municipal de Transportes, 10% do valor pago pelos anunciantes ficarão com a SPTrans e devem ser investidos na melhoria do sistema de transportes da cidade de São Paulo. O BusTV, sistema audiovisual com monitores de LCD instalados dentro dos veículos, terá programação própria de uma hora de 20 minutos, sendo dois terços de exibição de conteúdo que vai de noticiário jornalístico a clipes musicais e

o restante destinado à publicidade. A programação será renovada diariamente e a exibição será feita durante todo o horário de operação das linhas.

Uma portaria da Secretaria Municipal de Transportes em junho regulamentou o funcionamento e estabeleceu as regras de exibição de conteúdos, de publicidade e também os repasses para a SPTrans. A portaria estabelece, além das normas para a veiculação de publicidade e de informações, que 10% do conteúdo da programação sejam destinados a assuntos institucionais da SPTrans. Segundo estimativas do departamento de marketing da autarquia, a abrangência dos monitores de TV para toda a frota da capital pode ocorrer em 2010.

De acordo com José Nader, diretor de Marketing da SPTrans, a expectativa é que

o novo sistema de mídia dentro dos ônibus seja uma boa alternativa para publicidade no município, já que as restrições impostas pela programa Cidade Limpa, que limita a publicidade nos espaços públicos da capital, diminuiu consideravelmente este mercado publicitário, e também uma fonte de receita extra para a SPTrans. Com base na estimativa para 2007 de 500 ônibus equipados com os monitores, o repasse anual para o órgão é de pelo menos R\$ 2,5 milhões. O novo sistema e os anúncios no vidro que fica localizado atrás do motorista e na parte superior das janelas, limitados a no máximo dois com tamanho de 30 cm por 80 cm, serão os únicos permitidos nos veículos urbanos que fazem o transporte de passageiros na capital. O modelo ante-

rior de publicidade explorado nos ônibus urbanos de São Paulo, que destinava parte da traseira dos veículos para os anúncios, foi extinto e os últimos contratos devem expirar em três meses.

O novo sistema é operado por uma empresa, a BusTV, e também será implementado, inicialmente em fase de teste como foi feito em São Paulo, em outras capitais como Belo Horizonte, Rio de Janeiro, Salvador, Curitiba, Recife, Fortaleza e grandes cidades paulistas como Campinas, Santos, Guarulhos e São José dos Campos. A empresa está negociando a implementação do sistema de publicidade em ônibus urbanos também em Buenos Aires e na Cidade do México.

Durante o período de testes na capital paulista, realizado entre fevereiro e junho, 140 ônibus circularam com dois

monitores instalados e a previsão é que até o final deste ano 500 veículos estejam equipados com os aparelhos de TV. Na fase de testes, a programação do BusTV teve anunciantes como Unilever, McDonald's e Casas Pernambucanas e recebeu avaliação média de 8,3 pontos em uma escala de zero a dez por parte dos usuários de uma das linhas consultados em uma pesquisa feita pelo DataFolha. Os monitores em fase de testes foram colocados em veículos que fazem itinerários em cinco áreas da capital sendo dois televisores em cada veículo convencional e três nos modelos articulados.

O diretor comercial da BusTV, João Coragem, afirma que a expansão dos monitores para o restante das linhas de ônibus da capital paulista vai depender da resposta do mercado. Até o final des-

te ano o público estimado pela BusTV é de 16,2 milhões de pessoas quinzenalmente, sendo 10,8 mil por veículo a cada quinzena e 720 por dia em cada ônibus. Para 2008, a meta é que os aparelhos estejam em funcionamento em 1,2 mil veículos. "Nossa estratégia de atuação é para o Brasil todo e também para a América Latina, somos uma empresa 100% brasileira e temos planos para atuar também na Argentina, México e outros países da região", afirma João Coragem. Segundo ele, entre os critérios usados para definir em quais veículos serão instalados os aparelhos na fase inicial estão as condições dos ônibus (os novos terão preferência), o movimento das linhas e os modelos, ficando os microônibus, por enquanto, fora do programa. ■

## Assine **Technibus** e receba em sua empresa os melhores anuários do setor.



Technibus apresenta um panorama atualizado do setor de transporte de passageiros. Análises com enfoque econômico abordam o desempenho e as tendências do transporte urbano de passageiros, rodoviário e de fretamento e turismo. As expectativas do setor, novos produtos e os avanços da TI – incorporados ao transporte público – são acompanhados de perto por Technibus.

### E MAIS!

Assinando Technibus você e sua empresa ainda recebem os mais completos anuários, que mostram guias setoriais inéditos, diferenciados, caracterizados por denso conteúdo de informações com reportagens e análises sobre as trajetórias do transporte de passageiros.

**TECHNI**  
**bus**  
TRANSPORTE COLETIVO  
E TRANSITO

LIGUE  
11- 5096.8104  
E FAÇA JÁ  
SUA ASSINATURA.

# Produção crescente

**A Mascarello chega ao quarto ano de produção com mais de 3 mil carrocerias montadas e anuncia, para agosto, o lançamento do modelo rodoviário Roma**

SONIA CRESPO

Prestes a completar quatro anos de existência, em agosto deste ano, ocupando um parque fabril de 83 mil metros quadrados – com 16,8 mil de área construída, localizado em Cascavel, no Paraná, a encarroçadora Mascarello já anunciava, em maio, a marca de 3 mil ônibus fabricados, volume que representa 1.100% a mais que as 250 unidades produzidas em 2003, primeiro ano de atividades.

Especialmente em 2007, a fabricante quer chegar à marca dos 1.200 ônibus, quantidade que representa crescimento de 19,6% em relação aos 1.003 carros produzidos em 2006. Nos quatro anos de existência, a Mascarello registrou crescimento anual médio de quase 30%, com 604 carros fabricados em 2004 e 839 em 2005.

"Neste primeiro semestre de 2007 vamos fechar com 600 unidades concluídas, perto de 30% a mais que as 461 carrocerias fabricadas em 2006", comemora Jacel Duzanoswsky, diretor comercial da Mascarello. O executivo aproveitou para anunciar uma novidade para agosto: o lançamento de uma versão rodoviária, que se chamará Roma e integrará à atual linha dos seis veículos da empresa: o Gran Mini, GranMicro, Gran Midi, GranVia Low Enter, GranFlex e GranVia Midi.

A nova versão rodoviária da encarroçadora tem, segundo Duzanoswsky, design mais atualizado e conceitual. "O ônibus está mais leve, mas funcional",



revela, acrescentando que, para isso, a engenharia da encarroçadora testou vários tipos de novos acessórios e componentes mais leves e resistentes. Ao mesmo tempo, o executivo conta que o projeto do Roma é consequência de um trabalho de um ano e meio de estudos realizados pela empresa, que começaram com a criação do micro rodoviário, passaram pelo midi GranFlex e pela versão intermunicipal e desembocaram no aprimorado projeto do rodoviário Roma. "Treinamos nossa mão-de-obra para trabalhar no novo projeto", acrescenta o diretor comercial. Ele já tem montado o calendário de produção para o modelo Roma: a partir de agosto a produção será de um carro por dia. O Roma será adaptável a todos os chassis existentes no mercado brasileiro. A Mascarello começou com apenas 50 empregados e hoje possui 680 funcionários.

A exemplo das demais encarroçadoras, a Mascarello reduziu o volume de expor-

tações, que abastecem basicamente a América Latina, e direcionou sua produção para o mercado doméstico, "hoje muito mais rentável", avalia. O diretor calcula que em 2006, cada unidade exportada dava retorno de 17% do valor de produção e este ano esse valor é de 10%. No ano passado, a encarroçadora vendeu para o mercado externo 170 unidades e este ano Duzanoswsky estima que o volume caia 30%, para 120 carros.

Durante 2007, o crescimento da produção de ônibus não destacou nenhum dos modelos da Mascarello, em particular. "Temos pedidos para todos nossos produtos, de maneira igualitária", diz. Já os mercados compradores são diferenciados: o executivo estima que 60% de sua produção total são destinados à região Sudeste. Para 2007, ele prevê que o faturamento chegue aos R\$ 110 milhões, ou seja, 20% a mais que em 2006. ■



# Reserve um lugar de destaque na edição mais esperada do ano.



UMA EDIÇÃO HISTÓRICA



"Maiores & Melhores do Transporte & Logística" sempre acompanhou de perto a história do setor. Agora, ao completar 20 anos, traz uma retrospectiva e uma homenagem às empresas que continuaram – algumas de forma dramática e heróica – suas trajetórias de sucesso. A edição que circula durante a entrega do prêmio, destaca também, com amplas reportagens, as empresas vencedoras de 2007 e faz uma análise detalhada de cada setor. Publica ainda um ranking completo e atualizado das principais empresas de transportes **Aéreo de Carga**, **Aéreo de Passageiros**, **Ferroviário de Carga**, **Ferroviário de Passageiros**, **Marítimo e Fluvial**, **Rodoviário de Carga**, **Rodoviário de Passageiros**, **Fretamento e Turismo**, **Metropolitano de Passageiros**, **Operador Logístico**, **Prestadores de Serviços** e **Indústria**.

**Anuncie em "Maiores & Melhores" e comece a garantir visibilidade e retorno institucional para os próximos 20 anos.**

**Entrega de material: 10 de novembro de 2007**

**Circulação: 28 de novembro de 2007**



Mais informações - 11 5096-8104 - [otmeditora@otmeditora.com.br](mailto:otmeditora@otmeditora.com.br)

# Um ano promissor

**Com acessíveis opções de financiamento para a compra de ônibus, o mercado se aquece, as encarroçadoras recobram o fôlego de produção e projetam um ano de bons resultados**

■ SONIA CRESPO

A produção de carrocerias de ônibus fechou o primeiro semestre deste ano em ritmo de crescimento para praticamente todas as encarroçadoras do País. As constantes renovações e expansões de frotas urbanas em cidades de diversas regiões estão fazendo a fabricação de ônibus urbanos bater recordes — o segmento já responde por 56,5% do total de ônibus produzidos. A economia aquecida alavanca as vendas e as facilidades oferecidas pelos financiamentos para a compra de ônibus estão acalentando o sonho de crescimento das encarroçadoras. A revista Technibus consultou sete das dez encarroçadoras em atividade atualmente e constatou que a expectativa geral é manter esse ritmo de expansão até o final do ano.

Primeira do ranking nacional de produção, segundo a Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus (Fabus), a Induscar-Caio fechou os primeiros seis meses com produção de 3.540 veículos — 3.080 unidades para o mercado interno e 460 destinados à exportação —, o que representa um volume aproximadamente 12% superior em relação ao registrado em 2006. Para este ano, a empresa projeta aumentar a produção em até 10%, chegando às 6.550 unidades — em 2006 foram 5.964. A Induscar-Caio tem forte penetração em mercados da região Sudeste, como os estados de São Paulo e Minas Gerais. A encarroçadora é a maior fabricante de carros urbanos, demanda que mais cresce para a fabricante: de janeiro a maio deste ano saíram da linha de produção 2.344



*Induscar-Caio fechou o semestre em primeiro lugar com 3.540 carrocerias*

veículos para esse segmento, cerca de 20% a mais que as 1.956 unidades no mesmo período anterior. Entre os 16 modelos produzidos pela encarroçadora, o urbano Apache Vip ainda é o mais comercializado, responsável por 44% das vendas para o setor.

Nas encarroçadoras Marcopolo e Ciferal (empresas do mesmo grupo), segundo e quarto lugares, respectivamente, na produção nacional de carrocerias conforme os dados da Fabus, o destaque nas vendas neste primeiro semestre ficou por conta do aumento na comercialização de ônibus rodoviários, que subiu 18,7% de janeiro a maio deste ano, em relação a igual período de 2006. De acordo com as informações divulgadas pela Marcopolo, o crescimento gradual no número de passageiros transportados em trajetos interregionais, interestaduais e internacionais — que deverá ser de 10% em 2007 — é o maior responsável por essa demanda. As vendas das versões urbanas (carro-chefe de produção da Ciferal), também alcançaram um resultado significativo, cres-

cendo 7,9%. A produção no Brasil acumulada de janeiro a maio chegou às 5.545 unidades, volume 3,1% maior que em 2006. Ao todo foram fabricadas 6.421 unidades, sendo 2.003 para o mercado externo. Marcopolo e Ciferal têm, juntas, 39,2% de participação na produção nacional de ônibus.

Nos parques industriais da Ciferal, em Duque de Caxias (RJ), e da Marcopolo, em Caxias do Sul (RS), são fabricados 21 modelos de ônibus: 11 versões rodoviárias, seis urbanas, três micros e uma de mini-ônibus. Os ônibus urbanos são os mais comercializados e representam cerca de 40% da produção total. Os dirigentes da Marcopolo salientam ainda que a produção, em geral, está sendo beneficiada pela percepção da economia de combustível e da redução nos índices de poluição proporcionada pelos novos modelos de chassis, que vêm equipados com motores eletrônicos Euro III. A Marcopolo estima fechar o ano de 2007 com uma produção de 16.800 carrocerias em todas as suas unidades no mundo. No ano passado, a

encarroçadora formou duas joint ventures: uma na Rússia, com a empresa Ruspromauto, e outra na Índia, com a Tata Motors. Com esta última, a fábrica deverá entrar em operação a partir de 2008.

Também controlada pela Marcopolo, a Volare – divisão com produção voltada para o segmento de mini e microônibus – encerrou o semestre com produção de 1.500 veículos, sendo 86 unidades destinadas ao mercado externo. Até o final do ano a encarroçadora pretende duplicar esse volume e alcançar a marca de três mil unidades fabricadas, o que representará um crescimento de 8% nos resultados. O mercado de miniônibus se consolidou no transporte urbano das grandes cidades, no modelo de lotação. A Volare aponta os estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio Grande do Sul e Distrito Federal e a cidade de Manaus como os principais mercados nacionais. A própria empresa estima, hoje, um share de 50% nas vendas domésticas de miniônibus. De acordo com informações divulgadas pela montadora, o segmento que mais tem crescido é o de fretamento e turismo, que impulsionou as vendas dos modelos W8 e V6. Além desses miniônibus, a encarroçadora produz os modelos W9, V8, V6 e V5, nas versões urbana e lotação, executivo vip e escolar.

Na Comil, a produção destinada ao mercado interno prevista até o final de junho é de 1.220 unidades. No período de janeiro a maio, esse volume foi de 1007 carrocerias, 16,7% superior ao do ano anterior, de acordo com Wilson Nandi de Medeiros, diretor comercial da encarroçadora. O executivo avalia que 80% dos ônibus fabricados destinam-se ao mercado interno. "Nossas exportações sofreram retração em consequência da valorização do real frente ao dólar, mas, ainda assim, manteremos nossos contatos com o exterior, para novas negociações", prevê,



**A Marcopolo estima fechar 2007 com produção de 16,8 mil carrocerias no mundo**

mesmo diante de uma redução de 30% nesse segmento, comparado ao ano passado. A encarroçadora de Erechim (RS) fabrica atualmente dez modelos de ônibus: quatro rodoviários, dois urbanos, um intermunicipal e três microônibus.

Medeiros aponta a região do Distrito Federal, mais especificamente a cidade de Brasília, como a mais significativa em termos de demanda nacional. "Só neste primeiro trimestre deste ano vendemos para empresas de transporte urbano dessa região 60% do total de nossa produção, ou 317 ônibus", revela. Essa expansão nas vendas domésticas, ele diz, reflete o interesse dos empresários do setor em renovar e expandir suas frotas. "Ao mesmo tempo", complementa, "os financiamentos a longo prazo estão com juros mais baixos, o que reduz os custos de investimentos". Além disso, ele avalia que houve uma ligeira expansão no setor de fretamento e turismo, além de uma melhora salarial da população, "que se reflete prontamente no nosso setor". Para o mercado interno, a Comil quer fechar o ano de 2007 com 2.514 unidades produzidas, volume que representará um aumento de 13% em relação a 2006. Atualmente com share de 9% no País, a encarroçadora quer intensificar sua atuação nas regiões Norte, Nordeste e Sudeste, estabelecendo conta-

tos mais próximos com clientes, para recuperar o share de 14% alcançado em 2002.

A demanda maior por ônibus também ampliou a produção da Mascarello, que encerrou a produção deste semestre com 600 carrocerias montadas. Jacel Duzanoswski, diretor comercial da empresa, diz que a meta de produção para este ano será de 1.200 unidades, quase 20% a mais que o ano passado (ver matéria nesta edição).

Mesmo com o real em alta, a encarroçadora Irizar, instalada em Botucatu (SP), mantém sua produção essencialmente dirigida ao mercado externo. João Paulo Cunha Ranalli, gerente de Relações com o Mercado, diz que 76,5% da produção mensal atual, de duas unidades por dia, são exportados para mercados do Chile, África do Sul, Egito, Peru, Costa Rica e Uruguai. De janeiro a maio a fabricação totalizou 162 unidades – 76 unidades do modelo Century e 86 do Intercentury – demanda praticamente igual à registrada no mesmo período de 2006, de 164 carrocerias. Para o segundo semestre, a empresa espera intensificar os negócios e fechar o ano com a marca de 500 unidades, um crescimento de pouco mais de 10% sobre as 466 carrocerias fabricadas ao longo do ano passado. "Do volume a ser produzido, vamos exportar ao menos 50%", estima Ranalli. ■

# Cerco aos poluidores

## Prefeitura de São Paulo inspeciona toda a frota cadastrada de ônibus de fretamento para tentar reduzir a poluição

RAIMUNDO DE OLIVEIRA

Até novembro, os 3,2 mil ônibus que compõem a frota de ônibus de fretamento cadastrada pela Prefeitura de São Paulo devem ser vistoriados quanto à emissão de poluentes. A inspeção começou em maio e, em média, 30 veículos são vistoriados por dia pelo Departamento de Transporte Público (DTP). Segundo a diretora do departamento, Regina Barros, até o dia 18 de junho foram inspecionados 273 veículos, sendo que 243 foram aprovados. Entre eles, 190 ônibus foram classificados como ótimo em relação à emissão de poluentes e 53 foram considerados como bons. Dos 30 veículos reprovados na vistoria, 18 tiveram a emissão considerada ruim e 12 foram classificados como muito ruins na emissão de poluição. "A nossa expectativa é que entre 15% e 20% dos veículos devem apresentar problemas", afirma Regina.

Na inspeção, o DTP utiliza opacímetros, aparelhos que medem os níveis de emissão de poluentes e que foram cedidos pela Petrobras. Nos casos de reprovação, os veículos inspecionados são notificados para um novo teste em um prazo de 30 dias. Trinta veículos foram reprovados até meados de junho pela fiscalização do DTP. Caso sejam reprovados novamente ou não compareçam à nova vistoria, os ônibus são multados em R\$ 1 mil. Segundo a diretora do departamento, os proprietários dos veículos que forem multados podem reaver 90% do

valor pago pela multa depois que cumprirem um termo de ajuste e forem aprovados em nova vistoria.

O diretor do Sindicato das Empresas de Transporte de Passageiros por Fretamento para Turismo da Região Metropolitana de São Paulo (Transfretur), Jorge Miguel dos Santos, aponta a fiscali-



Os ônibus reprovados serão multados em R\$ 1 mil

zação realizada pela prefeitura como uma boa medida para as empresas legalizadas que operam o transporte fretado na capital. O sindicato apóia a iniciativa da administração municipal e vê a medida como uma forma de ajudar no combate à atuação dos fretados clandestinos em São Paulo. Para o Transfretur, os veículos que operam no transporte regularizado já passam por vistorias quanto à emissão de poluição feitas a cada quatro meses nas garagens das empresas. A estimativa do sindicato é que cerca de 3 mil veículos atuem de forma clandestina no mercado de fretamento na Grande São Paulo.

mento na Grande São Paulo.

A fiscalização dos ônibus usados no transporte de fretamento faz parte das medidas de combate à poluição implementadas pela prefeitura e que integram o programa de inspeção veicular, que prevê para 2008 a fiscalização de toda a frota de automóveis, ônibus e cami-

nhões da capital paulista. O programa vincula a vistoria da emissão de poluentes ao licenciamento dos veículos e, para poder dar conta do trabalho, a administração prevê a implantação de 30 centros de inspeção. Outra estratégia da prefeitura será a adoção de um sistema de fiscalização remoto, pelo qual os veículos serão inspecionados durante os deslocamentos, sem precisarem parar ou fazer qualquer procedimento específico para a vistoria. Este sistema usa raios ultra-

violeta e infravermelho que farão a medição de velocidade, aceleração e da emissão de poluentes.

No monitoramento feito pela Companhia de Engenharia Companhia de Tecnologia de Saneamento Ambiental (Cetesb) durante o ano passado, os veículos na capital foram responsáveis por 98% das emissões de monóxido de carbono, 96% de óxidos de nitrogênio, 93% de hidrocarbonetos, 35% de óxido de enxofre e de 40% de material particulado. O objetivo da prefeitura é diminuir estes índices de emissão entre 30% e 40% com as medidas de fiscalização. ■

# CURSOS TÉCNICOS, FERRAMENTAS PARA GESTÃO DE NEGÓCIOS.

A Editora OTM oferece três grandes oportunidades para todos profissionais da área de transporte. Os cursos, **Cálculo de Custos Operacionais de Veículos**, **Logística na Manutenção de Frotas** e **Planejamento na Formação de Frotas** são ferramentas indispensáveis para empresários, gerentes e outros profissionais envolvidos na gestão, operação e manutenção de frotas que buscam aumentar sua competitividade e lucros de suas empresas.

**28 de Agosto de 2007**

## CÁLCULO DE CUSTOS OPERACIONAIS DE VEÍCULOS

Este curso irá preparar e capacitar os participantes para que possam calcular e administrar de forma eficaz os custos operacionais, buscando aumentar a competitividade e os lucros da empresa.

### Programa

1. Custos Operacionais de Veículos
  - 1.1 - Classificação dos custos
  - 1.2 - Método de cálculo para custos fixos
  - 1.3 - Método de cálculo para custos variáveis
  - 1.4 - Administração dos custos operacionais
  - 1.5 - Fatores que influenciam na variação dos custos
  - 1.6 - Planilhas de cálculo de custos operacionais de veículos
  - 1.7 - Sistemas de controle, relatórios gerenciais
2. - Apresentação de software para cálculo de custos operacionais.

Nota: Os participantes deverão trazer calculadora para execução de exercícios.

Carga Horária: 8 Horas

Valor da inscrição: R\$ 300,00

Agenda:	Início	8h30
	Coffee Break	10h00 - 11h15
	Almoço	12h00 - 13h00
	Coffee break	15h00 - 15h15
	Término	17h30

**29 de Agosto de 2007**

## LOGÍSTICA NA MANUTENÇÃO DE FROTA DE VEÍCULOS

### Programa:

1. - **Manutenção de frota de veículos**
  - 1.1 - Definição de manutenção e objetivos de um plano de manutenção
  - 1.2 - Sistema de manutenção
    - 1.2.1 - Manutenção de operação
    - 1.2.2 - Manutenção preventiva, corretiva, reforma geral
  - 1.3 - Diretrizes de um plano de manutenção
2. - **Oficinas de manutenção**
  - 2.1 - Manutenção terceirizada
  - 2.2 - Manutenção própria - aspectos relevantes
  - 2.3 - Análise comparativa entre alternativas
3. - **Balanceamento econômico do sistema de manutenção**
4. - **Custos de oficinas de manutenção**
5. - **Dimensionamento de pessoal operacional de oficina.**

Carga Horária: 8 Horas

Valor da inscrição: R\$ 300,00

Agenda:	Início	8h30
	Coffee Break	10h00 - 11h15
	Almoço	12h00 - 13h00
	Coffee break	15h00 - 15h15
	Término	17h30

**30 de Agosto de 2007**

## PLANEJAMENTO NA FORMAÇÃO DE FROTA DE VEÍCULOS

### Programa:

1. - **Planejamento de frota**
  - 1.1 - Política de renovação de frota
    - 1.1.1 - Aspectos teóricos/conceituais de modelo
    - 1.1.2 - Aspectos metodológicos
    - 1.1.3 - Aspectos operacionais
    - 1.1.4 - Aplicação prática de modelo
2. - **Dimensionamento de frota**
3. - **Adequação de frota**
4. - **Frota própria x frota contratada**

Valor da inscrição: R\$ 300,00

Agenda:	Início	8h30
	Coffee Break	10h00 - 11h15
	Almoço	12h00 - 13h00
	Coffee break	15h00 - 15h15
	Término	17h30

*(estão inclusos nos valores das inscrições, o material didático, certificação, almoços, coffee breaks e estacionamento)*

### O Instrutor:



**Eng. Piero Di Sora** - Técnico em máquinas e motores pela Escola Técnica Federal de São Paulo; engenheiro industrial mecânico pela Pontifícia Universidade Católica; especialista em treinamento gerencial na área de Administração de Transporte; coordenador do Sub-Comitê de Transportes (por 5 anos) e do Comitê de Gestão Empresarial da Eletrobras, ex-superintendente de Transporte e Serviços da Eletropaulo. Experiência de mais de 25 anos na área de transporte; instrutor e consultor em nível nacional de empresas públicas, privadas de pequeno, médio e grande portes e multinacionais.

### Público:

Empresários, gerentes, supervisores, encarregados e demais profissionais envolvidos com a gestão, operação e manutenção de frotas de veículos.

### Local:



Rua Américo Brasiliense, 2613 Chácara Sto Antonio  
São Paulo SP - CEP 04715-004  
Tel: (55 11) 5187-2955 / Fax: (55 11) 5187-295506

ORGANIZAÇÃO:



REALIZAÇÃO:



TRANSPORTADORA OFICIAL:



INFORMAÇÕES:

11-5096.8104 / 08007028104  
otmeditora@otmeditora.com.br  
Departamento de Eventos

Código deste curso: E1856SAO

## Volare lança miniônibus adaptados para deficientes



A Volare desenvolveu um modelo de miniônibus adaptado para pessoas com deficiência em locomoção. O modelo, chamado de Volare Acesso Fácil (foto), possui piso rebaixado na parte traseira e é equipado com um sistema pneumático que permite o rebaixamento da suspensão e faz com que o piso do miniônibus fique no mesmo nível da calçada. Com isto, o miniônibus possibilita o acesso a passageiros em cadeira de roda. O novo modelo não tem degraus na porta traseira. Além de facilitar o acesso para deficientes físicos, o veículo também possui um espaço interno para acomodar uma cadeira de rodas e uma poltrona dupla e



Piso no nível da calçada

inteiriça para uso de passageiros gestantes, idosos, obesos ou muito altos. O veículo tem ainda janela traseira mais baixa e porta de vidro para permitir que os passageiros que usam cadeira de rodas possam ter melhor visibilidade durante o percurso. O miniônibus tem quatro bancos destinados a pessoas com deficiência e piso antiderrapante. Além disso, possui corrimão tátil e sinalizações em relevo no piso para facilitar a utilização por deficientes visuais e um painel com informações escritas sobre o itinerário para atender a necessidade dos deficientes auditivos. Os primeiros modelos a entrar em circulação estão rodando em Campinas (SP).

## Venda de chassis de ônibus cresce 20,7% no semestre

A venda de chassis de ônibus no mercado interno cresceu 20,7% no primeiro semestre deste ano em relação ao mesmo período de 2006. Segundo dados divulgados pela Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), foram vendidos 13.064 chassis entre janeiro e junho deste ano frente às 10.820 unidades no primeiro semestre de 2006. A Mercedes-Benz manteve a liderança no segmento com 7.023 unidades vendidas no período, seguida pela Volkswagen (3.667), Agrale (1.741), Scania (486), Iveco (117) e Volvo (30). As vendas de chassis de ôni-

bus tiveram uma queda de 11,3% em junho em relação ao mês anterior. No mês passado foram vendidos 2.226 chassis e em maio a venda atingiu 2.509 unidades. Em 2006, foram comercializado no mercado interno 19.182 chassis de ônibus, o que representou um aumento de 20% em relação às 16.004 unidades vendidas em 2005. As exportações de chassis de ônibus desmontados no primeiro semestre registraram queda de 35,9% em relação ao mesmo período de 2006 e as de chassis montados caíram 14,6% no período em relação aos seis primeiros meses de 2006.

## Ipiranga e Shell aderem ao programa B5 do Rio

A Ipiranga e a Shell também aderiram ao programa "B5 na Frota de Ônibus do Estado do Rio", criado pela Secretaria de Transportes do estado com o objetivo de abastecer toda sua frota de ônibus com biodiesel a 5% (B5). Inicialmente, a BR Distribuidora havia aderido ao programa. A Ipiranga e a Shell já fornecem o biodiesel a 2% (B2) para abastecimento da frota de ônibus do estado fluminense. De acordo com a Secretaria de Transportes do Estado do Rio, a Ipiranga e a Shell passam a fornecer neste mês o combustível com índice de 5% de biodiesel para as operadoras de ônibus. A se-

cretaria anunciou que, até o final do ano, todos os 18,3 mil veículos que compõem a frota estadual devem ser abastecidos com a mistura B5. Na fase inicial de testes, de três meses, a meta definida é que 3,6 mil ônibus sejam abastecidos com diesel a um percentual de 5% de biodiesel. O programa prevê que 1,5 mil veículos sejam abastecidos pela BR e o restante pela Ipiranga e pela Shell, cada uma com mil veículos abastecidos por seus combustíveis. Inicialmente, a Shell abastecerá cinco operadoras da capital e a Ipiranga, 12 empresas em diversos municípios.

## Itapemirim oferece descontos nos preços no mês de julho

A Viação Itapemirim lançou um programa de descontos especiais para o mês de julho em linhas como Salvador-Recife, Belém-Fortaleza e Rio-São Paulo. Conforme a antecedência que os usuários comprarem as passagens os descontos são maiores. De acordo com a empresa, o preço da passagem da linha Salvador-Recife em ônibus semileito sai por R\$ 55,00 e o da linha Belém-Fortaleza pode sair por um mínimo de R\$ 96,50. Haverá também descontos na li-

nha Rio-São Paulo (ida e volta). A empresa também oferece vantagens nos preços por meio de seu programa de fidelidade, pelo qual o usuário ganha um trecho grátis a cada dez viagens realizadas em seus ônibus. Neste mês de julho permite-se pela primeira vez o resgate das viagens gratuitas no período de alta temporada. Já foram distribuídas 14 mil passagens desde 2004. A empresa possui cerca de 1.500 ônibus e atende a mais de 2.000 localidades.

## Voith Turbo comemora o milésimo retarder VR 123

A Voith Turbo completou no final de junho a montagem do milésimo retarder modelo VR 123 na fábrica de São Paulo (SP), onde são produzidos os modelos usados pelas montadoras nos veículos comerciais de porte médio. Além do mercado brasileiro, a unidade paulistana fornece os retarders VR 123 para países como Alemanha, Índia e Turquia. O VR 123 é um



Retarder VR 123

equipamento auxiliar de frenagem instalado na saída da transmissão, com torque de até 1.500 Nm, e pode assumir até 90% das funções de frenagem, o que permite redução do desgaste dos freios de serviço, além de manter os freios sempre frios para uso de emergência. O equipamento também contribui para evitar desgaste em pneus, na transmissão e no motor.

## José Antônio F. Martins reeleito presidente do Simefre

O Sindicato Interestadual da Indústria de Materiais e Equipamentos Ferroviários e Rodoviários (Simefre) reeleger José Antônio Fernandes Martins para o cargo de presidente. Martins terá um novo mandato de quatro anos no comando da entidade. Ele é vice-presidente da encarregadora gaúcha Marcopolo e assumiu, pela primeira vez, a

presidência do Simefre em julho de 1998. O empresário, que disputou a presidência em chapa única, foi reeleito para o cargo no final de junho.

De acordo com o sindicato, entre os projetos para o novo mandato estão a busca por melhorias na infra-estrutura de transporte, das condições de financiamentos de veículos metroferroviários, de ônibus,

reboques e semi-reboques, e a ampliação da rede de metrô e de trens metropolitanos, implantação de ciclovias e de corredores exclusivos de ônibus e a efetivação do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) com envolvimento de transporte público urbano e de cargas, além de implementação de medidas como segurança para o tráfego

de motos, redução da carga tributária e adoção de salvaguardas contra importações.

Junto com Martins, integram a nova diretoria do Simefre Luís Fernando Ferrari, José Antônio Rodrigues, Siegfried Ellwanger, Carl Alvenius, Marcos Alonso José da Cunha, Rubens Facchini, Laerte Herrero, Carlos Braconi e Renan Feghali.

### BUSINESS

# 11-5096.8104

## ligue e assine

TECHNI  
**bus**  
TRANSPORTE COLETIVO  
E TRÂNSITO

### FERRAMENTA DE LIMPEZA

51.3635.1555

Ref.: 300,2



Dispensa escada.

Cabo de alumínio de: 1,5m; 2m e 3m.

Fios florados de PET; com espuma.

Pará-brisas, corredores e carrocerias.

e-mail: [odim@odim.com.br](mailto:odim@odim.com.br)

site: [www.odim.com.br](http://www.odim.com.br)

**ODIM**  
Desde 1927

## Rio terá mapa de transportes da região metropolitana



A Secretaria Estadual de Transportes do Rio de Janeiro e a Socicam, empresa que administra o terminal rodoviário da capital fluminense, lançam o primeiro mapa de transportes da Região Metropolitana do Rio. O Rio Mapa foi desenvolvido pela empresa de distribuição Take1 e tem como objetivo fornecer informações sobre as alternativas de transporte público da região metropolitana aos turistas que visitam a cidade e os principais pontos turísticos do Rio. A previsão é que a publicação, editada em português e em inglês, tenha periodicidade mensal e atualizações de acordo com o calendário de grandes eventos que

serão realizados no município. A primeira edição terá informações sobre os Jogos Panamericanos do Rio, que começam neste mês. A Região Metropolitana do Rio possui 1.090 linhas de ônibus intermunicipais, com 6.167 veículos, sendo 4.920 urbanos convencionais, 143 urbanos com ar condicionado, 982 rodoviários convencionais e 122 rodoviários com ar condicionado, que foram responsáveis por 64% dos 704,2 milhões de passageiros transportados em 2005. A região tem também 38,5 km de metrô, 264 km de faixas de trem, que atendem 15 de seus 17 municípios, três linhas de barcas e 1.815 vans que operam 300 linhas.

## Ações para melhorar a segurança no trânsito serão premiadas

Ações, programas, idéias e campanhas desenvolvidos no Brasil com o objetivo de melhorar o trânsito no território nacional vão receber o Prêmio Volvo de Segurança no Trânsito, concedido pela Volvo do Brasil. Neste ano, pela primeira vez, haverá a categoria transportadoras de cargas ou de passageiros. Podem participar pessoas que desenvolvem trabalhos ou idéias na área de segurança no trânsito que visam melhorar a segurança e reduzir o número e a gravidade dos acidentes. A premiação terá seis categorias: cidade, empresa, imprensa, motorista profissional, geral e transportadoras de carga ou de passageiros, e duas modalidades, uma regional (Norte, Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul) e outra com abrangência nacional. As inscrições podem ser feitas até o

dia 30 de novembro. Os vencedores regionais serão premiados com um troféu Volvo de segurança no trânsito. Na modalidade nacional, além do troféu, os vencedores ganharão uma viagem à Suécia nas categorias cidade, empresa e transportadoras. Nas categorias imprensa, geral e motorista profissional, os vencedores também receberão um auxílio-viagem de R\$ 3 mil.

Na categoria cidade poderão participar administrações municipais e os trabalhos devem ser inscritos em nome das prefeituras. Na categoria transportadoras de carga e ou de passageiros podem participar empresas públicas ou privadas que tenham adotado ações de segurança entre 2006 e 2007 e os trabalhos devem ser inscritos em nome das empresas com indicação do responsável pelo trabalho.

## Fresp e Transfretur pedem rigor na fiscalização de rodoviárias clandestinas de São Paulo

A Federação das Empresas de Transporte de Passageiros por Fretamento do Estado de São Paulo (Fresp) e o Sindicato das Empresas de Transportes de Passageiros por Fretamento para Turismo de São Paulo (Transfretur) apontam o combate aos terminais irregulares de ônibus na capital paulista como forma de impedir a atuação dos clandesti-

nos no mercado de fretamento. De acordo com dados da Associação Nacional dos Transportes Públicos (ANTP), existem cerca de 50 terminais clandestinos em São Paulo. Na maior parte dos casos, os terminais são usados por empresas que atuam clandestinamente no transporte fretado de passageiros com vans e ônibus e fazem trajetos para

o interior e litoral paulista e para cidades do Nordeste brasileiro. De acordo com o Transfretur, locais como o bairro da Barra Funda concentram ônibus clandestinos que transportam familiares de presos para penitenciárias localizadas no interior de São Paulo e algumas "rodoviárias" são improvisadas em estabelecimentos comerciais da região

central da capital. Segundo a ANTP, o transporte clandestino também é feito por vans que fazem viagens para o Nordeste e costumam buscar os passageiros em toda a região da capital. Tanto para a Fresp como o Transfretur o rigor na fiscalização aos pontos de partida é uma forma eficaz de combater o transporte clandestino na cidade.



## CUSTOS OPERACIONAIS

VEÍCULO		MICROÔNIBUS COM AR		
MODELO/CARROCERIA	QUILÔMETROS RODADOS	Agrale 8.5 4x2 E-TRONIC 10.000		
CÁLCULO DOS CUSTOS FIXOS	VALOR		PART.	
	R\$	RS/KM		%
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	1441,93	0,1442	11,1	
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	1391,36	0,1391	10,8	
SALÁRIO DO MOTORISTA	1525,20	0,1525	11,8	
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIGATÓRIO	359,67	0,0360	2,8	
SEGURO FACULTATIVO	463,79	0,0464	3,6	
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	616,24	0,0616	4,8	
<b>SUBTOTAL CUSTOS FIXOS</b>	<b>5798,19</b>	<b>0,5798</b>	<b>44,8</b>	
CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS				
COMBUSTÍVEL	3398,18	0,3398	26,3	
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	802,50	0,0803	6,2	
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	1818,05	0,1818	14,0	
LUBRIFICANTE DO MOTOR	138,00	0,0138	1,1	
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	6,19	0,0006	0,0	
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	980,00	0,0980	7,6	
<b>SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>7142,92</b>	<b>0,7143</b>	<b>55,2</b>	
<b>CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)</b>	<b>12941,11</b>	<b>1,2941</b>	<b>100,0</b>	

VEÍCULO		ÔNIBUS DE FRETAMENTO		
MODELO/CARROCERIA	QUILÔMETROS RODADOS	VW 17.210 EOD 4x2 Marcopolo Paradiso1200 10.000		
CÁLCULO DOS CUSTOS FIXOS	VALOR		PART.	
	R\$	RS/KM		%
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	2562,27	0,2562	13,5	
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	2471,80	0,2472	13,0	
SALÁRIO DO MOTORISTA	1807,92	0,1808	9,5	
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	596,73	0,0597	3,1	
SEGURO FACULTATIVO	655,50	0,0656	3,5	
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	903,44	0,0903	4,8	
<b>SUBTOTAL CUSTOS FIXOS</b>	<b>8997,66</b>	<b>0,8998</b>	<b>47,4</b>	
CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS				
COMBUSTÍVEL	5840,63	0,5841	30,8	
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	708,27	0,0708	3,7	
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	2163,16	0,2163	11,4	
LUBRIFICANTE DO MOTOR	246,00	0,0246	1,3	
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	36,58	0,0037	0,2	
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	980,00	0,0980	5,2	
<b>SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>9974,63</b>	<b>0,9975</b>	<b>52,6</b>	
<b>CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)</b>	<b>18972,30</b>	<b>1,8972</b>	<b>100,0</b>	

VEÍCULO		ÔNIBUS ROD. DOUBLE DECKER COM AR		
MODELO/CARROCERIA	QUILÔMETROS RODADOS	Scania K124 6x2 3e Marcopolo Paradiso 1800 15.000		
CÁLCULO DOS CUSTOS FIXOS	VALOR		PART.	
	R\$	RS/KM		%
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	3686,07	0,2457	11,6	
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	3985,21	0,2657	12,5	
SALÁRIO DO MOTORISTA	1807,92	0,1205	5,7	
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	912,14	0,0608	2,9	
SEGURO FACULTATIVO	1120,17	0,0747	3,5	
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	1517,03	0,1011	4,8	
<b>SUBTOTAL CUSTOS FIXOS</b>	<b>13028,54</b>	<b>0,8686</b>	<b>40,9</b>	
CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS				
COMBUSTÍVEL	10782,69	0,7188	33,8	
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	2435,39	0,1624	7,6	
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	3489,75	0,2327	11,0	
LUBRIFICANTE DO MOTOR	630,00	0,0420	2,0	
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	21,27	0,0014	0,1	
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	1470,00	0,0980	4,6	
<b>SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>18829,10</b>	<b>1,2553</b>	<b>59,1</b>	
<b>CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)</b>	<b>31857,64</b>	<b>2,1238</b>	<b>100,0</b>	

VEÍCULO		ÔNIBUS RODOVIÁRIO COM AR		
MODELO/CARROCERIA	QUILÔMETROS RODADOS	Mercedes-Benz O-500 RSD 4x2 10.000		
CÁLCULO DOS CUSTOS FIXOS	VALOR		PART.	
	R\$	RS/KM		%
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	3586,94	0,3587	15,4	
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	3534,36	0,3534	15,2	
SALÁRIO DO MOTORISTA	1807,92	0,1808	7,8	
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	827,26	0,0827	3,5	
SEGURO FACULTATIVO	776,78	0,0777	3,3	
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	1110,63	0,1111	4,8	
<b>SUBTOTAL CUSTOS FIXOS</b>	<b>11643,90</b>	<b>1,1644</b>	<b>49,9</b>	
CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS				
COMBUSTÍVEL	6675,00	0,6675	28,6	
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	960,90	0,0961	4,1	
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	2423,56	0,2424	10,4	
LUBRIFICANTE DO MOTOR	244,50	0,0245	1,0	
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	25,44	0,0025	0,1	
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	1350,00	0,1350	6,4	
<b>SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>11679,41</b>	<b>1,1679</b>	<b>50,1</b>	
<b>CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)</b>	<b>23323,30</b>	<b>2,3323</b>	<b>100,0</b>	

VEÍCULO		ÔNIBUS URBANO		
MODELO/CARROCERIA	QUILÔMETROS RODADOS	Volvo B10M 4x2 Marcopolo Torino 5.000		
CÁLCULO DOS CUSTOS FIXOS	VALOR		PART.	
	R\$	RS/KM		%
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	2139,86	0,4280	13,3	
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	2200,49	0,4401	13,6	
SALÁRIO DO MOT.e COBRADOR	3325,68	0,6651	20,6	
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	575,81	0,1152	3,6	
SEGURO FACULTATIVO	525,33	0,1051	3,3	
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	767,87	0,1536	4,8	
<b>SUBTOTAL CUSTOS FIXOS</b>	<b>9535,05</b>	<b>1,9070</b>	<b>59,1</b>	
CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS				
COMBUSTÍVEL	4063,04	0,8126	25,2	
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	689,20	0,1378	4,3	
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	977,12	0,1954	6,1	
LUBRIFICANTE DO MOTOR	221,25	0,0443	1,4	
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	14,67	0,0029	0,1	
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	625,00	0,1250	3,9	
<b>SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>6590,28</b>	<b>1,3181</b>	<b>40,9</b>	
<b>CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)</b>	<b>16125,33</b>	<b>3,2251</b>	<b>100,0</b>	

VEÍCULO		ÔNIBUS URBANO		
MODELO/CARROCERIA	QUILÔMETROS RODADOS	Mercedes-Benz OF-1722 Busscar 5.000		
CÁLCULO DOS CUSTOS FIXOS	VALOR		PART.	
	R\$	RS/KM		%
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	1566,15	0,3132	10,7	
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	1665,63	0,3331	11,4	
SALÁRIO DO MOT. E COBRADOR	3325,68	0,6651	22,8	
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	445,64	0,0891	3,0	
SEGURO FACULTATIVO	454,44	0,0909	3,1	
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	695,92	0,1392	4,8	
<b>SUBTOTAL CUSTOS FIXOS</b>	<b>8153,45</b>	<b>1,6307</b>	<b>55,8</b>	
CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS				
COMBUSTÍVEL	3893,75	0,7788	26,6	
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	621,60	0,1243	4,3	
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	1185,50	0,2371	8,1	
LUBRIFICANTE DO MOTOR	122,25	0,0245	0,8	
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	12,72	0,0025	0,1	
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	625,00	0,1250	4,3	
<b>SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS</b>	<b>6460,82</b>	<b>1,2922</b>	<b>44,2</b>	
<b>CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)</b>	<b>14614,27</b>	<b>2,9229</b>	<b>100,0</b>	

# Michelin quer mudar percepção dos consumidores sobre a marca

## Campanha publicitária iniciada em junho objetiva reposicionar marca no mercado brasileiro de reposição

Com uma verba de US\$ 4 milhões, a Michelin lançou na última semana de junho uma campanha publicitária para tentar reposicionar a marca de pneus no mercado brasileiro. Entre os objetivos da nova campanha estão o de mostrar aos consumidores brasileiros que os produtos da empresa não são caros e também o de ressaltar sua relação custo-benefício. Nas peças veiculadas na TV aberta, por exemplo, um homem responde porque comprou pneus da marca Michelin e que eles custaram menos do que ele pensava.

Feita pela agência Ogilvy Group Rio, a campanha usa o boneco Bib, símbolo centenário da Michelin, e também informações de testes feitos com pneus concorrentes em centros de provas independentes como o TÜV Automotive, da Alemanha. Além das peças para veiculação em TVs abertas e fechadas, a nova campanha também terá anúncios em mídia impressa, internet e mídia exterior em aeroportos e shoppings nas principais capitais de estados do País. A nova estratégia de marketing da empresa vai abranger também os mercados da Argentina, Colômbia, Chile, Venezuela, Peru, Equador e países da América Central e do



**Campanha usa o boneco Bib, símbolo centenário da Michelin**

Caribe. De acordo com a empresa, por conta da semelhança nos hábitos de consumo, do parque automotivo e dos segmentos de mercado nos países da América do Sul e Central e do Caribe, será utilizada a mesma estratégia de marketing.

De acordo com a empresa, para definir a nova campanha publicitária da marca, foram feitos testes e estudos com consumidores de pneus de automóveis no Brasil, na Argentina, na Colômbia e no Chile.

Entre os estudos, a empresa pesquisou entre 1,6 mil proprietários de veículos que se responsabilizam pela manutenção de seus carros para avaliar o que eles levam em conta na hora de comprar pneus. Entre os itens apontados pela empresa como os mais valorizados por estes consumidores estão a segurança, a resistência a impactos, a durabilidade e a relação custo-benefício. Segundo a empresa, foram desenvolvidos quatro tipos de campanhas e, depois de uma pesquisa qualitativa e, por uma etapa de verificação, foi definida a que acaba de ser desencadeada pela marca.

Em vez de entrar na guerra de preços acionada pela importação de pneus de baixo preço, a visão da Michelin é outro caminho: oferecer mais valor ao cliente. Por isso, com a nova campanha, tenta convencer o consumidor a pagar um pouco mais para ter um produto de qualidade superior. Segundo a fabricante, por um preço apenas entre 10% e 15% acima dos produtos concorrentes, seus pneus oferecem maior segurança e durabilidade. É com este argumento que tenta conquistar novos clientes e manter a fidelidade dos que já utilizam pneus da marca. ■



ESTAMOS  
DESENVOLVENDO  
O TRANSPORTE  
DO FUTURO.

- Desenvolvimento do ITS - Sistema de Última Geração com Interoperabilidade Total
- Sistema de Bilhetagem Eletrônica de Brasília e Distrito Federal é TRANSDATA
- Sistema de Bilhetagem Eletrônica Rodoviária da Viação Cometa é TRANSDATA
- Mais de 50 projetos com Sistema de Bilhetagem Eletrônica em operação
- Soluções em Bilhetagem Eletrônica para Linhas Seccionadas em operação há mais de 2 anos

Av. Benedicto de Campos, 737 - Campinas - SP - Fone 19 3515 1100 - [transdata@transdatasmart.com.br](mailto:transdata@transdatasmart.com.br)

**Transdata**  
**smart**...

[www.transdatasmart.com.br](http://www.transdatasmart.com.br)

**Só se chega  
ao futuro  
com história.**

SCANIA  
K 340

RINO

SCANIA

**SCANIA**



Scania é referência de qualidade em transportes no mundo. Um nome que ganha dimensão ainda maior quando esse mundo se chama Brasil. É por isso que onde tem Brasil, tem Scania. Tem desenvolvimento, história e marca. Uma marca que se escreve com a determinação e o compromisso de oferecer produtos e serviços com excelência, para colocar você em primeiro lugar.

**Sempre na direção do futuro.**



[www.scania50anos.com.br](http://www.scania50anos.com.br)



**SCANIA**