

transporte

Todos os modais MODERNO

OTM
EDITORA LTDA

Ano 43 - n° 416 - R\$ 12,00

**Volkswagen cresce
com internacionalização**

**Iveco busca espaço
entre as grandes**

**Mercedes chega aos 50 anos
com bons resultados**

Bertolini integra o Norte pelas águas



Caminhão Volvo, o mais potente do mundo



www.caravana.mercedes-benz.com.br



GREY



Mercedes-Benz, marca registrada do Grupo DaimlerChrysler

Foto meramente ilustrativa.

Por você, a gente não pára de inovar. Novos caminhões Mercedes-Benz.

▶ A Mercedes-Benz renovou totalmente sua linha de caminhões. E aí você pergunta: "O que eu tenho a ver com isso?" Muito. Foi ouvindo sua opinião e pensando no seu tipo de negócio que a gente desenvolveu estes novos caminhões.

▶ De leves a extrapesados, de 115 a 428 cavalos de potência, para operações urbanas, rodoviárias ou fora-de-estrada, com agilidade para trafegar em centros urbanos e resistência e força para aplicações severas. Nos novos caminhões

Mercedes-Benz você encontra tudo isso e ainda conta com:

- ▶ Mais de 30 modelos desenvolvidos para você.
- ▶ Mais de 7 anos de experiência em motorização eletrônica.
- ▶ Várias opções de cabinas e entre-eixos.
- ▶ A maior e melhor Rede de Concessionários do País, com mais de 200 pontos de atendimento.
- ▶ É, a gente não pára de fazer o melhor para você.
- ▶ Para mais informações sobre a linha completa da Mercedes-Benz, visite um de nossos

Concessionários, ligue 0800 90 90 90 ou acesse www.mercedes-benz.com.br.



Mercedes-Benz

ACCELO
Caminhões Leves

ATEGO
Caminhões Médios e Pesados

AXOR
Caminhões Pesados e Extrapesados

Responsabilidade social chega às estradas

Homens de governo se mostraram estupefatos diante da grandeza do monstro revelado pelos números do Registro Nacional do Transporte Rodoviário de Carga (RNTRC). O número de empresas de transporte é de 115 mil.

Considerando que o Brasil tem quase seis mil municípios, pode-se dizer que se distribuídas equitativamente seriam 20 transportadoras por cidade, rivalizando-se com o número de botequins.

Não há dúvida de que o setor rodoviário ainda é o dono da maioria das cargas, que o País é vastíssimo, mas, também não parece restar dúvidas que é empresa demais para competir – e isso certamente tem como uma das conseqüências a mortandade que se vê nas estradas.

Sem regulamentos mínimos, o motorista de caminhão no Brasil dirige em média 15 horas diárias nas estradas, a grande maioria de péssima qualidade. A conseqüência dessa situação é a tragédia: se nos Estados Unidos há 25 mortes por grupo de 100 mil caminhoneiros, no Brasil a relação é de 281 mortes. Ou seja, estamos 11 vezes à frente nessa triste comparação.

O transporte rodoviário de cargas é uma torre de babel. Não há controle da jornada dos motoristas. O índice é de 8 acidentes em cada 10 mil viagens feitas por caminhão. No transporte rodoviário de passageiros, que é regulado, com controle de jornada, em cada 10 mil viagens, a média de acidentes sofridos pelo motorista cai para 0,87, revela levantamento feito pela gerenciadora de riscos Pamcary, com base numa pesquisa de 4,2 mil acidentes de caminhões que a firma atendeu entre julho de 2004 e junho de 2005.

Alguns embarcadores já tomaram consciência do problema e tentam minimizar o problema adotando regras para seus transportadores, como o estabelecimento de determinado número de horas no volante e aceleração dos processos de cargas e descargas para evitar perda de tempo nas pontas – fato que incentiva o profissional a "compensar" com mais tempo no volante.

A Unilever, que implantou projeto de responsabilidade social Transportando com Segurança reduziu a freqüência de acidentes com suas cargas. O programa envolveu uma série de medidas de prevenção de acidentes com ações sobre o estado de saúde dos motoristas e ações para corrigir a postura ao dirigir, melhorar a qualidade do repouso, controlar o estresse, a hipertensão e a diabetes, problemas mais detectados. Alentada por esses resultados, a Braskem, do setor petroquímico, implantou o programa Segurança nas Estradas, também voltado para treinamento e conscientização dos motoristas que realizam 400 viagens diárias com cargas da empresa.

Deve-se mencionar, também, ações das montadoras em programas de treinamento e conscientização com o intuito de baixar o número de acidentes.

Com programas de responsabilidade social envolvendo o transporte, ainda que seja uma tênue providência diante da vastidão do setor rodoviário de carga, a esperança de que as ações práticas e de conscientização possam trazer uma trégua no campo de batalha em que se transformou a estrada.

DIRETOR

Marcelo Ricardo Fontana
 marcelofontana@otmeditora.com.br

SECRETÁRIA EXECUTIVA

Maria Penha da Silva
 mariapenha@otmeditora.com.br

FINANCEIRO

Vidal Rodrigues
 vidal@otmeditora.com.br

REDAÇÃO

Editor

Eduardo Alberto Chau Ribeiro
 ecribeiro@otmeditora.com.br

Colaboradores

Sonia Crespo
 soniacrespo@otmeditora.com.br

Aline Feltrin
 alinefeltrin@otmeditora.com.br

Projeto Gráfico

Artworks Comunicação
 www.artworks.com.br

EXECUTIVOS DE CONTAS

Carlos A. Crisculo
 carlos@otmeditora.com.br

Vito Cardaci Neto
 vito@otmeditora.com.br

Gustavo Feltrin
 gustavofeltrin@otmeditora.com.br

CIRCULAÇÃO

Tania Nascimento
 tania@otmeditora.com.br

Representante Paraná e Santa Catarina

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

Tiragem
 8.000 exemplares

Assinatura Anual: R\$ 120,00 (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.

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:



MULTIMODAL

Bertolini amplia frota e aposta no transporte da safra de grãos do Centro-Oeste

6

RODOVIÁRIO

Dalçóquio cresce 23%, impelida pela política de renovação permanente da empresa

12

Expresso Araçatuba acelera viagem com inauguração de nova ponte binacional

15

MONTADORAS

Volkswagen conquista liderança em produção de caminhões e intensifica as exportações

16

Scania fechou 2005 com seu melhor resultado de todos os tempos em produção

18

Mercedes chega aos 50 anos de Brasil, embalada pelo aumento de participação de mercado

20

Iveco comemora escolha do modelo Daily para integrar frota de distribuição de pão

24

INTERNACIONAL

A Volvo Trucks lança o caminhão mais potente do mundo, com 660 cavalos

26

MERCADO

Produção e exportação de caminhões atingem recordes, enquanto as vendas internas caem

28



MARKETING

Calendário Pirelli 2006 confirma eficiência como instrumento para reforçar imagem da marca

30

EVENTOS

Sexta edição da Transtec, a exposição gaúcha, ganha novos formato e enfoques

33

Fórum de logística e transporte realça troca de experiências bem sucedidas

34

Premiação de Maiores e Melhores do Transporte e Logística reúne 500 empresários

38

Sindicato de Campinas (SP) promove série de encontros para debater desafios do transporte

40

CHASSIS DE ÔNIBUS

Scania mostra novos chassis rodoviários e apresenta projeto Time dos Sonhos

42

COMPONENTES

Novo produto da Michelin para ônibus urbanos reduz velocidade de desgaste

44

FERROVIAS

ALL fecha parceria com a Klabin para transportar bobinas de papel da fábrica ao Porto de Paranaguá

45

LEVES

Kombi incorpora motor flex-fuel e ganha novo fôlego após 50 anos no mercado

50

SEÇÕES

Editorial **3**

- Atualidades **46**

- Custos Operacionais **49**

Não conte com a sorte...



Só use peças originais.

Você não corre riscos e ganha muito em custos e benefícios.

Haldex marca original de fábrica.

- Alta tecnologia - Você não corre riscos;
- Dura até **4** vezes mais que os outros.

NOVAMENT



Promoção "A base de TROCA"

Sua peça usada vale desconto na Haldex

12%

de desconto.

Comprando Ajustadores Automáticos de Freio Haldex ou Unidades de Controle pelo sistema a base de troca, você tem **12% de desconto** trazendo seu Ajustador ou Unidade de Controle usados de qualquer marca.

O Ajustador Automático de Freio ou Unidade de Controle, será correspondente ao código da peça usada enviada. Para ganhar o bônus, é necessário que sua peça usada seja encaminhada ao seu revendedor Haldex.

Códigos válidos para a promoção: Ajustadores 70954HB, 72059HB, 72060HB, 72061HB, 72949HB, 72950HB, 72660HB, 72661HB, 79186HB, 79274S, 79442HB, 79443HB e todos Códigos de Unidades de Controle.

Promoção válida até 30/04/06.

Para maiores informações consulte nossa rede revendedora ou veja regulamento no site www.haldex.com.br



IMAGEM ILUSTRATIVA



Haldex dura até

4x

mais que o paralelo

*Baseado em testes de laboratório realizados até 2004 e levantamento de campo.

Haldex

Tecnologia & Inovação

www.haldex.com.br



Estradas de água

Região Norte cresce e aparece com o Grupo Bertolini, que está ampliando a frota e expandindo a capacidade de transporte pelo sistema rodofluvial, como a movimentação da safra de grãos

Sonia Crespo

DE TEMPOS EM TEMPOS SURGE NO CENÁRIO político-econômico da história do Brasil algum personagem visionário, que se destaca da maioria dos empreendedores habituais pelo arrojo e dedicação a seus projetos, que sempre têm como principal objetivo fazer o País crescer. Assim como Juscelino Kubitschek, que acreditou no potencial do interior do Brasil e, em 1960, transferiu para Brasília a capital do País, o empresário gaúcho Irani Bertolini acreditou no potencial de liga-

ção entre os extremos Sul e Norte e construiu em Manaus, capital do Amazonas, um pequeno império dos transportes, que engloba atividades de transporte fluvial e rodoviário. Suas duas holdings acabam de conseguir um financiamento de US\$ 20 milhões para a construção de 18 novas balsas. Com a expansão, a empresa quer intensificar o transporte de grãos da região Centro-Oeste para os portos da região Norte.

Irani Bertolini iniciou a atividade de

transportador em 1956, com um único caminhão, do qual ele mesmo era o motorista. Dirigindo em extensas e complicadas rotas, descobriu, alguns anos mais tarde, que a região Norte carecia de mercadorias produzidas na região Sul. Sua primeira viagem para Manaus foi em 1966, com um carregamento de móveis – empreitada que levou cerca de 30 dias. Lá, ele se deparou com novos pedidos, que lotavam três caminhões. As viagens passaram a ser cada vez mais frequentes e



Irani Bertolini: aposta no potencial hidroviário brasileiro



Terminal graneleiro da empresa no porto de Manaus desponta como opção viável para escoar a safra agrícola que vem da região Centro-Oeste.

teve início, então, a saga de Bertolini na região amazônica.

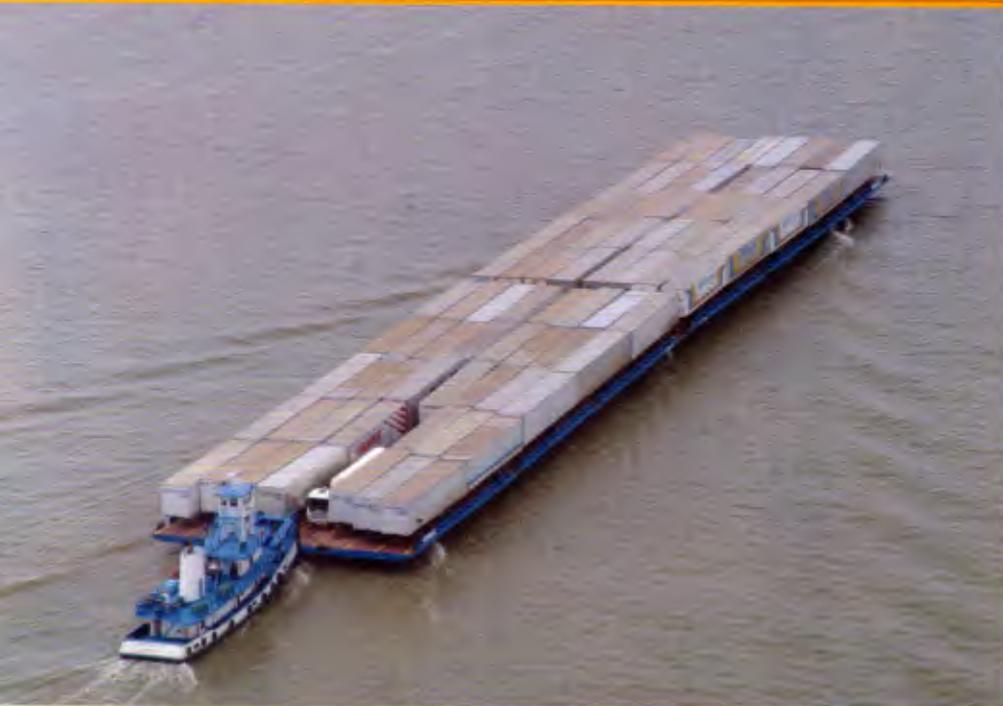
A Transportes Bertolini Ltda. só veio a ser fundada em 1978, e desde então não parou mais de crescer. Como no percurso havia longos trajetos que demandavam traslado fluvial, Irani Bertolini pensou que o ideal seria a construção de semi-reboques especiais que fossem transportados pelos rios, de uma ponta a outra, dentro de uma balsa. Tornaram-se necessárias, ainda, balsas específicas para transportar esses semi-reboques. E hoje, o Grupo Bertolini integra sete empresas: Transportes Bertolini Ltda. (TBL); Bertolini da Amazônia Indústria e Comércio Ltda. (BAL), fabricante de semi-reboques rodoviários; Bertolini Construção Naval Ltda.

(Beconal), fabricante de balsas e empurradores; Bertolini Empreendimentos Imobiliários Ltda. (BEIL); Bertolini Empreendimentos Agrícolas Ltda. (BEAL); Armazéns Gerais da Amazônia Ltda. (AGA) e Ecologista Transportes Ltda. Estas empresas pertencem a duas holdings: Irani Bertolini Participações (Ibepar) e Irani Bertolini e Família (Ibefam).

DIFÍCIL COMEÇO – O "carro-chefe" do grupo é a TBL, que utiliza o modo de transporte rodofluvial. Irani Bertolini conta que todas as empresas foram criadas a partir das necessidades e possibilidades da TBL. "Como era necessário termos semi-reboques reforçados para trafegar pelas estradas da região Norte, criamos a BAL;

para termos uma navegação rápida e segura, criamos Beconal e, assim, cada empresa foi criada para atender a uma finalidade específica", conta.

"No início da TBL, mantínhamos apenas três casas de apoio: em Manaus (AM), em Bento Gonçalves (RS) e em Rio Negrinho (SC). Estas duas últimas cidades eram grandes produtoras de móveis, que abasteciam o mercado da região Norte", lembra Irani Bertolini. Ele diz que era preciso acreditar e crescer junto com aqueles que investiam em Manaus. Foi um começo difícil e as expectativas nunca foram frustradas. O resultado de tanto trabalho pode ser medido pelo desempenho financeiro atual do grupo: em 2004 o faturamento foi de R\$ 249 milhões e em ▶



Empurrador em operação no rio Madeira, entre Manaus(AM) e Belém(PA): balsa com capacidade para 80 semi-reboques e 80 horas de viagem

2005, até o mês de novembro (inclusive) o faturamento alcançou os R\$ 292 milhões, crescimento ao redor de 20%. A TBL se mantém como a empresa líder do grupo, representando 93,5% do faturamento global.

Os rios, para a TBL, passaram a ser os caminhos naturais de transporte. Hoje a Bertolini tem mais de oitenta equipamentos fluviais, entre balsas, empurradores – equipamentos que seguem atrás das balsas nos comboios fluviais – e *thrusters*, embarcações de manobra para os grandes comboios. Irani Bertolini diz que a empresa está constantemente investindo no segmento. "Estamos construindo 18 novas balsas, incluindo 12 granelleiras e seis roll on-roll off, que serão destinadas a atender ao crescimento geral da demanda", explica. A previsão é de que estas embarcações já estejam operando entre o final deste ano e o começo de 2007. O investimento, de cerca de US\$ 20 milhões, será financiado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e pelo Fundo da Marinha Mercante (FMM).

O projeto da TBL é arrojado: além de ampliar a capacidade de transporte de

produtos de alto valor agregado, amplia a opção de escoamento da próxima safra de grãos, proveniente da região Centro-Oeste, pelos portos das regiões Norte e Nordeste. De acordo com a analista Maria Fernanda Hijjar, do Centro de Estudos de Logística do Coppead, os modais tipicamente mais eficientes para escoamento de produtos como grãos em geral (grandes volumes, longas distâncias e valor agregado relativamente baixo) certamente são as ferrovias e as hidrovias. Ela diz que um comboio fluvial de barcaças no rio Madeira, por exemplo, consegue transportar 600 vezes a capacidade de um caminhão. Além disso, é um meio menos poluente, que gasta menos combustível e registra baixos índices de acidentes. O que falta, diz a consultora, são ampliações na infra-estrutura dos portos do rio Amazonas, como Itaituba, Itacoatiara, Santarém e Vila do Conde.

TECNOLOGIA AMERICANA – Os 26 empurradores da TBL são utilizados no transporte fluvial entre os portos fluviais que a empresa tem em Porto Velho (RO), Manaus (AM), Belém (PA), Macapá (AM),

Santarém (PA) e Itaituba (PA). Os principais percursos realizados são as estradas que ligam a região Sul à região Norte e trajetos de navegação nos rios Madeira, Negro, Amazonas e Tapajós. A tecnologia utilizada nas embarcações fabricadas pela empresa é proveniente dos EUA – especificamente das embarcações utilizadas no rio Mississippi – e da Alemanha.

Bertolini conta que as viagens fluviais são medidas em horas: "uma viagem entre Manaus e Belém é de 80 horas e de Belém para Manaus, 'subindo' o rio, a viagem é de 120 horas. Há ainda variantes de tempo, conforme a sazonalidade das águas de cada rio", explica. Ele diz que os comboios movimentam até 80 contêineres de 40 pés por balsa. "Mas não é essa a nossa especialidade. Transportamos semi-reboques rodoviários que, em outras palavras, são "contêineres com rodados" na nossa interpretação", avalia o presidente da TBL. As operações são feitas da seguinte maneira, por exemplo: os caminhões chegam do Sul ao Porto de Santarém (PA), onde apenas o semi-reboque embarca na balsa. Esta operação leva, em média, quatro horas. Na outra ponta, no Porto de Manaus (AM), cavalos-mecânicos estarão à espera dos semi-reboques que, uma vez em terra, seguirão cada um para seu destino.

A empresa dispõe hoje 1,2 mil semi-reboques rodoviários próprios em atividade e tem planos de expandir a frota este ano. "Para 2006, estamos planejando construir 200 novos semi-reboques", prevê Bertolini. A TBL trabalha com uma pequena frota própria de cavalos-mecânicos, mas prioriza os veículos das empresas de transporte parceiras. Ao todo são mais de 400 unidades.

Ele destaca que na rota Manaus-Belém-Manaus há uma ou mais saídas diárias de comboio de cada porto. Já na rota Porto Velho-Santarém-Porto Velho, os comboios são maiores e há três ou qua-▶



Os títulos e chamadas de capa desta peça se referem ao Anuário de 2005

Anuncie no **Anuário do Transporte de Carga 2006**
o melhor veículo para expor seus produtos e serviços.

ANUÁRIO DO
**TRANSPORTE
DE CARGA 2006**

Fechamento: 03 de Março de 2006

OTM
EDITORA LTDA.

11-5096-8104

otmeditora@otmeditora.com.br

tro saídas mensais. Para agilizar os processos de movimentação e logística no transporte, a TBL tem armazéns de apoio em todos os portos da região Norte. Irani Bertolini comenta que não há um controle de tonelage transportada mensalmente e explica o porquê: "Não utilizamos o parâmetro de tonelage movimentada pois as mercadorias transportadas tem uma relação de volume maior do que o peso". Atualmente a TBL atende a todas as regiões do Brasil, mas com serviços focados somente de e para a região Norte. Cerca de 60% das cargas provenientes da Zona franca de Manaus têm como destino as regiões Sul e Sudeste.

O tempo de viagem na rota Guarulhos (SP)-Manaus (AM), via Porto de Belém (PA), leva, em média, nove dias. Já na rota Guarulhos-Manaus, via Porto Velho (RO), utilizando a BR-319, o tempo de viagem é de cinco dias. A empresa está estudando uma nova rota para a capital do Amazonas, partindo de São Paulo, via Cuiabá (MT) e Santarém (PA), que terá tempo previsto de cinco a seis dias. A distância entre Guarulhos e Belém é de 3 mil km, e entre Guarulhos e Santarém, de 3.581 km.

A FORÇA DA ZONA FRANCA – Irani Bertolini diz que a principal carga movimentada pela TBL são eletroeletrônicos e veículos de duas rodas. "Também fazemos o suprimento de produtos genéricos consumidos na região Norte como matérias-primas, alimentos, material de construção e outros", ressalta. A empresa também tem grandes expectativas de crescimento no transporte de grãos, como soja e milho, na rota Porto Velho (RO)- Santarém.



Vista aérea das instalações da Bertolini em Manaus, onde estão a TBL, a BAL e a Beconal

O maior trajeto realizado pela TBL, que inclui parte terrestre e parte fluvial, é entre o Rio Grande do Sul e Roraima. A principal rota rodoviária é a Belém-Brasília, onde há a maior concentração de frota. A transportadora tem 17 filiais no País, todas com prédios próprios. Ao todo, conta o executivo, são mais de mil clientes, todos preservados com o mesmo grau de importância.

Irani está feliz e cada vez mais confiante no modal fluvial como alternativa aos meios de transporte mais utilizados. "Para a região Norte do Brasil o transporte fluvial é um modal imprescindível: não há estradas. Existe muito potencial para o transporte fluvial no Brasil, sempre combinado com outros meios de transporte", acredita.

SEM SINISTROS – A TBL realiza investimentos permanentes na segurança e mantém programas e centros de treinamento para os profissionais das rodovias e para os responsáveis pela frota fluvial. O pro-

grama "Parceiros pela Vida", criado pela empresa, tem como missão orientar e conscientizar os profissionais da estrada de suas responsabilidades no trânsito. O Centro de Formação Profissional para Caminhoneiros, localizado em Vacaria (RS) – também concebido e administrado pelo grupo – já está com dois anos de funcionamento. Ambos têm alcançado bons resultados: o índice de sinistros e acidentes com a frota da empresa é muito baixo. "Há três anos não temos registro de assaltos", conta o assessor de Irani Bertolini, Paulo Vicente Caleffi, que também é presidente da Fretansul. Ele diz que geralmente as mercado-

rias seguem em comboios, em muitos trechos com escolta, o que inibe a ação dos marginais.

Como a grande maioria dos empresários do ramo de transportes rodoviários, Bertolini também aponta como principal dificuldade nas operações o mau estado de conservação das rodovias. "Este descaso com a infra-estrutura rodoviária, como pontes, estradas, e sinalização, proporciona insegurança para quem transita e consideráveis danos ao patrimônio", observa.

Para 2006, o empresário tem os mesmos projetos ousados que o atiraram nessa brilhante empreitada que hoje ele administra. Vai continuar fazendo o que sempre fez, com maestria: trabalhar, investir e crescer. "Tenho uma excelente equipe de trabalho de cerca de 2 mil funcionários que considero o maior patrimônio da empresa. No meu ponto de vista, o sucesso do empreendimento é esta excelente relação que existe entre o capital humano e o trabalho", afirma. ■



Os títulos e chamadas de capa desta peça se referem ao Anuário de 2005

Anuncie no *Anuário do Ônibus 2006*
o melhor veículo para expor seus produtos e serviços.

ANUÁRIO DO ÔNIBUS 2006

Fechamento: 10 de Março de 2006

OTM
EDITORA LTDA.

11-5096-8104

otmeditora@otmeditora.com.br



A maioria dos clientes da Dalçóquio é dos setores químico e petroquímico

Renovar para crescer

Clientes satisfeitos e frota jovem são metas permanentes da empresa, que adquiriu, no final do ano passado, 41 novos cavalos-mecânicos

Sonia Crespo

BEM HUMORADO E SEMPRE DEDICADO, O diretor operacional da transportadora Dalçóquio, Emilio Dalçóquio, costuma dizer que nada é tão bom que não possa ser melhorado. Como um "James Bond" dos transportes, ele está sempre pronto para enfrentar qualquer dificuldade, sem perder a piada – nem a elegância. Filho do fundador da empresa, ele diz, convicto, que a renovação permanente é a chave para a prestação de serviços com qualidade e a conseqüente fidelização dos clientes. "É claro que nada seria possível sem a participação da mão-de-obra qualificada como a nossa", destaca, orgulhoso de seus funcionários. Para atender ao crescimento da demanda, no final do ano passado a empresa adquiriu 41 novos cavalos-mecânicos,

ampliando sua frota de caminhões, que passou a ter de 403 cavalos-mecânicos. A aquisição é de 31 caminhões Volkswagen e 10 Scania. A empresa também comprou 10 novos semi-reboques bitrens em aço inóx, de 46 m³. Emilio Dalçóquio diz que a idade média da frota se mantém em cinco anos.



Com as aquisições, frota de caminhões passou a ter de 403 cavalos-mecânicos, com idade média de cinco anos

O executivo explica que a maioria dos clientes da transportadora é dos setores químico (45%) e petroquímico (30%). A empresa é especializada no transporte de combustíveis e derivados em geral, além de produtos corrosivos e tóxicos, minérios e fertilizantes. "Os demais clientes (25%) pertencem ao segmento alimentício", comenta. Entre os principais estão Petrobrás Distribuidora, Kraft Foods Brasil, Dow Química e Bayer.

Para atender a todos os estados das regiões Sul e Sudeste, a transportadora possui sete Centros de Distribuição – dois próprios e cinco alugados. O maior deles, de Itajaí (SC), tem 43 mil m² de área total e 23 mil m² de área construída. Atualmente a empresa executa as operações de coleta, entrega e transferência e cross-docking. A Dalçóquio também possui autorização de transporte internacional para a Argentina e o Uruguai. Ao todo são 16 filiais em todo o País, onde trabalham 650 funcionários.

COMBUSTÍVEL: O COMEÇO – No primeiro ano de atividades, 1964, a empresa possuía apenas um caminhão da marca International. A partir de 1968, surge a empresa Transportes Augusto Dalçóquio (pai de Emilio), credenciada pela Petrobrás Distribuidora que, na época, dava os primeiros passos no Sul do País na distribuição de derivados de petróleo e óleo combustível. Foi a partir de 2001 que a razão social mudou para Transportes Dalçóquio Ltda.

A empresa fechou o ano de 2005 com faturamento ao redor de R\$ 180 milhões, cerca de 23% a mais do total registrado em 2004, que foi de R\$ 145,7 milhões. Emilio Dalçóquio diz que pretende manter o mesmo ritmo de crescimento para 2006. Mais que nada, acrescenta, quer continuar estimulando o trabalho em parceria com clientes, fornecedores e colaboradores. ■

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 Formatação 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.

08 de Março de 2006

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

09 de Março de 2006

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

10 de Março de 2006

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

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:

Travel Inn Ibirapuera - Av. Borges Lagoa, 1209 - São Paulo - SP - Tel:11-5080.8600

Cronograma de Cursos Técnicos OTM EDITORA:

Mar.	08, 09 e 10	Cursos Técnicos	Ago.	24 e 25	Administração de Frota
Abr.	06 e 07	Gerenciamento de Pneus	Set.	27, 28 e 29	Cursos Técnicos
Mai.	04 e 05	Administração de Frota	Out.	26 e 27	Administração de Frota
Jun.	21, 22 e 23	Cursos Técnicos	Nov.	23 e 24	Gerenciamento de Pneus
Jul.	16 e 17	Gerenciamento de Pneus	Dez.	14 e 15	Administração de Frota

ORGANIZAÇÃO:



Marcelo Fontana
promoções e eventos

REALIZAÇÃO:



INFORMAÇÕES:

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

Seminário Nacional de Transportes das Utilities / 2006

Local:



08, 09 e 10 de Agosto de 2006

O SEMINÁRIO ESTÁ CRESCENDO, E SUAS OPORTUNIDADES DE NEGÓCIOS TAMBÉM.

Aproveite e participe.

Fabricantes de veículos, autopeças, máquinas, equipamentos e prestadores de serviços têm neste evento, uma ótima oportunidade para expor produtos e gerar negócios.

A edição de 2005 apresentou números promissores

- Mais de 1.000 visitantes
- Mais de 700 inscritos nos seminários
- Crescimento de 62% em relação aos anos anteriores
- 15 palestras técnicas

Empresas que participaram da última edição



REALIZAÇÃO:



4º SEMINÁRIO NACIONAL DE TRANSPORTES EM SANEAMENTO



SETREL
III Seminário Nacional de Transportes do Setor de Energia Elétrica

ORGANIZAÇÃO E COMERCIALIZAÇÃO:



Marcelo Fontana
promoções e eventos

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



Pioneira na ponte

Expresso Araçatuba é a primeira transportadora a atravessar a recém-inaugurada ponte binacional que liga o estado do Acre ao Peru

Sonia Crespo

A CARGA RODOVIÁRIA EXPORTADA PELA transportadora Expresso Araçatuba para o Peru sempre enfrentou dificuldades físicas na fronteira onde se localiza o Rio Acre, no Acre, região Norte do País. Ali, em época de seca, apenas pequenos caminhões conseguiam realizar a travessia pelo solo do próprio rio. Já em épocas de chuva, a situação se complicava: a carga tinha que ser descarregada na cidade brasileira de Assis Brasil, colocada dentro de um barco para a travessia do rio e, ao chegar no Peru, na cidade de Iñapari, ser transportada em carroças de boi até os caminhões peruanos. Os motoristas que se aventuravam nessas jornadas agora podem ficar tranquilos: o governo federal inaugurou, em janeiro de 2006, uma nova ponte binacional no local.

"Ganhamos dois dias na viagem", co-

memora Edivaldo do Nascimento, gerente da filial de Rio Branco (AC) da Expresso Araçatuba. Além da facilidade para cruzar a fronteira, haverá também, a longo prazo, uma redução de custos na viagem, afirma o executivo. Ele conta que a empresa — primeira a realizar a travessia pela nova ponte — escolheu para a ocasião duas carretas carregadas de mangueiras, saindo de São Paulo (SP) com destino à cidade de Puerto Maldonado, no Peru. "Essa viagem durava em média dez dias e com a nova ponte levou apenas oito dias", comenta. A ponte tem 240 metros de comprimento e custou R\$ 240 milhões.

Nascimento revela que mais do que aumentar a atual frequência no transporte de cargas para aquele país, a meta da Araçatuba, com a nova ponte, será ampliar o traslado de cargas para a Ásia, que

saem de navio pelo Oceano Pacífico, via portos peruanos. "Ficamos muito satisfeitos e orgulhosos de participar desse momento. Este é um sonho realizado, já que há mais de dez anos a Araçatuba investe e acredita na integração sul-americana, devido à realização do Projeto Pacífico", comenta Oswaldo D. Castro Júnior, Diretor Geral da Araçatuba. Atualmente, o movimento de cargas da transportadora nesse ponto da fronteira, com destino ao Peru, é de duas a três carretas, de 27 toneladas cada, por semana. Edivaldo do Nascimento ressalta ainda que a ponte facilitará a exploração de novos mercados, como o Equador, com quem o Brasil ainda não possui uma ligação comercial forte. "Será possível expandir a integração latino-americana", acrescenta. Hoje a Araçatuba atende a sete países da América do Sul: Uruguai, Argentina, Chile, Peru, Paraguai, Bolívia e Venezuela.

PESCADOS PARA O CHILE — Também no sul a Expresso Araçatuba está expandindo seus negócios. A empresa acaba de firmar uma inusitada parceria com a fabricante Gomes da Costa, localizada em Itajaí (SC), para exportar pescados enlatados para o Chile. De acordo com Jorge Mário Ferreira Leite, gerente de vendas internacionais da transportadora, o volume transportado para aquele país chegará à 100 toneladas mensais, o que significará a movimentação de duas a três carretas por período. "Basicamente transportaremos sardinha e atum enlatados", especifica. A distância percorrida será de 2.600 quilômetros, em viagem de seis dias. O percurso vai de Itajaí a Uruguiana (RS), passa pelas cidades de Passo de Los Libres, Mendoza e Las Cuevas, na Argentina, até chegar ao Túnel Cristo Redentor, que liga a Argentina ao Chile. Lá o destino final, para distribuição no país, é a cidade de Los Andes. ■



Em 2005 a fábrica de Resende (RJ) exportou 21,7% da produção de caminhões

Exportação, a bola da vez

Volkswagen foi a montadora brasileira que mais produziu caminhões em 2005, alcançando 32.709 uniddes

NO ANO PASSADO A VOLKSWAGEN FOI A número 1 em produção de caminhões no Brasil, superando a maior montadora mundial do ramo, a Mercedes-Benz.

Está claro que a reação foi possível por causa de uma série de ações — entre elas a vitalidade do mercado doméstico e a im-

plantação do segundo turno na fábrica de Resende (RJ). Mas, não há como negar que a expansão da novata marca em veículos de cargas — começou em 1981 — se deu também em virtude de uma estratégia definida de conquista do mercado externo.

Assim é que, em 2005, dos 32.709 ca-

minhões que produziu, a Volkswagen embarcou 7.094, uma parcela de 21,7%. Em 2004 havia exportado 14,2%, 4.142 unidades da produção de 29.271 caminhões. E, em 2003, mandou ao exterior 8,5%, ou 1.917 unidades das 22.649 que fez.

A saída da exportação é uma estraté-



A linha de montagem da Volkswagen em Puebla, México, atingiu o veículo nº 1.000 produzido

gia para crescer sem ter de depender maciçamente do mercado interno. Está claro que a marca não tem mais o espaço para crescer no ritmo de 25% ao ano internamente como vinha fazendo. Sabe e admite que qualquer ponto percentual que ganhar terá alto custo. Por isso, sem se descuidar do mercado doméstico, a empresa vem montando estrutura de exportação. A combinação dos dois mercados é que sustentará a expansão daqui para frente e deverá garantir a continuidade da lucratividade.

A fábrica de Puebla, no México, inaugurada há mais de um ano (atingiu recentemente a montagem do veículo Em 2005 a fábrica de Resende (RJ) exportou 21,7% da produção nº 1.000) e a unidade de Port

Elizabeth, na África do Sul, que dá partida neste segundo semestre, são duas bases para garantir expansão externa, driblando o natural protecionismo que os países têm em relação ao seu mercado. As duas unidades foram montadas em tamanho compatível com seu ritmo de produção, mas dentro do mesmo conceito do consórcio modular que garante a Resende padrões de alta produtividade e baixo custo. O Brasil abastece as linhas do México com caminhões semiprontos. A linha da África do Sul, no mesmo esquema, montará chassis para microônibus e para ônibus convencionais com motor dianteiro e traseiro. O detalhe é que o sistema de direção foi adaptado para o lado direito obede-

cendo ao padrão inglês adotado pelo país africano.

Contando caminhões e ônibus, Resende, que produziu 38 mil unidades em 2005, projeta 40 mil para este ano e 50 mil veículos para 2007. As exportações, de 7,5 mil caminhões e ônibus em 2005, representaram 20% da produção. O plano é que o mercado externo nos próximos dois anos represente 25% do total, com 10 mil unidades em 2006 e 12 mil veículos no ano seguinte.

Além do México e da África do Sul, a Volkswagen Caminhões e Ônibus sonda instalar uma linha de montagem – com know how brasileiro de fábrica e de produtos – no Oriente Médio, três países da região estão sendo levados em consideração. ■

Desafios do novo comando

Subsidiária brasileira, agora presidida por Michel de Lambert, depois do mais brilhante resultado de todos os tempos, não terá em 2006 uma exportação tão vigorosa

NÃO SE DEVE ESPERAR PARA 2006 O mesmo vigor que a Scania demonstrou nas exportações de caminhões em 2005, quando embarcou 7.019 unidades, seu recorde de todos os tempos. A exportação bateu até mesmo o mercado doméstico, que comprou 5.225 unidades.

O real valorizado tirou a competitividade brasileira, que já apresenta custo semelhante ao praticado na Suécia, matriz da Scania.

Como em 2004, a Scania confirmou sua liderança doméstica no segmento dos caminhões pesados. Vendeu 5.217 destes veículos, pouco acima da vice-campeã, a marca Mercedes-Benz, que colocou 4.968 unidades no atacado.

O segmento de caminhões pesados foi o que mais caiu, com registros de queda de 19,8% no atacado e 13,8% no varejo. A quebra de safra agrícola foi fator de forte influência. A derrapagem da economia, com um Produto Interno Bruto positivo, porém, menor que em 2004, ajudou a solapar os negócios dos veículos de cargas.

Estimulada pelas exportações e sus-

tentada pelo segundo turno na linha de montagem de São Bernardo do Campo (SP), a Scania brasileira fechou 2005 com seu melhor resultado de todos os tempos em produção. Foram montados 12.221 veículos, muito acima do melhor resultado até então, em 2004, com 9.949 unidades.

Os últimos anos, particularmente sob o comando do economista Hans-Christer Holgersson, a Scania brasileira viveu momentos intensos. Em 2002 a empresa, para corrigir distorções de preço, reajustou em 25% os preços de seus produtos, o que lhe valeu a perda da histórica liderança nos caminhões pesados para a conterrânea Volvo. A contrapartida foi chegar ao pretendido azul na operação.

Holgersson, que desde o início de 2006 passou a comandar a área de vendas e serviços da Scania mundial, deixou para seu substituto, Michel de Lambert, na presidência da Scania Latin América, alguns desafios. Um deles será conviver com a queda anunciada nas exportações em 2006. Outro será manter a operação com lucro.



Michel de Lambert, presidente da Scania Latin America

Se o real valorizado pode atrapalhar as exportações da operação, Lambert conta com o trunfo de a economia mundial ainda continuar aquecida, um fator sempre de estímulo para o comércio externo. No âmbito doméstico, 2006 é ano de eleições, com pleitos marcados em outubro para a escolha de governadores e presidente da República. Nestes anos, os investimentos públicos costumam subir, indutor de estímulo para a demanda de caminhões. ■

ADMINISTRAÇÃO DE FROTAS DE VEÍCULOS.

04 e 05 de Maio de 2006

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.

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\$ 500,00
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

Cronograma de Cursos Técnicos OTM EDITORA:

Mar.	08, 09 e 10	Cursos Técnicos	Ago.	24 e 25	Administração de Frota
Abr.	06 e 07	Gerenciamento de Pneus	Set.	27, 28 e 29	Cursos Técnicos
Mai.	04 e 05	Administração de Frota	Out.	26 e 27	Administração de Frota
Jun.	21, 22 e 23	Cursos Técnicos	Nov.	23 e 24	Gerenciamento de Pneus
Jul.	16 e 17	Gerenciamento de Pneus	Dez.	14 e 15	Administração de Frota

ORGANIZAÇÃO:



REALIZAÇÃO:



INFORMAÇÕES:

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



Em meio século de atividades no País, a Mercedes-Benz produziu mais de 1,5 milhão de veículos comerciais

Mercedes-Benz chega aos 50 revitalizada

Com cinco décadas que se completam no Brasil em 2006, marca investiu na renovação da famílias de caminhões e ônibus como forma de consolidar a liderança

A MERCEDES-BENZ ENTRA EM 2006, ANO de seus cinquenta anos de Brasil, acompanhada de bons resultados registrados no ano anterior. Com efeito, em 2005, a marca da estrela de três pontas ampliou sua participação tanto no mercado de ca-

minhões como de ônibus.

Líder nos dois segmentos, a Daimler Chrysler do Brasil, dona da marca Mercedes-Benz, obteve 32,1% – 1,6% acima do market share de 2004. Deve-se lembrar que cada 1% no mercado de ca-

minhões brasileiro corresponde a uma soma em torno de R\$ 100 milhões.

No segmento de ônibus, a Mercedes-Benz fechou 2005 com 51,6% de participação, 1,1% acima do volume do ano anterior.



Fábrica da Mercedes-Benz em São Bernardo do Campo (SP), no ano de inauguração em 1956



A linha de extrapesados Axor é formada por 15 modelos para oferecer mais flexibilidade de uso

Do faturamento da subsidiária brasileira, no ano passado, de R\$ 9,6 bilhões, 40% vieram das exportações, que atingiram 21.122 unidades (12.341 caminhões e 8.781 ônibus). A produção total foi de 33 mil caminhões e 20 mil ônibus.

Desde sua fundação, em 1956, a Mercedes-Benz brasileira fabricou mais de 1,5

milhão de veículos comerciais.

Nos últimos anos, particularmente, a empresa renovou totalmente sua linha. Em 2003 foram lançados os modelos leves Accelo, um projeto desenvolvido aqui. No ano seguinte vieram os novos médios e semipesados da família Atego e, em 2005, foi a vez da família de extrapesados Axor.

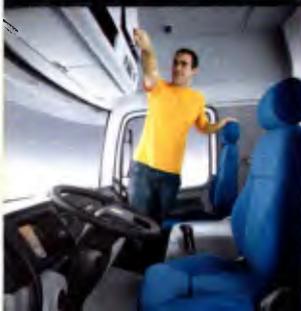
Antes, chamados por seus números indicativos de capacidade de carga e potência de motor, a marca Mercedes passou a dar nomes às famílias de caminhões. As famílias são amplas, caso, por exemplo, do Axor, formado por 15 modelos, dentro do objetivo de oferecer mais flexibilidade para o usuário ter o veículo certo para sua aplicação.

Além de grande produtor de caminhões e ônibus completos e desmontados, a subsidiária de São Bernardo do Campo (SP) também é fonte de abastecimento de peças e componentes para os veículos que monta no Brasil e no exterior bem como centro de desenvolvimento de produtos. Em 2005, por exemplo, os embarques de câmbios, motores e eixos cresceram acentuadamente. Em caixas de câmbio, o volume atingiu cerca de 58 mil unidades, ante 32 mil em 2004. Os motores, 42 mil unidades no ano passado, também com embarques crescentes, equipam os caminhões da Freightliner, marca americana pertencente ao grupo DaimlerChrysler. ■

Chegou a Linha Volkswagen Constellation. Sob medida para o Brasil.



Os veículos em referência apresentam itens opcionais.



Cabine leito com teto alto:
permite que uma pessoa
de até 1,95 m fique
em pé na frente do banco
do passageiro.



Cabine leito com cama
e porta-objetos central:
excelente conforto
para o motorista.





Completa linha
exclusiva de acessórios

Moderno painel
de instrumentos com
computador de bordo
incorporado

Inúmeros porta-objetos
garantem o maior
aproveitamento
interno da cabine

Dispositivo
hidráulico de
basculamento
da cabine

Cabine com design
avanzado e funcional

Volante com regulagem
de altura e inclinação

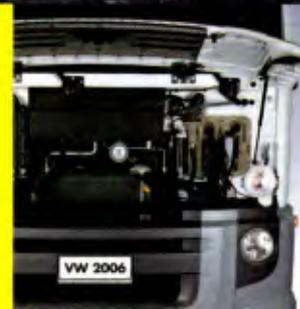
Constellation



Motores eletrônicos
Cummins ISC - 320 cv
e Interact 6.0 - 250 cv:
excelente performance,
baixo custo operacional
e gerenciamento
eletrônico (Common Rail).



Protetor de degraus:
capa protetora dificulta
o acesso de pessoas não
autorizadas quando
o veículo está operando
ou estacionado.



Facilidade para
manutenção:
fácil acesso aos
principais itens
de manutenção diária.



Bimbo indica Daily para seus frotistas

Ao terceirizar os serviços, fabricante mexicano de pães e bolos também negocia com a Iveco um pacote de 500 veículos leves para os transportadores

DEPOIS DA ELMA CHIPS, DO ATACADISTA Martins, da Logistech, outro grande frotista se alinha aos produtos Daily, o caminhão leve da Iveco. Trata-se da Gafor Logística, que junto com Dalçóquio e Transfinal estão comprando 500 veículos modelos Daily 35.13 e Daily 40.13 para a distribuição do Pão Pullman, entre outros produtos fabricados pela Bimbo. Os chassis-cabine foram vendidos por R\$ 62,5 mil a unidade. O baú escolhido, marca TruckVan, foi negociado por R\$ 10 mil cada.

A Bimbo, empresa mexicana que comprou a Pullman, conduziu a negociação. A partir de experiência acumulada com a marca Iveco, tinha parâmetros de custos

operacionais. "A escolha por veículos Iveco atende a exigências da própria Bimbo, que faz questão de especificar os modelos furgões da Iveco para as transportadoras parceiras", informa a montadora.

A primeira parceira a comprar veículos Iveco para atender à demanda comercial de distribuição dos produtos Bimbo foi a Gafor Logística, responsável pela operação logística no estado de São Paulo. A empresa adquiriu recentemente 125 Daily, incluindo modelos 35.13 e 40.13, por meio da concessionária Cofipe, de São Paulo. Só na capital paulistana, os veículos deverão percorrer em média 100 qui-

lômetros/dia, transportando cerca de dois mil cestos por caminhão/dia de pães, bolos, rocamboles e bisnagas, diretamente aos pontos de venda.

Segundo Sandro Norberto, gerente de negócios da Gafor Logística, a linha Daily vai operar com um contrato de manutenção e reparos de cinco anos, assinado entre Iveco e Gafor.

Segundo Vicente Goduto, diretor comercial da Iveco, as entregas dos 500 Daily estão programadas para serem realiza-



Vicente Goduto: escolha da Bimbo foi eminentemente técnica

das até o mês de maio. "A escolha da Bimbo foi eminentemente técnica. Nosso produto, a partir da experiência da empresa em campo, tem a melhor relação custo-benefício".

O Brasil, em 2005, respondeu por 42% dos 11,9 mil caminhões e ônibus colocados pela marca Iveco na América Latina. A região, que cresceu 35% sobre os volumes de 2004, segundo Jorge Garcia, presidente da Iveco South Central America, passou a representar 7% das vendas globais da marca. Há três



Jorge Garcia: até 2008 a marca terá 10% do mercado

anos respondia por 3%.

O salto foi possível graças a algumas ações. No Brasil, especificamente, a nacionalização da linha de caminhões pesados permitiu seu acesso aos recursos da Finame, linha de financiamento sob gestão do BNDES que incentiva o conteúdo local dos veículos.

A Iveco terminou 2005 com vendas de 4,8 mil veículos, entre caminhões e ônibus. O objetivo para 2006 é vender 6 mil unidades. Nesse total estão incluídas a Daily, os caminhões semipesados Eurocargo, os pesados Eurotech e

Stralis, além dos ônibus. "Em 2005 só tínhamos os micros. A partir deste ano vamos passar a contar com o chassi convencional Eurocargo, com motor dianteiro, para carrocerias de 11 metros. Com esse veículo vamos dar um salto no mercado de ônibus", diz Goduto.

ANO DE SUPERAÇÃO – Jorge Garcia entende que até 2008 a marca poderá ter 10% de participação no mercado brasileiro de caminhões, 6% acima do market share de 2005. Para crescer, no ano passado a empresa fez investimentos de R\$ 65 milhões no País em infra-estrutura, produtos e serviços. Na Fenatran, a feira de transporte realizada em outubro, apresentou oito novos modelos de caminhões destinados ao mercado brasileiro, alguns deles "inovadores, como Daily 4x4" ■



Flash e NeoBand

Transforme veículos de transporte em veículos de comunicação

A **Flash** é uma empresa especializada na produção de kits para montagem de baús de caminhões, com lonas laterais, teto retrátil e lonas térmicas.

A **NeoBand** imprime lonas e adesivos que reproduzem imagens com altíssima resolução e consistência de cores.

Transforme sua frota em outdoors ambulantes. É a mídia que todo mundo vê, com custos baixos, de rápida produção, de fácil instalação e de resultados impressionantes.



Tel: 11 2199 1200
www.neoband.com.br

O caminhão mais potente do mundo

A Volvo Trucks lançou na Europa o caminhão FH16 com motor de 660 cv, o mais potente do mundo, que favorece o transporte pesado

A NOVA VERSÃO DO VOLVO FH16, COM 660 cv de potência, é um top de linha projetado para aplicações de transporte realmente pesadas. O novo Volvo, lançado na Europa em janeiro, possui um motor mais limpo, que satisfaz as regras de emissão Euro 4, mas também está preparado para atender às futuras regras Euro 5.

Outra nova característica é a já reconhecida caixa de mudanças I-shift no Volvo FH16 de até 60 toneladas. A I-shift da Volvo é uma caixa de mudanças automatizada, que proporciona uma troca de marchas ideal, ou seja, uma mudança inteligente, o que alivia a pressão sobre o motorista, economiza combustível e aumenta a segurança. Juntos, o motor e a caixa de mudanças formam um trem-de-força de desempenho otimizado e proporciona a oportunidade para uma velocidade média mais alta em operações em que o tempo é um fator crucial, como em terrenos montanhosos. O eficiente conjunto de tração funciona bem tanto em subidas íngremes como em descidas. O novo freio motor contém 15% a mais de potência de frenagem.

Segundo a Volvo, vários países já consideram acompanhar a Suécia e a Finlân-

dia no que diz respeito a permitir equipamentos mais longos e mais pesados para reduzir os volumes de tráfego e, conseqüentemente, melhorar a acessibilidade nas estradas. Isto também favorece o meio ambiente com a redução de emissões, além de apresentar um efeito positivo na segurança em estradas européias.

"O novo Volvo FH16 adapta-se à tendência para um transporte rodoviário mais pesado. Equipamentos mais longos e mais pesados aumentam a eficiência do transporte e favorecem o meio ambiente. Eles são necessários para satisfazer os volumes crescentes de transporte na Europa," diz Staffan Jufors, presidente e CEO da Volvo Trucks.

BRASIL – A subsidiária da Volvo em Curitiba (PR) produz caminhões pesados das linhas FH, NH e FM e os semipesados VM. Em 2005, a montadora comercializou no mercado brasileiro 4.724 caminhões pesados e 1.220 semipesados, no total de 5.944 unidades, comparadas com 6.354 unidades comercializadas no ano de 2004, segundo os dados da Anfavea, entidade que reúne as montadoras estabelecidas no País. ■



Destinado ao transporte realmente pesado, o novo caminhão Volvo FH16, com motor de 660 cv, está preparado para atender às futuras regras de emissão Euro 5



Um ano de superação

Produção e exportação de caminhões atingem os melhores resultados da história. Embora o mercado interno tenha se retraído, ainda assim 2005 foi um bom ano de vendas

SE A DAIMLERCHRYSLER, TITULAR DA MARCA Mercedes-Benz, reagiu nas vendas internas de caminhões e deixou a segunda colocada, a Volkswagen, três pontos percentuais atrás, na produção a Volkswagen deu troco: foi a líder em 2005, tirando histórica dianteira da Mercedes-Benz.

A diferença foi pequena. A Volkswagen fabricou 32.709 caminhões no ano passado, pouco acima da Mercedes, com 32.333 unidades.

Volkswagen e Mercedes produziram 56% do total de 116.104 caminhões em 2005. Foi estabelecido recorde desde que a Volkswagen começou a montar caminhões, em 1981. Já nos registros da Anfavea, mostrando que a Mercedes produz caminhões desde 1957, se 2005 foi seu melhor ano desde 1986, ficou abaixo dos

volumes produzidos pela marca em oito anos anteriores.

A produção total de caminhões do Brasil, em 2005, atingiu recorde absoluto desde 1957. Superou 2004, com 107.038 unidades, 1980, com 102.017 unidades e 1977 (101.368 unidades). Já no capítulo das exportações de caminhões, 2005 também foi recorde absoluto, com 37.030 unidades, superando em 46% o melhor resultado, até então, registrado em 2004, quando o Brasil colocou 25.369 caminhões no exterior.

Em 2005 a indústria brasileira embarcou para o exterior 32% dos caminhões que produziu. Em 2004 embarcou 23,7%. Foram dois saltos isolados, bem acima da média – em dez anos anteriores, de 1994 a 2003, as exportações de caminhões re-

presentaram 15% da produção.

Ao contrário de antes, quando a Mercedes-Benz dominava isolada as vendas externas, agora há a companhia de outras três marcas relevantes: Scania, Volkswagen e Ford. Juntas, as quatro empresas exportaram mais de 80% dos caminhões, ficaram próximas uma das outras em volumes. E os planos são de manter e até ampliar os embarques para 2006. Por dois motivos básicos: a economia mundial está aquecida e mesmo com um câmbio não ser dos mais favoráveis, o Brasil ainda é competitivo na produção de veículos de cargas.

As vendas domésticas de caminhões em 2005 registraram 80.296 unidades no varejo ou 80.384 unidades no atacado. Não foi recorde por causa do recuo no

VOLKSWAGEN PASSOU

(produção de caminhões - em unidades)

	2005	2004	2003
Volkswagen	32.709	29.271	22.649
DaimlerChrysler	32.333	32.157	23.507
Ford	24.945	21.477	16.237
Scania	12.221	9.949	6.806
Volvo	8.299	8.376	5.582
Iveco	3.453	3.548	1.589
International	1.016	887	1.048
Agrale	816	743	737
Outros	312	630	805
Total	116.104	107.038	78.960

SALTO EXPORTADOR

(vendas externas de caminhões - em unidades)

	2005	2004	2003
DaimlerChrysler	8.784	8.058	3.018
Ford	7.935	5.093	2.791
Volkswagen	7.094	4.142	1.917
Scania	7.019	3.953	2.629
Volvo	2.913	1.996	792
Iveco	1.918	1.177	481
International	1.027	874	1.140
Agrale	340	76	52
Total	37.030	25.369	12.820

Fonte: Anfavea

VENDAS INTERNAS NO ATACADO

(em unidades)

	2005	2004	Varição
TOTAL	80.384	85.729	-6,2%
Agrale	445	675	-34,1%
DaimlerChrysler	25.765	26.114	-1,3%
Fiat	258	454	-43,2%
Ford	15.8784	16.528	-4,0%
General Motors	2	5	-60,0%
Peugeot	36	115	-68,7%
Citroën	20	34	-41,2%
Scania	5.225	6.100	-14,3%
Volkswagen	23.532	25.053	-6,1%
Volvo	5.944	6.354	-6,5%

Fonte: Anfavea

segundo semestre. A safra agrícola não se comportou com o mesmo viço de 2004. Houve seca em algumas regiões, prejudicando a colheita e, em consequência, a venda de caminhões. Ainda assim, 2005

foi o quarto melhor ano na história de vendas do mercado interno, superado apenas por 1977 (90.247 caminhões), 2004 (83.005 unidades) e 1980 (81.933 unidades).

Os números são referências e mere-

QUEM É QUEM

(participação nas vendas internas de caminhões - em %)

	2005	2004	2003
DaimlerChrysler	32,1	30,5	32,8
Volkswagen	29,3	29,2	30,6
Ford	19,7	19,3	19,8
Volvo	7,4	7,4	6,4
Scania	6,5	7,1	5,8
Iveco	4,1	5,0	3,1
Agrale	0,6	0,8	0,9
Outros	0,3	0,7	0,6
Total	100	100	100

Fonte: Anfavea

cem considerações. Mais de 60% dos caminhões vendidos em 2005 e 2004 são de caminhões semipesados e pesados – nas décadas de 70 e 80 a supremacia era de veículos de menor capacidade de carga. Isso quer dizer que o caminhão de agora é mais produtivo e de maior valor. ■

Maior fabricante da China • 12º fabricante mundial

Informações:

Gustavo Lima

Miami - Fl - USA

Fone: 1-786- 573-0748

guslima@orientetriangle.com

Emerson Roveda Astolfi

Fone (51) 3019 4212

emerson@orientetriangle.com

Porto Alegre - RS - Brasil

www.orientetriangle.com



ORIENTE



INMETRO #051

ISO 9001

ISO 14001

QS 9000

E4

D.O.T

TRIANGLE®

Representante Exclusivo Grupo Oriente

IMPORTADORES: Casa dos Pneus - Santa Maria, RS - (55) 3223.0033 - casadospneus@csasm.com.br | Sigma Pneus - Sapiranga, RS - (51) 599.8002 - alexandre@sigma-comercial.com.br | ML Pneus - Marau, RS - (54) 342.3907 | Burica Pneus - Boa Vista, RS - (55) 3538.1172 - a.flach@luanett.com.br | Euro América Pneus - Porto Alegre, RS - euroamericapneus@terra.com.br | Ferromar - Canoas, RS - (51) 8144.7586 - ferromar.import@terra.com.br | Eurobraz Pneus - Joinville, SC (47) 433.6090 - vendas@eurobraz.com.br | Stradeiro Com. - Apucarana, PR - (43) 3422.9742 - eldomingos@uol.com.br | A K Pneus - São Paulo, SP - (11) 9631.2720 | Universo Pneus - Divinópolis, PR - (37) 3351.3072 - lucas@universopneus.com.br | Oriente Pneus - Campo Grande, MS - (67) 342.1789 - orientepneus@terra.com.br | Interbrás - Recife, PE - (81) 3338.4030 - seas@elogica.com.br | Amazon Transportes e Super Terminais Manaus - AM - (11) 6095.2200 - helena@transamazon.com.br



A top brasileira Gisele Bündchen (acima) e a americana Guinevere van Seenus (à esquerda)

Calendário Pirelli dá visibilidade à marca

"The Cal", como é conhecido o calendário da Pirelli, é um dos mais eficientes instrumentos criados pela empresa para reforçar a imagem da marca

SEIS MULHERES ESTONTEANTES SOMADAS à arte de Mert Alas e Marcus Piggott, a dupla anglo-turca de fotógrafos, resultam em um objeto de desejo dos apaixonados por fotografia e estética: o Calendário Pirelli 2006. "The Cal", como é chamado o calendário, foi criado em 1964 na Inglaterra e constitui um instrumento de marketing vigoroso em toda a sua trajetória de 42 anos, tratando a cada ano um tema diferente. Sua capacidade de associação com a marca é surpreendente, segundo a fabricante, que tem tradição de procurar comunicar de maneira eficaz e

original e de ir além dos tradicionais canais de comunicação.

"O Calendário Pirelli dá um retorno em marketing de 30 vezes o investimento", assegura Humberto Andrade, da Direção de Vendas e Marketing da Pirelli do Brasil.

Na edição do calendário deste ano, lançado em 18 de novembro em Paris e que aborda o tema "o poder e a liberdade da mulher", participaram a atriz e cantora Jennifer Lopez (Capa, janeiro e fevereiro), estreando no calendário, a top brasileira Gisele Bündchen, e as modelos Guinevere van Seenus, Kate Moss, Karen Élson e

Natalia Vodianova, que revelam sua beleza em fotos sensuais. As seis belidades foram clicadas na Riviera Francesa com seu ar de nostalgia e elegância.

A americana Van Seenus que também estréia neste ano no Calendário Pirelli é uma top requisitada, por sua beleza e extroversão, embora ainda não tão conhecida internacionalmente. Bündchen participa pela segunda vez do calendário enquanto Moss, Elson e Vodianova chegam à terceira participação.

As fotografias são modernas e sensuais, ao mesmo tempo que relembram os anos 60 e 70, misturando o novo com o antigo, marca registrada da dupla, que retrata com um estilo inovador e versatilidade a beleza, a sedução e a liberdade de expressão das musas. As fotos, principalmente em preto e branco, ganham toques de cor na capa e nos meses de março e novembro.

O calendário teve tiragem de 40 mil exemplares para distribuição em mais de 100 países onde opera a Pirelli. De acordo com Humberto Andrade, da Pirelli, as edições de The Cal de alguns anos viraram "cult" e uma delas chega a ser vendida por R\$ 15 mil para colecionadores. ■

PNEUS, O SEGUNDO MAIOR CUSTO DE UMA FROTA.

SUA CORRETA ADMINISTRAÇÃO FAZ A DIFERENÇA.

06 e 07 de Abril de 2006

Em parceria com a Bandag, 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

- 1 - Tipos de Pneus
- 2 - Nomenclaturas
- 3 - Pressão
- 4 - Carga
- 5 - Velocidade
- 6 - Montagem
- 7 - Identificação do Pneu na Frota
- 8 - Armazenagem
- 9 - Controle dos Pneus
- 10 - Legislação e Normas
- 11 - Reforma de Pneus
- 12 - Sistema de Gerenciamento

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.

O LOCAL

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

O INSTRUTOR



Antônio Carlos Pereira - Administrador de Empresas, formado pela Faculdade de Administração Paulista de Ensino e Pesquisa - FAPEP; Pós Graduação em Gestão de Pessoas, pela Fundação Getúlio Vargas - FGV; Especialista em treinamento gerencial na área de transportes, com ênfase na gestão técnica de pneus, com mais de vinte anos de experiência; atua como Gerente de Treinamento para o Mercosul na Bandag do Brasil; Instrutor e Consultor em nível nacional de empresas públicas e privadas; Ministra cursos sobre gerenciamento de pneus para frotas desde 1985.

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

Cronograma de Cursos Técnicos OTM EDITORA:

Mar.	08, 09 e 10	Cursos Técnicos	Ago.	24 e 25	Administração de Frota
Abr.	06 e 07	Gerenciamento de Pneus	Set.	27, 28 e 29	Cursos Técnicos
Mai.	04 e 05	Administração de Frota	Out.	26 e 27	Administração de Frota
Jun.	21, 22 e 23	Cursos Técnicos	Nov.	23 e 24	Gerenciamento de Pneus
Jul.	16 e 17	Gerenciamento de Pneus	Dez.	14 e 15	Administração de Frota

ORGANIZAÇÃO:



Marcelo Fontana
promoções e eventos

REALIZAÇÃO:



transporte
Todos os modos

INFORMAÇÕES:

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

Brasil nos Trilhos

As ferrovias trilhando o século 21



Brasília 06 e 07 de junho de 2006



As empresas associadas à ANTF irão promover pelo segundo ano, um encontro Nacional, nos dias 06 e 07 de Junho, em Brasília, no Hotel Blue Tree Alvorada, com o objetivo de destacar a importância dos 10 Anos de Concessão Ferroviária de Carga e a importância do setor no cenário de crescimento logístico, e econômico do Brasil.

PROGRAMAÇÃO PRELIMINAR

Estão previstas as seguintes ações para os dias 06 e 07 de Junho de 2006.

06 de Junho de 2006

Hotel Blue Tree Alvorada

Coquetel e jantar para um público estimado em 400 participantes, compostos por parlamentares, dirigentes das concessionárias, fornecedores do setor ferroviário, lideranças de entidades setoriais, grandes embarcadores e representantes da imprensa.

Horário: 18h00 às 22h00

Medalha Mérito Ferroviário

07 de Junho de 2006

Hotel Blue Tree Alvorada

Seminário Nacional

Tema: Brasil nos Trilhos - 10 Anos de Concessões Ferroviárias

Entrega do Troféu Brasil nos Trilhos à Personalidade do Setor.

Encontro Técnico

Horário: 9h00 às 18h00

Para viabilizar a realização dessa iniciativa, o patrocínio está dividido em 4 cotas:

Cotas de Patrocínio:

Platinum R\$ 100.000,00

Ouro R\$ 75.000,00

Prata R\$ 50.000,00

Bronze R\$ 25.000,00

Forma de pagamento: 5 vezes (março-julho)

INFORMAÇÕES:

11-5096.8104 / 08007028104
otmeditora@otmeditora.com.br
Departamento de Eventos
Ou pelo site
www.antf.org.br



Lounge Platinum



Lounge Ouro



Lounge Prata



Lounge Bronze

REALIZAÇÃO



APOIO



Confederação
Nacional do
Transporte

COMERCIALIZAÇÃO/ORGANIZAÇÃO





A sexta edição da Transtec, a feira gaúcha de transportes, que acontecerá em agosto deste ano, ganhará um novo formato e focos diferentes

Aline Feltrin

MAIS DO QUE UMA FEIRA COM EXPOSIÇÕES de alta tecnologia, produtos e lançamentos, a Transtec 2006 será palco de eventos, seminários e atividades relacionadas ao setor automotivo. É assim que Jones Francisco Mariani, presidente do Sindicato das Indústrias Metalúrgicas, Mecânicas e de Material Elétrico de Caxias do Sul (Simecs) definiu o que será a sexta edição da Feira de Transportes, Veículos e Implementos, Encarroçadoras e Auto Peças, durante seu lançamento em dezembro do ano passado em Caxias do Sul (RS).

A Transtec acontecerá entre os dias 15 e 18 de agosto deste ano na cidade gaúcha de Caxias do Sul, um dos principais pólos industriais do País. Contará com a promoção, organização e comercialização de duas empresas com experiência em eventos de sucesso – a Marcelo Fontana Promoções e Eventos e a Intencional BR Promoções e Publicidade – que usarão do conhecimento para propiciar à feira um novo formato, novos focos e negócios. A Marcelo Fontana Promoções e Eventos é

organizadora de eventos como As Maiores e Melhores do Transporte & Logística, Fetransrio e diversos outros ligados ao transporte rodoviário.

De acordo com Mariani, a Transtec 2006 tem o propósito de divulgar a imagem de Caxias do Sul como centro nacional de produção de equipamentos, componentes e peças para transporte e movimentação de carga, transporte coletivo e máquinas agrícolas.

"Caxias do Sul e região, sem dúvida, tornaram-se um centro de excelência nas atividades metal-mecânica, automotiva e eletroeletrônica na região sul do Brasil, sendo um dos pólos econômicos mais importantes e com uma notável vocação industrial para o setor automotivo", diz.

Segundo Mariani, o setor automotivo de Caxias do Sul é composto por 540 empresas, que empregam 21 mil funcionários e geram um faturamento anual da ordem de US\$ 2,4 bilhões. "Não obstante, 70% do total de implementos agrícolas, caminhões e ônibus produzidos no Rio Gran-



Mariani: a Transtec valoriza pólo industrial de Caxias do Sul

de do Sul são fabricados aqui no nordeste gaúcho", comenta o dirigente.

Com a nova formatação, a Transtec pretende reunir cerca de 120 empresas do segmento automotivo.

À feira haverá seminários e palestras com importantes expoentes da área de transportes, que abordarão temas de relevância para os profissionais envolvidos com o setor. Será realizada numa área de 9 mil m² no Parque de Exposições da Festa da Uva, com infra-estrutura para receber frotistas, industriais, técnicos automotivos, empresários, transportadores autônomos, caminhoneiros entre outros envolvidos com o setor.

Marcelo Fontana, diretor da Marcelo Fontana Promoções e Eventos, ressaltou o potencial da região sul e disse que os eventos paralelos na linha da inovação empresarial assim como a troca de experiências de vivências empresariais será a forma de estimular as entidades para apoiarem a Transtec. "Acreditamos que o mais importante, além da credibilidade depositada pelo Simecs em nossas empresas promotoras, é conseguir o apoio e empenho das empresas que irão participar desse novo modelo da Transtec", afirma.

Para Fontana, realizar a exposição na cidade gaúcha – casa dos grandes fabricantes e de um exército de fornecedores da indústria do transporte – é uma oportunidade única para valorizar o potencial deste pólo industrial. "O nosso objetivo não é ser a maior exposição do setor, mas encontrar o caminho e as oportunidades que estão ao nosso alcance para realizarmos uma exposição bienal aguardada pelo mercado", finaliza.

Segundo Orivaldo Quatrini, diretor de eventos da Intencional BR Promoções e Publicidade, o objetivo é transformar a Transtec 2006 em um evento de projeção nacional. "Queremos promover a integração e possibilitar a participação, desde o pequeno fabricante fornecedor de insumos até as grandes empresas do setor".



Realizado em novembro último em São Paulo (SP), primeiro Fórum de Logística & Transportes reuniu 200 participantes de todo o País para troca de informações com qualidade

Sonia Crespo

SÃO RAROS OS EVENTOS QUE DIVULGAM a ação da logística no setor de transporte do País, ainda que o assunto seja de extrema importância para o desenvolvimento da cadeia produtiva. Numa atitude pioneira, a Associação Brasileira de Logística (Aslog) e a Federação das Empresas de Transportes de Cargas do Estado de São Paulo (Fetecesp) promoveram, em novembro do ano passado, o primeiro Fórum Empresarial de Logística em Transportes (FELT), que contou com 200 participantes de todo o Brasil. Desse total, avalia o presidente da Aslog e coordenador do evento, Adalberto Panzan Junior, 78% se compõem de diretores, superintendentes e presidentes de entidades. "A proposta do evento é justamente reunir um grupo de empresários de expressão nacional, proporcionan-

do maior contato entre os profissionais e possibilitando a troca de experiências bem sucedidas no setor", explica. Foram dois dias de atividades, durante os quais presidentes e diretores apresentaram palestras das empresas Companhia Vale do Rio Doce (CVRD), Natura, Bunge, Ryder, Luft Logistics, Transportadora Bertolini, Braspress e Randon. O encontro teve apoio da Confederação Nacional dos Transportes (CNT), da Associação Brasileira dos Transitários de Carga (ABTC), da Associação Nacional dos Transportadores Ferroviários (ANTF), da Associação Nacional das Transportadoras de Carga (NTC), da Associação Brasileira de Atacadistas e Distribuidores (ABAD) e da Aliança Pró-Modernização Logística do Comércio Exterior (Procomex).

O resultado do encontro foi bastante

gratificante, diz o presidente da Aslog, após pesquisa realizada no término dos trabalhos: "57% dos participantes classificaram o encontro como ótimo e 37% como bom. O local onde aconteceu o evento – a Câmara de Comércio Norte-Americana de São Paulo (Ancham) – foi considerado 100% apropriado pelos participantes. Os palestrantes também tiveram uma avaliação satisfatória: 54% classificaram as apresentações como ótimas e 37% como boas. A média da nota sugerida para o encontro foi de 8,6 e 65% dos participantes garantiram que participarão do FELT de 2006 e indicarão o evento a outros empresários.

PLANO DIRETOR – Na abertura do evento, Adalberto Panzan Junior falou um pouco da Aslog e dos objetivos da entidade para os próximos anos. "A missão principal da entidade é promover a função logística, divulgando conhecimentos técnicos e ampliando o relacionamento profissional", ressaltou Panzan. O presidente da Aslog disse que dedicará sua gestão à

criação de um Plano Diretor de Logística, que vincularia as ações entre órgãos afins. "Não há coordenação dos investimentos e infra-estrutura logística: governos, órgãos públicos, empresas privadas e estatais e concessões realizam investimentos de forma independente, procurando resolver problemas pontuais e regionais", disse. A idéia de Panzan é criar um único órgão público federal, com representantes de ministérios, secretarias estaduais, municipais e a iniciativa privada, com o objetivo de coordenar os investimentos e projetos logísticos em função de prioridades nacionais, substituindo a competição pela colaboração e integração mútua das partes interessadas. A ação traria benefícios não apenas para as empresas mas também para a sociedade como um todo, por meio do aumento da produtividade, preços mais competitivos e mais empregos.

Panzan comentou em sua apresentação que o desafio do plano é fazer o básico funcionar bem. Ele compara os custos logísticos do Brasil aos dos EUA: no nosso país, são anualmente de 13% a 15% do PIB, enquanto o índice americano fica na faixa de 7,5%. Também destacou que a previsão da demanda é essencial nas operações de logística eficientes: elaborar um planejamento integrado, com calendário de eventos, por exemplo. O executivo salientou que são poucas as pessoas que estão trabalhando em logística e que foram totalmente treinadas para isso. "É necessário que esses profissionais adquiram educação competente e certificação na área", acrescentou.

LOGÍSTICA COLABORATIVA – A apresentação da Bunge Alimentos durante o evento mostrou que a empresa começou a dar os primeiros passos no Brasil em 1905. A fabricante criou corpo a partir de 1938, quando entrou no mercado de fertilizantes e – numa segunda fase – em 1997,

fez aquisições estratégicas de indústrias de alimentos. Em 2002 tornou-se a maior processadora de soja do país e em 2003 criou uma joint venture com a Du Pont, formando a empresa Solae Company. Além de ser o quarto maior exportador brasileiro no agronegócio e ser líder na produção de óleos vegetais, margarinas e óleos vegetais, a Bunge também está entre os maiores em volume de carga: a previsão para 2005 é movimentar 50 milhões de toneladas.

De acordo com Francisco de Assis Senz, diretor de Logística da empresa, a integração e logística impulsionam a criação de valor da origem ao consumidor.

O executivo destacou que a logística utilizada pela Bunge realiza operações conjuntas em portos que permitem que o fabricante capture maiores benefícios das sinergias internas e oceânicas. Para isso, ele explicou, são utilizadas softwares de programação linear nas operações, que são executadas para aumentar a sinergia entre as companhias. Os resultados parecem compatíveis: em 2005, a empresa prevê fechar o ano com a movimentação de 15,2 milhões de toneladas de fertilizantes – 89% via rodoviária, 9% via ferroviária e 2% via hidroviária – cerca de 10% a mais que em 2004, quando foram



Bunge: integração e logística impulsionam a criação de valor da origem ao consumidor

movimentados 14,4 milhões de toneladas. Hoje, disse Senz, os maiores desafios logísticos da Bunge são ligados às deficiências da infra-estrutura: portos congestionados, rodovias mal conservadas e ferrovias com capacidade insuficiente para armazenagem.



A Natura movimentou 42 mil caixas de produtos por dia

A LOGÍSTICA DO BEM-ESTAR – O conceito do produto, que produz bem-estar (relação harmoniosa e agradável do indivíduo consigo mesmo e com seu corpo) e o estar bem (relação empática bem sucedida do indivíduo com o outro, com a natureza e com o todo) se estende também às relações de distribuição logística dos produtos da marca, comentou Itamar Correia da Silva, vice-presidente de Operações e Logística Internacional da Natura, durante sua apresentação "A Logística do Bem-Estar bem no Atendimento à Estrutura de Vendas". A empresa, que é fabricante de cosméticos, fragrâncias e produtos de higiene pessoal, obteve receita bruta de R\$ 2,5 bilhões em 2004. A distribuição abrange 90% dos municípios brasileiros, e são 484 mil consultoras na América Latina. Tem atualmente 20,5% de market share no mercado brasileiro, além da presença em países como a Argentina, Chile, Peru, Bolívia, México e a loja em Paris, na França. Possui ainda o maior centro de P&D ▶

de cosméticos no Brasil. Ao todo são 510 itens.

São preparadas, em média, 42 mil caixas por dia. A empresa movimenta de 25 a 30 carretas e 450 carros por dia. São separados entre 35 mil e 45 mil volumes diários. Do total de pedidos, 95% são entregues dentro do prazo, o que dá uma média de um pedido entregue a cada segundo.

Os pedidos são atendidos por dois sistemas: o Central de Atendimento Natura, onde trabalham 1.200 operadores, que recebem 800 mil ligações telefônicas por mês, realizando o pedido por telefone; o outro é o Serviço Natura de Atendimento ao Cliente, formado por 120 operadores que se encarregam do agendamento de uma visita do vendedor ao cliente e atendem até 200 mil ligações por mês,

A localização dos produtos dentro do armazém, ao lado da fábrica da empresa em Cajamar (SP), é fácil, graças à disposição vertical das mercadorias, distribuídas em 52 mil posições. O tempo estimado de reposição é de dois minutos.



Schmitt da Randon: a cadeia de abastecimento é cadeia de negócios

CADEIA DE NEGÓCIOS – A Randon transformou sua cadeia de abastecimento em cadeia de negócios. A empresa, que tem 56 anos de atividades, é conhecida em



Wroblewski Filho, da Ryder: custos com logística no País variam de 4% a 12%

mais de 100 países, estima fechar 2005 com US\$ 1 bilhão em vendas totais, contrata 6.900 empregados e tem 7 unidades fabris em Caxias do Sul (RS), uma em São Paulo e uma em Santa Fé, na Argentina.

De acordo com Astor Milton Schmitt, diretor corporativo e de Relações com Investidores, 50,25% da produção se referem a autopeças e sistemas e 47,76% são de implementos rodoviários, ferroviários e veículos especiais. Os demais 1,99% são de serviços. Ele estima que 80% da produção se destinam ao mercado interno, enquanto 20% vão para o exterior.

Para implementar uma logística produtiva de resultados, foi adotado um processo industrial integrado, onde se privilegia a qualidade de material humano e as fontes de suprimento são limitadas.

VANTAGEM COMPETITIVA – De acordo com pesquisa realizada pela transportadora Ryder do Brasil, logística é uma vantagem competitiva para 75% das empresas de tecnologia da computação, para 82% de empresas do setor de siderurgia e metalurgia, para 91% do setor alimentício, para 94% do setor químico e petroquímico e 100% para os setores de material de construção, higiene e limpeza, papel e celulose, automotivo e autopeças, eletroeletrônicos e bebidas. De acordo com a palestra apresentada pelo presidente da empresa, Antonio Wroblewski Fi-

lho, 97% das empresas em geral possuem desenvolvimento de projetos e soluções logísticas, 99% têm processo de armazenagem e 100%, gestão de estoques. O executivo salientou que os custos com logística no Brasil variam entre 4% e 12% do faturamento da empresa. A distribuição dos custos logísticos entre as atividades exercidas está dividida da seguinte forma: 64% em transporte, 21% em armazenagem e 15% em outras atividades. Também disse o apresentador que a gestão estratégica de logística adotada por uma empresa deve sempre estar em linha com a direção estratégica da organização.



Vantine: economia na conta total do frete com operação personalizada

OPERAÇÕES PERSONALIZADAS – O Grupo Luft apresentou, em parceria com a Vantine Solutions, a palestra "Negociação e Contratos no Mercado de Logística e Transportes", destacando as operações especiais da Luft para a Ambev. José Geraldo Vantine mostrou como foi elaborado o projeto de viabilidade do Veículo Cervejeiro Ambev (VCA), dentro das legislações existentes, visando à geração de economia na conta total de frete.

O FUTURO DA AMAZÔNIA – A apresentação da Transportes Bertolini, proferida pelo assessor da presidência Paulo Vicente Caleffi, mostrou que o transporte rodofluvial na região Norte é uma das al-



Bertolini: modo rodofluvial é alternativa viável para escoar safra

ternativas viáveis na infra-estrutura brasileira para o escoamento da safra. A empresa opera no transporte de carga fracionada entre o Norte e o Sul do País. Possui atualmente frota de 1,2 mil semi-reboques, além de 80 equipamentos de transporte fluvial, entre balsas, empurradores e *thrusters*. Caleffi salientou que o desenvolvimento do transporte fluvial para o escoamento das safras agrícolas brasileiras é fundamental para que o País possa competir em igualdade de condições com países que possuem o aproveitamento da infra-estrutura hidroviária. Por exemplo: os EUA, com a bacia do rio Mississippi. "Safra agrícola e logística são inseparáveis e interdependentes", comentou.

A Bertolini mostrou em sua apresentação a possibilidade de intensificar o transporte de grãos utilizando a via rodofluvial entre Cuiabá e Manaus.

INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS – A Companhia Vale do Rio Doce tem 34 mil empregados e, em 2004, registrou faturamento de R\$ 29 bilhões, 39% a mais que o total em 2003. Na apresentação da empresa, o diretor de Operações Logísticas Eduardo Bartolomeo destacou que uma das grandes curiosidades do mercado é saber como a empresa, com uma logística considerada um dos grandes fatores de sucesso, desenvolve e administra inovações tecnológicas. "A resposta é justamen-

te essa: uma das grandes alavancas de desenvolvimento da empresa é justamente a implementação e o aprimoramento de novas tecnologias", disse. As tecnologias adotadas, complementou, resultam tanto na parte produtiva – por exemplo, nas operações em jazidas – como no transporte e movimentação de produtos.

A estrutura básica de transporte da Vale, para levar minério de um lado para outro lado do mundo, se utiliza de ferrovia, que sai direto da mina e vai para o porto.

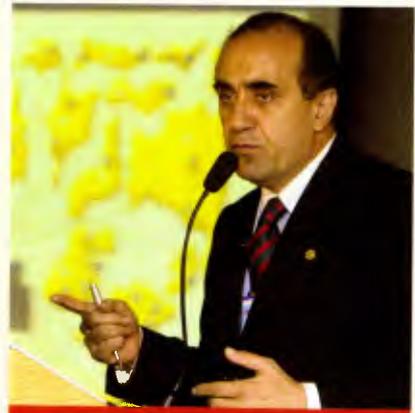
Na Vale, disse o executivo, "a logística passou a ser um negócio". Hoje, a empresa usa 9,3 mil quilômetros de malha ferroviária, tem 8 terminais portuários em todo o País e é responsável por 16% da movimentação de carga no Brasil – abrangendo 36% só de cabotagem de carga geral, e 65% da movimentação portuária brasileira de grãos sólidos. São 98,4 milhões de toneladas de cargas embarcadas pelo complexo portuário de Tubarão (ES), 58,4 milhões de toneladas embarcadas pelo terminal de Ponta da Madeira e 25,4 milhões de toneladas de carga geral movimentadas nos demais terminais portuários. Atualmente a Vale possui pátios, armazéns, terminais e complexos portuários nos estados do Maranhão, Sergipe, Pará, Espírito Santo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo, Goiás e Brasília.

Para desenvolver esses sistemas, a Vale investiu US\$ 582 milhões em logística em 2004. Para 2005, a previsão é elevar esse



Na CVRD a logística é um dos carros-chefe

orçamento em 31%, chegando aos US\$ 760 milhões. Particularmente no caso das ferrovias da Vale, a produção, em tkus, passou de 109,2 bilhões em 2001 para 139 bilhões em 2004. Na movimentação da soja nacional, a empresa já responde atualmente pela movimentação de 16% do produto destinado à exportação.



Urubatan: o Brasil é um país de empreendedores

EMPREENDEDORISMO DIVERSIFICADO

– Em sua palestra "Diversificação e Crescimento com Visão Empreendedora", o presidente da transportadora Braspress, Urubatan Helou, disse que "O Brasil é um país de empreendedores". Contou sua saga, à frente da empresa, que começou em 1972, numa pequena sala de 16 metros quadrados, no centro de São Paulo. Em 1974 surgiu a Transfilm Transportes Ltda, que chegou a ter 30 veículos e 200 funcionários. A Braspress Transportes Urgentes surgiu em 1977 e de lá para cá cresceu e se diversificou. Hoje o grupo conta com as empresas Rodex, de carga geral, Aeropress, de encomendas rodo-aéreas, e a Digilog, braço que se dedica às operações logísticas de transporte. A Braspress possui 762 caminhões próprios, 325 caminhões agregados, 868 rastreadores de frota, um helicóptero Esquilo B2 e 70 filiais próprias espalhadas pelo Brasil. O grupo registrou um faturamento global de R\$ 27,7 milhões em 2005. ■



Gestão eficiente garante prêmio

Solenidade de entrega do prêmio Maiores e Melhores do Transporte e Logística 2005 reuniu 500 empresários e personalidades de todos os segmentos do transporte

PELO DÉCIMO OITAVO ANO, O PRÊMIO DE as Maiores e Melhores do Transporte e Logística, concedido pela revista Transporte Moderno, foi entregue às empresas vencedoras, em evento realizado pela OTM Editora, que publica a revista bem como Technibus, e por Marcelo Fontana Promoções e Eventos. A solenidade reuniu cerca de 500 empresários e autoridades dos mais diversos segmentos de transporte para ho-

menagear as premiadas e a Personalidade de Transporte do ano eleita pelos leitores das duas revistas.

Na abertura da premiação, que aconteceu na Câmara Americana do Comércio (Amcham), na capital paulista, Marcelo Fontana, diretor das duas empresas organizadoras do evento, elogiou a eficiência dos administradores das empresas de transporte, apesar dos fatores impon-

deráveis no setor. O resultado, acrescentou, está espelhado no desempenho corporativo revelados pelos balanços financeiros. Marcelo Fontana fez um relato sucinto do trabalho do grupo editorial prestado ao setor de transporte e anunciou novos projetos para 2006, incluindo uma edição especial com os resultados de uma pesquisa realizada por técnicos sobre projetos de transporte público das 45 maio-



Francisco Martim Megale, presidente da Atlas



Joaquim Constantino (à esq.), diretor da GOL



Romulo Otoni Andra (à dir.), gerente geral intermodal da CVRD



João Márcio Jordão, superintendente adjunto da Infraero



Júlio Simões, diretor presidente da Júlio Simões



João Batista C. Fraga (à dir.), gerente de logística e transporte da Gerdau



Nilton Gonçalves, coordenador de novas construções da Transpetro



Julio Fontana, presidente da MRS

res cidades brasileiras referente ao período de 2005 a 2008. A edição vai circular em fevereiro.

Na premiação, foram entregues 44 troféus no total: a melhor em cada modo de transporte e a de logística; a melhor em cada segmento da indústria de transportes; e a melhor em cada segmento de serviços de transporte, além da Personalidade de Transporte de 2005, Newton Gibson Rodrigues, presidente da Associação Brasileira dos Transportadores de Carga (ABTC). Foram premiadas, também, as em-

presas vencedoras do 37º Concurso de Pintura de Frota nas categorias transporte urbano de passageiros, transporte rodoviário de passageiros e transporte de carga.

Entre as operadoras de transporte as vencedoras do prêmio foram: a Gol Transportes Aéreos (transporte aéreo), a MRS Logística (transporte ferroviário de carga), Companhia Paulista de Trens Metropolitanos (transporte ferroviário de passageiros), Petrobrás Transporte-Transpetro (marítimo e fluvial), Empresa de Transportes Atlas (rodoviário de carga); Viação Come-

ta, (transporte rodoviário de passageiros) Turismo Três Amigos (transporte de fretamento e turismo), Viação Urbana (transporte metropolitano de passageiros). A melhor entre as empresas da indústria voltada para o transporte foi a Gerdau, enquanto a Infraero conquistou a mesma posição entre as empresas de serviços relacionados ao transporte.

A grande vencedora de as Melhores e Maiores do Transporte e Logística 2005 foi a empresa aérea Gol, eleita a Melhor entre as Melhores do Transporte pelo segundo ano consecutivo, resultado de sua eficiente gestão e crescimento meteórico.

Ao todo foram analisados balanços de cerca de 600 empresas. Para avaliar o desempenho foram levados em conta os seguintes quesitos: receita operacional líquida, patrimônio líquido, lucro líquido, liquidez corrente, endividamento geral, rentabilidade sobre a receita, rentabilidade sobre o patrimônio líquido, produtividade de capital e crescimento da receita. ■

Montadoras, Encarroçadoras, Implementos Rodoviários, Indústrias de Autopeças, Concessionárias, Sistemas de Gerenciamento e Co

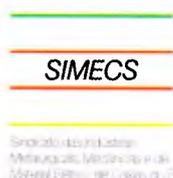
Transtec

Nova formatação, novo

A **Transtec - Feira de Transportes, Veículos, Implementos, Encarroçadoras e Autopeças**, chega em sua sexta edição com nova formatação, focando os setores de transporte rodoviário de cargas, implementos rodoviários, transporte rodoviário de passageiros, metropolitano de passageiros e autopeças. A **Transtec 2006** está mais direcionada e com abrangência nacional.

Reserve já seu espaço na **Transtec 2006**, a feira que vai encurtar a distância entre seus expositores e os principais decisores de compras e formadores de opinião do Brasil, gerando excelentes oportunidades de negócios.

REALIZAÇÃO:



ORGANIZAÇÃO E MONTAGEM:



APOIO:



role de Frotas, Financeiras e Seguradoras, Produtos e Serviços para o Transporte, Fabricantes de Pneus, Distribuidores de Combustível.

ec 2006

foco, novos negócios.

TransTec | 2006

Feira de transportes, veículos,
implementos, encarroçadoras & autopeças

15 a 18 de Agosto de 2006 - Caxias do Sul - RS

MAIS INFORMAÇÕES:

SIMECS - Sindicato das Indústrias Metalúrgicas
Mecânicas e de Mat. Elétricos de Caxias do Sul
Fone/Fax: 54 3228-1855
simecs@simecs.com.br

MARCELO FONTANA PROMOÇÕES E EVENTOS:
Fone/Fax: 11-5096-8104 - otmeditora@otmeditora.com.br
www.revistatransportemoderno.com.br
www.revistatechnibus.com.br

INTENCIONAL BR PROMOÇÕES E MONTAGENS
Tel.: 11 3049-1799 / 1770 / 1792
Fax: 11 3049-1761
transtec@intencionalbr.com.br



O ônibus Scania K 420, com carroceria Marcopolo, será o transporte oficial da seleção brasileira neste ano

Scania completa linha de rodoviários

A montadora lança três novos chassis e projeto que leva linha completa de ônibus rodoviários para demonstração nas principais cidades do País

A SCANIA LANÇOU TRÊS MODELOS DE chassis de ônibus: o K 270 para curtas e médias distâncias e os K 340 e K 380 para aplicações de maior deslocamento. O modelo K 270, que atende viagens rápi-

das entre cidades próximas e operações metropolitanas entre bairros distantes, pode receber carrocerias urbanas ou rodoviárias, ambas de 13,2 m de comprimento, com capacidade para transportar

até 83 passageiros na primeira versão e entre 40 e 44 na segunda. A principal característica do modelo é o elevado torque proporcionado por seu motor de 9 litros e 270 cv de potência, localizado na parte traseira.

Os modelos K 340 e K 380, nas versões 4x2, são indicados para médias e longas distâncias. Nas potências de 340 cv e 380 cv, respectivamente, eles substituem o chassi K 360, de motor mecânico. Para os ônibus de maior capacidade de passageiros, o chassi K 380 também está disponível na versão 6x2, podendo receber encarroçamento com posto do motorista rebaixado (low driver). Neste caso destina-se ao segmento de turismo mais luxuoso. Os três modelos possuem caixa de câmbio GR 801 de sete marchas, suspensão pneumática e Comfort Shift, sistema eletropneumático que reduz o esforço na troca de marchas.

Ao mesmo tempo, a empresa apresentou o projeto Times dos Sonhos: no ano da Copa do Mundo, operadores de todo o País vão conhecer e testar, durante este semestre, a linha completa de ônibus rodoviários da marca. Os 15 veículos do "time" que serão mostrados em eventos em Caxias do Sul (RS), Belo Horizonte (MG), Rio de Janeiro (RJ) e Salvador (BA), além de São Paulo (SP), são compostos um modelo K 420 6x2, quatro K-340 4x2, quatro K 380 6x2, três 310 4x2, dois K 270 4x2 e um K 420 8x2. Os veículos foram encarroçados pela Marcopolo, Busscar, Comil, Irizar e Induscar-Caio.

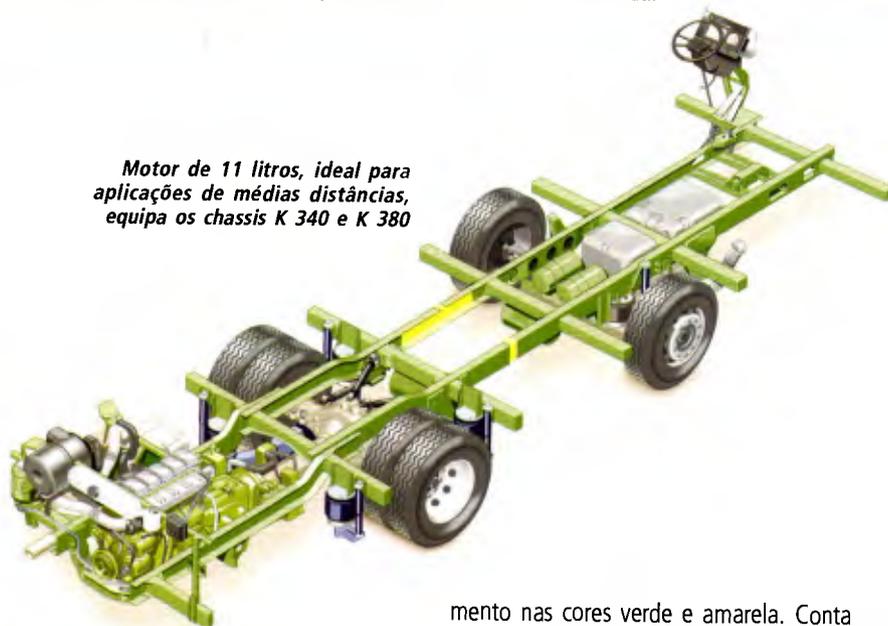
"Os 15 veículos têm como características comuns a potência e a robustez tradicionais da marca. Nosso objetivo é mostrar que realmente temos o Time dos Sonhos do segmento rodoviário", afirma Wilson Pereira, gerente executivo de Vendas de Ônibus da Scania.

Depois do evento em Salvador, os veículos seguirão para vários estados brasileiros para cinco meses de demonstração dinâmica aos clientes.

SELEÇÃO BRASILEIRA – A partir de fevereiro, um ônibus Scania será o transporte oficial da seleção brasileira de futebol em seus deslocamentos na fase de preparação no Brasil para a Copa do Mundo. O



Modelo K 380, 6x2, um dos lançamentos, recebeu carroceria Irizar



Motor de 11 litros, ideal para aplicações de médias distâncias, equipa os chassis K 340 e K 380

veículo, modelo K 420 8x2, é top de linha da Scania e destaque do Time dos Sonhos. Tem carroceria Marcopolo Paradiso 1800 DD, de dois andares, decorada com bandeira do Brasil e brasão da CBF, e é equipado com ar-condicionado, sistema completo de entretenimento e assentos com acaba-

mento nas cores verde e amarela. Conta ainda com uma sala de reuniões para a comissão técnica no andar inferior, com televisão, videocassete e DVD.

O resultado das vendas de ônibus rodoviários da Scania no Brasil em 2005, de 860 unidades, 52% acima do volume de 2004, foi o melhor dos últimos 10 anos, garantindo à montadora participação de 40,8% no segmento. ■



Michelin lança pneu 30% mais durável

Fabricante tem como meta equipar grande parte da frota brasileira de ônibus urbanos com o novo pneu, que apresenta menor velocidade de desgaste

A FABRICANTE DE PNEUS MICHELIN, DE origem francesa, lançou o pneu X Pass XZU3 destinado ao transporte urbano de passageiros que, de acordo com a fabricante, oferece 35% a mais em quilometragem na primeira vida de uso em comparação com o modelo anterior, o XZU2T. O novo produto é mais resistente a choques e perfurações na banda de rodagem e oferece maior resistência a agressões térmicas e sobrecarga na regiões dos talões bem como em desgaste na banda de rodagem graças ao "revolucionário desenho de escultura da banda de rodagem".

A soma destas características, segundo a Michelin, é uma grande economia para as empresas de ônibus que utilizam o novo pneu.

Além disso, o X Pass XZU3 tem maior área de contato e 2,5 milímetros a mais de profundidade em relação ao modelo anterior. Outras características que aumentam o rendimento in-

cluem o composto específico da borracha utilizada na banda de rodagem, capaz de suportar melhor o atrito com o solo, o que reduz de modo significativo a velocidade de desgaste, uma das principais exigências em aplicações urbanas.

O X Pass XZU3 está disponível na dimensão 275/80 R22"5 e, em breve, nas dimensões 1000R20 e 295/80R22.5.

A Michelin acredita que, até o fim de 2007, o novo produto deverá equipar grande parte da frota brasileira de ônibus urbanos, aumentando a participação da fabricante no segmento, cuja frota atual é composta por 180 mil veículos, dos quais um terço roda com pneus da marca. Este segmento representa 16% do mercado brasileiro de pneus radiais

"O ônibus é e continuará a ser o meio de transporte mais utilizado tanto no Brasil como em toda a América do Sul. A Michelin desenvolveu este produto revolucionário para oferecer ao segmento um pneu até 35% mais econômico", afirma Maria Luiza Carvalho, gerente de Marketing de Pneus de Carga da empresa. No novo pneu, a primeira vida atinge 70 mil km, de acordo com a Michelin.

A produção do X Pass deverá atingir 15 mil unidades neste ano, e chegará a 56 mil unidades em 2006, segundo a empresa.

Na fábrica da Michelin localizada em Campo Grande, oeste da cidade de

Rio de Janeiro, inaugurada em 1981 e totalmente renovada, são produzidos pneus radiais de 17.5" a 22.5" (em 50 dimensões) e câmaras de ar para ônibus e caminhões, além de bandas de rodagem para recapagem, receberá US\$ 74 milhões de investimento nos próximos dois anos para aumentar sua capacidade produtiva para 1,6 milhão de unidades anuais. ■



O novo caminho do papel

ALL fecha parceria com a Klabin para transportar bobinas de papel desde a unidade fabril de Monte Alegre (PR) até o Porto de Paranaguá (PR)

Sonia Crespo



O BOM RESULTADO DAS OPERAÇÕES logísticas que vêm sendo realizadas pelas ferrovias brasileiras nos últimos tempos já começa a colher frutos: fabricantes que tradicionalmente utilizavam o meio rodoviário – por ser mais rápido – como principal caminho de transporte para cargas de grande volume agora estão de olho no trem. É o caso de algumas empresas exportadoras, que obrigatoriamente têm de utilizar os portos brasileiros para escoar os produtos, como a indústria de papéis Klabin, que fechou, no final do ano passado, uma parceria com a América Latina Logística (ALL), para o transporte por via férrea de bobinas de papel desde sua unidade de produção de Monte Alegre (PR) até o terminal intermodal da empresa, no porto de Paranaguá (PR), em um trecho de 485 quilômetros. O acordo

terá duração de dez anos e movimentará 11 mil toneladas de papéis e cartões por mês. De acordo com Alexandre Campos, gerente de Produtos Industrializados da ALL, 50% das cargas movimentadas pela ferrovia são industrializadas e 50% grãos.

CUSTO ATRAENTE – O executivo diz que a opção pelo transporte ferroviário concede ao cliente diversas vantagens, entre elas um custo atraente. Como vem acontecendo com frequência nas recentes parcerias entre ferrovias e seus clientes, a Klabin e a ALL estarão injetando em conjunto aproximadamente R\$ 10 milhões para adaptar os vagões à carga e em melhorias da infra-estrutura. A ALL já desenvolveu um protótipo de vagão inédito, mais apropriado ao transporte das bobinas de papel. "O módulo é mais largo e mais alto do que o vagão convencional e permite expandir o peso médio da carga de 28 toneladas para 42 toneladas", explica Campos. Além disso, oferece mais segurança à carga: a bobina é transportada na vertical, permitindo o remonte da carga em dois níveis e evitando avarias no produto. De acordo com a previsão da ferrovia, até o mês de abril deste ano já estarão prontos cinquenta vagões adaptados. Na via permanente, foram realizadas adaptações de gabarito em trecho de 100 quilômetros para melhorar a capacidade da via férrea.

A Klabin optou pela ferrovia para a exportação de bobinas porque, segundo a empre-



ALL adapta vagões para transportar bobinas de papel

sa, a intenção é oferecer um diferencial de qualidade nos serviços prestados aos clientes do mercado externo: "O projeto de transporte ferroviário para o porto de Paranaguá é de fundamental importância para a distribuição de papéis e cartões da marca, já que esse modal oferecerá uma escala de serviços logísticos compatível com a proposta de crescimento da empresa, criando mais agilidade no processo de recebimento das mercadorias", comentou o diretor gerente da Área de Supply Chain da Klabin, Reinoldo Poernbacher.

A identificação de oportunidades para desenvolvimento de novos projetos como esse faz parte da estratégia da ALL para os próximos anos – período para o qual a concessão ferroviária prevê um acréscimo gradual no volume de industrializados e uma participação cada vez maior do cliente nos investimentos necessários para expandir a capacidade. ■

DM Transporte dribla o dólar



Em 2005, mesmo com um mercado desfavorável às expor-

tações por causa do dólar em baixa, a DM Transporte e Logística Internacional conseguiu registrar um faturamento recorde em 38 anos de existência: US\$ 25 milhões, o que representou um aumento de 30% em relação aos US\$ 19,3 milhões de

2004. A empresa está sediada em Eldorado do Sul (RS), é especializada no transporte de carga seca geral para a Argentina, Chile e Uruguai e possui filiais em São Paulo, Buenos Aires, Santiago e Montevidéu, além de representantes em todas as principais fronteiras terrestres com o Brasil. A frota atual é de 250 caminhões próprios.

Luiz Alberto Mincarone, pre-

sidente do Conselho de Administração da DM e filho do fundador da empresa, Domingos Mincarone, acaba de assumir a presidência da Associação Brasileira dos Transportadores Internacionais (ABTI). À frente da entidade, o executivo diz que sua atuação será "no sentido de possibilitar o aumento de quilometragem rodada da frota e melhor aproveitamento dos veículos, ampliando possibilidades de carregamento e reduzindo a rodagem vazia dos caminhões".

Sonia Crespo ganha prêmio de jornalismo



Redatora há três anos das revistas Transporte Moderno e Technibus, Sonia Crespo foi a vencedora do 1º. Prêmio ANTF de Jornalismo de 2005, na categoria Revista Impressa.

Profissional há 20 anos no ramo, Sonia Crespo venceu com o artigo "Clientes entram em cena" sobre o desempenho das concessões ferroviárias e seus acordos de parceria com clientes, publicado no Anuário de Transporte de Carga 2005. Formada pela PUC de São Paulo, trabalhou na revista Casa Cláudia, no Jornal da Tarde e na Folha de São Paulo.

Simefre: 2005 supera expectativas

Com a exceção dos segmentos de implementos rodoviários e de bicicletas, os demais setores associados ao Sindicato Interestadual da Indústria de Materiais e Equipamentos Ferroviários e Rodoviários (Simefre) – equipamentos metroferroviários, carrocerias de ônibus e motocicletas – só têm motivos para comemorar os resultados de 2005. A começar pelo segmento metroferroviário, que no ano passado alcançou faturamento de R\$ 2,5 bilhões, quase o dobro do total de 2004, quando a cifra chegou a R\$ 1,4 bilhão. "Estamos adequando nosso parque industrial de vagões às necessidades do mercado interno", comenta o presidente do Simefre, José Antônio Fernandes Martins. Esses números expressivos são resultado da produção doméstica de cerca de 7,5 mil vagões:



65% a mais que o total de 4.602 unidades fabricadas em 2004. Já os fabricantes de carrocerias de ônibus produziram algo em torno de 25 mil unidades, o que representa uma expansão de pouco mais de 1% em relação às 24.676 carrocerias fabricadas em 2004. O Simefre estima que pouco mais de 35% da produção de 2005 destinaram-se ao mercado externo. Mesmo ten-

do registrado resultados menores que os de 2004, o setor de implementos rodoviários está otimista em relação a 2006 e estima crescer este ano entre 6% e 7%. De acordo com Rogério Luiz Ragazzon, vice-presidente do Simefre, vários motivos influíram no comportamento negativo do setor no ano passado, entre eles a queda na safra agrícola, o fator cambial e a crise política.

O salto de mestre da 5 Estrelas



A atuação dos operadores logísticos no transporte nacional vem crescendo paulatinamente a cada ano e ocupando cada vez mais um lugar de destaque na cadeia logística produtiva. Particularmente para a 5 Estrelas Logística, o ano de 2005 representou o pulo do gato nos negócios. A empresa, que atua em todo o território nacional, encerrou o período com crescimento de 15% em relação ao ano anterior – uma evolução em seu faturamento da ordem de R\$ 11,8 milhões. Um número bastante expressivo se comparado aos 4,5% que a empresa cresceu de 2003

para 2004. José Carlos Salvino, diretor executivo da 5 estrelas, diz que esse resultado é uma combinação de diversas ações pro-ativas injetadas nas operações: "A empresa concretizou negociações mais rentáveis com os clientes, melhorou a racionalização e otimizou os contatos com os fornecedores e o aumento de produtividade", comenta. O sucesso da estratégia exigiu a expansão da frota: Salvino diz que a empresa investiu R\$ 4 milhões na aquisição de dez novos cavalos mecânicos e 20 semi-reboques, ampliando a frota para 326 caminhões – 56 próprios e 270 terceirizados.

Banco da Mercedes tem nova marca

O banco da DaimlerChrysler, dona da marca Mercedes-Benz, lançou nova marca para reforçar o reconhecimento da instituição financeira da montadora, que passa a ser denominada Banco Mercedes-Benz. O Brasil é o primeiro país a receber autorização do grupo DaimlerChrysler para utilizar a marca Mercedes-Benz precedida por outra palavra. A nova marca é funda-

mental "para termos cada vez mais uma imagem clara, direta e objetiva como sendo o banco oficial da Mercedes-Benz", segundo Xavier Accariés, diretor comercial e de marketing do banco. Em nove anos de atuação no Brasil, o Banco Mercedes-Benz alcançou uma carteira de R\$ 2,6 bilhões, com mais de 21 mil contratos ativos e mais de 47 mil unidades financiadas.

MEMÓRIA

Igarashi deixa nosso convívio

Paulo (Riyuti) Igarashi, ex-sócio da revista Transporte Moderno, falecido no final de 2005, tinha algumas paixões, uma delas a fotografia, que praticou até o fim da vida e por longas décadas. São dele muitas das capas desta revista. Na condição de empregado da Editora Abril ou depois como sócio da editora TM, Paulo Igarashi sempre carregou literalmente a tiracolo a máquina fotográfica para registrar a imagem do mundo do transporte.

Ele tinha certamente defeitos, superados de longe por virtudes, entre elas a humildade. Era um poço de humildade, amigo de verdade e de extrema dedicação à família formada por Célia, esposa, e filhos Daniel e Juliana.

A humildade e perseveran-



ça é justo acrescentar às virtudes de Igarashi a visão empreendedora. Alguns anos depois de se tornar sócio da editora TM, com três ex-colegas da Abril, ele incentivou a criação da revista Caminhoneiro.

Igarashi, nascido em Lins, interior de São Paulo, em 1940, deixa também entre as virtudes um ilibado caráter forjado pela honestidade de sentimentos e propósitos.

SAT oferece rastreamento de carga

A Satélite Distribuidora de Combustíveis (SAT) fechou nos últimos meses de 2004 uma parceria com o sistema Autotrak, que permite a comunicação de dados entre os veículos e a empresa, o rastreamento do deslocamento do caminhão em mapas digitais e o monitoramento das condições do caminhão e da carga. Além disso, outro atrativo é o seguro da carga, que segundo a empresa, tem um

valor quatro vezes mais baixo que os tradicionais. As coberturas oferecidas pelo seguro SAT são em roubo, tombamento e colisão, danos ao meio ambiente e também seguro de vida para o motorista.

Segundo Adriano Brito, chefe de operações de auditoria da SAT, o sistema trouxe grandes benefícios para a distribuidora, como por exemplo, segurança para o motorista e um melhor planejamento logístico.

DHL expande operações no Brasil

A DHL Express anunciou que quer quintuplicar sua atuação no mercado brasileiro até 2009. Nos últimos dois anos, a empresa dobrou de tamanho e só na região Nordeste a receita cresceu 58%

em relação a 2004. Não é para menos: a DHL Brasil é a maior operação da empresa na região, que também engloba os demais países da América do Sul, América Central e Caribe, segundo Thais Marca, vice-presidente comercial da companhia. A executiva aponta como um dos grandes diferenciais da empresa os sistemas de informação. Quase 70% dos pedidos de coleta ocorrem



atualmente de forma eletrônica — por meio das ferramentas de e-commerce DHL Connect, Easyship e E-AWB — e a perspectiva para 2006 é que esse percentual chegue aos 90%. Os próximos investimentos da empresa em tecnologia incluem o monitoramento de temperatura via satélite para cargas refrigeradas transportadas, especificamente materiais sensíveis e perigosos.

Braspress entra no mercado de transporte aéreo

Urubatan Helou, controlador do Grupo H&P, composto pelas empresas Braspress, Rodex, Aeropress e Digilog, entra de forma definitiva no mercado aéreo de passageiros ao adquirir a Air Minas Transportes Aéreos Ltda., até então do presidente da Confederação Nacional do Transporte (CNT), Clésio Andrade.

O Grupo H&P investiu R\$ 7 milhões para a compra da empresa, e deverá investir mais de R\$ 3 milhões nos próximos dois meses, entre treinamento, check-ins em aeroportos e na readequação técnica de suas

duas aeronaves com capacidade para 30 passageiros cada.

O início das operações está previsto para abril. A rota inicial será São Paulo-Varginha, além de uma outra escala a ser definida em Minas Gerais e Belo Horizonte, assim como na operação inversa.

Segundo Helou, a aviação brasileira deverá conhecer, num futuro próximo, um grande desenvolvimento, tendo em vista que algumas grandes cidades do interior do País ainda não são servidas por vôos de grandes companhias aéreas regulares.

MWM-Internacional atinge produção recorde de motores

A MWM-Internacional divulgou seus números de participação do mercado diesel, em 2005.

Considerando a produção total de motores diesel no Mercosul, a participação da empresa foi de 38,7% no ano passado. No total foram 292 mil unidades de veículos diesel produzidos na região em 2005. A participação da empresa foi de 33%.

Para o segmento de caminhões leves, que no ano passado foi 28 mil unidades, a MWM-Internacional participou com 31,4%, ou seja, cerca de 9 mil motores. Nos caminhões médios, segmento que teve 44.006 unidades produzidas no ano, a participação da empresa foi de 22%. Em moto-

res para ônibus a empresa ficou com 24,6% de um total de 29.408 unidades.

A participação no segmento de picapes médias foi de 60% no Mercosul em 2005. No segmento de máquinas agrícolas, com produção no Mercosul de 44.670 unidades de tratores e colheitadeiras, a empresa alcançou 33,9% de participação.

Impulsionada pelo bom desempenho do mercado, em 2005 a MWM-Internacional bateu novo recorde na produção de motores das famílias Acteon, Sprint e Série 10, atingindo 92.517 unidades, um número 7% maior que o ano anterior. No total, a empresa produziu 143 mil motores em 2005.

Dutra completa 55 anos

A Rodovia Presidente Dutra, principal ligação entre São Paulo e Rio de Janeiro, completou 55 anos de existência no dia 19 janeiro.

Quando foi inaugurada em 1951 pelo general Eurico Gaspar Dutra, presidente da República, a rodovia ainda não estava completamente pronta, apesar de permitir o tráfego de veículos entre a então capital federal (Rio de Janeiro) e o pólo industrial de São Paulo. Dos seus 405 quilômetros, 339 quilômetros estavam

concluídos. Faltava, porém, a pavimentação de 60 quilômetros entre Guaratin-guetá e Caçapava e de seis quilômetros nas proximidades de Guarulhos, no estado de São Paulo.

Os números que envolveram a construção espantam, ainda hoje, em um esforço de engenharia que envolveu 35 empreiteiras, milhares de trabalhadores, centenas de máquinas de construção e movimentação de toneladas dos mais diversos materiais.

VEÍCULO	VOLKSWAGEN
MODELO/CARROCERIA	GOL Geração III T. Flex CITY 1.0
QUILOMETROS RODADOS	5.000

	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	151,48	0,0303	4,3
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	250,35	0,0501	7,1
SALÁRIO DO MOTORISTA	1260,24	0,2520	35,5
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	110,32	0,0221	3,1
SEGURO FACULTATIVO	163,86	0,0328	4,6
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	168,85	0,0338	4,8
SUBTOTAL CUSTOS FIXOS	2105,10	0,4210	59,4

CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
COMBUSTÍVEL	1000,00	0,2000	28,2
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	109,38	0,0219	3,1
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	213,48	0,0427	6,0
LUBRIFICANTE DO MOTOR	26,25	0,0053	0,7
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	4,13	0,0008	0,1
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	87,50	0,0175	2,5
SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS	1440,73	0,2881	40,6
CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)	3545,83	0,7092	100,0

VEÍCULO	MERCEDES-BENZ SPRINTER 313 - 2.2
MODELO/CARROCERIA	TETO ALTO - FURGÃO
QUILOMETROS RODADOS	10.000

	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	487,37	0,0487	6,1
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	698,83	0,0699	8,8
SALÁRIO DO MOTORISTA	1459,60	0,1460	18,3
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	155,16	0,0155	1,9
SEGURO FACULTATIVO	345,00	0,0345	4,3
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	379,73	0,0380	4,8
SUBTOTAL CUSTOS FIXOS	3525,68	0,3526	44,2

CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
COMBUSTÍVEL	2872,31	0,2872	36,0
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	457,50	0,0458	5,7
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	745,20	0,0745	9,3
LUBRIFICANTE DO MOTOR	127,50	0,0128	1,6
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	6,05	0,0006	0,1
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	240,00	0,0240	3,0
SUB TOTAL CUSTOS VARIÁVEIS	4448,56	0,4449	55,8
CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)	7974,24	0,7974	100,0

VEÍCULO	FORD
MODELO/CARROCERIA	F-4000 BAÚ
QUILOMETROS RODADOS	10.000

	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	420,90	0,0421	4,8
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	728,33	0,0728	8,3
SALÁRIO DO MOTORISTA	1730,16	0,1730	19,8
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	126,41	0,0126	1,4
SEGURO FACULTATIVO	451,57	0,0452	5,2
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	416,49	0,0416	4,8
SUBTOTAL CUSTOS FIXOS	3873,86	0,3874	44,3

CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
COMBUSTÍVEL	3218,97	0,3219	36,8
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	436,41	0,0436	5,0
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	874,00	0,0874	10,0
LUBRIFICANTE DO MOTOR	157,50	0,0158	1,8
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	10,59	0,0011	0,1
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	175,00	0,0175	2,0
SUB TOTAL CUSTOS VARIÁVEIS	4872,46	0,4872	55,7
CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)	8746,32	0,8746	100,0

VEÍCULO	VOLKSWAGEN
MODELO/CARROCERIA	15 190 4x2 BAÚ
QUILOMETROS RODADOS	10.000

	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	542,08	0,0542	4,9
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	1087,43	0,1087	9,8
SALÁRIO DO MOTORISTA	1730,16	0,1730	15,5
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	186,41	0,0186	1,7
SEGURO FACULTATIVO	654,43	0,0654	5,9
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	531,00	0,0531	4,8
SUBTOTAL CUSTOS FIXOS	4731,52	0,4732	42,4

CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
COMBUSTÍVEL	3889,58	0,3890	34,9
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	666,75	0,0667	6,0
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	1245,68	0,1246	11,2
LUBRIFICANTE DO MOTOR	246,00	0,0246	2,2
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	27,50	0,0028	0,3
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	344,00	0,0344	3,9
SUB TOTAL CUSTOS VARIÁVEIS	6419,51	0,6420	57,6
CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)	11151,03	1,1151	100,0

VEÍCULO	MERCEDES-BENZ
MODELO/CARROCERIA	MBB 1725 4x2 CS
QUILOMETROS RODADOS	10.000

	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	618,33	0,0618	4,7
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	1326,41	0,1326	10,0
SALÁRIO DO MOTORISTA	1730,16	0,1730	13,1
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	220,28	0,0220	1,7
SEGURO FACULTATIVO	785,42	0,0785	5,9
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	630,20	0,0630	4,8
SUBTOTAL CUSTOS FIXOS	5310,80	0,5311	40,1

CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
COMBUSTÍVEL	5186,11	0,5186	39,2
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	635,00	0,0635	4,8
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	1430,00	0,1430	10,8
LUBRIFICANTE DO MOTOR	244,50	0,0245	1,8
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	35,75	0,0036	0,3
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	392,00	0,0392	3,0
SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS	7923,36	0,7923	59,9
CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)	13234,16	1,3234	100,0

VEÍCULO	IVECO
MODELO/CARROCERIA	EURO CARGO 170 E 22 BAÚ
QUILOMETROS RODADOS	10.000

	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	427,00	0,0427	3,3
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	1255,07	0,1255	9,6
SALÁRIO DO MOTORISTA	1730,16	0,1730	13,2
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	202,41	0,0202	1,5
SEGURO FACULTATIVO	592,80	0,0593	4,5
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	624,26	0,0624	4,8
SUBTOTAL CUSTOS FIXOS	4831,70	0,4832	36,9

CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
COMBUSTÍVEL	5491,18	0,5491	41,9
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	741,68	0,0742	5,7
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	1333,80	0,1334	10,2
LUBRIFICANTE DO MOTOR	174,00	0,0174	1,3
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	37,13	0,0037	0,3
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	500,00	0,0500	3,8
SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS	8277,78	0,8278	63,1
CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)	13109,48	1,3109	100,0

VEÍCULO	SCANIA
MODELO/CARROCERIA	T-420 4x2 CT 19
QUILOMETROS RODADOS	15.000

	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	1919,16	0,1279	7,0
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	2916,19	0,1944	10,7
SALÁRIO DO MOTORISTA	1730,16	0,1153	6,3
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	489,03	0,0326	1,8
SEGURO FACULTATIVO	1069,58	0,0713	3,9
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	1298,33	0,0866	4,8
SUBTOTAL CUSTOS FIXOS	9422,45	0,6282	34,6

CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
COMBUSTÍVEL	11668,75	0,7779	42,8
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	1179,88	0,0787	4,3
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	3397,50	0,2265	12,5
LUBRIFICANTE DO MOTOR	787,50	0,0525	2,9
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	58,78	0,0039	0,2
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	750,00	0,0500	2,8
SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS	17842,41	1,1895	65,4
CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)	27264,86	1,8177	100,0

VEÍCULO	VOLVO
MODELO/CARROCERIA	FH 12 420 4x2
QUILOMETROS RODADOS	15.000

	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	1679,99	0,1120	6,5
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	2451,64	0,1634	9,5
SALÁRIO DO MOTORISTA	1730,16	0,1153	6,7
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	417,95	0,0279	2,1
SEGURO FACULTATIVO	909,50	0,0606	3,5
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	1234,45	0,0823	4,8
SUBTOTAL CUSTOS FIXOS	8423,69	0,5616	32,5

CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
COMBUSTÍVEL	11668,75	0,7779	45,0
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	1179,88	0,0787	4,6
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	3033,45	0,2022	11,7
LUBRIFICANTE DO MOTOR	810,00	0,0540	3,1
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	57,75	0,0039	0,2
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	750,00	0,0500	2,9
SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS	17499,83	1,1667	67,5
CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)	25923,52	1,7282	100,0



Mais fôlego para a "velha senhora"

Volkswagen propicia aumento da performance e baixo custo de manutenção do seu primeiro veículo fabricado no Brasil

Aline Feltrin

SE A KOMBI FALASSE TERIA MUITA HISTÓRIA para contar. Nasceu da necessidade por um veículo mais barato na Alemanha pós-guerra. No Brasil foi o primeiro modelo fabricado pela Volkswagen, na década de 50. Em quase meio século de existência foi utilizada para transportar carga, passageiros e serviu até ponto de venda de produtos comestíveis e gabinete odontológico. A "velha senhora" — assim apelada pelos engenheiros da montadora de origem alemã — é uma bela definição para um veículo de utilidade múltipla. Para estender a vida útil desta guerreira, ainda hoje muito procurada pelos brasileiros, a Volkswagen acaba de dar mais fôlego para a Kombi, que recebe a partir deste ano importantes modificações, as quais proporcionarão, segundo a

montadora, aumento da performance, redução no consumo e baixo custo de manutenção.

O motor 1.6 a gasolina e refrigerado a ar (último feito pela Volkswagen no mundo) foi substituído pelo motor 1.4 bicombustível (arrefecido a água). Com esta mudança, o veículo está pronto para cumprir as exigências do Conselho Nacional do Meio Ambiente (Conama) nos índices de emissões de gases e ruídos que entram em vigor em 2006 e, ainda, proporcionar maior economia de combustível e custo inferior de operação. O novo modelo é mais silencioso que o propulsor a ar do antigo modelo. O ruído externo caiu de 78 decibéis para 75 decibéis, o que é adequado às novas normas e o interno tem redução de quatro a cinco decibéis na fai-

xa de utilização. A nova motorização também atende o Proncove L4, cujo objetivo é reduzir emissões de gases e ruídos.

A novidade representou para o veículo mais potência, calculada em 25% quando abastecida com álcool ou 34% com gasolina, e é mais econômico (30%) que no modelo anterior.

VISUAL— A Volkswagen preservou as linhas básicas do design original da Kombi. O veículo ganhou poucas alterações externas. Além da grade dianteira que envolve o radiador, que se fez necessário pela adoção do motor arrefecido a água, a Kombi mantém um bocal externo para o abastecimento de gasolina do reservatório de partida a frio. Essa tampa fica na lateral esquerda, próxima ao pára-lama traseiro do veículo. O bocal do tanque de combustível, que poderá ser abastecido com qualquer proporção entre álcool e gasolina, permanece na lateral direita da Kombi.

O painel de instrumentos reflete outra importante alteração na Kombi. Estréia um quadro de instrumentos com mostradores agrupados em um único módulo.

O preço do veículo continuará o mesmo, variando de R\$ 36,2 mil a R\$ 43,7 mil. "Os preços da Kombi 2006 permanecerão inalterados, apesar do significativo investimento para a aplicação da nova motorização, que vai apresentar importantes benefícios ao consumidor, como aumento da performance, redução no consumo e baixo custo de manutenção", esclarece Paulo Sérgio Kakinoff, diretor de Vendas e Marketing da Volkswagen. Segundo Kakinoff, "nenhum veículo oferece a relação custo-benefício da Kombi. No segmento de utilitários, ela vende mais do que a soma dos seus sete principais concorrentes no mercado nacional".

A Volkswagen projeta uma venda de 15 mil unidades em 2006, três mil a mais em relação ao ano passado. ■

transporte sem Limites



IMPLEMENTOS RODOVIÁRIOS

41 2105.7000



www.rodolinea.com

**SE VOCÊ
APOSTOU NA PIRELLI,
É NOSSA OBRIGAÇÃO
DIVIDIR O PRÊMIO.**



Pelo 11º ano consecutivo, a Pirelli conquistou o prêmio Melhores & Maiores do Transporte & Logística do setor fabricante de pneus. E, pelo 11º ano consecutivo, a Pirelli gostaria de agradecer a todos os parceiros que nos ajudaram a chegar aqui.



MAIOR DURABILIDADE. MELHOR PERFORMANCE.