

transporte

Todos os modais

transporte
MODERNO

45
ANOS



Ano 45 - n° 429 - R\$ 15,00

FORD COMEÇA A EXIBIR LINHA 2009



Chega o novo
chassi cabine Daily

Expedição da GM
visita 32 portos

Tecnologia Volvo
protege o motorista

Megatrem transporta
minério de Carajás a São Luís

Guerra, vice-líder,
é da francesa Axxon

Mercedes dá show
com 5 novos chassis

Marcopolo anuncia
fábrica de ônibus no Egito

ENTREVISTA/JAIME ARDILA
Presidente mostra
os rumos da GM

Volvo VM ganha
série especial



LOGÍSTICA
NO BRASIL 2008/9
transporte

infraestrutura

ANUÁRIO DE
GESTÃO DE FROTAS,
TREINAMENTO
E PÓS-VENDAS

2009



A liberdade é de graça!

Agora você tem o Vale Pedágio totalmente eletrônico e com custo zero!



**SEM PAPEL
SEM CARTÃO
SEM PARAR**

Com o **Vale Pedágio Via Fácil**, é possível comprar viagens e traçar rotas via Internet, sem se preocupar com manuseio de cartões nem aquisição de equipamentos especiais. O veículo cadastrado passa nas cancelas automáticas do **Sem Parar / Via Fácil** e o controle da viagem é feito com total segurança via internet.

Cadastre-se agora sem compromisso e use quando quiser.

www.valeviafacil.com.br

0800 015 02 52

Trens e navios ganham espaço

Deu bons frutos a revitalização das ferrovias, processo iniciado na segunda metade dos anos 90 com a privatização dos ativos pertencentes ao governo federal.

Após décadas de paralisia e conseqüente queda de participação na matriz de transporte, as ferrovias, nas mãos privadas, passaram a dar resultados. O aumento dos trilhos no bolo das cargas é uma demonstração da revitalização.

Outro resultado palpável se dá na ressurreição da chamada indústria de material ferroviário. Depois de anos a fio derrapando nos trilhos, o setor tem demonstrado vitalidade. Um dos sinais dessa nova realidade que se apresenta é o vivo interesse de empresas estrangeiras em participar do renascido mercado ferroviário.

Prova disso é o passo da GE, uma das líderes em fabricação de locomotivas, que, atraída pelo crescimento da atividade ferroviária, elegeu o Brasil, especificamente Minas Gerais, como um dos centros produtores de máquinas de grande porte. Outra gigante americana, a Caterpillar, também quis se dizer presente no renascimento da indústria de material ferroviário. Para isso, em junho, através de seu braço ferroviário, Progress Rail Services, concluiu a compra integral da MGE Equipamentos & Serviços Ferroviários, empresa brasileira fundada em 1991 e dedicada à produção de motores elétricos e reforma de carros de passageiros e locomotivas.

A revitalização que se consolida na ferrovia e dá frutos maduros no setor de material ferroviário, começa a ocorrer também na atividade de construção naval à medida em que programas de governo são materializados. A encomenda de petroleiros pela Transpetro, o braço de transporte da Petrobras, acelera os estaleiros e ativa os empregos.

Um país emergente como o Brasil precisa de transporte eficiente. E para isso, além de uma indústria de caminhões entre as maiores do mundo, precisava também de respostas efetivas das indústrias naval e ferroviária. Felizmente, tal resposta saiu dos planos para entrar na esfera da realidade.

SUMÁRIO

Entrevista: **pág. 6**

Jaime Ardila

Presidente da General Motors do Brasil conta quais são os planos da montadora no País e como é feita a logística de transporte de veículos e de supply chain

Ford **pág. 10**

Começam a chegar ao mercado os caminhões da Linha 2009 enquanto a empresa adota o segundo turno na sua fábrica para atender à demanda crescente

Iveco **pág. 14**

Paolo Monerino, presidente mundial da Iveco, veio ao Brasil para inaugurar o Centro de Desenvolvimento de Produto da montadora, em Sete Lagoas (MG)

Volvo **pág. 16**

A empresa lança série comemorativa do caminhão semipesado VM, com acessórios exclusivos, homenagem às 10 mil unidades já produzidas do veículo em cinco anos

Tecnologia **pág. 18**

A Volvo mostra os mais recentes sistemas de segurança desenvolvidos na Europa que já estão disponíveis em seus caminhões e ônibus fabricados no Brasil

Scania **pág. 22**

No mercado da Argentina a montadora brasileira mantém uma rede de 24 distribuidores que têm lista de espera até o começo de 2008 para aquisição de caminhões

Mercedes-Benz **pág. 24**

No Showbus, maior evento promovido pela montadora na sua unidade em Campinas para relacionamento com os clientes, a empresa lançou cinco modelos de chassis

Portos **pág. 28**

A Flexpedition Portos Abertos, promovida pela GM do Brasil e Bosch, leva jornalistas para conhecer a realidade de 32 portos marítimos brasileiros, em seis etapas

Carajás **pág. 36**

Estrada de ferro inicia a operação do maior trem do mundo, de 3,5 km e 330 vagões, que transportará 230 milhões de toneladas de minério de ferro a partir de 2012

Guerra **pág. 40**

A segunda maior fabricante de implementos para transporte de carga no Brasil passa a ser controlada pelo fundo de investimentos francês Axxon Group

Odebrecht **pág. 44**

Nas operações nacionais e internacionais, a empreiteira mantém controle apurado da frota de mais de 3,7 mil equipamentos, incluindo caminhões com 13 toneladas de PBT

Cimentos **pág. 47**

Uma das maiores fabricantes mundiais de cimento e concreto, a suíça Holcim se prepara para atender novos clientes, reforçando sua estratégia de distribuição

Transportadoras **pág. 50**

Com frota própria de 480 caminhões, a transportadora Belmok vai inaugurar um dos maiores centros logísticos do país, com 450 mil m², em Viana (ES)

Componentes **pág. 52**

Uma das grandes sistemistas do país, a ZF do Brasil comemora 50 anos no país com quatro fábricas e anuncia expansão com investimentos de R\$ 450 milhões até 2011.

Embreagens **pág. 54**

Em cinco anos, a Allison Transmission quer introduzir seu modelo de transmissão automática em cerca de 60% do segmento de caminhões pesados produzidos no País

MWM **pág. 56**

Fábrica brasileira irá fornecer propulsores de 7,6 litros e 9,3 litros para equipar ônibus e caminhões montados pela International Caminhões no México

Bosch **pág. 57**

Para manter a competitividade da subsidiária brasileira, a fabricante tem como meta elevar a produção dos sistemas de freio ABS para 250 mil unidades/ano

Aéreo **pág. 58**

Com a compra de cinco novos jatos Embraer 165, a Trip Linhas Aéreas pretende ampliar para um milhão ainda em 2008 o número de passageiros transportados

Internacional **pág. 60**

Com liderança solidificada na Europa, o grupo holandês TNT avança a passos largos nas direções da Ásia e da América do Sul, mantendo o Brasil como ponta de lança

Rastreamento **pág. 66**

Omnilink, Graber, Teletrim e Patria Investimentos se unem para criar a holding Zatix e oferecer uma ampla gama de produtos ao mercado que movimentam R\$ 2,5 bilhões ao ano

Gestão **pág. 68**

Grupo que administra os serviços Sem Parar e Via Fácil lança um novo serviço de vale pedágio eletrônico operado pela internet, que facilita o trâmite das operações

Ferrovias **pág. 70**

Seminário Brasil nos Trilhos destacou as notórias condições de expansão do modal ferroviário e a expressiva contribuição que pode dar à continuidade do crescimento

Marcopolo **pág. 76**

Dentro de um ano entrara em operação a segunda fábrica da encarregadora na África, situada em Suez, no Egito, com produção inicial prevista de 1,5 mil carrocerias

Metropolitano **pág. 78**

Consórcio formado pelas empresas Alstom, Besix e Sercoa implantará veículos leves sobre trilhos (VLS) no sistema de transporte urbano de Dubai

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

SEMINÁRIOS E CURSOS

Sabrina Baialardi
sabrina@otmeditora.com.br

MARKETING

Maira de Castro
maira@otmeditora.com.br

REDAÇÃO

Editor

Eduardo Alberto Chau Ribeiro
ecribeiro@otmeditora.com.br

Colaboradores

Sonia Crespo
soniacrespo@otmeditora.com.br

Raimundo Oliveira
raimundo.oliveira@otmeditora.com.br

Vicente Vilaradaga
vicente@otmeditora.com.br

Projeto Gráfico

Artworks Comunicação
www.artworks.com.br

EXECUTIVOS DE CONTAS

Carlos A. Criscuolo
carlos@otmeditora.com.br

Vito Cardaci Neto
vito@otmeditora.com.br

Gustavo Feltrin
gustavofeltrin@otmeditora.com.br

Alessandra Amadei
alessandra@otmeditora.com.br

Alcindo Fontana
fontal@otmeditora.com.br

CIRCULAÇÃO

Tania Nascimento
tania@otmeditora.com.br

Representante Paraná e Santa Catarina
Gilberto A. Paulin

João Mário
Tel.: (41) 3027-5565
spala@spalamkt.com.br

Tiragem e distribuição
10.000 exemplares

Auditado por

PRICEWATERHOUSECOOPERS

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

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



Redação, Administração, Publicidade e Correspondência:

Av. Vereador José Diniz, 3.300 - 7º andar, cj. 707 Campo Belo
CEP 04604-006 - São Paulo, SP
Tel./Fax: (11) 5096-8104 (seqüencial)

otmeditora@otmeditora.com.br

Filiada a: **anatec**
www.anatec.org.br

Circula no mês subsequente ao de capa

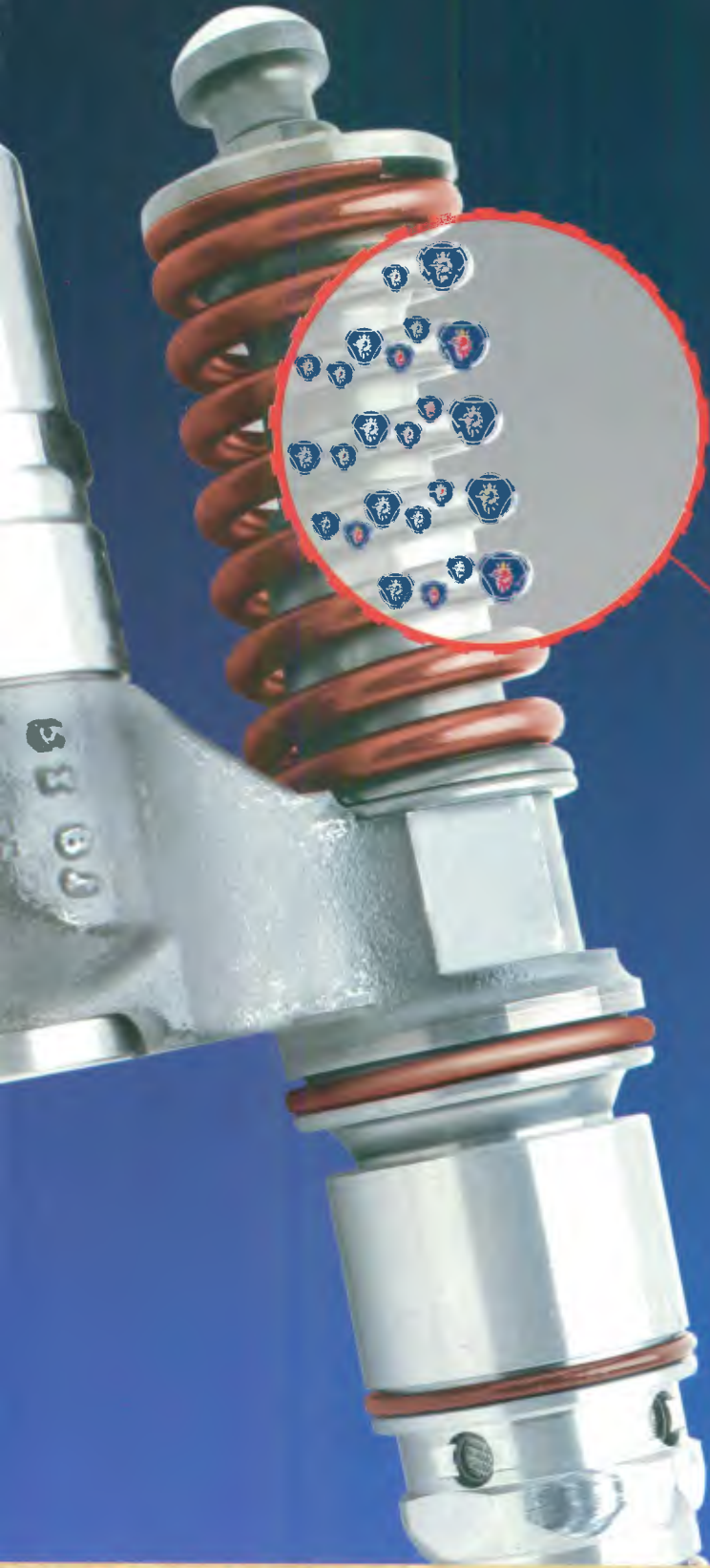
SEÇÕES

Editorial - 3

Novas - 64

Custos - 81

Publicações - 82



**PEÇAS
SCANIA**

**Scania
com DNA
Scania**



Para a Scania, pensar em clientes satisfeitos é fazer tudo por você. Por isso, preparamos uma superpromoção de peças. São diversos pacotes promocionais com a qualidade e a garantia Scania, feitos para atender as necessidades específicas para seu veículo. Vá hoje mesmo até a sua Casa Scania e conheça toda a gama de Serviços com as vantagens que só a Scania oferece.

www.scania.com.br

SCANIA

Tudo por Você





Aumentar a produção, o desafio da General Motors

Jaime Ardila, presidente da General Motors do Brasil e Mercosul desde novembro do ano passado, revela a Transporte Moderno os rumos da empresa, que pretende aumentar a capacidade de produção para atender não apenas o mercado brasileiro, mas também os países vizinhos, em meio ao cenário favorável na região. Ardila comenta sobre os recentes resultados positivos da empresa e relata algumas medidas já adotadas para eliminar os gargalos que dificultam a expansão de capacidade.

Transporte Moderno – A GM, ao longo dos últimos trimestres tem tido lucros na operação LAAM, em especial no Brasil. A que o senhor atribui esse desempenho?

Jaime Ardila – Em primeiro lugar, as economias na maioria dos países da região da LAAM (América Latina, África e Oriente Médio) estão registrando um crescimento significativo, como resultado da alta dos preços das commodities e sólidos fundamentos macroeconômicos. Isto permitiu um grande crescimento do mercado automobilístico e, em muitos casos, esse crescimento foi maior do que o crescimento da economia, devido à demanda reprimida dos últimos anos e melhor disponibilidade de crédito.

Segundo, a GM está bem posicionada para aproveitar esta tendência, em razão da nossa estratégia de manufatura na região, da força da marca Chevrolet, por contarmos com a melhor rede de concessionárias da indústria e por oferecermos a mais completa linha de produtos, desenvolvida para atender as ne-



Jaime Ardila, presidente da General Motors do Brasil e Mercosul

cessidades deste mercado.

TM – A GM reinveste o que ganha nas regiões ou os lucros são utilizados para cobrir os sucessivos prejuízos da matriz americana?

O presidente da GM mostra o que está sendo feito para melhorar a logística da montadora, incluindo a descentralização das operações e construção de novos centros de distribuição. Compara ainda a participação dos modos de transporte utilizados na cadeia de supply chain e na distribuição de veículos com a das unidades na América do Norte e na Europa. Quanto ao meio ambiente, Ardila destaca ações adotadas pela empresa nos últimos anos para a preservação ambiental.

Jaime Ardila – Uma grande parte dos recursos gerados no Brasil e na LAAM é reinvestida no desenvolvimento de novos produtos, na expansão de capacidade e outras necessidades para manter o crescimento dos negócios.

TM – Depois de se instalar em Gravataí, a GM agora escolheu Joinville (SC), para fabricar motores, e Recife, para instalar seu Centro de Distribuição para o Norte e Nordeste. O senhor confirma estes projetos. Qual o objetivo da descentralização? Ela vai continuar?

Jaime Ardila – Anunciamos recentemente o projeto de construção de uma fábrica de motores e cabeçotes em Joinville, com investimento de R\$ 350 mi-

lhões, que deverá produzir 120 mil motores e 50 mil cabeçotes por ano. A razão deste investimento é eliminar o gargalo que temos hoje na fábrica de motores de São José dos Campos (SP), que opera a plena capacidade. E também anunciamos

a construção do Centro Logístico de Distribuição de Veículos no Porto de Suape, em Ipojuca (PE), que ficará responsável pela distribuição dos veículos importados para a Região Nordeste, com investimento inicial de R\$ 30 milhões. Num país de grandes dimensões, como o Brasil, uma certa descentralização faz sentido em termos de logística, aspectos trabalhistas e estratégicos. O Centro de Distribuição de Veículos de Suape vai facilitar a cobertura da região do Nordeste, e a fábrica de motores em Joinville irá nos permitir exportar parte da produção para a Argentina, a um menor custo de logística.

TM – Na matriz de transporte e logística da GM do Brasil, hoje, qual a participação do transporte rodoviário? E de outros modos de transporte?

Jaime Ardila – Para o transporte de veículos, a distribuição por modo de transporte é o seguinte: no mercado doméstico, 100% rodoviário; nas importações, 84% marítimo e 16% rodoviário; nas exportações, 83% marítimo e 17% rodoviário. Para o inbound/outbound de peças: 93% rodoviário, 6,5% marítimo e 0,5% aéreo.

TM – Ao que consta, a descentralização vai disparar na empresa meros dependência do caminhão e mais utilização de modos como cabotagem e ferroviário. Está correto?

Jaime Ardila – No transporte de veículos, existem, sim, estudos para cabotagem para 2009. No inbound/outbound de peças, não. Sempre foram avaliadas outras

modalidades, mas não há indícios de descentralização frente aos tímidos investimentos na parte de infra-estrutura do País.



“No transporte de veículos existem estudos para cabotagem para 2009. No inbound/outbound de peças, não. Sempre foram avaliadas outras modalidades de transporte”

TM – Qual a distribuição por modo de transporte (dos insumos e dos carros) que a GM projeta para os próximos anos? Nos Estados Unidos e na Europa, qual a distribuição modal nas cargas que a GM faz?

Jaime Ardila – A distribuição atual deve permanecer. Estamos sempre estudando possíveis mudanças, acompanhando o cenário de alteração de infra-estrutura. Quanto à distribuição entre os vários modais nos Estados Unidos e na Europa, os valores estimados compreendem: para o transporte de veículos, na GM América do Norte, 75% por ferrovia e 25% por rodovia; na GM Europa, 15% por ferrovia, 70% por rodovia e 15% por cabotagem.

Em relação ao inbound/outbound de peças, na GM América do Norte, 33,5% por ferrovia, 62% por rodovia, 4% por via marítima e 0,5%, aérea; na GM Europa, a distribuição é de 12,78% por ferrovia, 76,14% por rodovia, 11,51% via marítima e 0,07%, aérea.

TM – No ranking de custos da empresa, qual é a colocação da logística? Quanto ela representa dos custos totais da empresa? Ou quanto representa no custo de cada carro? Sabe-se, por exemplo, que a mão-de-obra representa pouco mais de US\$ 1.000 por carro em São Caetano e cerca de US\$ 750 em Gravataí: a mão-de-obra tem maior peso que a logística?

Jaime Ardila – Primeiramente, gostaria de dizer que não posso confirmar os valores de mão-de-obra por veículo mencionados na questão. Quanto ao ranking de custos da empresa, podemos dizer que o percentual do custo logístico, sobre o custo de

vendas total da empresa, significa: em 2007, 4,6%; e, em 2008, considerando somente os cinco primeiros meses do ano, 5,0%.

TM – No segmento de comerciais leves, quais são os planos de lançamento da GM para os próximos 12 meses? E o que representa este segmento em relação ao faturamento da empresa?

Jaime Ardila – Infelizmente, não posso comentar sobre nossos lançamentos futuros.

TM – Em termos de gestão da GM no Brasil e da operação LAAM quais são as principais prioridades da atual administração?



Jaime Ardila – Nossas prioridades são aumentar nossa produção num ritmo acelerado, de forma a atender a crescente demanda do mercado, renovar nossa linha de produtos e fortalecer a marca Chevrolet. Nós já tomamos importantes ações como a adoção de um terceiro turno em nossa fábrica de São Caetano do Sul, o anúncio do investimento em uma nova fábrica de motores e transmissões no estado de Santa Catarina, e o lançamento de alguns novos produtos no mercado.

TM – A GM tem como sócia a Isuzu, uma das maiores produtoras de caminhões do mundo. O fato de o Brasil ter um dos maiores mercados mundiais de caminhões não atrai a GM a ter a Isuzu ao seu lado no País?

Jaime Ardila – A Isuzu é uma empresa independente, com a qual a GM mantém acordos em alguns países para negócios de caminhões e picapes. A decisão sobre uma parceria precisa ser tomada quando duas empresas têm interesses e benefícios mútuos. Por ora, não identificamos nenhuma oportunidade para trabalharmos juntos no Brasil.

TM – Fontes do mercado comentam que a Isuzu já estaria sondando o mercado brasileiro de caminhões. O que o senhor tem a comentar?

Jaime Ardila – Eu não conheço os planos da Isuzu para o mercado brasileiro.

TM – O senhor poderia enumerar os principais desafios da GM hoje no Brasil?

Jaime Ardila – Nosso maior desafio

atualmente é conseguir eliminar os gargalos e aumentar a produção da base de fornecedores, de forma que possamos aumentar nossa produção. Além disso, precisamos renovar nossa linha de produtos, para ficarmos à frente dos nossos concorrentes e, finalmente, precisamos preencher alguns espaços em

recém-adquirida área, onde vai instalar uma nova fábrica de motores em Joinville, a GM mantém áreas de preservação ambiental. Desde o ano 2000 a GM é certificada ISO 14001 em todas as unidades no Brasil. O efeito da certificação e melhorias ambientais contínuas de seus processos produtivos pode ser me-

dido no montante de mais de R\$17 milhões que a GM tem "investido" no meio ambiente. Como exemplo de que vamos além dos requisitos legais cabíveis, a GM recentemente instalou na cidade de Gravataí, para uso do órgão ambiental local, Fepam, uma Estação de Monitoramento de Poluentes Atmosféricos de cerca de R\$ 700 mil. Esta estação vai medir a qualidade do ar da cidade gaúcha, analisando material particulado, óxidos de nitrogênio, monóxido de carbono, dióxido de enxofre, hidrocarbonetos, ozônio e parâmetros meteorológicos. Nos últimos cinco anos a GM vem melhorando continuamente suas métricas ambientais. Por exemplo, deixamos de lançar na at-

mosfera mais de 4.300 toneladas de compostos orgânicos voláteis. Em três anos a GM deixou de enviar para aterros cerca de 2.700 toneladas de resíduos, mesmo tendo uma produção aumentada em mais de 38.000 veículos. A melhoria na reciclagem de resíduos também foi bastante significativa, 35% em três anos. Água e energia também tiveram reduções de consumo nos últimos quatro anos. Foram 16% em redução de energia e 36% em redução de água por veículo produzido.



“Nossas prioridades são aumentar nossa produção num ritmo acelerado, de forma a atender a crescente demanda do mercado, renovar nossa linha de produtos e fortalecer a marca Chevrolet”

segmentos que atualmente não participamos.

TM – Com relação à preservação ambiental, quais são as preocupações da GM e o que a empresa realizou nos últimos cinco anos? Está prevista a adoção de alguma nova política ambiental para os próximos anos?

Jaime Ardila – A GM se preocupa muito com a preservação ambiental nos locais onde possui atividades de manufatura. Tanto na unidade de Gravataí como na



IVECO

COM VOCÊ, TRANSPORTANDO O NOVO BRASIL.

Juntos na mesma paixão.

PERFORMANCE COMPROMETIMENTO FORÇA ESPÍRITO DE EQUIPE CONFIABILIDADE



"Esforço, trabalho em equipe, força de vontade foram algumas das qualidades que me trouxeram até aqui. Eu sei quanta dedicação é necessária para ser um pouquinho melhor a cada dia, em cada detalhe. Por isso, quando eu vejo a Iveco investindo em tecnologia e em qualidade para fazer os caminhões mais econômicos e produtivos do país, eu entendo o tamanho desse trabalho. Eu conheço de perto o quanto é fundamental acreditar na sua equipe e conquistar a confiança das pessoas para ser o melhor. E eu sei que ser o melhor é tão importante para a Iveco quanto para mim."



Official Supplier



Scuderia Ferrari



Cargo 6332e 6x4, com pbtcc de 56 toneladas

Ford mostra linha 2009 de caminhões

Com os novos modelos Cargo 6332e 6x4 e F-4000 4x4, a montadora começa a apresentar sua linha de caminhões de 2009 e introduzirá no próximo ano o segundo turno para aumentar a produtividade

Dois novos caminhões — o pesado Cargo 6332e 6x4 e o F-4000 4x4 — chegam ao mercado como os primeiros modelos da linha 2009 da Ford. E representam os primeiros passos da introdução de aperfeiçoamentos em suas duas famílias de veículos para aumentar a produtividade e a funcionalidade.

Para atender ao esperado aquecimento do mercado de caminhões, a empresa também vai introduzir o segundo turno de pro-

dução na sua fábrica (ver quadro na pág. 12).

“A linha 2009 traz aprimoramentos em sintonia com as necessidades dos clientes e mantém o ciclo constante da Ford na área de produto”, afirma Oswaldo Jardim, diretor de Operações da Ford Caminhões América do Sul.

PRODUÇÃO DE CAMINHÕES NO BRASIL (2007)

MONTADORAS	PRODUÇÃO	%
Volkswagen	39.328	28,7
Mercedes-Benz	37.195	27,1
Ford	27.120	19,8
Scania	15.773	11,5
Volvo	10.631	7,8
Iveco	5.029	3,7

Fonte: Anfavea

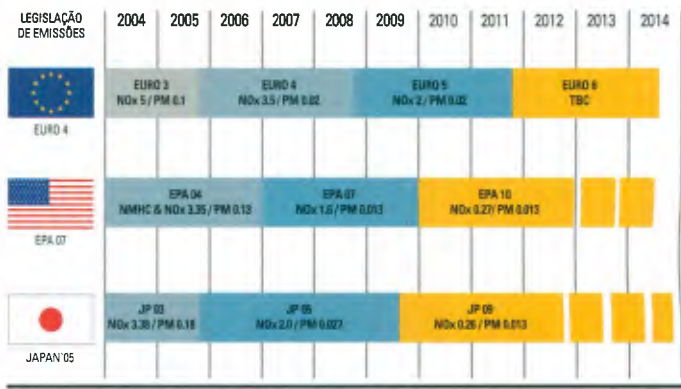
“Além da nova versão com capacidade de tração de 63 toneladas, estamos lançando o F-4000 4x4, um caminhão versátil para atender um nicho sem concorrente nessa área”.

A nova linha Cargo incorpora mudanças voltadas principalmente para o



F-4000 4x4 é equipado com motor Cummins de 120 cv

CAMINHÕES | LEGISLAÇÃO DE EMISSÕES NO MUNDO



Fonte: JDPower

Poucos anos separam o Brasil das legislações implantadas na Europa e EUA

conforto e funcionalidade do motorista, incluindo um novo pacote acústico e bancos com suspensão a ar em todos os modelos, além da eliminação da janela traseira, aumentando a segurança do motorista. Com a inovação, segundo a Ford, o novo Cargo 6332e 6x4 melhora em funcionalidade, com maior capacidade de carga. A nova suspensão reforçada e pneus apropriados garantem um peso bruto total técnico para 30,5 toneladas, peso bruto total combinado de 56 toneladas e capacidade máxima de tração de 63 toneladas. A Série F ganhou um visual mais moderno, acompanhando o design já adotado na F-250.

Além disso, a principal modificação do novo F-4000 é a tração 4x4, com chave de troca 4x2/4x4, conferindo versatilidade ao veículo em terrenos acidentados e fora-de-estrada, como fazendas, minas e canteiros de obras, ampliando a aplicação do caminhão. O veículo possui peso bruto total de 6.800 kg e é equipado com motor Cummins B3.9 120 turbodiesel aftercooler, de 120 cv de potência e 45 kgfm de torque.

“Estas novidades vão contribuir para aumentar nossas opções de produto e manter nossa participação de mercado. Com relação às tendências do mercado, ele chama a atenção neste ano para o crescimento dos segmentos de cami-

nhões médios 6x2 (20 a 24 toneladas), pesados 6x4 (24 a 30 toneladas) e extrapesados (acima de 47 toneladas).

“Além de liderar o segmento de semileves, com 47,4% das vendas, a Ford cresceu no número de emplacamentos de caminhões 6x2, segmento do qual detém 18% de participação, e 6x4, do qual é a vice-líder, com 33%, afirma Cláudio Terciano, gerente nacional de Vendas e Marketing da Ford Caminhões.

A Ford vendeu 32.905 caminhões na América do Sul em 2007, 10% acima do resultado de 2006, e obteve uma participação de

19% no mercado sul-americano. Em 2008, até maio, já totaliza vendas de 16 mil unidades, correspondendo a um aumento de 22% em relação ao mesmo período do ano passado e uma participação de 19,5%, 0,5% acima do registrado em 2007. Como principal destaque a Ford mostra uma vigorosa presença na Venezuela, onde detém 43% do mercado. No Brasil, as vendas da Ford no varejo cresceram 31% em 2007 e somaram 19 mil caminhões, que lhe deram uma participação de 20%. Em 2008, até maio, suas vendas aumentaram 7,7% em comparação com igual período de 2007 e somaram 4 mil unidades, que correspondem a uma fatia de 17,7% do mercado total.

A linha Ford Cargo é formada por 12 modelos de caminhões leves, médios e pesados, com peso bruto total de 7.700 kg a 45.150 kg e diversas configurações para os mais diversos tipos de aplicação.

A introdução de modificações na nova linha também teve a contribuição dos compradores. “Pesquisas realizadas com frotistas e motoristas mostraram que os itens de conforto do caminhão têm ganhado força como fator de compra, por estar diretamente ligados ao bem-estar e à produtividade dos operadores. No Cargo 2009, os bancos com suspensão a ar vão equi-

CAMINHÕES (ACIMA DE 6 T) – QUEM É QUEM

MONTADORAS	RANKING 2007	MONTADORAS	RANKING 2014
Daimler Group	1º	Daimler Group	1º
Volvo Group	2º	Volvo Group	2º
INTERNATIONAL	3º	Tata Group	3º
Tata Group	4º	INTERNATIONAL	4º
Paccar	5º	Paccar	5º
DMC	6º	FAW	6º
FAW	7º	DMC	7º
Ford Group	8º	Ford Group	8º
VW/Scania	9º	VW/Scania	9º
MAN Group	10º	CNHDTC	10º
Ashok Leyland	11º	MAN Group	11º
IVECO Group	12º	IVECO Group	12º
CNHDTC	13º	Ashok Leyland	13º
Isuzu	14º	SHANNXI AUTO	14º
Toyota Group	15º	BEIQI Foton	15º
SHANNXI AUTO	16º	Isuzu	16º
BEIQI Foton	17º	Toyota Group	17º

Fonte: JDPower/ACT Research, 2007

Segundo turno no próximo ano

Fábrica de São Bernardo do Campo, pela primeira vez, adota nova jornada para crescer e suportar a aquecida demanda

ARIVERSON FELTRIN

A Ford não deixará o Brasil, muito menos o ABC paulista. Ao contrário, a montadora está reforçando investimentos na fábrica de São Bernardo do Campo e criando um segundo turno de produção.

Para adotar o segundo turno a partir de janeiro de 2009, a Ford Caminhões aumentará o quadro de pessoal de 900 para 1,3 mil funcionários e sua produção de 36 mil caminhões (2008) para 44,4 mil unidades no próximo ano. A Ford inclui o F-250 na sua contabilidade de caminhões.

Há várias razões para o turno adicional. Uma delas é a grande demanda interna por caminhões. Outra é a certeza de que o mercado entrou em novo patamar. "O mercado brasileiro deu um salto e entrou na casa de 10 mil unidades mensais", diz Oswaldo Jardim, diretor de Operações da Ford Caminhões.

A Ford, lembre-se, anunciou no final do ano passado investimentos de R\$ 300 milhões para a área de caminhões. Da soma, dois terços

será para desenvolver novos produtos que serão lançados até 2011. Jardim afirmou também que a marca não está satisfeita com 20%, sua participação histórica. "Queremos mais".

Para crescer, além do investimento anunciado, a Ford prepara a expansão da rede de revendedores.

A Ford, que produz caminhões no Brasil desde 1957 — quando lançou o F600, com 40% de índice de nacionalização, equipado com motor V8 de 4,5 litros a gasolina — é o segundo fabricante em volume acumulado.

Um dado interessante e que dá consistência aos planos de caminhões da Ford no Brasil é a manutenção de um centro de desenvolvimento no País, com 1,2 mil engenheiros. "Pelo menos 200 engenheiros são dedicados a caminhões", diz Jardim.

Oswaldo Jardim relaciona o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) entre as causas principais do aumento da demanda por caminhões. "Demorou para ocorrer a materialização do programa, mas quando

par todos os modelos e, além de mais confortáveis, oferecem maior ergonomia", diz Pedro de Aquino, gerente de Marketing da Ford Caminhões.

Os médios Cargo 1317e e Cargo 1517e ganharam mais autonomia com o novo tanque de combustível com 275 litros de capacidade. Já os modelos Cargo 1722e, Cargo 2422e e Cargo 2428e receberam novas molas parabólicas na suspensão dianteira, que reduzem a trepidação e aumenta o conforto ao dirigir.

O cavalo-mecânico Cargo 4532 Tractor

também traz aperfeiçoamentos: passou a contar com uma nova relação do eixo traseiro, para melhorar o consumo médio de combustível, e teve seu balanço traseiro reduzido em 150 mm para evitar que o veículo interfira com modelos específicos de carreta.

No Brasil, a Ford ocupa a terceira posição no mercado de caminhões, atrás da Volkswagen e Mercedes-Benz. No mundo é o oitavo maior grupo em produção de caminhões, com a previsão de manter a mesma posição no ranking em 2014. Segundo a Ford, haverá

veio, ativou a construção de infra-estrutura em geral, quer hidrelétricas, estradas, portos e outras grandes obras", comenta.

Ainda segundo Jardim, "nenhuma montadora estava preparada" para o aumento da demanda, que chegou por volta de agosto a setembro de 2006. "Naquela época tínhamos até estoque", acrescenta.

A Ford já produziu no ABC paulista um total de 140 mil caminhões. "Hoje temos um portfólio de 30 modelos com 350 configurações", assinala Oswaldo Jardim.

O aumento de produção da unidade será feita em duas etapas. Desde junho o ritmo diário está em 145 caminhões por dia, ante 136 anteriormente. A segunda fase, a partir de janeiro, já com segundo turno, pulará para 172 veículos diários.

Oswaldo Jardim está convencido de que o mercado brasileiro de caminhões, neste ano, será de 120 mil unidades. E a demanda continuará aquecida. Tanto que para 2009 prevê um total de 132 mil unidades.

"Não tenho dúvida que subimos de patamar. O mercado pulou para 10 mil unidades mensais ante 7 mil que vinha comprando antes", diz, para acrescentar. "Isso reforçou nossa decisão de criar o segundo turno".

O diretor da Ford Caminhões assinala que para crescer com consistência é preciso reforçar a estrutura de revendedores. De 96 revendas, a marca chegará ao final do ano com 119 e passará a 140 casas em 2009.

crescimento significativo no segmento de caminhões pesados, principalmente na China e na Índia, enquanto o de médios permanecerá estável. Quanto aos pesados de todos os segmentos, os maiores aumentos até 2014 serão nos países do Bric — Brasil, Rússia, Índia e China. Ao mesmo tempo as legislações ambientais terão grande impacto direto sobre o custo dos caminhões, o que também deverá ocorrer no Brasil, já que poucos anos separam o País das legislações mais rigorosas já implantadas nas economias desenvolvidas.



**Quando você
menos espera,
o sinistro aparece.**

**Conheça o
Apisul Sinistro
On Line.**

A Apisul tem uma grande novidade para você: é um sistema de controle e acompanhamento de sinistros, totalmente on line. São fotos, imagens do local, documentos e descritivos, tudo em tempo real, à sua disposição para você receber informações seguras e poder transmitir as melhores orientações possíveis. É mais um investimento da Apisul em gerenciamento de riscos e mais uma solução integrada para sua empresa.

Disponibiliza em tempo real:

- Fotos do sinistro.
- Fotos panorâmicas do local da ocorrência.
- Boletim de Ocorrência (BO).
- Causas do sinistro.
- Documentos do motorista.
- Documentos do veículo.
- Vistoria da seguradora.
- Análise da seguradora.

Saiba mais sobre esse e outros serviços através do telefone: (51) 2121.9000



Iveco quer dobrar vendas na América Latina

Empresa prevê que o mercado brasileiro, responsável por 70% de seu faturamento na região, deve continuar crescendo pelos próximos quatro ou cinco anos

■ RAIMUNDO DE OLIVEIRA



Mastrobuono, idealizador do Centro de Desenvolvimento de Produto da Iveco em Sete Lagoas

O PRESIDENTE MUNDIAL DA IVECO, PAOLO Monferino, afirma que a empresa acredita em um crescimento continuado da economia brasileira nos próximos quatro ou cinco anos e pretende dobrar a participação atual da América Latina no faturamento global da montadora (10% dos 11 bilhões de euros no ano passado) em um período de três anos. Os negócios da empresa no mercado brasileiro representam 70% de seu faturamento da América Latina. Segundo Monferino, que esteve na fábrica brasileira da Iveco, em Sete Lagoas (MG), na primeira quinzena de junho, afirma que a empresa também pretende adotar sua estratégia implantada na China e fabricar no Brasil modelos de caminhões mais simples, e mais baratos, para atender o mercado andino. Com um crescimento de 141% nas vendas entre

janeiro e maio deste ano no mercado brasileiro, em relação ao mesmo período do ano passado, e recorde de vendas na América Latina nos cinco primeiros meses (36%), a empresa aumentou os investimentos previstos para a região até 2010 de R\$ 375 milhões para R\$ 570 milhões. Cerca de 80% do investimento a ser feito entre este ano e 2010 na América Latina será destinado ao Brasil. Entre os planos da empresa para o mercado brasileiro estão o lançamento de duas novas famílias de produtos ao ano, ampliação dos revendedores e aumento de sua participação no mercado. "A Iveco confia no Brasil, na possibilidade do país continuar crescendo pelos próximos quatro ou cinco anos", diz o presidente mundial da empresa, que aponta este período com o prazo para que a empresa conquiste maiores

fatias de mercado, podendo até, segundo ele, chegar à liderança.

Segundo Monferino, no ano passado o crescimento das vendas na América Latina foi de 45%, com um volume de 17,5 mil veículos, recorde histórico da empresa na região, e o desempenho da Iveco brasileira foi a principal alavanca da performance regional, com crescimento de 120%. Para Monferino, o resultado dos negócios no Brasil e na América Latina é fruto da conjuntura econômica e também da estratégia da empresa para os mercados brasileiro e latino-americano, que há dois anos decidiu por mudanças administrativas, lançamentos de novos produtos e ampliação da rede de revendedores. A empresa inaugurou em junho seu centro de desenvolvimento de produto (CDP) na fábrica de Sete Lagoas. O centro ficou pronto em nove meses e seu primeiro produto desenvolvido já está nas revendedoras da empresa, o Daily 70C16, que tem configuração única na linha mundial da montadora, de PBT de 7 toneladas, e foi criado de olho nos mercados brasileiro e latino-americano.

Em sua segunda exploração do mercado brasileiro, para onde retornou no ano 2000 depois de deixar o país nos anos 80, a Iveco vem batendo recordes de produção e vendas desde o ano passado no país, o que tem alavancado seu desempenho na região latino-americana. Entre janeiro e maio deste ano, a montadora de origem italiana e que faz parte do Grupo Fiat, ven-

deu 8.506 veículos, o que representa um crescimento de 36% em relação ao mesmo período do ano passado. Para se ter uma idéia da importância do mercado brasileiro nos negócios da empresa, somente no mês de maio foram vendidos 1.148 veículos Iveco no Brasil e o total na região ficou em 2 mil unidades. De acordo com a montadora sua participação no mercado brasileiro no mês de maio ficou em 9,1%.

De acordo com a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), entre janeiro e maio deste ano, a Iveco vendeu 3.708 veículos, o que representa um aumento de 183,1% em relação ao mesmo período do ano passado.

A principal vedete da montadora em seu desempenho de vendas tem sido o modelo pesado Stralis, que representa mais da metade das vendas da empresa no mercado brasileiro. Segundo a montadora, em maio deste ano a empresa vendeu 520 unidades do Stralis, o que colocou a empresa com market share de 15% no mês no segmento de pesados. A venda de Stralis entre janeiro e maio totalizaram 2.169 unidades, um aumento de 164% em relação às 821 unidades vendidas no mesmo período do ano passado. Na faixa de veículos com PBT de 3,51 toneladas e 6 toneladas a empresa informa que as vendas atingiram 967 unidades entre janeiro e maio deste ano, ficando com participação de 25% no mercado.

CDP – Na dia 12 de junho a Iveco inaugurou em sua fábrica de Sete Lagoas seu sétimo centro de desenvolvimento de produto (CDP) e o primeiro fora da Europa. Nele serão desenvolvidos os novos veículos que a empresa vai fabricar em suas unidades do Brasil, Argentina, Venezuela e também para fábricas de outros continentes. Segundo o presidente da Iveco Latin America, Marco Mazzu, foram investidos R\$ 30 milhões no centro e o primeiro veículo desenvolvido no local foi a nova



Daily 70C16 chassi-cabine, um dos trunfos para a fabricante atingir vendas de 11 mil caminhões leves em 2008.

versão de seu caminhão leve Daily, que tem capacidade para transportar 7 toneladas e foi criado para atender os mercados brasileiro e latino-americano.

Para o diretor de desenvolvimento de produto da Iveco Latin América, Renato Mastrobuono, idealizador do CDP da empresa no Brasil, o local terá um papel fundamental no plano de crescimento da marca nos mercados brasileiro e latino-americano, pois será responsável pelo desenvolvimento de novos produtos específicos para a região e por adaptar produtos da empresa desenvolvidos em outras regiões para atender as características dos mercados no Brasil e outros países da América Latina. No centro trabalham engenheiros brasileiros e argentinos. Segundo Mastrobuono, entre as principais características específicas dos mercados brasileiro e latino-americano estão a topografia, clima, legislações que regulam o setor de transporte e condições de infraestrutura, por exemplo. O CDP tem 1,8 mil metros quadrados e 2,2 mil metros quadrados de oficinas para a construção dos protótipos e realização dos testes. A previsão da empresa é de uma frota de 120 veículos para testes.

Além do CDP, a empresa prevê concluir

no final deste ano sua pista de testes, que vai funcionar com 1,5 km de extensão na primeira fase e 2,6 km posteriormente.

NOVO DAILY – Depois de nove meses de projeto, 25 mil horas/homem de trabalho, dez protótipos, testes de durabilidade em percurso severo de 225 mil km e outros 350 mil km de durabilidade de componentes, o primeiro veículo da Iveco desenvolvido em seu CDP, o novo chassi cabine Daily 70C16 já está no mercado. Criado para atender o mercado da região, o caminhão leve é direcionado para operações de distribuição urbana e para viagens de curta distância. O veículo tem 155 cv de potência e possui rodado duplo traseiro e duas opções de entre-eixos (3.450 mm e 3.750 mm). De acordo com a empresa, a expectativa para 2008 é que sejam vendidos no mercado brasileiro cerca de 11 mil caminhões leves na faixa entre 6,1 e 7,9 toneladas. A Iveco espera abocanhar 12% de participação neste segmento, afirma Alcides Cavalcanti, e comercializar 1,6 mil unidades de seu novo modelo até o final de 2008. Para ele, uma das apostas da empresa neste segmento é a maior capacidade de carga transportada e a relação peso/potência.