

transporte

Todos os modais

MODERNO

Ano 46 - nº 436 - R\$ 15,00

ESPECIAL
Cargas perigosas:
lei nacional é a solução

LANÇAMENTOS



CONSTELLATION 17.320 E 23.320
Surgem novos estradeiros
da Volkswagen

IVECO TECTOR STRADALE
Semipesado ganha
maior plataforma de carga



FORD RANGER
Mais conteúdo
a preço competitivo



FIAT STRADA
Chega a versão com
cabine dupla

RENAULT MASTER
Renovação para ampliar
market share

MERCEDES SPRINTER STREET
Agilidade e carga adicional
em áreas urbanas

COMERCIAIS LEVES

UM LEQUE DE OPÇÕES PARA ATRAIR COMPRADORES

Logística estreia no canal | Consórcio aposta em dirigível

ENTREVISTA: Marcos de Oliveira, presidente da Ford

**3º SEMINÁRIO NACIONAL
DE GESTÃO DE FROTAS**
28 E 29 | SETEMBRO | 2009



ATÉ SEU FLUXO DE CAIXA TEM MAIS GIRO COM PNEUS MARSHAL

MARSHAL



FABRICADOS NA CORÉIA DO SUL

Garanta o melhor custo benefício com Marshal.

- 8º maior fabricante de pneus do mundo.
- Com 8 fábricas na Ásia e América.
- Mais de 70 milhões de pneus/ano.
- Melhor custo operacional da categoria.
- Distribuição exclusiva Cantu Pneus em todo Brasil.
- Unidades Cantu: PR, SC, RS, SP, PE.



0300 210 1010

www.cantu.com.br/pneus

Visite nossa Central de Serviços

Autorizados Marshal

Rua Dom Lucas Obes, 956 . esq. com

Av. Juntas Provisórias - São Paulo/SP

URBANO



RODOVIÁRIO



Brasil perde o medo de crescer

O Brasil, acometido por contínuas crises econômicas, a cada ciclo imitava o avestruz de enterrar a cabeça na areia. Em vez de promover choque de oferta, o País estimulava a estagflação, combinação explosiva de recessão com inflação. O receituário implicava aumento da taxa de juros, queda do Produto Interno Bruto (PIB), desemprego e um corolário de mazelas sociais.

Deu dor de cabeça, é claro, mas o governo soube enfrentar a recente crise com aumento da oferta de crédito, redução de tributos e outros estímulos ao crescimento.

“Pela primeira vez enfrentamos a crise com ousadia”, dizia recentemente o ministro da Fazenda Guido Mantega para uma plateia apinhada de empresários.

Se Mantega afirma que o País sai da crise fortalecido, o comedido presidente do Banco Central, Henrique Meirelles, diz que o Brasil ganhou credibilidade.

“O Brasil hoje é visto como um país sério”, assinalava Meirelles para a mesma plateia de empresários reunida em São Paulo. Sem citar o autor, fez referência à frase atribuída ao ex-presidente francês Charles de Gaulle de que o Brasil não era sério. “O fato é que éramos sempre vistos com desconfiança, como um país sem previsibilidade. Hoje, o mundo aprendeu a nos respeitar”.

Mantega aproveitou para reiterar que a crise já passou. “Não é a primeira vez que o País se depara com crises. Só que nas anteriores, os juros eram aumentados, os investimentos cortados e o PIB caía. Agimos com políticas anticíclicas, com ousadia e já estamos crescendo”, declarou, para emendar: “Nossas reservas, que eram de US\$ 205 bilhões no momento da eclosão da crise, já estão em US\$ 212 bilhões e vamos voltar ao patamar de 5% de expansão do PIB em 2010. Enfim, a crise deixou de ser um problema”.

Programa Procaminhoneiro
com taxa de

0,37%
a.m.



Novo programa Procaminhoneiro.

Agora chegou a chance de você trocar seu caminhão por um Volkswagen 0km.

- IPI zero • Taxa mensal de 0,37%, mais baixa que o rendimento da poupança • Benefício Banco Volkswagen: até 72 parcelas, com prazo de 3 ou 6 meses para pagamento da 1ª parcela.

Banco Volkswagen. Operação FINAME-PROCAMINHONEIRO para transportador autônomo de cargas, empresários individuais do segmento de transporte rodoviário de cargas e microempresas do segmento de transporte rodoviário de cargas. FINAME-PROCAMINHONEIRO 100% com taxa fixa de 0,37% a.m. = 4,5% a.a. Plano de até 60 parcelas sem entrada ou até 72 parcelas com 30% de entrada. Carência de 3 ou 6 meses. Sujeito a análise de crédito. Seu caminhão usado pode ser utilizado como parte de pagamento. Válido para toda a Linha de Caminhões Volkswagen. Condições especiais para o programa 3NDES Procaminhoneiro. O plano FINAME é financiado com



www.vwcaminhoeseonibus.com.br



Simulação comparativa entre o Procaminhoneiro e o FINAME Convencional, com valor financiado de R\$ 150.000,00 com 0% de entrada e prazo de 60 meses.

Parcela	Procaminhoneiro	FINAME Convencional - T.J.LP
1ª parcela	R\$ 3.088,00	R\$ 3.800,65
24ª parcela	R\$ 2.839,94	R\$ 3.251,75
48ª parcela	R\$ 2.619,44	R\$ 2.764,13
60ª parcela	R\$ 2.509,19	R\$ 2.520,32

Agora é a hora. Vá até uma Concessionária de Caminhões Volkswagen e faça o melhor investimento.

Volkswagen.
Caminhões sob medida.



recursos do BNDES, de acordo com a legislação e Circular nº 195/2006 do BNDES e cláusulas contratuais. As condições estão sujeitas a alterações por atos de autoridade monetária, BACEN e BNDES. As condições financeiras estão sujeitas aos critérios de aprovação de crédito do Banco Volkswagen. Consulte uma Concessionária de Caminhões Volkswagen para outros planos de financiamento e demais informações. SAC: 0800 770 1936. Acesso às pessoas com deficiência auditiva ou de fala: 0800 770 1935. Ouvidoria: 0800 701 28340. Planos válidos para contratação até 31/12/2009. Imagens meramente ilustrativas. Alguns itens mostrados são opcionais ou referem-se a versões específicas.

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

Márcia Pinna Raspani

marcia.pinna@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 Batista A. Silva
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

SUMÁRIO

ENTREVISTA

Presidente da Ford do Brasil e Mercosul, Marcos de Oliveira, revela por que a montadora é lucrativa no Brasil ao contrário da matriz americana **8**

COMERCIAIS LEVES

Com vendas aquecidas no primeiro semestre do ano por conta da isenção de IPI, montadoras aceleram lançamentos e aumentam produção **10**

FORD

A picape Ranger, no mercado há 15 anos, incorpora agora mais conteúdo e visual mais imponente, oferecidos a preço competitivo **16**

FIAT

Montadora italiana lança a picape Strada Adventure com cabine dupla e espera vender 1,5 mil unidades por mês do modelo **18**

MERCEDES-BENZ

Nova versão do Sprinter Street 311 CDI com mais capacidade de carga amplia gama da montadora alemã no mercado de comerciais leves **20**

RENAULT

Montadora francesa coloca uma marcha a mais no Master, a sexta, e faz alterações nas partes externa e interna que privilegiam identidade visual e conforto **22**

CAMINHÕES/LANÇAMENTOS

Com uma queda brusca nas exportações e demanda menos aquecida no mercado interno, montadoras como Volks, Iveco e Scania buscam nichos específicos **24**

CARGA PERIGOSA

Transportadoras são obrigadas a obter licenças diferentes em cada estado da federação e agora, também, licença municipal da capital paulista **30**

BRASPRESS

Novo terminal de cargas da empresa, localizado no Rio de Janeiro, tem capacidade para processar 140 volumes por minuto **36**

AGRONEGÓCIO

Operadores logísticos estreiam no mercado sucroalcooleiro na operação de corte, carregamento e transporte **38**

PRODUTOS QUÍMICOS

Selo Sassmaq (Sistema de Avaliação de Segurança, Saúde, Meio Ambiente e Qualidade) passa a ser fundamental para qualificar e diferenciar as transportadoras **40**

TRANSPORTADORAS

Com crescimento de 42% nos últimos 5 anos, a gaúcha Plimor tem aumento de atividade, dribla a crise e anuncia expansão de seu CD de Blumenau **42**

INOVAÇÃO

Airship do Brasil deve concluir dentro de um mês o primeiro protótipo do dirigível brasileiro para aplicações como transporte, ações de marketing e vigilância **44**

CARGA AÉREA

Exportações brasileiras por via aérea somaram US\$ 14,6 bilhões no semestre, o que representa uma queda de 24% em relação ao mesmo período de 2008 **49**

AUTOPEÇAS

Setor começa a voltar à normalidade depois de um semestre de movimento fraco; empresas centralizam estratégias em reposição e apostam em inovações **52**

MATÉRIAS-PRIMAS

Uso do alumínio no setor automotivo brasileiro representa 26% do consumo do metal no País e a tendência é de aumento nesta participação **60**

SEGURANÇA

Blindagem de caminhões é alternativa para empresas de transporte especializadas em cargas com alto valor agregado, como medicamentos e eletroeletrônicos **62**

CONDOMÍNIOS LOGÍSTICOS

Demanda por edificações no segmento logístico manteve-se aquecida principalmente com a construção de novas ligações nos principais eixos rodoviários **66**

MARÍTIMO

Aumentaram as apreensões de produtos contrabandeados no porto de Santos, que serve de rota de trânsito para artigos falsificados **70**

TRANSPÚBLICO

Cerca de três mil pessoas marcaram presença na edição 2009 da feira do setor de transporte público e do 22º Seminário Nacional da NTU **72**

TRANSPÓSUL

Competitividade e inovação foram a principal tônica dos debates e das conversas de corredores da maior feira de transporte e logística da região Sul **74**

FERROVIAS

ALL atinge 10% de crescimento no volume de carga transportada e inaugura seu primeiro terminal de contêineres do Centro-Oeste brasileiro **82**

SEÇÕES

Editorial **3** | Novas **78** | Custos Operacionais **80**

Braspress/RJ, o mais moderno terminal de encomendas da América Latina.



Agilidade, ganho de tempo, segurança, maior precisão, rastreabilidade das encomendas e eliminação das perdas com extravios e avarias.



- 41.150m² totais
- 4,7 quilômetros de esteiras
- 8.400 volumes por hora
- 11 rampas de alimentação
- 61 rampas de saída
- 114 docas para carga e descarga simultâneas



A Braspress/RJ possui um sistema de Gerenciamento de Risco, que faz o rastreamento e monitoramento da sua frota 24h por dia, da coleta à entrega.



BRASPRESS

Fone: (21) 3668-3500 www.braspress.com.br



A luz no final do túnel

A Ford já vislumbra a luz no final do túnel, e não é a do trem. A afirmação é do presidente da montadora no Brasil e Mercosul, Marcos de Oliveira, que prevê para 2011 a volta da fabricante americana à lucratividade em todo o mundo.

Por enquanto, o Brasil puxa uma das poucas regiões do mundo em que a Ford ainda ganha. Embora o lucro tenha caído de US\$ 388 milhões para US\$ 86 milhões no segundo trimestre na América do Sul, onde o País representa 70% da receita, Oliveira considera o resultado satisfatório diante do quadro negativo em vários países. Globalmente, a Ford teve um prejuízo de US\$ 400 milhões no segundo trimestre.

Oliveira afirmou que, sem o resultado positivo verificado nos últimos 22 trimestres consecutivos na operação sul-americana, a Ford correria o risco de ter fechado as portas no Brasil. A virada aconteceu com o lançamento de produtos altamente desejados pelo público, como o Fiesta e o EcoSport — este desenvolvido e planejado por meio da expertise brasileira em design e mercado.

Recentemente, a Ford apresentou no-

vos produtos que têm apelo de vendas, como o Fusion (importado do México), Focus (Argentina) e o compacto Ka, que deu uma nova esperança à antiga fábrica em São Bernardo do Campo (ABC), que correu risco de ser fechada no início dos anos 2000 por estar obsoleta e improdutiva.

O sucesso de vendas do Ka consolidou a sobrevivência da fábrica às margens da rodovia Anchieta. De acordo com Marcos de Oliveira, as vendas do carro de entrada da marca cresceram até 30% no primeiro semestre, garantindo uma produção, que anualizada, chega a cem mil unidades.

Somado a caminhões e picapes, a São Bernardo fabricava em torno de 70 mil unidades — volume considerado baixo para uma fábrica de grandes dimensões. Em Camaçari (BA), para se ter uma ideia, a Ford produziu 210 mil unidades do EcoSport e Fiesta em 2008.

"O Ka se tornou um grande sucesso, mesmo disputando um subsegmento de duas portas, que representa apenas 30% das vendas dos carros de entrada", disse Oliveira. "Sem uma equação que nos per-

mitisse retomar uma produção de um carro de sucesso, talvez, hoje São Bernardo não fosse viável", afirmou ele.

Segundo Oliveira, para que a "equação" fechasse foi preciso uma parcela de esforço e contribuição de todos os parceiros — entre eles fornecedores, metalúrgicos e governo, que também viabilizou o investimento em São Bernardo com liberação de crédito de ICMS (Imposto sobre a Circulação de Mercadorias e Serviços).

O sucesso de vendas permitiu à Ford crescer 17% no primeiro semestre, enquanto o mercado, de forma geral, subiu cerca de 4% no período. "Estamos numa boa trajetória, mas o momento requer atenção", disse Oliveira, preocupado com a queda de até 50% nos volumes de exportação, que afetou a lucratividade da Ford na América do Sul.

"Esta indústria não é como uma prova de cem metros livres, mas uma maratona." A bordo da nova Ford Ranger, em trajeto por fazendas e rodovias na região de Itu, interior de São Paulo, a reportagem acompanhou o paulistano Marcos de Oliveira, que deu a entrevista a seguir.

Transporte Moderno — *O mercado brasileiro o surpreendeu no primeiro semestre?*

Marcos de Oliveira — Enquanto a maioria dos países caiu entre 20% e 40%, o Brasil viveu um momento único, em que a indústria registrou até um pequeno crescimento — cerca de 4%. Trabalhamos com uma previsão de 3 milhões de unidades para 2009, ante os 2,82 milhões de 2008. Mas o momento ainda requer muita cautela.

TM — *Por quê?*

Oliveira — Além do IPI (Imposto sobre Produtos Industriais) e a da volta do crédito, o mercado ficou aquecido porque as margens de lucro foram reduzidas. A manu-

tenção dos custos de insumo, como o aço, num patamar alto, a queda de até 50% nos volumes de exportação e maior competitividade entre as marcas também impactaram a rentabilidade. Por isso temos que ficar alertas. Esta indústria é impiedosa, não admite erros.

TM — *Mas a Ford não perdeu na América do Sul?*

Oliveira — Claro. E isso é muito bom. Mas veja, a Ford contabilizou US\$ 86 milhões de lucro neste segundo trimestre. No mesmo período de 2008, o ganho foi de US\$ 388 milhões (o Brasil representa 70% deste volume). É uma notícia boa porque, com isso, mantivemos 22 trimestres de cresci-

mento ininterruptos, mas requer alerta e compenetração no trabalho. É o que eu sempre digo: esta indústria não é uma prova de cem metros; é uma maratona.

TM — *O que permitiu à Ford registrar um resultado de vendas maior que o do mercado em geral?*

Oliveira — Planejamento e produtos. O Ka, o Focus e Fusion, por exemplo, registraram crescimento muito bom no primeiro semestre. Só o Ka subiu em torno de 30%. A Ford ampliou suas vendas em 17,5%, enquanto o mercado cresceu em torno de 4% nos seis primeiros meses. Isto fez com que ganhássemos 1,2% de market share no primeiro semestre, re-

sultando agora em 10,4% do mercado brasileiro.

TM – *Com a atual produção, a fábrica da Ford de São Bernardo, que, no início da década foi ameaçada de fechamento, consolida sua sobrevivência?*

Oliveira – Sem dúvidas. A produção de cem mil unidades do Ka, com uma equação que garante a rentabilidade, dá uma nova vida para São Bernardo. Fizemos um PDV (programa de demissão voluntária) neste ano, mas mantivemos um quadro de pessoal forte, com cerca de 3,5 mil funcionários. Não temos planos para contratações, mas tampouco de demissões. Acho que é uma ótima notícia.

TM – *Para se chegar à "equação" que viabilizou São Bernardo, houve uma contribuição do Sindicato dos Metalúrgicos?*

Oliveira – Foi muito importante a participação dos trabalhadores, que entenderam a nova realidade, e com quem mantemos, hoje em dia, uma relação muito madura e respeitável. Os salários foram ajustados para um patamar que viabilize nossos custos. Mas também foi muito pertinente a colaboração dos fornecedores e até do governo estadual, que viabilizou investimentos, como, por exemplo, a liberação dos créditos de ICMS. A transferência da produção de caminhões da fábrica do Ipiranga para São Bernardo também foi uma decisão acertada. Atualmente, produzimos 135 mil unidades em São Bernardo – 35 mil entre picapes e pesados.

TM – *Há algum novo projeto para São Bernardo?*

Oliveira – Não temos nada em vista. Mas sempre estamos analisando todas as possibilidades.

TM – *A picape Ranger, que passa por nova reestilização, já é vendida há 15 anos no Brasil. Não está defasada em relação à concorrência.*

Oliveira – Não. Nossos engenheiros fize-



Marcos de Oliveira: “Não tenho dúvida de que a China será a locomotiva desta indústria”

ram um bom trabalho e o produto é adequado para o consumidor brasileiro. Estamos trazendo mais conteúdo por preço competitivo, que vai compensar a falta de um motor flex para a picape média. Isso nos permitirá defender nossa fatia de mercado, que anda em torno de 15% entre as picapes médias.

TM – *Mas a Ranger não agrada aficionados por tecnologia.*

Oliveira – O produto é adequado. Entendemos que os jornalistas especializados anseiam por novidades, mas nós temos que planejar os lançamentos de acordo com a nossa capacidade. Sabe o que quer uma indústria automobilística?

TM – *Não.*

Oliveira – O fluxo de caixa. Não adianta ter dinheiro para receber já na frente se você não puder honrar os compromissos do dia seguinte. É preciso saber cadenciar.

TM – *Como a Ford se prepara para a disputa com os asiáticos? No Brasil, Kia e Hyundai, por exemplo, estão com produtos de preços muito competitivos.*

Oliveira – Com todos os impostos que incidem sobre os importados, eu não sei como a operação de alguns concorrentes

nossos fecha. Eles devem ter as suas estratégias para o mercado brasileiro. A Ford, por sua vez, não adota nenhuma aventura. Todas as nossas operações têm de ter consistência, pois não podemos cometer erros, principalmente, em momentos de crise em que não podemos contar com a ajuda da matriz. Foi esta solidez que garantiu a sobrevivência da Ford no Brasil.

TM – *Como vê a ascensão dos chineses?*

Oliveira – Não tenho dúvida de que a China será a locomotiva desta indústria. É preciso esperar ainda para ver como vai ficar o mercado dos Estados Unidos, que caiu para 9,5 milhões de unidades, se forem anualizadas as vendas. Mas a China, sem dúvida, é a grande sensação. Embora a Ford tenha chegado tarde ao mercado chinês, no início dos anos 2000, estamos crescendo lá com muita competitividade.

TM – *Como está o mercado de caminhões?*

Oliveira – As exportações caíram até 50% em países vizinhos, derrubando a nossa lucratividade. Internamente, o mercado vem se recuperando mês após mês, lançando boas perspectivas. Nossa intenção é defender nossa participação de mercado, que está em torno de 20%.

TM – *Já existe uma luz no fim do túnel para a recuperação financeira da Ford em escala global?*

Oliveira – Sim, já dá para ver a luz no final do túnel, e não é a do trem. Estamos trabalhando para voltar à lucratividade em 2011. Um dado que prova que estamos no caminho certo é o crescimento de vendas que a Ford teve em quase todas as regiões do mundo no primeiro semestre, mesmo num cenário de crise. Puxado pelo Brasil, subimos 1,2% na América do Sul. Na Europa, saltamos 0,9%. Nos Estados Unidos e Canadá, a Ford cresceu 2%. Apesar disso, ainda tivemos prejuízo global no segundo trimestre da ordem de US\$ 400 milhões.

Vendas reagem, mas devem manter nível de 2008

Com a recuperação do interesse dos consumidores em veículos comerciais leves, as montadoras aceleram os lançamentos para ampliar suas fatias de mercado

COM UMA FATIA DE 25% DO mercado automobilístico, o segmento de comerciais leves é alvo de disputa que envolve quase todas as marcas atuantes no Brasil. Veículos produzidos para transportar passageiros e cargas, os comerciais leves acabam fazendo a diferença na concorrência entre as marcas pela liderança global de vendas num país que deve encerrar o ano com 3 milhões de veículos produzidos – montante que lhe dará o posto de quinto maior do mundo.

A Fiat, por exemplo, só sustenta a dianteira por dominar as vendas de comerciais leves, com 22,37% de participação nos sete primeiros meses do ano, segundo dados da Nacional dos Distribuidores de Veículos Automotores (Fenabrave). Já em automóveis, a Fiat fica em segundo lugar, atrás da Volkswagen.

Em comerciais leves, a General Motors aparece em segundo lugar, com 17,71% das vendas. A seguir, vem a Ford, com 13,41%. Com 11,03%, a Volkswagen aparece em quarto lugar, seguida da Hyundai (8,45%), Mitsubishi (7,25%), Toyota (7,05%), Honda (2,25%), Kia (2,47%) e Nissan (1,44%). Outras marcas, como Mercedes-Benz, Renault, Peugeot, Citroën e Iveco ficam 6,26% do mercado nacional.



Mercedes Sprinter Street permite circulação em áreas de restrição

Com a crise econômica, as vendas de comerciais leves foram mais afetadas que as de automóveis. A tendência, segundo a indústria, é que neste ano o segmento fique do mesmo tamanho do ano passado, que foi de cerca de 750 mil unidades.



GM S10, líder do segmento: vendas no mesmo patamar do ano passado

Alguns subsegmentos dos comerciais podem até registrar queda de 10%, principalmente entre os veículos de maiores dimensões. Mas no ano que vem, com o esperado aquecimento da economia, o segmento deve voltar a crescer.

Cada montadora tem sua segmentação para os comerciais leves, que podem ser divididos basicamente em três categorias: picapes pequenas (derivadas de automóveis), médias e grandes, e furgões – também pequenos e grandes. O grande filão é formado por picapes pequenas e médias, que dominam cerca de 75% das vendas.

Entre as picapes médias, S10 (Chevrolet), que está há cerca de 15 anos no mercado,

domina as vendas. Com 20.658 unidades emplacadas até julho, a S10 somou 34,14% market share. A General Motors estima que a S10 fechará 2009 com o mesmo desempenho de vendas de 2008, quando emplacou 40 mil unidades.

De acordo com o vice-presidente da General Motors, José Carlos Pinheiro Neto, preço e o motor flex são o grande trunfo de venda da picape média, que deixa para trás produtos avançados como a Toyota Hilux, que fica em segundo lugar no acumulado até julho, com 16.331 unidades emplacadas e 27% do mercado.

"Comercial leve é um segmento em que a racionalidade da compra sempre é colocada à prova" afirma Pinheiro Neto. "Nosso produto oferece robustez, valor de revenda e bom preço de manutenção, entre outros atributos, ou seja, é um veículo totalmente conhecido pelo consumidor brasileiro", diz.

Esta é praticamente a mesma filosofia do presidente da Ford, Marcos de Oliveira, que acabou de lançar uma nova Ranger, picape que está há 15 anos no mercado brasileiro. De acordo com os dados da Fenabrave, a Ranger ficou com 10,4% das vendas no seu segmento, entre janeiro e julho. Oliveira espera que a caminhonete mantenha a sua fatia após a restituição da Ranger.

"Além de ter ficado muito mais atraente e robusta, a nova Ranger tem atributos que conquistam a confiança do consumidor", afirma Oliveira, que apresentou o veículo em Campinas (SP), com preço a partir de R\$ 47 mil.

"Quem usa o carro para o trabalho, está mais preocupado com durabilidade, desempenho e custo-benefício", comenta Oliveira. A Ford tem planos para lançar uma substituta da Ranger em dois anos.

O segmento de picapes grandes ainda é descoberto na grade da Fiat e da Volks-



Fiat Strada domina as vendas no segmento de picapes pequenas

wagen. A montadora italiana buscou uma parceria com a indiana Tata para uma produção conjunta de uma picape na Argentina, mas o acordo acabou não se concretizando. A associação com a americana Chrysler pode ser uma boa saída para a Fiat.

A Volkswagen já apresentou no último Salão do Automóvel de São Paulo a sua picape produzida na Argentina, que deverá estreiar em 2010 no Brasil e ajudar a marca a avançar no segmento de comerciais leves. O veículo se chamará Amarok e pode dar à Volkswagen a reconquista da liderança do

mercado brasileiro, porque a montadora já lidera na venda de automóveis.

Entre as picapes pequenas, a Fiat tem o domínio. A Strada, que vem sendo repaginada há mais de uma década, e agora ganhou uma versão com cabine dupla, conquistou 56,22% do mercado, entre janeiro e julho, com 49.111 unidades emplacadas.

A picape Montana (GM), com 17.582 (19,80%), vem em seguida, acompanhada da Saveiro (VW), que vendeu 16.345 unidades e tem 18,41% do mercado. Neste segmento, a Volkswagen também preten-



A Iveco, com o Daily, ampliou em 15% as vendas neste ano



Kombi mantém mercado cativo há mais de 50 anos

de reverter o jogo, pois lança ainda em agosto a nova Saveiro, que é integrante da família do novo Gol.

50 ANOS E DANDO TRABALHO – A disputa é acirrada em todas as categorias, que tem suas peculiaridades.

Produto há mais de 50 anos no mercado é a Kombi, que domina o mercado com 44,11% das vendas entre os fur-

gões, segundo dados da Federação (Fenabreve). No acumulado dos sete meses do ano, a velha Kombi emplacou 15.194 unidades.

Com preço na casa dos R\$ 50 mil e oferecendo capacidade de carga de 1.000 quilos, o mesmo peso que possui, a Kombi ainda tem um mercado cativo, apesar de várias opções de produtos bem mais modernos, só que também mais caros.

Com capacidade de até 4.600 quilos, os furgões ainda oferecem versões de chassi cabine, quase como pequenos caminhões. Foi aí que a coreana Hyundai entrou e vem surpreendendo em vendas com o caminhãozinho HR, importado em formato CKD e montado na fábrica de Anápolis (GO). Entre janeiro e julho, o HR emplacou 5.440 unidades e fez 15,82% do mercado.

"Preço é um fator atrativo neste mercado, mas algumas marcas, como nós, tentam atrair clientes oferecendo produtos com um custo-benefício que se justifica com o tempo de uso do veículo", afirma Sérgio Galhardo, gerente de vendas da linha Sprinter da Mercedes-Benz do Brasil. De olho em novas oportunidades, a marca acaba de lançar mais um modelo: a nova versão do Sprinter Street oferece uma capacidade volumétrica de carga de 13,4 metros cúbicos.

NOVAS OPORTUNIDADES – A criação de áreas de restrições em São Paulo gerou novas oportunidades num subsegmento que cada vez mais crescendo nas grandes cidades brasileiras, que também devem apertar o cerco aos grandes caminhões para diminuir o tráfego pesado e a poluição em regiões densamente povoadas. Para a indústria, o mercado de grandes comerciais leves poderia ter caído muito mais este ano, caso a prefeitura da capital paulista não tivesse apertado o cerco a ônibus fretados e caminhões.

Segundo Sérgio Galhardo, a Mercedes-Benz trabalha com uma expectativa de queda de 8% no setor dos grandes furgões, que, em 2008, emplacou cerca de 26 mil unidades. Com 34 opções de modelos, que vão de R\$ 75 mil a R\$ 130 mil, a Sprinter lidera as vendas neste importante segmento, que vai de 3.500 a 4.600 quilos, com cerca de 26% das vendas.

"Puxada pelo mercado de São Paulo, a Iveco cresceu 15% entre janeiro e julho, passando de 853 para 982 unidades", afirmou Fernando Ribeiro, gerente de



Renault espera crescer no mercado de furgões com o novo Master



*Superando limites
com soluções
logísticas eficazes*



O Expresso Jundiá é uma das 10 maiores transportadoras de cargas fracionadas, atendendo os principais mercados do país com uma frota de mais de 500 veículos, em 558 rotas, realizando mais de 150.000 entregas por mês. Nossas 4 unidades de negócio e bases operacionais são equipadas com modernos recursos tecnológicos e uma equipe altamente preparada.

Optar pelo Expresso Jundiá é escolher uma grande transportadora e também ter a certeza de uma solução logística eficaz para sua empresa.



EXPRESSO JUNDIAÍ
O Transporte Superando Limites





Preço competitivo do Ford Transit é a arma para vencer a concorrência

marketing da Iveco. Com o Daily, a Iveco foca o mercado de vans e chassis cabines acima de 3,5 toneladas. Com preço a partir de R\$ 72 mil, o modelo busca atrair consumidores que valorizem a tecnologia e que compensem o investimento com um produto inovador.

Fernando Ribeiro afirmou que a empresa está de olho no mercado que deve crescer neste setor com a provável restrição a veículos grandes em outras capitais brasileiras. "Este subsegmento tende a crescer bastante daqui para frente, como já ocorre em países desenvolvidos, onde os caminhões não entram nas cidades. São os grandes comerciais leves que acabam fazendo a ponte, principalmente, nas cargas dedicadas", considera.

Pensando no conforto dos usuários destes veículos, os grandes furgões tendem a ser cada vez mais bem equipados para atrair novos compradores, tanto para o transporte de passageiros como o de cargas. É uma categoria em que o condutor não precisa de uma carta especial

para dirigir, ao contrário de outros veículos específicos.

A Renault acabou de lançar a Master. A empresa de São José dos Pinhais (Paraná) espera crescer no mercado de furgões, que representam 25% das vendas do mercado de veículos comerciais leves no Brasil. Atualmente, a Renault tem 18% de participação no segmento de até 3.500 quilos, sendo que a meta da marca é conquistar 22% desta faixa de mercado ainda neste ano.

Para atingir seu objetivo, além de modificações na gama Master (furgão,

minibus e chassi cabine), a Renault oferece uma linha de transformados, que permite o atendimento a setores diferenciados da economia, como saúde, turismo, transportes de passageiros e cargas. O preço começa em R\$ 57 mil, o chassi cabine, tentando perseguir o coreano HR.

Os principais concorrentes do Master no mercado nacional são a Sprinter (MB), Ducato (Fiat), Transit (Ford) e Daily (Iveco). "Além destes tradicionais competidores, o mercado está assistindo à chegada dos modelos asiáticos, que vem adotando estratégia agressiva de preço", afirma o gerente de marketing e produto da Renault do Brasil, Ricardo Fischer.

Mesmo importando da Europa, a Ford consegue oferecer a Transit por volta de R\$ 75 mil. Tanto nas versões van de passageiro ou de carga, a Transit oferece itens de série, como o ABS e ar-condicionado. "Produzimos em grande escala. Por isso, conseguimos atuar com preço que consideramos competitivo", disse Oswaldo Jardim, diretor da Ford.

Guilherme Oliveira de Araújo, proprietário da TGA Transportes, empresa que faz transporte de cargas e comissários entre os aeroportos de Guarulhos e Congonhas, afirmou que a van é o veículo mais qualificado para vencer o trânsito e as restrições nas grandes cidades. Para ele, este tipo de comercial leve tende a ganhar vendas, na medida que fica mais difícil circular com ônibus e caminhões pelas grandes cidades.

"São Paulo também infringiu limitações a vans, mas elas, pela agilidade, têm maneiras de se adaptar a caminhos alternativos. Ônibus e caminhões, por suas dimensões, não conseguem trafegar por ruas mais estreitas", considera.

Araújo é cliente da Mercedes-Benz, e diz estar satisfeito com os produtos, tantos os destinados a cargas como passageiros. ■



Fiat Ducato disputa o mesmo mercado do Renault Master