

# transporte

Todos os modais

MODERNO



www.revistatransportemoderno.com.br

Ano 46 - n° 438- R\$ 15,00

## MERCADO INTERNO SALVA A INDÚSTRIA DE CAMINHÕES

Terceiro trimestre revigora vendas da Mercedes-Benz

MAN atinge liderança em ano de estreia no País

Volvo retoma segundo turno na produção

Com reaquecimento, setor de ônibus recupera otimismo

Programa Inovação Empresarial valoriza empreendedorismo

Reestilizada, linha Doblò ganha novas versões

Jumper inova com motor mais econômico



**Maiores & Melhores**  
DO TRANSPORTE E LOGÍSTICA

Premiação reúne em São Paulo 600 empresários do setor de transporte

8ª FetransRio

Mobilidade inteligente

10, 11 e 12 de novembro de 2010. Marina da Glória, Rio de Janeiro





**Você conhece uma empresa melhor  
que a Volkswagen Caminhões e Ônibus?**

**Nós conhecemos.**

**Seja bem-vindo à MAN Latin America.**



Imagens meramente ilustrativas.

A Volkswagen Caminhões e Ônibus agora faz parte do Grupo MAN. Surge assim uma nova empresa no Brasil, chamada MAN Latin America.

A MAN Latin America vai unir o profundo conhecimento do mercado brasileiro que a Volkswagen Caminhões e Ônibus detém à experiência acumulada pela MAN, uma empresa alemã com mais de 250 anos e uma das líderes globais do setor de transportes.

Você terá acesso a inovações tecnológicas e a um portfólio de produtos com a futura chegada dos modelos MAN. Fora isso, nada muda. A MAN Latin America continuará focada no mesmo diferencial que fez os Caminhões Volkswagen conquistarem rapidamente a liderança do mercado nacional: o atendimento ao cliente.

Simplificando, o que já era ótimo ficou ainda melhor. Seja bem-vindo à MAN Latin America.

MAN Latin America [www.man-la.com](http://www.man-la.com)





Rodovia bem  
conservada diminui  
custos e encurta  
distâncias.

[www.abcr.org.br](http://www.abcr.org.br)



Associação Brasileira de Concessionárias de Rodovias

# Brasil entra nos trilhos

Países que têm a vitalidade e potencial de expansão do Brasil precisam cuidar da mobilidade. Ou tratam desse tema ou o progresso fica irremediavelmente atrofiado e comprometido.

O tema da mobilidade, seja na logística da movimentação de riquezas, quer no transporte de passageiros, tem sido tratado sistematicamente com descaso por um elenco de razões. Uma delas, certamente, é por falta de compromisso em relação ao futuro.

Ao descaso de políticas públicas e ao mundanismo oficializado, a inflação também contribuiu para o atraso da nossa infraestrutura. Passamos décadas engalinhados no convívio do câncer que, além de encarecer as obras, corroía o poder de compra, excluindo do consumo grandes contingentes de brasileiros.

Outra fonte de retrocesso, de empobrecimento, foi a dependência maciça de petróleo importado. Em 1980 o Brasil trouxe de fora mais de 90% do petróleo que consumiu.

O Brasil, que domou a inflação e virou autossuficiente em petróleo, é o mesmo Brasil que agora precisa dar jeito na infraestrutura. Nessa área, o ano de 2010 que se abre promete ser intenso e de extensos desafios. O astral abatido, murcho, que caracterizou a entrada de 2009, deu lugar a um panorama completamente diferente no novo ano que se inaugura. Há vitalidade, confiança, e, ao lado dos desafios, surgem muitas oportunidades.

Um dos projetos que vai dar que falar a partir de 2010 é o Trem de Alta Velocidade (TAV), projetado para ligar São Paulo ao Rio em uma hora e meia. Idealizado para operar a uma velocidade de 350 km por hora, o empreendimento visa trazer um equilíbrio num país em que os trilhos foram alijados do mapa do transporte de passageiros a médias e longas distâncias.

A Agência Nacional de Transportes Terrestres comanda já em janeiro três audiências públicas marcadas no Rio de Janeiro, São Paulo e Campinas para "colher contribuições sobre o processo de licitação da concessão dos serviços de transporte ferroviário de passageiros por um sistema de trem de alta velocidade."

O edital de concessão do TAV, previsto para operar em 2014, é um calhamaço de 250 páginas repleto de minúcias. Estipula em 98% o índice de pontualidade dos trens, o tipo de dormentes, a especificação do aço dos trilhos e o número de frequências do TAV, que interliga as cidades do Rio, São Paulo e Campinas; conectará os aeroportos internacionais do Galeão, de Guarulhos e Viracopos; e cumprirá rotas regionais no Vale do Paraíba, uma no trecho fluminense, outra no trecho paulista.

Quem folheia o edital, ao mesmo tempo que se vê extasia com o rosário de exigências, fica com a pulga atrás da orelha ao saber que outras grandes obras de infraestrutura prometeram mundos e fundos, mas cumpriram muito pouco.

O brasileiro quer acreditar, no entanto, que o mesmo Brasil que dominou a inflação e virou autossuficiente em petróleo, também deixou as bravatas de lado para se alinhar entre os países comprometidos com obras que vão garantir e pavimentar seu futuro.

## 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

## EVENTOS CORPORATIVOS

Sabrina Baialardi  
sabrina@otmeditora.com.br

## MARKETING

Camila Novo  
camila@otmeditora.com.br

## REDAÇÃO

### Editor

Eduardo Alberto Chau Ribeiro  
ecribeiro@otmeditora.com.br

### Colaboradores

Sonia Crespo  
soniacrespo@otmeditora.com.br

Márcia Pinna Raspanti  
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

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

### IMPRESSÃO

Neoband Soluções Gráficas  
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:   
www.anotec.org.br

Circula no mês subsequente ao de capa

### MERCEDES-BENZ

Montadora, que esperava retração em 2009, apresentou resultados mais que positivos: novembro foi o segundo melhor mês da sua história nas vendas de caminhões **8**

### MAN

Mesmo com os efeitos da crise internacional, as operações brasileiras da controladora da Volkswagen fecham 2009 na liderança **12**

### VOLVO

Fabricante sediada em Curitiba retoma o segundo turno na produção de caminhões pesados na expectativa de aumento de vendas no próximo ano **14**

### DOBLÒ

Na primeira reestilização importante desde seu lançamento em 2002, o Fiat Doblò ganha novas versões e duas motorizações, sem elevar os preços **16**

### CITROËN

Empresa mostra a linha Jumper 2010, composta por furgões e minibus, que traz alta tecnologia, com excelente desempenho e baixo consumo **18**

### INDÚSTRIA DE CAMINHÕES

O ano de 2009 vai fechar com vendas no varejo acima de 108 mil caminhões, o segundo melhor resultado da história, só inferior às 123 mil unidades de 2008 **20**

### FENATRAN

Com muitas vendas realizadas durante os cinco dias da feira, as fabricantes confirmam a reaceleração das atividades no setor de transporte **24**

### MAIORES

A tradicional festa da premiação de Maiores e Melhores do Transporte e Logística reuniu as empresas com o melhor desempenho no setor **28**

### SIMEFRE

Indústria ferroviária prevê um faturamento de R\$ 2,1 bilhões em 2009, o que representa uma queda de R\$ 500 milhões em relação a 2008 **32**

### RODO LINEA

Fabricante apresenta ao mercado novos basculantes feitos com aços estruturais, mais leves, além do carregatudo com traseira extensível **34**

### BRIDGESTONE

Fabricante cria o Ciclo de Vida Total, com o objetivo de acompanhar toda a vida do pneu e garantir a reciclagem correta do produto **36**

### COURIER

A FedEx lança serviços internacionais econômicos destinados a facilitar as operações dos pequenos e médios exportadores brasileiros **38**

### E-COMMERCE

Com o crescimento do comércio eletrônico no Brasil, a Direct Express investe R\$ 2 milhões em nova área para acompanhar o aumento das remessas dos clientes **40**

### VELOCE

Operadora logística entra no mercado sul-americano com metas otimistas, esperando faturar R\$ 140 milhões em 2010 **42**

### VISA CARGO

Novo cartão chega ao mercado como opcional à carta-frete, oferecendo aos caminhoneiros e motoristas a possibilidade de efetuar pagamentos de maneira rápida e segura **44**

### OPERAÇÕES PORTUÁRIAS

A Paletrans traz sistema desenvolvido pela Mafi alemã destinado à carga e descarga de navios com a utilização de tratores **46**

### RÁPIDO 900

Transportadora comemora 50 anos, registra aumento de 20% nas operações neste ano e prevê instalar nova sede a partir de 2010 **47**

### TAM CARGO

A unidade de cargas da TAM, em parceria com órgãos ambientais nacionais e internacionais, transportou animais, como urso e lobo marinho **48**

### USIMINAS MECÂNICA

Dois protótipos de supervagão produzidos pela empresa serão testados, a partir de janeiro, no transporte de minério de ferro da mina de Carajás **52**

### ÔNIBUS

Fabricantes de carrocerias de ônibus comemoram resultados do último trimestre e terminam o ano um pouco acima dos níveis esperados **54**

### TECNOLOGIA

Ônibus híbrido, desenvolvido em conjunto pela Agrale e pela Siemens, entra em fase de testes no sistema de transporte urbano de Santiago **58**

### COPA DO MUNDO

Mercedes-Benz fornecerá 460 ônibus rodoviários à África do Sul para o transporte intermunicipal durante a Copa do Mundo de 2010 **59**

### MOBILIDADE

Evento congrega especialistas brasileiros e internacionais no Rio de Janeiro para discutir formas de melhorar a mobilidade nas grandes cidades **60**

### INOVAÇÃO EMPRESARIAL

Programa criado pelo Sindicamp apresentou experiências com as melhores soluções, ferramentas e tecnologias para renovação das transportadoras **64**

### VEÍCULOS ESPECIAIS

Iveco fornecerá ao Exército um lote de 2.044 blindados de transporte pessoal no valor de R\$ 6 bilhões, veículos que vão ocupar o lugar dos Urutu **74**

### SEÇÕES

Editorial	5
Novas	70
Custos Operacionais	73



mais

para você.  
mais Sprinter para você.



Mercedes-Benz



## Sprinter. Negócio seguro

Com um Furgão Sprinter, sua empresa tem mais segurança para trabalhar. Isso porque só ele oferece a confiança da marca Mercedes-Benz, o que significa mais qualidade, mais rentabilidade, mais conforto e a garantia de poder contar com a maior Rede de Concessionários do país, ou seja, tudo o que você precisa no dia a dia do seu negócio. O Furgão Sprinter é o mais resistente, o mais versátil, com várias opções de capacidade de carga e conta também com a linha Street. O que dá a você segurança de escolher o veículo ideal para o seu trabalho. É por tudo isso que a Sprinter é muito mais para você. CAC: 0800 970 90 90 • [www.mercedes-benz.com.br](http://www.mercedes-benz.com.br)



*A Mercedes-Benz comemorou em dezembro o total de 2,5 milhões de motores produzidos pela empresa no País*

# Recuperação acelerada

**Montadora recupera o bom ritmo de vendas de caminhões no mês de novembro de 2009 e encerra o ano deixando para trás o pessimismo gerado pelas turbulências no mercado doméstico no final de 2008**

■ SONIA CRESPO

O ANO DE 2009 NÃO FOI, NEM DE LONGE, o que imaginava a Mercedes-Benz do Brasil no final de 2008. A projeção de retração na comercialização de caminhões, estimada na época em torno de 40%, não se concretizou e a montadora ainda conseguiu realizar em novembro deste ano o segundo melhor mês da sua história nas vendas de caminhões (o primeiro foi em abril de 1981), com a comercialização de 3.620 unidades no segmento acima de 3,5

toneladas de PBT. Segundo o diretor de Vendas de Veículos Comerciais da Mercedes-Benz do Brasil, Gilson Mansur, o maior volume de vendas de caminhões se concentrou na linha de semipesados, com 1.379 unidades. O segundo melhor volume de negócios foi com a linha de caminhões leves, que comercializou 1.036 unidades. No terceiro posto aparece a linha de pesados, com 830 caminhões vendidos e, na quarta posição, o segmento de

médios, com 260 caminhões comercializados. Da linha Sprinter foram vendidas 115 unidades. "Nossa perspectiva para 2009 é fechar o ano com 53.270 unidades vendidas, sendo 34.300 caminhões e 18.970 ônibus", destaca o executivo.

"Em outubro de 2008 a gente achava que o mundo havia acabado", comenta com bom humor o executivo, diante dos resultados alcançados. "As safras se comportaram muito bem e estão em andamen-



to. Já a partir de março percebemos que a crise não seria o terror que aparentava ser no final de 2008", observa. O ótimo volume de vendas de caminhões no penúltimo mês do ano reafirma a retomada do crescimento do setor de transportes de cargas, refletindo também o reaquecimento econômico do País. "Também percebemos mais claramente os reflexos positivos das medidas do governo federal de incentivo à renovação de frota, com a isenção de IPI para caminhões até junho de 2010 e o Finame a 7% ao ano até o final de 2009", acrescenta Mansur. Ele comenta ainda que o setor atacadista e o comércio varejista destacaram-se entre aqueles que mais compraram caminhões em novembro, ao lado da construção civil, grandes obras do PAC, agronegócios, exportação de grãos e distribuição de bebidas. Tanto é que entre os modelos de caminhões da marca mais vendidos em novembro estão o leve Accelo 915C, para o setor atacadista e comércio varejista, o semipesado 1718 da linha tradicional, para distribuição de bebidas, e o pesado Axor 2540, para agronegócios e exportação de grãos. "Neste final de ano, a economia do País está mantendo um bom ritmo de crescimento, gerando um clima de otimismo no mercado. Isso resulta em mais encomenda para a indústria e produtos no varejo, o que aumenta a demanda para caminhões", destaca o executivo. Com a recuperação nas vendas, Mansur estima fechar 2009 com uma retração de, no máximo, 10% em relação a 2008.

Para 2010, Mansur ressalta que o horizonte é totalmente inverso em relação ao mesmo momento vivenciado no final de 2008. "O mercado está muito bom para todos os segmentos de caminhões. Temos um planejamento fechado para realizar 1.300 contratações para reforçar a produção. O mercado do Actros, por exemplo, está crescendo para a versão 8x4, e vem forte em 2010 para os modelos 6x4 e 6x2. A principal meta para 2010, destaca Mansur, é a retomada da liderança de

mercado. "Queremos ampliar nosso share doméstico, que hoje é de 31%, e recuperar a ponta", diz.

**ÔNIBUS URBANOS ARRANCAM** – Já a comercialização de chassis de ônibus ao longo de 2009 transcorreu dentro do esperado pela montadora. "As vendas de chassis de ônibus costumam frear no final do ano. Ou seja, o freio comercial sazonal e o início da crise vieram juntos, o que fez com que não fosse notada qualquer alteração da demanda no setor", explica Mansur. O executivo destaca que a maior retração na venda de ônibus ao longo deste ano centrou-se na comercialização para o segmento rodoviário de transporte de passageiros, em virtude da indefinição quanto à concessão federal das linhas interestaduais. "Acreditamos que a definição da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) quanto às concessões, prevista para até 2011, fará com que as vendas neste segmento recuperem seu norte já a partir de 2010", avalia.

Também no segmento de chassis para ônibus a Mercedes-Benz registrou, em novembro de 2009, o melhor mês do ano e o melhor mês nos últimos quinze anos em vendas. Mansur destaca que contribuíram para esse excelente desempenho as solicitações por ônibus urbanos para as grandes cidades e por ônibus escolares do governo federal e de estados como São Paulo e Paraná, entre outros. De janeiro a novembro de 2009, a montadora comercializou 22.442 chassis de ônibus, o que representou uma queda de 15,8% em relação às 26.656 unidades vendidas nos onze primeiros meses de 2008. O chassi urbano com motor frontal foi o modelo com o maior volume de vendas, com 13.634 unidades. Em relação a 2008, quando foram vendidas 15.536 unidades, este modelo registrou queda de 11,2%. A seguir vieram os micro-ônibus (até 8,9 toneladas), com 5.597 unidades. Esta versão de chassi também teve uma queda significa-

tiva nas vendas, de 15,9%, em comparação ao volume de 6.657 unidades vendidas no ano de 2008. O segmento de rodoviários comercializou 1.859 unidades (1.149 chassis na versão 4x2 e 710 na versão 6x2, com terceiro eixo) em 2009, o de miniônibus, 824 unidades, e o modelo urbano com motor traseiro, 528 unidades. O modelo de chassi de ônibus de maior sucesso da montadora continua sendo o urbano 1722.

Para o segmento de ônibus, Mansur aponta um crescimento bastante significativo nas vendas para 2010. "Anos eleitorais são os que registram os maiores volumes em vendas. E de um modo geral estamos bastante otimistas, pois temos todos os ingredientes necessários para vivenciar uma boa safra comercial em 2010. Temos, portanto, uma perspectiva totalmente inversa àquela que possuíamos no final de 2008, quando fomos surpreendidos pela crise", finaliza Gilson Mansur.

## **MARCO NA PRODUÇÃO DE MOTORES**

– Em meados de dezembro de 2009, a Mercedes-Benz do Brasil comemorou mais um marco importante de sua história no País: o total de 2,5 milhões de motores fabricados, desde que iniciou sua produção em 1956. "O primeiro motor produzido por nós foi um OM 321, em 1956", recorda Bart Laton, diretor de Produção de Motores/Câmbio/Eixos da montadora. Hoje são fabricados na unidade de São Bernardo do Campo dez diferentes tipos de propulsores, e mais de 150 mil componentes de motor por mês. "Alcançamos este resultado porque conseguimos unir aqui na planta a disciplina alemã e a flexibilidade brasileira", comenta o executivo. A produção atual da unidade de propulsores é de cerca de 400 unidades por dia. Segundo Laton, a planta possui capacidade instalada para produzir até 500 motores diários.

Além de fabricar motores para caminhões e ônibus produzidos na fábrica de São Bernardo do Campo, a Mercedes-Benz

do Brasil também fornece componentes e motores completos para outras unidades do Grupo Daimler, como os veículos comerciais leves Sprinter na Argentina, os caminhões pesados Freightliner nos Estados Unidos e os ônibus Citaro na Alemanha. Pioneira na introdução do motor diesel no Brasil e na utilização de motores com gerenciamento eletrônico para veículos comerciais, a montadora dispõe de uma linha de montagem de motores que utiliza avançadas técnicas de produção.

Os primeiros motores fabricados pela Mercedes-Benz do Brasil (OM 321, 326 e

324) utilizavam injeção indireta, realizada numa pré-câmara de combustão. Já em 1977, a empresa adquiriu competência para desenvolver a aplicação de combustíveis alternativos. Para motores do ciclo Otto, criou modelos de caminhões movidos a álcool e para os do ciclo diesel, lançou caminhões a álcool aditivado e a óleos vegetais esterificados.

O primeiro motor OM 366 de 6 cilindros (aspirado, de 136 cv, e turboalimentado, de 185 cv) foi lançado em 1987. No ano seguinte, foi a vez do modelo de 4 cilindros, o OM 364 (aspirado, de 90 cv, e turbo, de 122 cv). A versão com turbocooler

do OM 366 LA, de 210 cv, veio em 1989. Em 1990, foram lançados os motores OM 449 A turboalimentado de 5 cilindros, com 252 cv, e turbocooler, com 300 cv, além do OM 447 LA turbocooler de 6 cilindros, com 408 cv e 354 cv. Em setembro de 1998, foi lançado o primeiro motor com gerenciamento eletrônico fabricado no Brasil, o OM 457 LA, que equipou o caminhão extra-pesado LS 1938. No mês seguinte, foi a vez do primeiro produto da família 900, o OM 904 LA turbocooler de 4 cilindros, equipando o chassi de ônibus urbano OF 1417.

Atualmente, 100% dos motores produzidos são testados em bancos de prova para verificação de desempenho quanto a torque, potência, consumo específico, emissões e diagnose eletrônica, entre outros indicadores. O Centro de Desenvolvimento Tecnológico (CDT) da montadora está desenvolvendo motores e sistemas de pós-tratamento de gases de escape para caminhões e ônibus, visando atender à legislação de emissões Conama P7, que entrará em vigor no País somente em 2012. Entre diversos requisitos, essa rigorosa norma exigirá a redução de 80% nas emissões de material particulado e de 60% nas emissões de óxido de nitrogênio (NOx) em comparação com a legislação atual. Como consequência direta, também serão diminuídas as emissões de fumaça e de gás carbônico.

"Além de atender aos requisitos do P7, assegurando maior proteção ambiental, nossos motores também reduzirão o consumo de combustível, diminuindo o custo operacional e garantindo a rentabilidade para os clientes", diz Gilberto Leal, gerente de Desenvolvimento de Motores da Mercedes-Benz do Brasil. O executivo enfatiza que a Mercedes-Benz do Brasil dispõe do mais moderno banco de provas para motores da América Latina. Para a versão de motor Euro 7, os testes estão sendo realizados 24 horas por dia. "O teste deste motor terá mais de duas mil horas", acrescenta o executivo.

### FLEETBOARD GARANTE MAIS RENTABILIDADE À FROTA

Desenvolvida pela Mercedes-Benz apenas para caminhões pesados – até o momento –, o fleetboard já desponta como ferramenta bastante útil, não só para o motorista controlar melhor o manuseio e o consumo do veículo, mas também para que o frotista possa acompanhar a evolução das operações de transporte de seus caminhões através de dados eletrônicos. Funciona como uma plataforma de apoio e controle ao trabalho do operador, fornecendo dados sobre consumo, paradas, manobras realizadas e frenagens, entre outros. Bem controladas e gerenciadas, essas operações podem gerar maior rentabilidade para o transportador e maior vida útil para o caminhão.

O fleetboard é composto pelo hardware, que consiste em um equipamento pouco maior que um rádio, com três botões e ranhura para a colocação de cartão magnético identificador (cada motorista tem o seu), e o software, constituído pela página do site (via internet) onde se tem acesso às informações analíticas do desempenho do veículo. "Se as operações forem acompanhadas em detalhe, o controle de consumo de combustível

pode chegar a 15%", exemplifica o engenheiro Eustáquio Sirolli, gerente de Marketing Produto Caminhão da Mercedes-Benz do Brasil. O executivo conta que na Europa, onde existem 55 mil caminhões da marca com o equipamento embarcado, a ferramenta também ajuda a melhorar o desempenho da atividade do motorista, valorizando a mão de obra do trabalhador.

Se houver qualquer falha com o veículo, o operador saberá, através da página do site, se é um problema simples, ou se o condutor deverá procurar um concessionário assim que tiver oportunidade ou imediatamente – falhas média ou grave, respectivamente. O rastreamento é feito em todo o território nacional, via sistema GPS. O preço do equipamento é em torno de R\$ 6 mil, mais taxa de R\$ 200 mensais pela manutenção do site. "O retorno da aquisição pode ser alcançado em um ano, aproximadamente, levando-se em conta, por exemplo, o maior controle no consumo de óleo diesel, que pode gerar uma economia de 5% nesse período", estima Sirolli. O sistema também pode ser instalado em caminhões (dos modelos Axor e Actros) que já estão em circulação.

# Todos os carros, motos e caminhões que passam por aqui a gente financia. Inclusive os equipamentos que construíram esta estrada.

## A Finasa agora é Bradesco Financiamentos.

Um novo grande nome do mercado de financiamento de veículos está colocando o pé na estrada: Bradesco Financiamentos. Uma marca que já traz consigo todo o conhecimento dos profissionais Finasa e a solidez e a tradição do Bradesco. Porque presença é estar em mais de 22 mil revendas e concessionárias em todo o País com crédito para você. Na hora de financiar seu carro, moto ou caminhão, fale com a gente.

**Bradesco Financiamentos. Você escolhe, a gente realiza.**

SAC 0800 727 9977  
SAC Deficiente Auditivo ou de Fala 0800 722 0099  
Ouvidoria 0800 727 9933



**Bradesco**  
Financiamentos



*Para chegar à liderança, a montadora contou com seu sistema taylor made, ou seja, o caminhão feito sob medida à aplicação do cliente*

# MAN desembarca em ano de estreia na liderança

**Em ano conturbado pelos efeitos da crise mundial, controladora da Volkswagen colhe resultados da flexibilidade na operação brasileira**

■ ARIVERSON FELTRIN

2009 FOI DECIDIDAMENTE UM ANO FÉRTIL de fatos no mundo empresarial, particularmente pelos lados da indústria automotiva. A crise eclodida em setembro de 2008 trouxe queda de encomendas e, nessa situação, a pressão pela redução de custos é potencializada. E, para isso, reza um dos mandamentos da racionalização, um remédio indicado é a consolidação de estruturas e ganhos de escalas.

Dentro desse figurino, o ano começou a caráter pelos lados da MAN-Volkswagen. A primeira anunciou a compra da controladora nos estertores de 2008 e, sem delongas, já no primeiro dia de janeiro ambas estavam sob o mesmo teto.

"Os caminhões Volkswagen agora fazem parte da MAN, e há um agente a menos no mundo", dizia Håkan Samuelsson, o presidente-executivo da MAN, ao

Financial Times, logo após a celebração do negócio.

Samuelsson, que por longo tempo foi da Scania (e chegou a trabalhar no Brasil) um ano depois do casamento MAN-Volkswagen deixou a empresa, em episódio pouco esclarecido.

Por detrás da saída de Samuelsson há um intrincado jogo de participações cruzadas envolvendo as ações do trio MAN-



*Em novembro a MAN fez três grandes vendas que somaram 742 caminhões Constellation, Worker e Delivery para a Arcom, Schincariol e RTE Rodonaves.*

Um deles foi seu serviço taylor made, ou seja, o caminhão feito sob medida à aplicação do cliente. Um dos exemplos foi a venda à Eco-Urbis, operadora paulista, de 80 unidades do modelo VW Worker 17.250E Compactor. O veículo sai de fábrica preparado para receber a carroceria destinada à coleta e compactação de lixo.

Sob o embalo da reação do mercado, a MAN, como se diz na gíria, lavou a égua em

novembro. Fez três grandes vendas que somaram 742 caminhões Constellation, Worker e Delivery para a Arcom, Schincariol e RTE Rodonaves.

Na lista dos primeiros clientes dos caminhões Volkswagen (ainda nos anos 80), o Grupo Arcom, atacadista com sede em Uberlândia (MG), comprou 350 unidades das linhas Constellation e Worker. O Grupo Schincariol adquiriu 270 unidades dos mesmos modelos e a Rodonaves encomendou 122 veículos Constellation, Worker e Delivery.

Com apetitoso mercado doméstico (capaz até mesmo de absorver mais de 100 mil caminhões em 2009, ano conturbado e de Produto Interno Brito comprometido) as previsões feitas para o Brasil para os próximos anos são auspiciosas. O presidente da MAN Latin America, o economista Roberto Cortes, por exemplo, avalia que as vendas internas de todas as marcas, com crescimento do PIB de 5% ao ano, vão alcançar 235 mil unidades em 2015. É o triplo em relação a 2006 e o dobro no cotejo com 2008, o maior resultado até agora, com 123 mil caminhões vendidos.

Volkswagen-Scania. No frígido dos ovos a Volkswagen tem a maioria das ações com direito a voto da MAN (29,9%) e controla 71% do capital da sueca Scania.

De olho nas economias, Ferdinand Piech, líder da família que comanda a Volkswagen, previa que uma aliança tripartite poderia gerar sinergia de 1 bilhão de euros por ano. O desenvolvimento conjunto de motores (principalmente para o atendimento de leis cada vez mais rígidas de controle de emissões) sempre foi um alvo a ser atingido. Visto sob a ótica do gestor, do dono do capital, a sinergia é uma mão na roda. Visto sob o prisma corporativista, principalmente de empresas centenárias como MAN e Scania, tal ganho não é tão simples de ser avaliado.

Seja como for, há quem enxergue na saída de Samuelsson uma porta de entrada para que resultará em sinergias das marcas.

Longe da Europa, centro do poder, a operação brasileira, batizada de MAN Latin America, apesar do agitado ano, está fechando 2009 na liderança, um fato inédito na sua trajetória iniciada no Brasil, quando

há 30 anos, em 1979, a Volkswagen comprou a operação da Chrysler para se dedicar ao negócio de caminhões.

Depois de raspar na liderança em 2008, quando obteve 29,88% de participação, ante 30,05% da Mercedes-Benz, a MAN-Volkswagen, em 11 meses e meio de 2009 acumulou 30,64% do mercado de caminhões contra 29,82% da concorrente da estrela.

Como de resto as demais montadoras, a MAN-Volkswagen, instalada na aprazível Resende, nos calcanhars da Serra da Mantiqueira, viveu em relação ao mercado interno dois momentos distintos. De janeiro a julho a média mensal de emplacamentos de caminhões de todas as marcas sob o torpedo da crise financeira mundial ficou em 8 mil unidades. Nos cinco meses restantes do ano a média ultrapassou 10 mil veículos, crescimento na casa de 30%.

Para abrir a dianteira em regime de mercado competitivo, além do decisivo baixo custo fixo na fábrica de Resende, a MAN-Volkswagen contou com alguns atributos.



# Mercado volta a reagir

**A montadora Volvo adota o segundo turno para a produção de pesados na expectativa de expansão das vendas no próximo ano**

■ RENATA PASSOS

A FÁBRICA DA VOLVO DO BRASIL, LOCALIZADA em Curitiba, no Paraná, iniciará em janeiro próximo o segundo turno na produção de caminhões dos modelos pesados da linha F. Com o novo horário de trabalho, a produção passará, gradativamente, de 55 para 70 caminhões por dia.

"A empresa está se adequando à demanda do mercado, que melhorou por conta da recuperação da economia brasileira, e também em virtude dos juros mais baixos para financiamentos, mais próximos das necessidades do transportador, e ainda devido aos estímulos de redução a zero do IPI. Contudo, nenhuma medida funcionaria se a economia não estivesse voltando a crescer, diz Bernardo Fedalto

Júnior, gerente de caminhões da linha F da Volvo.

Com o novo turno serão contratados 250 funcionários para trabalhar das 17h00 à 1h30. O primeiro turno funciona das 8h00 às 17h00. "Esta é a terceira vez que a Volvo institui um segundo turno na linha de produção de caminhões, desde que a empresa começou a fabricar veículos no Brasil, em 1980", lembra Carlos Morassutti, diretor de RH e assuntos institucionais da Volvo.

Em Curitiba, sua sede sul-americana, a Volvo produz caminhões, chassis de ônibus, motores e cabines, linha que já opera em dois turnos. Em Pederneiras, interior de São Paulo, fabrica equipamentos de

construção. Além disso, comercializa motores marítimos e industriais da marca Penta, produzidos na Suécia.

**RECUPERAÇÃO ABRUPTA** — Embora os dados de 2009 ainda não tenham sido fechados, a perspectiva é que, apesar da diminuição do volume em decorrência da crise econômica internacional, o resultado do ano seja o segundo melhor da história da companhia, ultrapassando os números de 2007 e só atrás do apurado em 2008, segundo informou Fedalto. "Desde setembro os números têm sido positivos", diz o executivo, acrescentando que países como Espanha e Argentina, a queda das vendas foi maior".



*Bernardo Fedalto: obras de infraestrutura alavancariam a demanda por caminhões*

Na opinião do executivo, a elevação das vendas é resultado da recuperação de alguns setores como o do agronegócio (cana-de-açúcar e grãos) para o mercado de pesados, e industrial, como líquidos e combustíveis, para os semipesados.

Segundo dados divulgados pela Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), no segmento de pesados, as vendas da companhia no mercado interno entre janeiro e novembro deste ano atingiram 5.741 unidades. No mesmo período do ano passado, foram 6.508. Em novembro de 2009 foram comercializados 786 caminhões, ante os 479 do mesmo mês de 2008.

Para os semipesados a situação foi bem parecida. Nos onze primeiros meses de 2008 foram comercializados 2.910 veículos, total que caiu para 1.913 no mesmo período de 2009. Contudo, em novembro último foram vendidos 236 caminhões com-

parados os 166 de idêntico mês do ano passado.

Fedalto diz que a expectativa é que dezembro o resultado também seja bom. "Tivemos de abrir o segundo turno porque o volume está alto e o primeiro turno já estava muito forçado, com pagamento de horas extras e com turno aos sábados", explica.

O executivo acrescenta que os dois mercados (pesados e semipesados) estão crescendo. Contudo a linha VM (semipesados) ainda não precisa de um segundo turno, pois é possível fazer um balanceamento da produção para atender à demanda.

Para Fedalto, a iniciativa de manter linhas modernas também tem colaborado para o aumento das vendas. "Em junho, mesmo com a crise e antes do reaquecimento da economia, mantivemos os nossos investimentos e aplicamos US\$ 30 milhões para lançarmos no Brasil a Linha F, com os mesmos produtos que existem na Europa, dotados de conforto e segurança ativa para o motorista".

Ele diz que os caminhões da montadora são econômicos e, portanto, poluem menos. Os caminhões da Volvo aplicam a norma Euro III de emissões. "É o que há de mais avançado para o combustível brasileiro. Mas já estamos preparados para introduzir a tecnologia Euro V, como já ocorre na Europa", comenta.

**FELIZ ANO NOVO** – De acordo com Fedalto, a Volvo, que tem participação de aproximadamente 20% nos segmentos em que atua no mercado, mas tem o país como o maior mercado individual do globo, apresenta excelentes perspectivas para 2010. "Ainda não definimos um número. Contudo, confiamos que o próximo ano será melhor que 2009 e, a depender da sustentação do desenvolvimento econômico, o resultado do mercado brasileiro poderá ultrapassar ao de 2008. A decisão de adotar o segundo turno foi uma aposta nisso", ressalta.

## **VOLVO TERÁ NOVO PRESIDENTE EM 2010**

O sueco Roger Alm assumirá a presidência da Volvo do Brasil no próximo ano, em substituição a seu compatriota Tommy Svensson, que está se aposentando depois de presidir a subsidiária brasileira por mais de seis anos.

Há 20 anos no grupo Volvo, Alm é atualmente diretor da Região Leste da Divisão Europa da Volvo Trucks Corporation (VTC), sendo responsável por 24 países do Leste Europeu.

O novo executivo iniciou sua carreira no Grupo Volvo na VTC, em 1989, na área de desenvolvimento de produto, em Gotemburgo, Suécia, sede mundial da empresa. Com 48 anos, Alm assumirá a presidência da Volvo do Brasil depois de ter passado por várias áreas da corporação, como engenharia, pós-venda, peças e serviços. Teve passagens por diferentes mercados internacionais, como Polônia e Austrália. É casado e tem dois filhos.

As vendas poderiam melhorar ainda mais se o mercado exportador fosse estimulado, na opinião do executivo. "O câmbio está dificultando a situação de quem vende ao exterior, mas não basta simplesmente mexer no câmbio. É preciso fazer um estudo sobre as cadeias de postos do País e também da infraestrutura, pois as operações portuárias são muito caras e as atividades que envolvem transporte ainda são muito burocráticas".

Fedalto observa que obras de infraestrutura alavancariam diretamente a demanda por caminhões. Ao mesmo tempo, geraria empregos e estimularia toda a cadeia produtiva.

Em relação às exportações, que representou entre 25% e 30% das vendas de 2008, a situação é um pouco mais delicada. O executivo diz que a empresa, que atende ao mercado latino-americano (exceto México), apresentou uma forte queda nas vendas externas em 2009 em relação ao ano anterior. "A Argentina sofreu muito e a sua recuperação está sendo mais lenta que países como Chile e Peru. "As vendas para mercados como África, Oriente Médio, Estados Unidos e Austrália, que adquirem caminhões e componentes, apresentaram forte queda e praticamente acabaram. Estamos atendendo basicamente a América Latina. "Vamos recuperar esses mercados, mas a retomada será mais lenta do que a de nossos vizinhos", estima.