

ESPECIAL
Os 50 anos da Caio

TECHNI
bus

ANO 5 • NÚMERO 28 • DEZEMBRO/95 • R\$5,00

QUALIDADE
Como a Masterbus
chegou a ISO 9000

INTEGRAÇÃO
BH prepara a
grande virada

GALERIA
Nos tempos
da Carbrasa



URBANO ALPHA

A estrela principal da Caio



Uma pequena amostra garantindo mais torque

Para a tecnologia Volvo não há limites. A maior prova disso são os 12.750 kg de empuxo do motor Volvo Flygmotor RM8B do caça JA 37 Viggen, operando na Força Aérea Sueca. Para você ter uma idéia, é a mesma potência de aproximadamente 235 caminhões pesados. Fazer motores assim é tarefa a que poucas empresas em todo o mundo se arriscam. É preciso muito investimento em pesquisa, tecnologia e capacidade industrial. Toda essa tecnologia é transferida para a nossa linha de ônibus e caminhões, que você encontra aqui mesmo no Brasil.



a da tecnologia Volvo e na subida.



Exibir



Os veículos Volvo estão em conformidade com o PROCONVE

VOLVO
Resistência a toda prova.

A despesa com lubrificantes é apenas 1% de todas as despesas de sua frota. Mas pode ser um dos seus maiores investimentos.

Rimula X é uma nova categoria em lubrificantes para motores diesel no Brasil. Multiviscoso 15 W-40, é aprovado por mais fabricantes em todo o mundo que qualquer outro lubrificante.

Rimula X tem Shellvis 50, que garante a viscosidade ideal por muito mais tempo, em qualquer temperatura. Possui, também, os mais modernos anticorrosivos, antidesgastantes e antioxidantes,

Rimula X. O X que multiplica a sua rentabilidade.

que reduzem em até 20% a formação de depósitos, dão excelente proteção e aumentam a vida útil do motor. Resultado: você ganha na maior durabilidade, na menor desvalorização e nos menores custos de manutenção.

A incomparável capacidade de limpeza de Rimula X contribui para que a combustão se mantenha nos padrões originais do fabricante, melhorando o rendimento e, conseqüentemente, reduzindo o consumo. Resultado: uma economia de até 2% no óleo diesel.

Por fim, Shellvis 50 proporciona economia nos próprios custos de



lubrificação. Resultado: rentabilidade total. Aumentar a rentabilidade de sua frota já não é mais problema. Você acaba de encontrar o X da questão.

**Rimula X.
O novo campeão das estradas.**



Você confia. a Shell excede.

Caio e Hidroplás: vizinhos de qualidade



A liderança não se faz por acaso. Dá muito trabalho, requer tradição e exige qualidade, três ingredientes que entram na receita do sucesso da CAIO.

A CAIO é líder absoluta do mercado de carrocerias urbanas porque produz há meio século carrocerias de qualidade, que atendem as necessidades dos frotistas.

A Hidroplás, que fornece há 21 anos à CAIO, tem um bom motivo para cumprimentar a empresa pelos 50 anos de vida. Afinal, além da parceria comercial, somos bons vizinhos em Botucatu.

HIDROPLAS

HIDROPLAS S/A
Rodovia Marechal Rondon, Km 253 - CEP 18603-970 - Botucatu - SP - Brasil
Fone: PABX (014) 821.2722 - Fax: (014) 821.3212

Diretores
Odair Vicente Locanto
Marcelo Ricardo Fontana

REDAÇÃO

Editor
Ariverson Feltrin

Editor Assistente
Eduardo Alberto C. Ribeiro

Redatores
Carmen Lígia Torres
Edson Álvares dos Santos (colaborador)

Arte
Eduardo de Gragnani Jr. (Editor)
Alexandre Batista (Sub-editor)
Daniel Lamano da Costa (Assistente)

Fotografia
Marcelo Spatafora
Paulo Igarashi

Jornalista Responsável
Ariverson Feltrin (Mtb 8.713)

Assessora de Diretoria
Ho Yen de Castro

Administração e Contabilidade
Mitugi Oi
Izaura A. do Nascimento

Departamento de Marketing
Fernanda Lobo

Departamento Comercial
Mônica B. Barcellos
João Teixeira
Daniela Di Rienzo
Margareth Oliveira (Secretária)

Circulação
Cláudio Alves de Oliveira (Gerente)

Representante R. de Janeiro
Sérgio Ribeiro
Tel.: (021) 532.1922

Representante Paraná e Sta. Catarina
Gilberto A. Paulin
Tel.: (041) 222.1766

Representante R. Grande do Sul
Ivano Casagrande
Tel.: (051) 224.9746

Depto. Jurídico
Dr. Antonio Carlos de B. Avallone
(OAB/SP/18041)

Redação, Administração, Publicidade
Av. Marquês de São Vicente, 10
CEP 01139-000 - Barra Funda
São Paulo - SP - Brasil
Tel.: (011) 862.0277 (Sequencial)
Fax: (011) 826.6120 - 825.6869

Periodicidade:
Circula a cada 45 dias
Circulação
10.500 exemplares
Circula no mês subsequente ao da capa

As opiniões contidas nos artigos assinados não são necessariamente as mesmas de Technibus.
CGC 65.633.232/0001-22
Registro Jucesp 35209992653
Inscrição Estadual 112.932.190.112
Nº de Registro em Cartório - 225.992

Assinaturas
Anual: R\$ 40,00 (8 edições)
Exterior: US\$ 80,00 (6 edições) em cheque comprado com dólares a favor de Technibus Editora Ltda. No Brasil, em cheque nominal.
Exemplar avulso: R\$ 5,00

REESTRUTURAÇÃO EM BELO HORIZONTE – Capital mineira prepara a integração do sistema de transporte urbano para comemorar 100 anos de fundação

16



ESPECIAL

Capa: O Alpha, fotografado por Marcelo Spatafora

CAIO FAZ 50 ANOS E LANÇA O ALPHA – Fundada em 1945, a encarroçadora líder do segmento urbano festeja o cinquentenário com um novo produto

21

OS PASSOS PARA A ISO 9000 – A Masterbus, operadora de ônibus urbano de São Paulo, revela os procedimentos que utilizou para obter a certificação de qualidade

42

BILHETAGEM ELETRÔNICA - Empresários de Campinas vão investir entre US\$ 4 milhões e US\$5 milhões para apurar o controle da frota de 750 ônibus

45

ÔNIBUS ESTIMULA TURISMO – Para o fundador da Expresso Brújula, do Paraguai, ônibus sofisticada e bom atendimento de bordo atraem passageiros

46

EMPRESAS TROCAM DE MÃOS – Grupo Belarmino, de São Paulo, compra a Parada Inglesa, e Real Expresso, de Brasília, assume o controle da Viação Alto Paraíso

48

MAIS PASSAGEIROS NAS RODOVIÁRIAS – Em menores índices do que no primeiro semestre, persiste o aumento de embarques nas rodoviárias

51

SEÇÕES

SUMÁRIO 7 PONTO DE VISTA 9 CARTAS 10
PANORAMA 11 DICAS 53 GALERIA 54 OPINIÃO 56

**NOVO
TELEFONE
862.0277**

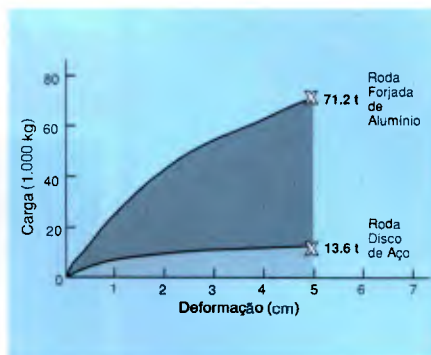
Testes mostram que as Rodas Forjadas de Alumínio Alcoa são 5 vezes mais resistentes



Roda Forjada de Alumínio Alcoa resiste a uma carga de 71.2t quando ocorre 5 cm de deformação.



Roda disco de aço soldada resiste uma carga de 13.6t quando ocorre a deformação de 5 cm.



Os testes demonstram que as Rodas Forjadas de Alumínio Alcoa são 5 vezes superiores em resistência do que as Rodas de Aço.

Entre o aço e o alumínio, qual o material mais resistente para rodas de caminhões e ônibus? Em lugar de simples opiniões, vamos deixar as respostas com os testes. O objetivo é verificar qual a força necessária para provocar uma deformação de 5 cm em uma roda forjada de alumínio, e em uma roda disco de aço.

Os resultados são impressionantes. Para as Rodas Alcoa, foi necessário aplicar uma carga de 71.200 quilos. No caso das rodas de aço, bastaram 13.600 quilos para acontecer a deformação, ou seja, as rodas forjadas de alumínio Alcoa demonstraram uma resistência 5 vezes superior.

É fácil perceber os benefícios da durabilidade, segurança e economia. Vantagens adicionais para quem usa as Rodas Forjadas de Alumínio Alcoa.

Não está na hora de você também fazer um teste?

Peça maiores informações ao seu Concessionário ou à Alcoa.

Rodas Forjadas de Alumínio Alcoa.
Leves e resistentes. Muito Resistentes.

 **ALCOA**

Tel(011)545-4455 Fax(011)545-1233



Felizes recordes

O mercado interno de ônibus neste ano vai consumir 18 mil ônibus, número que supera o resultado de 1991, até então recorde de todos os tempos. Alguns fabricantes de carrocerias vão encerrar 1995 com crescimento de 50% ou mais, em relação ao exercício anterior.

O mercado doméstico, bastante ativo, compensou o efeito da crise mexicana eclodida no apagar das luzes de 1994.

Ainda bem que o Brasil tem um mercado vigoroso. Aliás, é este oásis que proporcionou ao país a montagem de uma bem sucedida indústria de ônibus. Só para renovar, modestamente, 10% da frota de 180 mil ônibus brasileiros, são necessários 18 mil ônibus por ano, um total invejável. Poucas nações produzem tal volume.

Por trás desses números gigantescos está uma indústria que, se já era competitiva, busca o aperfeiçoamento constante dos métodos de produção e da qualidade. Em outras palavras: consolida-se à medida em que se torna mais competente e competitiva.

É certo que o ano de 1995 trouxe duas boas conjunções para o setor de ônibus: houve uma forte renovação nos segmentos urbano e rodoviário, ambos embalados pelo aumento do número de passageiros.

Fato importante é que, num cenário de mercado aberto, o Brasil tenha recorrido quase nada ao mercado externo para suprir os pedidos dos operadores. As importações ficaram por conta da parceria com a Argentina, no âmbito do Mercosul. Neste caso, o termo mais apropriado não seria importação, mas sim integração de mercados. Os chassis Mercedes montados no país vizinho chegam trazendo componentes brasileiros.

Vira-e-mexe, há sondagens de empresas estrangeiras em relação ao mercado brasileiro. Há meses esteve na redação de Technibus um grupo de técnicos e dirigentes da Ikarus, da Hungria, que já foi uma das maiores indústrias de ônibus do mundo. Talvez tenham ficado menos surpresos com o tamanho da indústria local do que com os preços praticados.

É comum, porém, um estrangeiro que atue no setor de ônibus se surpreender com o gigantismo da indústria brasileira de ônibus. Notadamente, se tomar como exemplo o ano de 1995. Caio e Marcopolo vão montar, cada uma, 5 mil ônibus, produção superior a 400 unidades mensais, um volume fantástico.

O Brasil, sem dúvida, é um centro de excelência de ônibus. A Volkswagen elegeu Resende para comandar o desenvolvimento e a fabricação de ônibus. A Mercedes-Benz, líder do mercado, já colhe bons resultados por ter transformado o Brasil no centro mundial de desenvolvimento e montagem de chassis.

A Scania, por sua vez, que tem aqui seu maior mercado mundial de ônibus, prepara para o próximo ano uma linha exclusiva para montagem de ônibus, separada da produção de caminhões.

É muito importante que tais investimentos sejam feitos porque, ao lado de atualizar processos produtivos, melhorar a performance das linhas, a qualidade do produto etc., consolidam a posição do Brasil como um dos maiores fabricantes no ranking do setor.

Conviver com o mundo do ônibus no Brasil dá orgulho a quem está na nessa atividade e renova o compromisso de evoluir para fabricar e operar sempre melhor.

Encarroçadoras

Sou assinante da revista Technibus e faço coleção de recortes sobre ônibus.

Gostaria de saber se as encarroçadoras MOV, Tecnobus, Incasel e Cobrasma são nacionais, quais os modelos que fabricam e por que não aparecem em revistas de ônibus.

Darci C. de Macedo Jr.
Arujá, SP

Caro Darci: as empresas MOV e Cobrasma encerraram suas atividades, a Tecnobus pertence ao grupo Itapemirim e a Incasel é a atual Comil.

Transporte em Brasília

Gostaria que fosse incluída nas próximas edições uma matéria sobre o transporte coletivo urbano de Brasília.

Essa sugestão iria completar ainda mais a revista, visto que a maioria dos

leitores não deve conhecer o sistema de transporte da capital federal.

André Luiz Soares Cândido
Goiânia, GO

Caro André: nesta edição, estamos falando do transporte urbano de Belo Horizonte. Sobre Brasília estamos programando uma reportagem.

Manômetro

Somos uma indústria de filtros automotivos e gostaríamos de saber o telefone da empresa Purilub, fornecedora do manômetro que detecta falhas do filtro, conforme foi publicado na seção Dicas de Technibus nº 26.

Renato Pereira
Donaldson do Brasil
Diadema, SP

O endereço e telefone da Purilub: Chácara Flórida, s/n, C.P. 21, CEP 14850-000, Pradópolis, SP. Tel: (016) 681.1721.

Fotografia

Trabalho num jornal em São Paulo e sou assinante dessa conceituada revista e aficionado por ônibus e transporte rodoviário de passageiros. Gostaria de parabenizá-los pela excelente qualidade gráfica e editorial de Technibus.

Como também gosto de viajar (de ônibus), tiro fotografias de ônibus também em outras cidades e outros estados. Este trabalho fotográfico nada tem a ver com a área jornalística. Faço isso porque gosto e sou aficionado pelo setor.

Gostaria de pedir, se possível, que fizessem uma reportagem sobre a Viação Nasser, empresa com mais de 30 anos de tradição, com sede em São José do Rio Pardo, SP.

Donisete de Carvalho
São Paulo, SP

Caro Donizete: agradecemos os elogios, e parabéns por sua dedicação ao mundo dos ônibus.

50 ANOS BEM RODADOS.



CAIO

UMA HISTÓRIA DE SUCESSO SOBRE RODAS.

Parabéns CAIO! 50 anos rodando no Brasil e no mundo e, o que é melhor, crescendo sem parar.



BANCO SOGERAL

BANCO SOGERAL • SOGERAL LEASING • SOGERAL S.A. CORRETORA CTVM

Knorr no freio de novo ônibus

A Freios Knorr vai equipar os ônibus do Projeto M-96, a ser divulgado pela Mercedes-Benz no ano que vem, com um novo sistema de freio a ar comprimido denominado APU (Air Protect Unit).

Na Automec'95, o estande da Freios Knorr chegou a exibir um desenho de um ônibus

com as características do APU, como parte do Projeto M-96. Esse novo sistema de freio pode ser defini-



do como um conjunto de válvulas e filtros agrupados.

Possui regulador de pressão, filtro e secador de ar. Dispõe de válvula protetora de circuito e duas válvulas solenóides, que funcionam em conjunto com o sistema de freio. "Trata-se de um produto compacto, que simplifica a montagem do sistema de freio", frisou Lemos, como sua principal vantagem em relação a outros sistemas convencionais.

um software que dá o lucro

A Rodotec está lançando no mercado um novo software para gerenciamento de empresas de ônibus. O Glo-bus, como foi batizado o programa, foi desenvolvido com o auxílio do software *Composer by IEF*, da Texas Instruments, e graças a isso consegue o cruzamento de informações que vão desde o consumo de combustível até a quantidade de passageiros que utilizam os carros da empresa. É possível se obterem a receita e a lucratividade de cada ônibus, por exemplo, a partir da administração das informações das diferentes áreas da firma.

O sistema atende às diferentes áreas em separado, mas envia automaticamente os dados aos setores que precisam deles, de acordo com a configuração de segurança que tenha sido efetuada. Um diferencial do Glo-bus em relação a softwares semelhantes é a manipulação dos dados por meio da visualização. Um exemplo disso é a possibilidade de se "enviar" um veículo para manutenção a

partir de um simples *clic* sobre a área da garagem que aparece no monitor do computador. Todas as áreas para as quais interessa ter a informação sobre o referido veículo serão automaticamente alimentadas com os dados.

O Glo-bus funciona em microcomputadores 486 ou em equipamentos maiores, utilizando qualquer sistema operacional, como DOS, Windows ou Unysis. O software é modular, e cada empresa pode negociar a aquisição de acordo com as suas necessidades.

Para os 150 clientes que já têm o software Rodotec, dos quais 95% são empresas de transporte por ônibus, o Glo-bus será instalado sem custo algum. "Provamos, assim, nosso compromisso com o cliente", justifica Lauro Freire, diretor da Rodotec/BGM, mentora e comercializadora do produto. Para os novos clientes, o preço do Glo-bus é variável, de acordo com o que a empresa necessita.

Consórcio Pirelli fecha 180 grupos

O consórcio de pneus Pirelli fechou até dezembro um total de 180 grupos, cada um com 20 cotistas e cerca de 14,4 mil pneus vendidos, informa George Herendy, diretor comercial da Tarraf, responsável pela administração do consórcio. Dos 3,6 mil cotistas, 60% são frotistas de caminhões e ônibus. Os grupos têm prazos de 6, 8 e 10 meses. O prazo preferido, de 6 meses, tem a seguinte prestação: R\$ 119,93 para o 9.00x20 radial liso, considerando dois pneus; R\$ 444,74 para o 11.00x22 TH, considerando quatro pneus. Os preços incluem câmara e protetor.

Painel eletrônico para ônibus

A Exxpor Ltda. patenteou a utilização de aparelhos de display eletrônico em ônibus, para veiculação de mensagens. Semelhante aos painéis utilizados pela rede bancária, o display da Exxpor foi aperfeiçoado para uso automotivo. Tem 60 cm de comprimento por 6 cm de altura e veicula até 25 mensagens.

A Exxpor está comercializando seu sistema de modo flexível. Segundo Paulo Cota, diretor da empresa, é possível a empresa adquirir o produto e selecionar todas as mensagens desejadas, ou criar uma forma específica para ter o produto instalado totalmente sob responsabilidade da Exxpor, que se encarrega de comercializar parte das mensagens. Esta última forma de aquisição não acarretaria nenhum custo para as transportadoras. Com sede em Barra Mansa, RJ, a Exxpor já instalou o sistema em cinco empresas.

CURTAS

● A Cia. São Geraldo de Viação termina 1995 com um total de 222 ônibus monoblocos O400 com ar condicionado operando no serviço executivo, batizado de Vipbus. A empresa completa 240 unidades em fevereiro de 1996.

● Eurico Carlos Quintela Neto deixou a gerência de Vendas da Wiest Escapamentos para assumir a gerência geral da Comil, encarregadora de Erechim, RS. Eurico, como é conhecido, antes da Wiest, passou dez anos na Carrocerias Nielson, onde chegou à posição de gerente nacional de Vendas.

● A GM vai entrar no mercado de chassis de ônibus, garante o diretor da Unidade de Negócios de Caminhões, Lélcio Salles Ramos. "É um grande mercado e não tem sentido ficarmos fora dele, agora que decidimos investir em veículos comerciais", disse o diretor. A nomeação dos revendedores já começou



A WOLPAC CUMPRIMENTA O SEU
MAIS ANTIGO CLIENTE...

Parabéns!

50 ANOS
GAIO

Ontem passageiro, hoje cliente

João Batista Saadi*

"O que conta não é o negócio que você consegue, mas sim o negócio que você consegue manter".
(Bruce Crowell)

A competição global que caracteriza o mundo dos negócios na atualidade coloca um imperativo: as empresas de hoje e do futuro não podem mais ser organizadas de forma piramidal, altamente hierarquizada, na qual vigora o incontestável poder dos "superiores" sobre os "subordinados". As grandes e velozes transformações que sacodem a sociedade contemporânea induzem a um modelo de administração horizontal, baseado na livre associação de indivíduos. As empresas também devem estar totalmente voltadas para o cliente, noção razoavelmente difundida no setor privado.

A situação competitiva do mercado tem feito com que executivos de marketing busquem inovações para atingir o cliente. O fundamental, nesses casos, é atingir o cliente naquilo que ele dá importância, mostrando um produto de forma que ele seja visto pelo cliente como diferenciado. E diferenciar um produto nem sempre envolve grandes alterações.

Agora, vender ficou mais difícil, não apenas porque o mundo se tornou mais competitivo, mas porque o consumidor também mudou. Durante muito tempo, empresas de muitos países – e principalmente os de economia fechada, como foi o Brasil – não souberam o que era ter um concorrente, permanecendo desatentas à arte de vender. Hoje, é comum ver companhias que dominavam um mercado serem surpreendidas pela falência, apenas porque não se dispuseram a conhecer a essência de seus negócios ou porque deixaram de cumprir o ritual de servir, como deveriam.

As empresas de ônibus já estão adotando técnicas avançadas de marketing, atuando no sentido de aumentar a sa-

tisfação do cliente-passageiro. Um exemplo está na Masterbus, empresa de ônibus urbano de São Paulo que está implantando um serviço de som nos veículos. A iniciativa certamente será seguida por outras empresas. Outro exemplo: a Real Expresso, empresa de ônibus rodoviário com sede em Brasília, criou a figura do *ombudsman*, espécie de sensor imparcial inserido no mercado com imunidade para trazer para dentro da organização reclamações por ventura existentes.

Outra ação de marketing que poderá ser desenvolvida, em conjunto com o poder público, envolve os terminais rodoviários. É preciso diversificar os serviços oferecidos (não apenas vender passagens), para motivar o passageiro a permanecer nos terminais por mais tempo. Há a necessidade de criar serviços essenciais, como banheiros limpos, com chuveiros para viajantes cansados, serviços médicos de emergência, estacionamento para carros, restaurantes, segurança e outros serviços para que o passageiro não veja a rodoviária apenas como um local de embarque e desembarque, mas como um lugar agradável, que ele possa desfrutar por mais tempo.

Uma das possibilidades para melhorar os terminais rodoviários seria acoplá-los a shopping centers. Um exemplo está no terminal rodoviário Tietê, na capital paulista, que, embora esteja localizado ao lado do Shopping Center Norte, não está adequadamente ligado a ele.

Segundo Theodore Levit, autor do artigo "Miopia em Marketing", toda empresa deve ser considerada um organismo destinado a criar e manter clientes. A administração precisa aprender a considerar que sua função não consiste em produção de bens ou serviços, mas na aquisição e retenção de clientes, na realização de coisas que levem as pessoas a querer trabalhar com elas.

*Diretor executivo do Banco Fibra S.A.

Rodoporto entra em operação

Com atraso de um ano em relação ao cronograma inicial, começou a funcionar o primeiro rodoporto da Rede Guia, batizado de Antares, localizado na BR-050, em Uberaba, MG, num terreno de 40 mil m². Da área construída, de 8 mil m², 80% já estavam em funcionamento em dezembro. O rodoporto tem mini-shopping, restaurantes, berçário e bombas de combustível, com bandeira Texaco. O hotel, previsto no projeto, está em fase de conclusão.

O Antares é fruto da associação dos grupos Grau, do empresário Antônio Alves, e Real Expresso. Alves é controlador de um complexo comercial de pontos de paradas de ônibus, incluindo a rede Petropen.

O plano dos dois grupos é criar a Rede Guia. O segundo rodoporto deverá ser construído em Campo Alegre de Goiás, GO, cidade entre Uberaba e Brasília. A idéia é construir um total de oito rodopostos – além de Minas e Goiás, também em São Paulo.

Vereador quer degraus mais baixos

Está tramitando na Câmara Municipal de São Paulo um projeto de lei de autoria do vereador Sérgio Rosa, do PT, que determina modificações nas escadas dos ônibus em circulação no sistema paulistano de transporte urbano. Caso seja aprovada, a nova lei exigirá que o primeiro degrau tenha altura máxima de 350 mm em relação ao solo, medida com o ônibus vazio. Os demais não podem exceder 270 mm. A profundidade do primeiro deverá ser 300 mm, e dos seguintes 250 mm. Os ônibus deverão ter no mínimo duas portas que, quando abertas, permitam um vão livre de 700 mm ou mais, e corrimãos em ambos os lados das paredes de acesso ao veículo.

As dimensões que constam no projeto foram definidas pela Associação Nacional dos Transportes Públicos, ANTP, após estudos realizados pela Comissão de Estudos de Ônibus, em 1979.

Scania dobra vendas de ônibus em 1995

A Scania do Brasil vendeu 100% a mais de ônibus no mercado brasileiro nos primeiros onze meses de 1995 em relação a igual período de 1994. Foram 1500 unidades comercializadas, comparadas com 754 no período anterior, num segmento que fecha o ano na casa das 18 mil unidades vendidas, o que representa quase 45% de crescimento quando os números são comparados com os do mercado do ano passado.

O principal motivo do crescimento, segundo Roberto Cury, gerente de Vendas de Ônibus da Scania, é a ampliação da participação da marca no segmento urbano. "O frotista brasileiro está respondendo satisfatoriamente aos ônibus pesados, mesmo em operações que tradicionalmente eram dos leves", argumenta. A empresa quer crescer ainda mais em 1996, diz Cury, sem citar números.



Tradicionalmente, a Scania tem uma forte participação no segmento rodoviário, que, segundo as estatísticas da Fabus (entidade que reúne as encarroçadoras), não teve um crescimento proporcional superior ao do urbano. Dos 10.074 chassis encarroçados para clientes brasileiros entre janeiro e outubro do ano pas-

sado, 28,24% foram rodoviários. Entre esses meses de 1995, dos 14.053 chassis vestidos, 29,5% foram rodoviários.

Com a produção de ônibus para toda a América Latina concentrada em território brasileiro desde o segundo trimestre do ano, a Scania programou um investimento de US\$ 200 milhões para as unidades brasileira e argentina, dos quais a maior parte será destinada à modernização do parque produtivo. Segundo o presidente da Scania do Brasil, Hans Hedlund, a América Latina representa 25% dos negócios mundiais da marca, e o Brasil tem grande responsabilidade nisso. "Queremos ter na região fábricas modernas, com qualidade e produtividade de Primeiro Mundo, e, também, produtos de nível internacional", diz. Atualmente, o Brasil é responsável, além dos ônibus, pela fabricação de motores, cabines e eixos, enquanto a Argentina concentra a fabricação do caminhão P 93, caixas de câmbio e diferenciais.



CAIO
ESCOLA

A Caio entra com a carroceria e a Liquid com a solda. Os dois têm como objetivo a segurança e o conforto de milhares de passageiros. Em cada carroceria que a Caio produz, a Solda MAG-CO₂ Liquid garante resistência e durabilidade ao produto final. Uma parceria forte que resiste ao tempo. Uma história de gigantes que se repete há 20 anos, sempre com resultados felizes.

**QUANDO DOIS GIGANTES
TRABALHAM PELOS
MESMOS OBJETIVOS,
O PRODUTO FINAL É FELIZ.**

HOMENAGEM DA LIQUID
AOS 50 ANOS DA CAIO.



**LIQUID CARBONIC
INDÚSTRIAS S.A.**

Menos passageiros em São Paulo

Pela primeira vez, em muitos anos, o mês de setembro conseguiu ser pior do que o mês de julho para as empresas de transporte urbano. Geralmente de baixo movimento devido às férias, o mês de julho neste ano não foi compensado pelo crescimento de passageiros transportados em setembro e outubro, afirma Maurício Lourenço da Cunha, presidente da Transurb, sindicato que congrega as empresas do setor.

Com esse divisor de receitas abaixo do esperado, as transportadoras começam a entrar em uma fase de desequilíbrio entre receitas e despesas, diz Cunha. "A partir de maio, a expectativa de crescimento da demanda foi revertida e as empresas perderam a oportunidade de recuperar a defasagem que havia entre os custos e a receita", diz ele, estimando em 7% a queda.

Para o presidente da Transurb, os fatores que levaram ao decréscimo do movimento de passageiros são o

desaquecimento da economia – que tira pessoas das compras e do lazer – e também o estímulo ao uso do automóvel representado pelo baixo preço do combustível. Mais automóveis representam mais tráfego, com sensível redução da qualidade do transporte coletivo, pois há uma desorganização na operação: frequências reduzidas, veículos lotados e demora para se chegar ao destino. Paralelamente, os custos operacionais aumentam. "É um círculo vicioso", analisa Cunha. Por isso, as saídas são estrutu-

rais, diz ele. A Transurb está preparando um documento detalhado para a São Paulo Transporte para propor ações que invertam as prioridades no trânsito em favor do transporte coletivo. Nenhuma medida além daquilo que já é muito conhecido e pouco praticado pelas administrações públicas: pistas exclusivas, estímulo ao uso do coletivo e fiscalização constante daqueles que infringem as normas. "Aí conseguiremos entrar num círculo virtuoso", raciocina Maurício Lourenço da Cunha.



Parabéns CAIO.

Há 40 anos a GRAMMER produz bancos para ônibus, caminhões, tratores e empilhadeiras com a mais alta tecnologia.

É com orgulho que cumprimos a CAIO no seu cinquentenário, dos quais somos parceiros dos últimos 25 anos.



GRAMMER DO BRASIL LTDA.
AV. INDUSTRIAL WALTER KLOTH, 888
CEP 12940-000 - ATIBAIA - SÃO PAULO
TEL.: (011) 484-2622 - TELEFAX: (011) 484-2267

Vendas de ônibus despencaram em novembro

As vendas de ônibus no atacado despencaram em novembro: atingiram 627 unidades, um resultado 54,13% inferior ao de outubro, de 1.367 unidades. No acumulado do ano, as vendas de 15.723 ônibus representaram uma alta de 41,7% em relação ao mesmo período de 1994.

O recorde de comercialização de ônibus, de 16.683 unidades, em 1991, que se esperava fosse quebrado neste ano, será mais difícil de ser superado. A indústria precisaria vender em dezembro 960 unidades, o que não está tão fácil

de se conseguir. "Muitos empresários estão adiando as compras para janeiro do ano que vem", disse uma fonte do mercado. Isso porque, pelo menos no Rio de Janeiro e São Paulo, quanto menor a idade média de uma frota, maior a remuneração paga pelo poder concedente.

De acordo com uma montadora, a indústria espera para dezembro vendas ao redor de 800 unidades. Mas este volume pode ser excedido, por meio de promoções para desovar o grande estoque

da indústria.

No último dia 5 de dezembro, somente Ford e Volkswagen tinham nos pátios um estoque de 793 ônibus, volume superior ao das vendas de novembro. Mercedes-Benz, Scania e Volvo tinham estocadas outras mil unidades.

No período de janeiro a novembro de 1995, a Mercedes-Benz manteve a liderança do mercado no atacado, com uma participação de 66,6%, seguida pela VW, com 9,5%, Scania, com 9,3%, Ford, com 9,1%, e Volvo, com 5,5%.

No comparativo dos onze meses de 1995 com 1994, a montadora que mais elevou suas vendas foi a Ford: 112,6%. Em seguida, estão Scania, com 95,0%, VW, com 33,7%, Mercedes-Benz, com 33,4%, e Volvo, com 21,8%.

ÔNIBUS - VENDAS NO ATACADO
(Fechamento de Novembro/95)

| Ônibus | Novembro | | Acumulado '95 | | | Acumulado '94 | | Novembro | | |
|------------|----------|-----------|---------------|-----------|-------------|---------------|-----------|------------|----------------|---------------|
| | Volume | Part. (%) | Volume | Part. (%) | Var. (%) 94 | Volume | Part. (%) | Estoque OK | Estoque Not OK | Estoque Total |
| Volkswagen | 36 | 5,7 | 1.491 | 9,5 | 33,7 | 1.115 | 10,0 | 328 | 2 | 330 |
| Ford | 60 | 9,6 | 1.431 | 9,1 | 112,6 | 673 | 6,1 | 436 | 27 | 463 |
| M. Benz | 403 | 64,3 | 10.469 | 66,6 | 33,4 | 7.845 | 70,7 | nd | nd | nd |
| Scania | 74 | 11,8 | 1.470 | 9,3 | 95,0 | 754 | 6,8 | nd | nd | nd |
| Volvo | 54 | 8,6 | 862 | 5,5 | 21,8 | 708 | 6,4 | nd | nd | nd |
| Indústria | 627 | 100,0 | 15.723 | 100,0 | 41,7 | 11.095 | 100,0 | 764 | 29 | 793 |

Fonte: Mercado

CAIO

50 anos de estrada

Garantia de sucesso sem limite de tempo ou kilometragem rodada

Homenagem da Alcan Alumínio do Brasil S.A.





Foto: Henry Yu

BHBUS/97: depois de 14 anos, Belo Horizonte reestrutura sistema de transporte coletivo para evitar o caos urbano

■ BELO HORIZONTE ■

Rumo ao centenário

Até 1997, quando completará 100 anos, a capital mineira pretende reformular todo o sistema de transporte coletivo, que passará a ter integração física, operacional e tarifária

Edson Álvares da Costa

Não chega a ser o caos de São Paulo ou Rio de Janeiro, mas o sistema de transporte coletivo de Belo Horizonte começa a apresentar problemas parecidos aos dessas grandes metrópoles. Com características marcadamente radiocêntricas, que obrigam todas as linhas de ônibus a atingirem a área central da cidade, e sem integração alguma, o sistema de transporte de Belo Horizonte já convive com congestionamentos e baixa velocidade dos veículos nos horários de pico em diversos trechos, principalmente na região central. Para contornar essa situação, a administração do prefeito Patrus Ananias (PT) encomendou um estudo para reestruturar todo o sistema de transporte da capital mineira, que deve ser implantado até 1997, quando Belo Horizonte completará 100 anos. O projeto, denominado BHBUS/97, prevê a implantação de um sistema tronco-alimentador com integração física, operacional e tarifária, inclusive com o trem metropolitano.

Ainda no papel, o BHBUS/97 depende da liberação de um financiamento, já aprovado, de R\$ 40 milhões, pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), para a aquisição de ônibus, construção de estações e terminais e investimento na infraestrutura viária da cidade (ver tabela). Depende também, para a sua completa implantação, da liberação de um crédito de US\$ 198 milhões (metade proveniente do Banco Mundial e metade contrapartida do governo federal, que já assinaram o contrato), a serem aplicados no sistema de trem metropolitano, que cortaria toda a cidade e seria o "tronco" do sistema.

A última vez que Belo Horizonte reestruturou o seu sistema de ônibus metropolitano foi em 1982. De lá para cá, a macroestrutura urbana da região sofreu profundas alterações, com o adensamento das áreas periféricas e o surgimento de novos núcleos de concentração de atividades. No período de março de 1985 a março de 1993, a frota

de ônibus aumentou quase 50%, a produção quilométrica cresceu mais de 70% e o número de passageiros transportados subiu 8%. Como quase nada foi feito na estrutura do transporte coletivo nesses 14 anos, a produtividade do sistema caiu bastante. Entre março de 1985 e março de 1993, o número de passageiros transportados por veículo por dia caiu 26% e o índice de passageiros vezes quilômetros transportados reduziu-se em 38%.

A qualidade do transporte só não acompanhou a queda da produtividade na mesma proporção porque a Região Metropolitana de Belo Horizonte (RMBH), com 3,6 milhões de habitantes (2,1 milhões na capital) e 20 municípios, está longe de possuir as dimensões de uma Grande São Paulo ou Grande Rio de Janeiro. E também porque os empresários locais investiram na renovação da frota, pelo menos até agora: as 78 empresas de ônibus da RMBH têm 4.350 veículos, com idade média de 3,8 anos, o que coloca a frota da capital mineira