



transporte

Todos os modais

MODERNO



www.revistatransportemoderno.com.br

Ano 48 - nº 444 - R\$ 18,00

AS MULHERES CRESCEM NA DIREÇÃO

Logística dá suporte
à indústria da moda

Scania fecha
pacote com a Vale

Agrale lança
cavalo-mecânico leve

Constellation
ganha novo leito

Prêmio das Melhores
mobiliza transporte

INDÚSTRIA DE CAMINHÃO PREVÊ NOVO ANO DE FARTURA

Um caminho inovador

prêmio eco
Amcham e Valor Econômico 2010

Respeite a sinalização de trânsito.

Economia Verde



O melhor caminho para os clientes e o meio ambiente

SAF – Serviço de Atendimento à Frota: mais de 4 milhões de pneus analisados



Mais de 120 mil motoristas e borracheiros treinados



O programa Economia Verde DPaschoal reduz os custos e diminui o impacto no meio ambiente. Esse modelo de gestão recebeu o Prêmio ECO de Inovação Sustentável da Amcham (Câmara Americana de Comércio) e Jornal Valor Econômico.

DPASCHOAL

Medir e testar antes de trocar

Algo no ar além de aviões de carreira?

O problema no Brasil não é falta de dinheiro para investir, mas, sim, de incapacidade de gestão para tirar projetos do papel.

Temos um exemplo pronto e acabado nesta edição de TM. Na página 62 o leitor observa a extrema agilidade com que o Porto Itapoá, no litoral catarinense, saiu do papel. E por quê? Ora, porque o empreendimento é privado. E investidor quer retorno rápido. A iniciativa privada sabe como ninguém que dinheiro não aceita desaforo nem corpo mole.

Vira e mexe a aviação brasileira passa por abalos. Tempos atrás o caos foi provocado pela insatisfação da ala militar dos controladores de voos, situação que provocou enorme barafunda nos aeroportos. Controlada a inquietação, o setor aéreo, ainda que crescendo três vezes acima do PIB, tem atendido à demanda dentro de relativa normalidade.

Neste final de 2010 o caos voltou a ser anunciado como iminente. De novo sobrevém a suspeição de que há algo no ar além dos aviões de carreira. E o que seria dessa vez? O governo Dilma Rousseff pretendia unificar as administrações dos portos e aeroportos num único ministério.

Lembrem-se que no governo Lula foi criada a Secretaria Especial dos Portos (SEP) com status de ministério. Ligada diretamente à presidência da República, a SEP deu mais agilidade aos temas portuários. Uma gestão pública com menos entraves parece ter aliviado os portos da condição de principais responsáveis pelos apagões logísticos.

O fato é que a Infraero, que administra 67 aeroportos no País, tem sido frequentemente apontada como incapaz de gerir a atividade. Nos oito anos de gestão Lula a estatal Empresa Brasileira de Infraestrutura Aeroportuária, seu nome completo, teve um total de R\$ 2,65 bilhões para investir. Conseguiu executar 40%. O restante, 60%, não saiu do papel.

Há um mundaréu de razões para a apatia da Infraero. O fulcro certamente está no fato de ser uma estatal cercada de limitações de todos os lados.

O fato é que pelo menos por ora o plano de dar mais autonomia à Infraero foi postergado. A presidente Dilma preferiu deixar a estatal na esfera do Ministério da Defesa.

SUMÁRIO

CAMINHÕES

O mercado de caminhões encerra 2010 com cerca de 160 mil unidades emplacadas, um novo recorde e 45% acima do total de 2009 e 32% a mais que o volume registrado em 2008 6

INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA

O Brasil já é o quarto maior mercado automotivo do mundo e, para 2011, a indústria prevê uma ligeira expansão de 5,2%, para 3,64 milhões de veículos 9

RECURSOS HUMANOS

As transportadoras descobriram vantagens em dar oportunidade para as mulheres ocuparem o volante de caminhões, derrubando preconceitos 12

ENTREVISTA

Mário Luft, controlador do grupo Luft, do setor de transporte de cargas, conta por que comprou a Viação Garcia, empresa paranaense de ônibus 18

LOGÍSTICA TÊXTIL

A LOG Fashion aproveita o aquecimento da economia e a demanda por logística especializada para ampliar a prestação de serviços ao setor da moda 24

ASLOG

Conferência da entidade de logística analisa os maiores desafios do setor bem como as perspectivas de mercado e apresenta cases de sucesso 26

PESADOS

A Scania fecha acordo de fornecimento de veículos completos, compostos por chassis e implementos, além peças e outras soluções para a Vale nos próximos três anos 28

MAN LATIN AMERICA

Montadora redesenha interior do Constellation e amplia a largura da cama na cabine leito dessa família de caminhões pesados Volkswagen 30

NICHO DE MERCADO

A Agrale lança o modelo 8500 TR, cavalo-mecânico de 8 toneladas destinado principalmente ao uso pelas auto-escolas para formar condutores de caminhão 32

COMPONENTES

Chega ao Brasil o Supercharger TVS da Eaton que otimiza o desempenho do motor dos veículos, reduzindo o consumo de combustível e as emissões 34

MEIO AMBIENTE

A Jamef desenvolve ações para estimular o aproveitamento racional de recursos naturais e diminuir o uso de substâncias que prejudicam o meio ambiente 35

COMBUSTÍVEIS ALTERNATIVOS

Para reduzir gradativamente o utilização de combustíveis fósseis no transporte público, a prefeitura de São Paulo vai adquirir ônibus Scania movidos a etanol 36

AÉREO

A Azul já transportou mais de 6 milhões de passageiros desde sua fundação há dois anos e faz atualmente cerca de 200 voos diários ara 28 destinos 38

Emirates SkyCargo cria nova rota de carga aérea entre São Paulo e Dubai e quer dobrar sua capacidade de transporte de carga 40

MAIORES E MELHORES 2010

Cerca de 700 convidados reuniram-se em São Paulo no final de novembro para a premiação das melhores empresas do setor de transporte e logística 42

INFRAESTRUTURA

Estudo encomendada pela Confederação Nacional da Indústria indica as obras prioritárias para reduzir os gargalos logísticos na Amazônia Legal 48

IMPLEMENTOS

Setor fecha o ano com faturamento de R\$ 6,8 bilhões e comercialização de 172 mil equipamentos, um dos melhores resultados de sua história 52

MEIOS DE PAGAMENTO

Com a perspectiva do fim da carta-frete, o Bradesco amplia os serviços de pagamento eletrônico para o setor de transporte de cargas 56

EMPRESAS

A Apisul, grupo gaúcho de gerenciamento de risco, inaugura edifício com investimentos pesados em tecnologia da informação 57

MARÍTIMO E COMÉRCIO EXTERIOR

A Santos-Brasil foi escolhida pela Mercedes-Benz do Brasil para realizar o gerenciamento logísticos de autopeças importadas pela montadora 58

Libra vai unificar seus terminais no Porto de Santos com investimentos de R\$ 550 milhões, dobrando a capacidade operacional 60

O terminal portuário de Itapoá, no litoral catarinense, começou a operar em dezembro e estima movimentar até 140 mil contêineres no primeiro ano 62

RIO DE JANEIRO

O inédito sistema de teleférico vai transportar 30 mil passageiros em uma rota de 3,5 km de extensão com seis estações no Complexo do Alemão 64

INOVAÇÃO EMPRESARIAL

O Sindicamp apresentou os melhores 'cases' de inovação empresarial decorrentes de parcerias entre transportadores e fornecedores que produziram resultados econômicos concretos 67

FETRANSRIO 2010

A tradicional feira de ônibus promovida pela Fetranpor no Rio de Janeiro teve paralelamente um simpósio que debateu o futuro do transporte urbano 72

CARROCERIAS

A produção brasileira de carrocerias de ônibus cresceu 32% para 32.600 unidades em 2010, mas o setor espera um ligeiro declínio para 2011 76

METROFERROVIÁRIO

A indústria ferroviária deverá faturar mais de R\$ 3 bilhões em 2010, cerca de 43% acima da receita de 2009, com base na carteira de pedidos já confirmados 78

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

MARKETING

Samantha Soares
samantha.soares@otmeditora.com.br

REDAÇÃO

Editor

Eduardo Alberto Chau Ribeiro
ecribeiro@otmeditora.com.br

Colaboradores

Ariverson Feltrin

Márcia Pinna Rapanti
marcia.pinna@otmeditora.com.br

Renata Passos
renata.passos@otmeditora.com.br

Wagner Oliveira

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

Tiragem e distribuição
10.000 exemplares

Auditado por



Assinatura Anual: R\$ 160,00
(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:



Circula no mês subsequente ao de capa

CARTÃO TRANSPORTES BRADESCO VISA CARGO. FRETE, COMBUSTÍVEL E PEDÁGIO EM UM ÚNICO CARTÃO.

O Cartão Transportes Bradesco Visa Cargo é o melhor meio de pagamento para o transporte rodoviário de carga. Com ele, as empresas ganham agilidade e controle, e os caminhoneiros, mais praticidade e segurança. É a Presença do Bradesco nas estradas brasileiras.

Para saber mais, acesse bradescocartoes.com.br



Montadoras aguardam novo ano espetacular

Manutenção do crescimento econômico, prorrogação da isenção de IPI e esperada antecipação de compras para driblar o Euro 5 que chega em 2012 animam o setor de caminhões

■ ARIVERSON FELTRIN

NEM BEM ACABOU E 2010 JÁ TRAZ BOAS recordações para a indústria automobilística brasileira, especialmente a de caminhões. Afinal, o ano termina com cerca de 160 mil veículos de carga emplacados — 45% a mais do que em 2009 ou 30% superior ao volume registrado de 2008, até então o ano que ostentava o recorde de todos os tempos.

Se 2010 foi um espetáculo de vendas, 2011 oferece condições para, no mínimo, repetir a dose. “Nossa expectativa é de um mercado semelhante ao de 2010”, diz Gilson Mansur, diretor de vendas de veículos comerciais da Mercedes-Benz do Brasil.

A marca da estrela, que termina como segunda colocada, atrás da MAN-VW, espera em 2011 avançar e tomar a liderança. “Em vez de 28%, vamos buscar uma participação entre 29% e 30%”, ressalta Mansur.

O diretor de vendas da Mercedes-Benz entende que o mercado de caminhões em 2011 será composto de três fases. A inicial, durante o primeiro trimestre, terá ritmo aquecido. “Teremos uma antecipação de compras já que o Finame PSI, linha que oferece condições muito favoráveis de financiamento, tem prazo previsto para expirar em março”. A fase seguinte, a partir do segundo trimestre e até setembro, será de acomodação de mercado. “Nesse período haverá disponibilidade de produto”, prevê Mansur. A terceira parte do ano, no último trimestre, será marcada por novo aquecimento, dessa vez determinado pela oportunidade de encomendar caminhões ainda com a tecnologia antecessora à



norma Euro 5, que começa a vigorar nos veículos fabricados a partir de 2012.

Se marcas tradicionais no mercado brasileiro têm resultados auspiciosos, as novas aproveitam o embalo para avançar.

A Iveco, por exemplo, no acumulado de 2010 e 2011 programa vender em torno de 30 mil veículos (a contar de 2,8 toneladas de peso bruto). “Antes, para vender 30 mil unidades chegamos a demorar três anos (2007 a 2009) ou até 10 anos (1997 a 2006)”, compara Antonio Dadalti, vice-presidente comercial da Iveco Latin America.

Mercado em alta favorece todas as marcas, sobretudo as novas, que precisam

conquistar clientes. “E, agora, com produtos lançados em todas as faixas do mercado, na condição de full liner, temos espaço para crescer”, comemora Dadalti. A ampliação do mercado também abre campo para consolidar a rede. “Vamos atingir 100 revendedores em 2011 e aumentar para 130 concessionárias em 2012.”

Com essas e outras, a Iveco antevê anos melhores à frente. Em 2015, por exemplo, quer ocupar 15% do mercado brasileiro de caminhões. Isto significa, em cinco anos, dobrar o atual market share já que atingiu no acumulado janeiro a novembro de 2010 uma participação de 7,5% nos

emplacamentos de caminhões a partir de 3,5 toneladas brutas. Cada ponto percentual na indústria de caminhões representa algo em torno de R\$ 250 milhões.

“Com 15% estaremos entre as três maiores marcas”, diz Dadalti, que acredita em recuo das montadoras com participação na casa de 30%. “Nos países maduros, as líderes têm participações mais modestas, o que deverá acontecer aqui também com o surgimento de novos competidores”.

Evidentemente, a Mercedes-Benz, no time de cima, não pretende perder participação. “Quando temos produtos disponíveis, avançamos”, diz Mansur, que cita o exemplo do ocorrido em novembro quando, pela primeira vez no ano, a marca da estrela superou a MAN-VW – fez, no atacado, 30% de participação, 5% acima da conterrânea alemã, embora no placar dos 11 meses a vitória seja da MAN por 29,4% a 27,3%.

Para crescer, Gilson contará, a partir de 2011, além da bem azeitada fábrica de São Bernardo do Campo, no ABC paulista, com a revitalizada unidade mineira de Juiz de Fora, que passará a montar o caminhão pesado Actros.

Com a nacionalização, o Actros estará credenciado a receber financiamento da favorável linha Finame, gerida pelo BNDES e que só cobre produtos a partir de 60% de conteúdo local.

Com o Actros nacionalizado, vai esquentar a disputa pelos pesados, faixa que de janeiro a novembro teve 49.506 unidades vendidas no atacado – nada menos que 73,6% de expansão sobre o volume do mesmo período do ano passado. Nos pesados, a liderança coube à Scania, 28,3% de participação seguida pela Mercedes, 25,5% e Volvo, 21,8%. Do trio, o melhor desempenho foi da Scania, que cresceu 3% em relação a mesmo período de 2009, enquanto a Mercedes empatou em participação e a Volvo recuou um ponto percentual.

NA CASA DE 50 MIL – Pelas previsões feitas por Mansur, espera-se que a ▶

Preocupação é com 2012

Retranca na compra por conta do provável reajuste de preços nos caminhões com a nova tecnologia de emissões poderá interromper trajetória de crescimento do mercado

A MAN Latin America entra em 2011, quando completa 30 anos de estreia no Brasil de sua marca Volkswagen, disposta a quebrar o recorde de 2010 e a manter a liderança de vendas de caminhões nacionais que tirou da Mercedes-Benz há sete anos, desde 2004.

Vai ser uma parada dura até porque a marca da estrela está disposta a quebrar a escrita e impedir que a MAN-VW consiga manter a dianteira em 2011 nas vendas de caminhões nacionais (ver matéria ao lado).

“Queremos manter, não comprar liderança. Pode parecer um jargão, mas liderança não pode vir a qualquer custo. É assim que pensamos e agimos”, garante Ricardo Alouche, diretor de vendas da MAN Latin America.

A MAN-VW termina 2010 com vendas internas de 48 mil caminhões acima de 3,5 toneladas brutas – 40% mais do que 2009 ou 30% acima do seu até então melhor resultado, em 2008. Para 2011 quer vender no mínimo 50 mil caminhões. Caso a meta se realize terminará com mais de 31% de participação, já que prevê um mercado total de 160 mil unidades – mesmo tamanho de 2010.

“Imaginávamos que 2010 seria bom, mas não tão bom quanto se mostrou”, diz Alouche, que atribui o desempenho do mercado basicamente à união de três fatores: demanda aquecida, crédito farto e barato da linha Finame e isenção do IPI para caminhões.

Para 2011 ele conta com a estreia da marca que terá dois extrapesados, TGX e



Ricardo Alouche:
“Queremos manter, não comprar a liderança”

o TGS. Ambos chegarão ao mercado no segundo semestre, primeiro o TGX com cabine mais espaçosa.

“Nosso esforço é no sentido de ter o máximo de conteúdo local para permitir que o caminhão seja ‘finimizável’”, diz o diretor comercial.

Alouche não conta, em 2011, com a mesma vitalidade apresentada no ano anterior pelos caminhões pesados. ▶

- ▶ “Houve muita antecipação de compras pelos grandes clientes. Tenho a impressão de que a participação dos pesados, pouco acima de 30% nas vendas totais em 2010, caia para 25%”.

De qualquer forma, o mercado brasileiro de caminhões continuará apetitoso, o que leva Alouche a considerar a chegada de novos competidores. “Até 2015 poderemos ter quatro concorrentes novos”. Participações como da MAN e da Mercedes-Benz, na casa de 30% do mercado de caminhões, tendem a cair, como em países maduros? “Isso deve acontecer, mas só a médio e longo prazo até porque não se firma neste negócio da noite para o dia”, assinala o diretor da MAN. Um dos grandes desafios é montar e estruturar uma rede de vendas num país continental.

Se a nova concorrência pelo menos por ora não é uma grande ameaça, há um incômodo para o mercado quando 2012 chegar. “As vendas devem cair para 140 mil caminhões por conta da nova tecnologia Euro 5 que trará inevitável aumento de preços”, avalia Alouche, para acrescentar: “Afinal, estamos mexendo no coração do caminhão, o motor, e quando isso acontece, os custos aumentam”. O difícil será convencer o comprador até porque o embarcador não paga mais frete porque um veículo está ambientalmente correto. “A vantagem é que o novo jogo começa em janeiro de 2012 e as regras são válidas para todas as montadoras”, acentua Alouche.

Depois desse provável solução — “principalmente no primeiro trimestre de 2012, quando o impacto da mudança será maior — o mercado a partir de 2013 voltará a crescer a um ritmo de 5% ano, indicam as projeções de Alouche. “Na nossa avaliação por volta de 2018 o mercado interno chegará a 200 mil caminhões”.



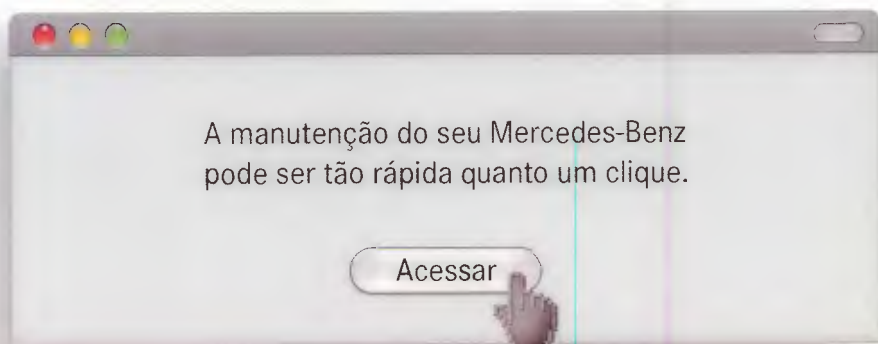
Antonio Dadalti: “O que o taxista tem que o caminhoneiro não tem?”

- ▶ Mercedes-Benz feche 2011 com vendas perto de 50 mil caminhões — ante 44 mil unidades em 2010. “Vamos buscar a liderança”, diz o diretor comercial da marca da estrela, que salienta. “Há um mercado consistente, principalmente em alguns segmentos, como cana, madeira e construção civil”, diz, para emendar: “E a prorrogação da isenção de IPI para caminhões até dezembro de 2011 é mais uma contribuição para as boas expectativas”. Antonio Dadalti, da Iveco, lembra que o decreto 7.394 que esticou o benefício de IPI é de grande relevância para ativar o mercado. Afinal, tiram-se 5% sobre um bem com valor médio unitário de R\$ 200 mil.

Nessa linha, Dadalti não entende as razões que excluem os caminhões de 2,8 toneladas da isenção do IPI. “As cidades restringem mais a entrada de caminhões. Com isso abre-se um campo de 30 mil caminhões na faixa de 2,8 toneladas. É uma realidade e não vejo motivo para tal veículo ser excluído do benefício.”

O vice-presidente da Iveco, com quase meio século de estrada no mercado de caminhões, entende que além de incluir veículos acima de 2,8 toneladas de pbt, o IPI zero deveria ser perenizado. “Chega a ser contra-senso um veículo de trabalho ter de pagar imposto para ser fabricado”, diz para defender outro tema recorrente no setor. “O novo governo que assume poderia pensar num plano de substituição de frota para implantar num prazo, digamos, de cinco anos. Seria um plano de longo alcance social, que beneficiaria os hoje excluídos caminhoneiros. Seria uma incoerência um programa de emissões como o Euro 5 conviver com o ‘euro zero’. As vantagens ao meio ambiente de uma tecnologia de ponta são anuladas”.

Dadalti chama à reflexão quando toca num ponto: “Veja como os taxistas de há anos têm um programa de redução de tributos federais e estaduais. Com isso, estes profissionais constantemente renovam seus carros. O que o taxista tem a mais que o caminhoneiro?”



A manutenção do seu Mercedes-Benz
pode ser tão rápida quanto um clique.

Acessar

Brasil, o quarto maior mercado do mundo

Para 2011 a Anfavea prevê ligeira expansão de 5,2% passando para 3,64 milhões de veículos e mantendo a quarta posição no ranking mundial, enquanto as exportações deverão sofrer uma pequena queda

A ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS FABRICANTES de Veículos Automotores (Anfavea) foi comedida nas suas previsões para 2011. Para a entidade, o mercado interno de automóveis, comerciais leves, caminhões e ônibus deverá crescer 5,2% no ano que vem, passando de 3,450 milhões de unidades, em 2010, para 3,640 milhões.

Para caminhões, 2010 será um ano difícil de esquecer. O segmento de pesados estabeleceu um novo recorde tanto de produção como de vendas. Com crescimento de 44,5% entre janeiro e novembro nos 11 meses do ano, registrou a venda de 140,2 mil unidades, ante 97,1 mil caminhões vendidos no mesmo período de 2009 – ano de crise, segundo os números da Anfavea. Em 2008, no mesmo período, os números tinham sido melhores, com 114 mil unidades comercializadas. A projeção para o final do ano indica que o segmento deverá ultrapassar as 160 mil unidades no mercado interno.

De acordo com o presidente da Anfavea, Cledorvino Belini, a projeção feita com “bola de cristal” leva em conta, principalmente, a previsão de alta do PIB (Produto Interno Bruto) para 2011. Neste contexto mais “conservador”, a produção nacional terá uma pequena alta de 1,1%, alcançando algo em torno de 3,68 milhões de unidades no ano que vem.



Se no mercado interno, o crescimento será baixo, no externo as coisas serão bem piores quando se compara 2011 com 2010. Para a Anfavea, as exportações vão enfrentar queda de 5% – passará de um volume de 510 mil unidades para 485 mil. Entretanto, a receita tende a crescer na medida em que as transações vão envolver veículos mais sofisticados e caminhões, de valor

mais elevado. Assim, o faturamento passará de US\$ 12,8 bilhões para US\$ 13,1 bilhões – alta de 2,3% em relação a 2010.

Além de uma base mais forte em 2010, a projeção tímida para 2011 já leva em consideração a decisão do Banco Central de retirar cerca de R\$ 60 bilhões da economia ao mudar a política para financiamentos, fazendo com que os bancos aumentem o compulsório recolhido. Para Belini, a política é “transitória” e não terá efeito de longo prazo. “Assim que a meta de inflação for alcançada, os empréstimos devem se normalizar. Por isso, vemos essa decisão como passageira”, disse.

Previsão feita para 2011, a Anfavea comemora os resultados de 2010. O Brasil vai fechar este ano com o quarto maior mercado mundial. A certeza veio com o novembro mais forte de toda a história dos 60 anos da indústria no País. As vendas e a produção apresentaram os melhores números em relação para um mês de novembro. Comparado a outubro, o licenciamento cresceu 8,3%, passando de 302,3 mil unidades para 328,5 mil.

No acumulado do ano, outro recorde absoluto. Entre janeiro e novembro, as vendas acumularam 3,134 milhões contra 2,848 milhões do mesmo período de 2009.

Com os bons números já cravados nos 11 meses do ano, a Anfavea reviu para

cima a projeção para 2010. O mercado interno crescerá 9,23%, atingindo 3,45 milhões de unidades. Na estimativa anterior, a entidade projetava crescimento de 8,5% para 2010. Será o quinto ano de recordes consecutivos alcançados pela indústria automobilística brasileira.

Desde 1991, o emprego na indústria automobilística também não tinha resultados tão expressivos. Só os fabricantes de automóveis empregam atualmente 135.254 trabalhadores. Apenas no mês de novembro, foram criados 659 novos postos de trabalho em montadoras de todo o país.

CENÁRIO GLOBAL – Em sua última reunião mensal do ano com a imprensa, a Anfavea convidou consultores da PriceWaterhouseCoopers (PWC) para traçar um perfil do mercado automobilístico brasileiro no contexto da indústria automobilística mundial. Dois especialistas falaram – um deles participou da conferência online, falando diretamente de seu escritório na China.

Segundo a PWC, a indústria automobilística mundial será puxada daqui para frente pelos países emergentes. São eles que, segundo a empresa de análise do mercado, vão concentrar boa parte dos investimentos. Com a força dos emergentes, a produção mundial saltará dos atuais 57 milhões de unidades para 95 milhões nos próximos cinco anos.

De acordo com a análise, os emergentes, representados fortemente pelos países que integram o Bric (Brasil, Rússia, Índia e China), mais a Tailândia, vão concentrar a maior parte desta produção e superar os países desenvolvidos tanto em consumo quanto em produção, já que o eixo do consumo global está se deslocando rapidamente.

A dianteira da produção é e continuará a ser encabeçada pela China, país que vai expandir seu domínio na indústria com marcas próprias, tanto em seu mercado interno, como no exterior. Após fazer

parcerias com marcas globais, os fabricantes chineses ganharam musculatura e conhecimento para liderar, inclusive, a introdução de novas tecnologias dos carros do futuro. Na definição da PWC, “a China está se preparando para vencer dentro e fora de casa”, principalmente com investimentos em produtos e infraestrutura.

Ainda de acordo com PWC, a globalização da indústria automobilística seguirá, na próxima década, se reestruturando com base na regulamentação para redução de emissões, investimentos em segurança e novas tecnologias, como híbridos e elétricos, que vão deixar os veículos muito mais eficientes no consumo, interatividade e segurança ao consumidor.

Com a China à frente, 50% do crescimento da indústria serão garantidos pelo que a PWC chama de Ásia Desenvolvida. O Brasil contribuirá com cerca de 5% do crescimento mundial. Com populações mais envelhecidas, Estados Unidos e Europa terão sua importância, mas não mais para ditar o ritmo da indústria automobilística. Para os analistas, talvez nem em dez anos os Estados Unidos recuperem o mercado do começo da década, quando consumiam até 19 milhões de veículos por ano.

COMPETITIVIDADE – O presidente da Anfavea, Cleodorvino Belini, afirmou que o maior desafio do Brasil nos próximos anos passará pela competitividade. Ele repetiu o discurso dele e de diversos outros dirigentes da Anfavea, que criticam a alta carga de impostos, deficiência na infraestrutura, escala de produção ainda baixa (são 42 marcas e 600 modelos e versões no mercado brasileiro), entre outros fatores, ainda prejudicam a indústria automobilística nacional diante de outros países, como a China, que têm políticas muito claras e eficientes para a disputar num mercado globalizado.

Para Belini, no entanto, o Brasil leva vantagem sobre outros integrantes do Bric por ter melhor tradição em engenharia, ter

os laboratórios mais sofisticados da indústria, além de ter acumulado conhecimento em 60 anos da indústria instalada no País. “Se tivermos uma política indústria clara, podemos levar a melhor sobre nossos competidores”, disse.

Para Belini, por conta das mazelas internas, o Brasil está perdendo a “batalha” do comércio exterior – este ano o setor deve representar déficit de US\$ 5 bilhões na balança comercial brasileira. De acordo com o presidente da Anfavea e também da Fiat, o País exportava 30,7% da produção no começo desta década. Já neste ano, as vendas externas vão representar apenas 16,3% do total de veículos de fabricação nacional.

Por outro lado, as importações fazem a curva ao contrário. Os carros importados representavam no início dos anos 2000 5,1% das vendas internas. Neste ano, terão 20,5% do mercado interno. As importações, segundo a Anfavea, crescem num ritmo de 2% por ano no Brasil. “Esse é o verdadeiro sinal amarelo. Essa questão é muito preocupante, já que expõe nossa fragilidade”, declarou.

EXPORTAÇÕES – Frente a 2009, as vendas externas brasileiras apresentaram recuperação. Mas ainda estão longe de atingir os níveis de 2008. O ano deve fechar com 510 mil unidades exportadas, ante 421,3 mil unidades em 2009. Só que, em 2008, o volume vendido ao exterior foi de 691 mil veículos.

Neste ano, segundo a Anfavea, o País passou a exportar muito mais modelos semidesmontados – os chamados CKDs. Assim, o volume, entre janeiro e novembro, passou para 716,2 mil unidades. Mas, como são mais baratos que os carros totalmente montados, o volume em valores não alcançou o verificado em 2008, quando a receita das vendas externas foi de US\$ 13,6 bilhões, de janeiro a novembro. Em 2010, no mesmo período, a soma atingiu US\$ 11,7 bilhões. ■

Acesse o novo Painel de Ofertas Mercedes-Benz e aproveite mais de 45.000 ofertas imperdíveis.

www.mercedes-benz.com.br/posvenda



Respeite a sinalização de trânsito.



Motor Compacto 352A
A3440103150
L1118/1317/1318/
1517/1518
R\$ 9.792,59



Motor 366LA Renov
A37601091500080
L1418/1718/L1218/
1418/L1620
R\$ 7.638,82



Turbina
A3760968799
OM 366LA
R\$ 1.225,86



Coroa e Pinhão 7x40
A3863500139
1215C/1218/1418K,
L1214/L1218
R\$ 1.118,78



Rolamento
A0029819005
1215C/1720/
L1618/L1620
R\$ 171,93



Lonas de Freio c/ Rebites
A6954231610
L1620/1720/ATEGO
R\$ 138,23



Chave de Seta Preta
A69554012455985
L1620
R\$ 144,89



Platô Renov
A69525071040080
L1620/1720
R\$ 374,69



Estrela
A4068100018
710
R\$ 21,45



Maçaneta
A0007601359
AXOR/ATEGO
R\$ 54,29



Ventilador
A0002006123
LS1938
R\$ 1.800,10



Filtro Secador
A0004300969
L1620/LS1938/1634/
1938S/AXOR/ATEGO
R\$ 118,68



Basic Service 710
12X R\$ 106,26*

Basic Service Atego 1418
12X R\$ 187,90**



Mercedes-Benz

Os preços das peças são unitários, válidos até 31/12/2010 e não incluem mão de obra nem outros serviços. Condições de pagamento à vista ou conforme condições do concessionário. Os preços de motores e embreagens RENOV, remanufaturados à base de troca, estão condicionados à aprovação total da "peça usada", conforme critérios de avaliação vigentes na rede. Confirme no concessionário se os itens anunciados e numeração das peças se aplicam ao seu veículo; veja disponibilidade de estoque. Garantia de 12 meses sem limite de quilometragem (3 meses de garantia legal e 9 meses de garantia contratual da montadora), exceto para peças de desgaste ou vida útil limitada (cf. condições do termo de garantia, item 3, alínea C).

As ofertas do Contrato de Manutenção Basic Service compreendem a troca de todas as peças e fluidos apontados no Manual de Manutenção do Veículo, e a respectiva mão de obra, correspondentes às revisões preventivas previstas no manual durante 1 ano ou 60.000 km, contados da data do 1º pagamento efetuado. As peças não apontadas no manual estão excluídas do contrato, bem como as peças e serviços necessários à manutenção corretiva e/ou reparação, se constatados: danos decorrentes de acidentes causados por uso incorreto do veículo/insistência ou falha operacional.

(*): Válido somente para veículos 710 (BM688158) aplicados no Grupo de Serviço Misto, até 60.000 km ou 1 ano, o que ocorrer primeiro.

(**): Válido somente para veículos Atego 1418 (BM958034 MN6) aplicados no Grupo de Serviço Misto, até 60.000 km ou 1 ano, o que ocorrer primeiro.

Os preços promocionais dos contratos são válidos até 31/12/2010, ref. valor da parcela MENSAL (12 parcelas), para 1 veículo. Preço base para a Grande São Paulo. Para outras localidades, consulte o concessionário que terá mais informações sobre coberturas, aplicabilidade, prazos, formas de pagamento, condições/axas, configurações e veículos abrangidos.

As mulheres na direção

Transportadoras descobriram vantagens de dar oportunidade para ex-recepcionistas, ex-cabeleireiras ocuparem o volante de caminhões: cada vez mais cai a barreira do preconceito



Neide Araújo: "de cabeleireira virei caminhoneira e, hoje, não troco o volante por nada"

"FELIZ FOI ADÃO QUE NÃO TEVE SOGRA nem caminhão", certamente pode ser enquadrado na categoria dos provérbios desatualizados pelos tempos modernos. Maioria da população no recenseamento brasileiro, a mulher abriu espaço até mesmo em profissões impensáveis para o antes chamado sexo frágil.

Em certas empresas, caso da Braspress

Transportes Urgentes, muher no volante de caminhão é uma prática já consolidada. "Há 11 anos, quando passamos a contratar mulheres para o cargo de motorista, não nego que era uma alternativa de marketing, de visibilidade na mídia", confessa o diretor presidente e fundador da Braspress, Urubatan Helou.

Além de agregar um diferencial de marketing, o dia-a-dia das atividades mostrou que Helou tinha encontrado um caminho para aumentar a produtividade e melhorar a capacitação profissional.

"Nossos controles internos mostraram que as motoristas mulheres têm maiores cuidados operacionais com os veículos

colaborando para a manutenção dos caminhões; sabem ser educadas nos relacionamentos com os clientes e no trânsito são pacientes, o que levou à redução de batidas e dos custos de manutenção. Por isso, temos procurado incentivar a participação dessas profissionais no setor operacional de transportes, outrora um reduto de trabalho masculino”, diz Helou, partidário do slogan de que ‘competência não tem sexo’.

Com efeito, no quadro de 757 motoristas da Braspress, as mulheres já somam 264 profissionais, 35% do contingente. Nas operações urbanas, de coleta e entrega, elas representam 40% do quadro. As mulheres da Braspress, distribuídas por nove estados, pilotam em 35 cidades brasileiras.

Terezinha Lugas, nascida há 49 anos no interior paulista, há sete anos entrou para o time de caminhoneiras da Braspress. “Estava desempregada e uma amiga, que é motorista de ônibus, sugeriu que eu mudasse minha carteira de habilitação de letra B para D. Fiz curso no Sest/Senat e mudei de categoria. Sem experiência, o difícil foi arrumar emprego. Comecei no pátio, acompanhando motoristas. Sou fiel à empresa que me proporcionou a oportunidade de treinamento e condições de exercer a profissão”, conta.

Casada, mãe de três filhos, Daniel, 26 anos, Danusa, 24, e da adolescente Giovanna, de 15, Terezinha começa 2011 com um novo passo: tirou carteira E, o que a habilita a dirigir carretas. Antes de pegar estrada, no entanto, terá que praticar no pátio pelo menos durante um ano. Depois de dirigir caminhão ¾, toco e trucado, Terezinha vai para o mundo das carretas. “Meus filhos vão ficar ainda mais orgulhosos de mim”, diz com euforia.

Mãe de dois filhos, um de 21 anos, o caçula com 12, e vovó de dois netos, Neide Araújo, 52, trabalha há oito anos como motorista da Braspress, coletando e entregando mercadorias pelas ruas da cidade de São Paulo. Tal qual a ex-recepcionista Terezinha,



Josefa Chaves da Silva, uma das cinco mulheres que pilotam caminhões na Rápido 900

a cabeleireira Neide não tinha experiência no volante. Estava procurando trabalho, quando viu anúncio num jornal. “Fui fazer a ficha sem imaginar que pudesse dirigir caminhão pelas ruas da cidade de São Paulo, onde o tráfego de veículos é intenso”, relata. “De cabeleireira virei caminhoneira e, hoje, não troco o volante por nada”, diz com ênfase nas palavras.

Mas não há preconceito? “Alguns homens acham que lugar de mulher é na cozinha, pilotando fogão”, diz Terezinha, que confessa ainda ouvir gracinhas desse naipe. “Não ligo, é a minoria que pensa assim” assinala, para lembrar que após o expediente puxado em meio ao caótico trânsito de São Paulo enfrenta a segunda jornada em casa. Tenho faxineira, mas que vem três vezes por mês. Assim, além do caminhão, ainda piloto fogão”, faz troça.

A Rápido 900, fundada em 1959, 15ª no ranking de Maiores & Melhores do Transporte, tem cinco mulheres, na faixa etária de 36 a 51 anos, atuando como motoristas. A experiência começou em 2006. Dirigem desde veículos pequenos a carretas — uma delas é Josefa Chaves da Silva, de 38 anos.

“No início houve rejeição considerável, hoje isto diminuiu bastante. Já há um clima

de respeito e colaboração”, afirma o diretor André Ferreira, que acrescenta: “A presença destas mulheres gera boa visibilidade e credibilidade para a Rápido 900. A empresa acredita no potencial feminino e incentiva a inclusão de mulheres também nesta profissão ainda sob o domínio do sexo masculino. Entre as características femininas que contam pontos neste tipo de trabalho é a dedicação, postura, atenção, cuidado, disciplina, segurança, responsabilidade e bom humor.”

A Rápido 900, que opera com frota própria de 603 equipamentos (tem ainda 400 agregados) e realizou ano passado 72 mil viagens para movimentar 1,08 milhão de toneladas, está em franca expansão: “E, se estamos adquirindo novos veículos, precisamos de mais motoristas, que desde que preencham nossas exigências, tanto faz ser homem ou mulher. Por isso, é grande a possibilidade de contratarmos mais mulheres em breve”, ressalta Ferreira.

Dar à luz e cumprir segunda jornada em casa não são empecilhos para a Rápido 900. “Respeitamos totalmente à legislação trabalhista e acreditamos, de verdade, na importância deste período. As mulheres retornam de seus períodos de licença ainda mais dedicadas e mais aptas a ‘equilibrar pratos’”, diz.

Na Atlas Transportes & Logística, sexta maior empresa do setor rodoviário de carga, o pelotão feminino na área operacional já ganha importância. “Observamos a seguinte participação: motoristas 1,34%, auxiliar de armazém 0,52%, conferentes 1,40%, com destaque para supervisor operacional que representa 7,5%”, revela Lauro Felipe Megale, diretor de ▶

► planejamento e marketing.

“Eram atividades que até há pouco tempo somente eram ocupadas por profissionais do sexo masculino. As mulheres estão conquistando espaço no mercado de trabalho e comprovando sua competência, pois os resultados são extremamente satisfatórios”.

Megale destaca: “A Atlas tem mais de 50 anos de atividades e as mulheres sempre ocuparam funções mais ligadas à área administrativa. Nos últimos oito anos, percebemos que elas tinham capacidade de atuar em quaisquer funções e passamos a considerá-las no processo de seleção. Um dos cargos que merece destaque é o de motorista, no qual chamam atenção pelo fato de serem extremamente cuidadosas na direção e zelosas com o veículo”, garante, para concluir: “Está claro que a atenção das mulheres com relação a cuidados ao dirigir, cuidados na manutenção do veículo, atenção nos registros, entre outros, são fatores diferenciadores quando buscamos bons profissionais. Nossa intenção é montar uma escola para formação de motoristas com participação acentuada do público feminino.”

Uma das mais importantes e tradicionais transportadoras do País, prestes a completar 60 anos de vida, a Gafor, segundo seu dirigente Sérgio Maggi Jr., admite que o efetivo de mulheres no volante é pequeno. “Temos mulher até operando colheitadeiras em canavial. O desempenho da mão de obra feminina é bom”, acentua, para emendar: “Nessa conjuntura de extrema escassez de pessoal, recrutar mulheres seria uma boa solução.”

Mário Luft, dirigente do Grupo Luft, uma das maiores frotas próprias brasileiras, diz que fez uma experiência com mulheres no volante. “Iniciamos com 25 motoristas. Não demitimos, mas por uma série de razões elas foram se desligando e ficamos com 10”, explica. A adaptação não foi favorável. “Elas têm mais fidalguia, são caprichosas, cuidadosas, mas nossa operação era muito puxada”, analisa. “Não continuamos a experiência porque



Maria Regina Yazbek comanda a Pirangi, holding que reúne a Movicarga e a Célere

Chegar ao topo sem perder a humildade

Elas são precursoras em comandar negócios em que a presença da mulher é rarefeita. Segredos? Um deles: ouvir para seguir aprendendo

Se na área operacional do transporte e da logística elas participam ainda com timidez, qual é o grau de ascensão do contingente feminino em escalões mais altos da atividade?

Comandada por Maria Regina Yazbek, a Pirangi, holding que reúne a Movicarga e a Célere, tem na direção outras duas mulheres – no RH e financeiro. “A maioria ainda é homem, mas acho que as mulheres ganham cada vez mais espaço”, diz a empresária.

Regina já viveu fases mais agudas de resistência à presença profissional da mulher. Na empresa desde 1987, quando tinha 23 anos, ela amadureceu e aprendeu. “Ser mulher e comandar uma atividade predominantemente masculina é um desafio permanente que se renova a cada dia”, conta. “Ainda passo por algumas situações que antes me deixavam triste, mas

hoje acho graça até porque não há mais a necessidade de se afirmar, nem como mulher, nem como empresária”.

Irecê Andrade levou bons anos até ascender ao cargo de diretora comercial da Julio Simões Logística, maior empresa do setor. “Entrei na Julio Simões em 1998 como gerente de treinamento e desenvolvimento, na área de RH. Foi um desafio e tanto. Eu não conhecia nada do segmento. É até engraçado falar, mas, no início, quando ouvia falar em composição romeu e julieta, eu pensava em Tchaikovsky...”, lembra a executiva que hoje comanda a área comercial de carga geral e serviços dedicados.

Os desafios serviram para reforçar a trajetória. “Na época em que trabalhava na área de RH, justamente para que eu pudesse

NÃO IMPORTA QUANTOS CAMINHOS EXISTAM ATÉ O DESTINO.
COM O CTF BR, VOCÊ SEMPRE SABE COMO E ONDE ESTÁ A SUA FROTA.



O CTF BR, o Controle Total de Frotas da Petrobras Distribuidora, registra automaticamente, em todo o território nacional, tudo que acontece com sua frota. Com ele você sabe a hora e o local exatos do abastecimento de cada veículo, o tipo de combustível e quantos litros eles utilizaram. Além disso, como o pagamento é automatizado, o CTF BR agiliza o abastecimento e garante a segurança do motorista. Por isso, se você procura mais controle e produtividade para sua frota, você encontra com a Petrobras.



S A C 0 8 0 0 - 7 8 9 0 C 1 • w w w . b r . c o m . b r



O DESAFIO É A NOSSA ENERGIA



Terezinha Iugas: entra em 2011 com carteira "E" para enfrentar o desafio de dirigir carreta

► precisávamos de respostas rápidas."

Uma das mais respeitadas instituições de treinamento de mão de obra para o setor de transportes, a Fabet, tem registrado pequena incidência de mulheres nos cursos se comparado ao número de homens. "Efetivamente, tivemos em 2009 duas mulheres e em 2010 três mulheres fazendo o programa Caminhão Escola Básico, que é um curso de formação para aquele profissional que quer iniciar na profissão de motorista, mas não tem experiência", informa a coordenadora de marketing Jussara Loguercio. A Fabet existe há quase 14 anos e formou mais de 25 mil profissionais do transporte. Atuamos com cursos nas áreas de formação de mão de obra para o setor.

O baixo interesse pelas profissões pode estar ligada ao ranço do preconceito? "A atividade ainda é identificada como masculina, mas acredito que essa tendência mude, pois hoje vemos mulheres trabalhando como motoristas de táxi, de ônibus, e até como piloto de avião", ressalta o diretor da Rápido 900, André Ferreira. "Hoje vemos mulheres presidentes de empresas, executivas, policiais, militares, engenheiras e em tantas outras profissões vistas como masculinas até há pouco tempo".

► fazer uma boa seleção de profissionais para cada vaga, buscava conhecer a fundo o cliente, os números, as especificidades de cada serviço, tipos de veículo, faturamento e foi isso que me ajudou a entender o setor de logística e a conhecer profundamente a operação. Houve e ainda há um esforço muito grande para aprender", salienta Irecê.

Tanto Irecê como Regina aprenderam que humildade é uma boa conselheira. "Quantas vezes, já como diretora, liguei para o Antônio Bento (gerente de operações), que está na empresa há mais de 30 anos, para ouvir sua opinião sobre algo a decidir. Quantas vezes fui acatado falar com motoristas sobre as condições das estradas, tempo de carregamento, descarregamento", destaca Irecê.

Regina Yazbek também ainda se considera uma aluna. "Particularmente, depois da crise de 2008 aprendi muito. E continuo aprendendo. Hoje a velocidade da informação nos obriga a ficar atentos o tempo todo, e a quantidade de informação nos obriga a apurar o bom senso para selecionar o que de fato interessa. O que eu diria para uma mulher que está começando (diria a um homem também) é que respeite o próximo, tenha humildade, humildade e humildade. Tudo que vai, volta. Por

mais difícil que pareça o caminho do bem, não procure atalhos. Seja fiel a seus valores", afirma.

O preconceito contra a mulher é mais aguçado quanto mais ela ascende na escada profissional: "Um homem enganar em uma empresa é mais fácil do que uma mulher; por isso a competência ou incompetência da mulher se vê em um prazo de tempo mais curto — o que hoje em dia com a velocidade que o mundo corporativo nos impõe é um diferencial de sucesso" diz Regina, que mesmo diante dos desafios, conduziu com mensagem de otimismo. "Somos muito assediados por potenciais compradores, mas eles ainda não nos convenceram. Acho que vamos seguir a perpetuação. Estamos entrando em novos negócios, ligados a nossa vocação em equipamentos e tecnologia".

Apesar de confiante, Regina confessa uma decepção. "Um de nossos maiores clientes com mais de 20 anos (primeiro na Movicarga, depois na Célére) nos trocou por um famoso transportador que contratou o pessoal que fomos obrigados a demitir porque a operação se findou. Sabe o que fizeram? Pagam salários 15% inferiores ao que praticávamos e cortaram o pacote de benefícios. Isto é humilhante, vergonhoso, para o cliente que contrata, para o fornecedor que se submete, mas é muito mais doloroso para o trabalhador que perde poder de compra e a crença nestes discursos de sustentabilidade e responsabilidade social."

Irecê Andrade,
diretora comercial
da Júlio Simões

