

TECHNI

bus

TRANSPORTE COLETIVO
E TRÂNSITO

OTM
OBRAS, TRANSPORTES E LOGÍSTICA

www.revistatechnibus.com.br

Ano 14 - n° 68 - R\$ 12,00



CARROCERIAS 2006

**Induscar-Caio Giro 3200 e micro Foz,
Neobus Mega e Mascarello GranFlex**

**Real Norte inova
com serviço VIP**

**Michelin aperfeiçoa
pneu para ônibus**



MERCEDES-BENZ

**Motor mecânico para
garantir liderança**



AS VENCEDORAS - **Maiores e Melhores do Transporte e Logística**

**Se tempo é dinheiro, você
acaba de ganhar os dois.**

Novo X PASS XZU3. Mais economia e pontualidade para sua frota.



**NOVO
X PASS XZU3**

+35%

de rendimento
na 1ª vida*

O novo **X PASS XZU3** da Michelin **rende +35%** na
condições mais severas dos trajetos urbanos. Assim, você



nestes comparativos em relação ao modelo XZU2T.

1ª vida,* além de ser mais resistente e estável para suportar as
economiza e ainda assegura a satisfação total dos seus passageiros.



MICHELIN

A melhor maneira de ir mais longe



Se este é o **bem**
que você transporta...
Só use peças originais.

Ajustador Automático de Freios Haldex

Original de fábrica

Com o ajustador automático de freios Haldex é assim:

- Alta tecnologia - Você não corre riscos;
- Dura até **4x** mais que os outros.

NOVAMENT



Haldex dura até

4x*

mais que o paralelo

*Baseado em testes de laboratório realizados até 2004 e levantamento de campo.

Promoção
"A base de TROCA"

Sua peça usada vale desconto na Haldex

12% de desconto.

Comprando Ajustador Automático de Freios Haldex pelo sistema a base de troca, você tem **12% de desconto** trazendo seu ajustador usado de qualquer marca.

O Ajustador Automático de Freio será correspondente ao código da peça usada enviada. Para ganhar o bônus, é necessário que sua peça usada seja encaminhada ao seu revendedor Haldex.

Códigos válidos para a promoção:
70954HB, 72059HB, 72060HB
72061HB, 72949HB, 72950HB
72660HB, 72661HB, 79186HB
79274S, 79442HB, 79443HB

Promoção válida até 30/12/05.

Para maiores informações consulte nossa rede revendedora ou veja regulamento no site.

IMAGEM ILUSTRATIVA



Brasil, exportador de fábrica de ônibus

Após a Marcopolo, Busscar e Comil se instalarem no exterior, chegou a vez da internacionalização da Neobus, encarroçadora gaúcha que decidiu fincar raízes na Argélia, país africano e ex-colônia francesa que tem se desenvolvido bastante graças à alta dos preços do petróleo, do qual é grande produtor.

A internacionalização é o caminho natural de empresas que buscam espaços para sobreviver e consolidar o crescimento. Organizações européias e americanas, sobretudo, estão espalhadas pelo mundo afora há várias décadas. O Brasil sempre foi grande hospedeiro de empresas estrangeiras. No setor automotivo, por exemplo, quase todas as marcas mundiais estão aqui. E não sem razão: afinal, somos colocados entre os dez maiores mercados do planeta, temos ainda por crescer e, especificamente em ônibus e caminhões, estamos seguramente na lista dos cinco grandes.

A tradição de hospedeiro de empresas estrangeiras, no entanto, não inibiu avanços de alguns setores nacionais, que buscam se instalar em outros países. É o caso da indústria madura, forte e competitiva de carrocerias e, também, dos fabricantes de chassis de ônibus, caso da Volkswagen. Parece estranho relacionar Volkswagen como nacional. Se a origem for o capital, certamente é empresa alemã, mas se a análise for a operação de ônibus que mantém no México, por exemplo, é correto afirmar que é um negócio incubado no Brasil. Afinal, foi aqui que a empresa nasceu em veículos comerciais e é em São Bernardo do Campo, na Grande São Paulo, que outra marca alemã, a Mercedes-Benz, mantém um dos seus maiores negócios de ônibus e onde abriga o centro mundial de desenvolvimento de chassis.

O ônibus brasileiro vai bem no México e em países emergentes por sua apropriação às condições de infra-estrutura desses países. A internacionalização de fábricas brasileiras é um fato, portanto, natural, que não surpreende. O Brasil hoje está entre os maiores produtores de ônibus do mundo e, para manter essa escala, precisa descobrir novos mercados. A fixação de fábricas locais ajuda a reforçar os laços e a garantir perenidade à parceria.

A globalização é um fenômeno irreversível, que premia competências, estimula vocações e, satisfeitas tais premissas, cria centros de referência. Nesse contexto, o Brasil – pelo grande mercado interno que dispõe – conquistou posição de vanguarda no mapa mundial da produção e, agora, de exportador de fábricas de ônibus.

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

REDAÇÃO

Editor

Eduardo Alberto Chau Ribeiro
ecribeiro@otmeditora.com.br

Colaboradores

Sonia Crespo
soniacrespo@otmeditora.com.br

Aline Feltrin
alinefeltrin@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

CIRCULAÇÃO

Tania Nascimento
tania@otmeditora.com.br

Representante Paraná e Santa Catarina
Gilberto A. Paulin
Tel.: (41) 3027-5565
spala@spalamkt.com.br

Tiragem
8.000 exemplares

Assinatura Anual: R\$ 120,00 (seis edições e três 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.

Circula no mês subsequente ao de capa.

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. 702
Campo Belo
CEP 04604-006 - São Paulo, SP
Tel./Fax: (11) 5096-8104 (sequencial)

Atendimento ao assinante:
0800 702 8104

otmeditora@otmeditora.com.br

Filiada a:



Sumário

SERVIÇOS Real Norte atrai passageiros com atendimento VIP e monitoramento para aumentar a segurança	8
MERCEDES-BENZ Montadora introduz dois modelos leves com motor mecânico para não se desgarrar da liderança	12
IVECO Após cinco anos de produção em Sete Lagoas, a fabricante consolida posição em veículos comerciais	14
MERCADO As indústrias de chassis de ônibus vão fechar o ano com produção recorde acima de 34 mil unidades	16
CARROCERIAS Induscar-Caio lança o rodoviário Giro 3200 e o micro Foz mais espaçoso	18
Busscar entrega ao Projeto Transantiago mais 88 articulados sob medida	20
Neobus apresenta versão da carroceria urbana Mega com novo design	23
Mascarello mostra o GranFlex, para fretamento e transporte intermunicipal	24
MAIORES E MELHORES DO TRANSPORTE Evento de premiação das empresas vencedoras reúne 500 empresários do setor	26
MICHELIN A fabricante sediada na cidade do Rio de Janeiro lança pneu mais durável para ônibus urbanos	28
PIRELLI Novos pneus da marca chegam para rodar em estradas bem pavimentadas, com custo operacional menor	32
URBANO Sistema de transporte de Florianópolis passa por reestruturação para melhorar o serviço	34
BILHETE ÚNICO EMTU introduz sistema para o usuário viajar em ônibus, metrô e ferrovia com uma única passagem	36
BILHETAGEM ELETRÔNICA Produta começa a implantar integração no transporte da Grande São Paulo	38
Tacom estende bilhetagem ao trem metropolitano de Belo Horizonte	40
AUTOMAÇÃO Operadora mineira adota sistema de venda automática de passagens para aumentar produtividade	42
DEBATE Empresários do setor de fretamento debatem em encontro nacional a ética nos serviços	44
RODOVIÁRIO Viação Cometa dribla o mercado de transporte rodoviário contido com uma gestão financeira eficiente	46
METROPOLITANO Viação Urbana investe em qualidade de serviços e mão-de-obra qualificada para recuperar passageiros	48
FRETAMENTO Três Amigos registra vigoroso crescimento, com a renovação de contratos de grandes clientes	50
PINTURA DE FROTA Viação Garcia e Viação Via Ouro foram as vencedoras do 37º Concurso de Pintura de Frota	52
MOTORES MWM-Internacional anuncia resultados superiores às expectativas após a fusão das duas empresas	54
AÇÃO SOCIAL Itapemirim leva cultura às áreas carentes em ônibus-biblioteca equipado com sistema de áudio e vídeo	58

SEÇÕES

Editorial **5** - Panorama **56** - Custos Operacionais **57**



“Mais de 300.000 passageiros circulam por aqui todo dia.
Por isso, eu não brinco em serviço: tenho chassis Mercedes-Benz na minha frota.”

José Paulo Garcia Pedriali - Viação Garcia



Mercedes-Benz, marca registrada do Grupo DaimlerChrysler.

Aqui tem durabilidade e confiança na marca.
Aqui tem chassis rodoviários O-500.



► Quem tem chassis rodoviários Mercedes-Benz tem muita estrada pela frente.

► São chassis resistentes e duráveis, pode comprovar. São chassis que oferecem conforto e um ótimo valor de revenda, pode aproveitar.
► E, para deixar você ainda mais satisfeito, a facilidade de manutenção é mais uma das qualidades da família O-500.

► Use os chassis rodoviários Mercedes-Benz na sua frota. Os passageiros sempre vão voltar. E ir. Voltar. E ir. Voltar. E ir.
► Para mais informações sobre estes chassis resistentes, acesse www.mercedes-benz.com.br ou ligue 0800 90 90 90.



Mercedes-Benz

Realeza no cerrado

Regiões Centro-Oeste e Norte ganham transporte de qualidade com a empresa Real Norte, que investe na ampliação da frota e no atendimento VIP

Sonia Crespo



Os ônibus receberam reforço na suspensão para enfrentar estradas precárias

AS LONGAS DISTÂNCIAS ENTRE AS CIDADES e as condições precárias das estradas brasileiras nas regiões Centro-Oeste e Norte servem de inspiração para que a empresa Real Norte Transportes procure cada vez mais oferecer soluções acessíveis e confortáveis aos seus passageiros. A partir de fevereiro de 2006, a empresa substituirá 40 ônibus na frota de 300 veículos por modelos novos, para atender melhor as linhas de média e longa distâncias, que passam por três ecossistemas brasileiros: o pantanal, o cerrado matogrossense e a floresta amazônica.

Da frota atual, 90% dos carros têm chassi Mercedes-Benz e carroceria Marcopolo. Rodrigo Paiva, diretor comercial da área de transporte rodoviário de passageiros, diz que as unidades que estão sendo adquiridas manterão essas mesmas características. A oficialização do negócio aguarda apenas a aprovação do financiamento para a aquisição. "A idéia é uniformizar toda a frota com chassis Mercedes, para facilitar a manutenção", explica. A empresa tem oficina própria em Cuiabá (MT).

A Real Norte, que também atua no transporte de cargas, pertence à Holding

Pinus S.A. Participações, controladora das empresas Floresta Transportes, de Rio Branco (AC), com frota de 150 veículos para transporte urbano, e da Real Expresso, que faz o transporte rodoviário entre os estados de Minas Gerais, São Paulo, Rio de Janeiro, Bahia e Goiás. Há dois anos em operação, o braço da Real Norte que opera com passageiros surgiu da junção das empresas Viação Acreana, do Acre, Viação Rondônia, de Rondônia, Colibri Transportes, de Mato Grosso, e Norte Maringá, também de Mato Grosso. "Como herdamos frotas relativamente obsoletas, estamos fazendo, aos poucos, a renovação dos carros", diz, revelando que em dois anos foram substituídos 30 carros por ônibus novos.

ROTAS MOVIMENTADAS — São 109 os destinos atendidos pela Real Norte, entre eles algumas cidades no Peru. A empresa faz, mensalmente, cerca de 8.100 viagens, percorrendo 1,5 milhão de quilômetros. As distâncias mais longas são entre Porto Velho (RO) e Colatina (ES), de 3.620 km, Cruzeiro do Sul (AC) e Cuiabá (MT), com 2.710 km, Cuiabá (MT) e Santarém (PA), de 1.780 km, e Cuiabá (MT) e Porto Velho (RO), de 1.467 km. Mas são apenas cinco as linhas mais rentáveis da empresa: Rio Branco (AC) para Porto Velho (RO), Porto Velho (RO) para Cuiabá (MT), Cuiabá (MT) para Sinop (MT), Cuiabá (MT) para Alta Floresta (MT) e Cuiabá (MT) para Santarém (PA). "Juntas, estas linhas somam 40% do faturamento da empresa", contabiliza Paiva. O executivo estima que, por ano, sejam transportados 3,5 milhões de passageiros.

Para enfrentar as condições adversas desses trajetos, os ônibus ganham reforço na suspensão, pneus especiais e manutenção permanente, em curtos períodos de tempo. "A maioria dos chassis, com motor dianteiro, já é própria para essas



Sala VIP da Real Norte em Cuiabá possui até carrinho elétrico para transportar idosos para a porta do ônibus

viagens em terrenos irregulares", acrescenta Paiva. Ele diz que a empresa tem concentrado investimentos na formação de motoristas, com cursos de direção defensiva e direção específica por terra. "Isso ajuda muito no controle da manutenção. Hoje temos um índice muito baixo de acidentes e de quebra de veículos".

Paiva diz que as estradas da região Centro-Oeste vêm recebendo bastante atenção do governo federal, devido ao crescimento do agronegócio. No entanto, ele lamenta que haja excesso de caminhões trafegando por elas. "As estruturas não comportam tantos veículos e acabam por ficar deterioradas rapidamente", avalia. No entanto, ele salienta uma melhora nas viagens da Real Norte: "De dois anos para cá, os trajetos por terra diminuíram sensivelmente". Com isso, ganha-se em velocidade média, sempre dentro do limite permitido.

CÂMERAS DE VIGILÂNCIA – A empresa também está investindo em itens de segurança. Quarenta ônibus da frota já

têm instaladas, cada um, três câmeras de monitoramento, que transmitem as imagens captadas para a central da empresa em Cuiabá, permitindo uma melhora no desempenho das operações.



Paiva: número de usuários cresceu 25% em dois anos

Uma das câmeras mostra a estrada e possibilita a visualização de problemas de tráfego durante o percurso. "A informação é passada para os motoristas que vão fazer o mesmo trajeto", explica Paiva. Uma outra câmera fica focada no motorista, acompanhando seu desempenho. O executivo lembra que o sistema vem ajudando a detectar muitas irregularidades cometidas pelos motoristas, que, se necessário, são advertidos ou até dispensados. A terceira câmera mostra o interior do ônibus, inibindo ações indevidas cometidas pelos próprios passageiros, como o assédio, por exemplo. "São cuidados que reforçam a segurança no transporte", destaca, ainda que a empresa, desde o início, não tenha detectado nenhum assalto.

Além das dificuldades enfrentadas com

a infra-estrutura precária característica das regiões onde opera, a Real Norte também convive com o fantasma do aumento de óleo diesel: "Acabamos arcanado com esse custo, que encareceria o preço da passagem", conta. Mas, ainda assim, a empresa mostra que sabe fazer bons cálculos de custo-benefício: em dois anos de atividades, o fluxo de passageiros aumentou 25%. Paiva diz que é resultado das melhorias na prestação de serviços. Uma delas é a implantação de 26 salas VIP nos estados onde atua, que chegarão a 35 até o final de 2006.

"Estes locais representam 80% do movimento de passageiros", comenta. São ambientes com vidro blindado, ar-condicionado, água, café, TV, DVD e Internet, onde também são comercializadas passagens. Na sala VIP de Cuiabá existe ainda um carrinho elétrico – do tipo usado nos campos de golfe – que faz até oito viagens por dia, transportando passageiros idosos ou com deficiência desde a sala VIP até a porta dos ônibus.

Paiva conta que a Real Norte, a partir de janeiro de 2006, implantará o Programa Fidelidade, sistema de pontuação semelhante ao utilizado pelas empresas aéreas, que permitirá a troca por bonés, camisetas e até passagens.

IRIZAR

O Rodoviário de Luxo 6 Estrelas
Segurança, Conforto, Design, Economia, Qualidade e Garantia

Um veículo de última geração, ideal para ser utilizado em linhas regulares de médias e longas distâncias, que evidencia também suas características para o turismo.

Criamos um veículo de acordo com as necessidades de nossos clientes, pois uma viagem confortável se traduz em clientes satisfeitos. Por isso, para nós, todo detalhe é importante.







Mercedes-Benz tem novas opções nos leves

AS VENDAS DE MINIÔNIBUS DE 6 TONELADAS e as de microônibus de 8 toneladas mantiveram-se estáveis nos últimos cinco anos e a Mercedes-Benz detém uma participação acima de 50% no segmento, que representa entre 35% e 40% do mercado total de 16.300 unidades previstas para este ano. A montadora também lide-

ra as vendas nos ônibus acima de 8 toneladas, com 54% de participação, e na categoria de modelos rodoviários, com 48% de fatia de mercado.

Com o objetivo de manter a liderança, a Mercedes-Benz lançou o miniônibus LO 712 e o microônibus LO 812, com motores mecânicos que atendem à nova legisla-

ção de emissões. O motor que equipa os modelos é o OM 364 LA, de 110 cv de potência a 2.200 rpm e torque de 47 mkgf a 1.400 rpm, o maior nessas categorias de veículos, o que garante a agilidade e uma boa capacidade de subida.

"Estamos aproveitando essa atualização de motorização e agregando outros



Mini LO 712 e micro LO 812 recebem motorização mecânica para atender principalmente a autônomos e frotistas que têm longas jornadas de operação

aprimoramentos para tornar os modelos ainda mais eficientes e rentáveis para os transportadores", declara Gilson Mansur, diretor de Vendas para o Mercado Interno da DaimlerChrysler.

Os dois novos produtos oferecem diversas possibilidades de configurações de assentos. O LO 712, com entre-eixos de

O miniônibus LO 712 (à esq.) e o microônibus LO 812 (abaixo) oferecem grande variedade de configurações de assentos



3,7 metros, permite a montagem de carrocerias de até 7 metros de comprimento, com uma ou duas portas, e largura de carroceria entre 2,1 metros e 2,2 metros. Entre as possibilidades de configurações de assentos estão a de 25 lugares na aplicação urbana; a de 16 lugares na versão rodoviária; e 30 lugares no transporte escolar, além do motorista. O peso bruto total do LO 712 é de 7.050 quilos.

O LO 812, com entre-eixos de 4,25 metros, pode receber carrocerias de até 8 metros de comprimento, com uma ou duas portas, e largura entre 2,2 metros e 2,35 metros. No transporte urbano de passageiros leva até 29 pessoas sentadas, no caso de modelo com uma porta, ou 27 pessoas sentadas na versão com duas portas. No transporte rodoviário permite a configuração de 25 lugares e, no escolar, 35 lugares, além do motorista. Seu peso bruto total é de 7.700 quilos.

O novo câmbio Eaton de cinco marchas que equipa os dois veículos oferece engate fácil de marchas e a direção ZF também exige reduzido esforço para manobras, segundo a empresa.

Nos dois chassis, o motorista fica bem localizado em relação à porta de entrada do veículo, devido ao posicionamento do motor e do eixo dianteiro. Isso resulta em

melhor ergonomia, com mais conforto para a cobrança de passagens e maior facilidade de acesso ao posto de direção. Os chassis podem receber todas as marcas de carrocerias disponíveis no mercado.

Os dois modelos são indicados para transportadores autônomos e frotistas que atuam no transporte de passageiros nos grandes centros urbanos, além de transporte escolar, fretamento e rodoviário de curtas distâncias. Segundo a montadora, servem especialmente para os autônomos que precisam colocar seus veículos em operação até 16 horas por dia. "Por este motivo, precisam contar com veículos que suportem o trânsito severo das cidades, que ofereçam manutenção rápida e que não necessitem de paradas longas na oficina, como é o caso dos novos chassis da marca", afirma Curt Axthelm, gerente de Marketing de Ônibus da DaimlerChrysler.

Conforme pesquisa realizada pela montadora, os principais fatores na decisão de compra de veículos são: marca, segurança e preço. Os autônomos e cooperados, que estão migrando das vans para modelos maiores, representam 63% dos clientes de miniônibus e 30% dos de microônibus.

A linha de chassis de ônibus Mercedes-Benz engloba 13 modelos, incluindo minis, micros, modelos urbanos e rodoviários. ■

Cinco anos de produção em Sete Lagoas

A fábrica mineira da Iveco Fiat consumiu investimento acumulado de R\$ 1 bilhão e produziu mais de 53 mil veículos comerciais



Unidade industrial deverá produzir 16 mil veículos neste ano, 9,5% mais que em 2004

INAUGURADA EM NOVEMBRO DE 2000, a fábrica da Iveco instalada em Sete Lagoas (MG) produziu mais de 53 mil veículos comerciais ao fim de cinco anos de atividades. É uma joint-venture entre a Iveco e a Fiat, ambas do grupo Fiat, e consumiu investimento acumulado de R\$ 1 bilhão e é a única operação industrial em que as duas empresas operam em conjunto em todo o mundo.

"É um modelo de cooperação industrial pensado para o Brasil e que vem dando muito certo. Vamos continuar a investir em Sete Lagoas para gerar empregos e desenvolvimento para a cidade e o esta-

do", afirma Cledorvino Belini, presidente da Fiat do Brasil.

A fábrica, com 90 mil m² de área construída, produz 83 versões de veículos com diferentes aplicações e capacidades de carga. São 33 versões do veículo Iveco Daily, 46 versões do comercial leve Fiat Ducato, além de caminhões Iveco. Os modelos leves são montados em linhas de produção paralelas, mas compartilham a mesma cabine de pintura.

"Em Sete Lagoas são produzidos 47% de todos os veículos de três a seis toneladas vendidos no Brasil, seja para o transporte de passageiros ou para o transpor-

te de carga", informa Angel Fiorito, diretor industrial da Iveco Fiat.

A planta de Sete Lagoas produz uma média de 68 veículos por dia e movimentou o total de cerca de 7 mil peças mensalmente. Para 2005, a montadora prevê a produção de 16 mil veículos, 9,5% acima do ano passado e o recorde até agora.

Na Iveco Fiat trabalham 1.410 pessoas, 40% acima da previsão original de 1.000 empregos anunciados na época da inauguração.

"Com nossa fábrica, atraímos para Sete Lagoas cinco novos fornecedores, além de outras 27 empresas que nos atendem internamente, dentro do complexo industrial, gerando negócios, divisas e mais empregos para o município", explica Jorge Garcia, presidente da Iveco.

Os veículos produzidos também são exportados para mais de dez países, principalmente na América Latina.

A unidade industrial atualmente produz o motor Sofin de 2.8 litros, que equipa os modelos Ducato e Daily, além de um motor de 14 litros exportado em pequena escala para a Argentina e Venezuela. Duas novas linhas de montagem de motores diesel eletrônicos para caminhões estão sendo inauguradas em novembro. A Iveco Motores deverá encerrar 2005 com a produção acima de 19.500 unidades, cerca de 11,5% a mais que em 2004. ■

Unimos forças para trazer mais vantagem ao seu negócio.

A MWM e a International são hoje uma só organização: a **MWM-International Motores**. Líder mundial em tecnologia de motores diesel e atuando em mais de 30 países, a MWM-International oferece a maior e melhor linha de motores de 2.5L a 9.3L, com a mais alta qualidade, excelente performance, a melhor tecnologia e respeito ao meio ambiente. A união de duas marcas fortes, que resulta em maiores benefícios para seu negócio.

MWM**INTERNATIONAL**
Motores

www.mwm-international.com.br

LIDERANÇA E PERFORMANCE EM MOTORES DIESEL.

Produção recorde neste ano

A produção de ônibus em 2005, mesmo com o ano não terminado, já é recorde de todos os tempos. O ritmo foi puxado pelas aquecidas vendas externas, que pela primeira vez superaram as vendas domésticas

NUNCA O BRASIL PRODUZIU TANTO ÔNIBUS como em 2005. O recorde foi conseguido em apenas dez meses. O placar de janeiro a outubro apontava produção de 30.744 chassis de ônibus, crescimento de 28,1% sobre igual período de 2004, com volume de 23.999 unidades.

O ano de 2005 deverá fechar na casa de 34 mil a 35 mil ônibus produzidos, muito acima do maior resultado anterior, registrado em 2004, com 28.758 unidades.

As exportações puxaram o excelente desempenho. Até outubro haviam sido embarcados 16.044 chassis de ônibus, crescimento espetacular de 68,7% sobre mesmo período de 2004, com 9.508 unidades.

Nos dez meses de 2005 a indústria brasileira de ônibus exportou um volume que nunca antes havia embarcado para o exterior. O melhor resultado até então foi no ano passado, quando, em 12 meses, foram exportados 12.944 chassis.

Fato inédito, as exportações estão maiores que os licenciamentos de ônibus. De janeiro a outubro foram emplacadas 12.358 unidades — queda de 9,1% quando comparadas com igual período de 2004, com 14.358 unidades.

Mesmo com uma taxa de câmbio do real fortalecida em relação ao dólar, o Brasil exportou com vigor em 2005, fato

que teve algumas explicações. Uma delas foi a venda de 1,7 mil ônibus Volvo para o Projeto Transantiago, plano de revitalização do trânsito e do transporte em Santiago, a capital do Chile. Outro grande impulso foi dado pela Mercedes-Benz, maior exportadora nacional de ônibus, cujos embarques vão atingir 12 mil unidades, 50% acima do seu melhor resultado anterior, obtido em 2004, com pouco mais de 8 mil ônibus.

Se é fato que o câmbio não foi dos mais favoráveis, é sabido que o Brasil, por figurar entre os maiores produtores mundiais de ônibus, tem uma escala que possibilita preços internacionais competitivos. Outra vantagem do País é oferecer uma gama de produtos reforçada, condição necessária para atender às difíceis condições de ruas e estradas brasileiras. Assim, ao reforçar seus produtos para suprir uma característica nacional, a indústria de ônibus consegue satisfazer países que

também enfrentam deficiências de infraestrutura viária.

Se as exportações correram bem, as vendas internas de 2005 (licenciamentos) não tiveram um bom ano se cotejado com 2004, quando em 12 meses foram vendidas 17.652 unidades, recorde de todos os tempos, superando 1995, com 17.368 unidades, até então o maior volume apurado desde 1957 pelos registros da Anfavea, associação que reúne o setor automotivo.

Para 2006, ano de eleições para governadores e presidente da República, é de se esperar vendas mais aquecidas pelo esforço que em geral nesses períodos fazem as empresas para renovar suas frotas e, com isso, melhorar a performance dos serviços.

Ressalte-se, ainda, que a partir do ano 2000, as vendas de chassis de ônibus subiram para um patamar de 16 mil unidades anuais, ante 13 mil unidades anuais na década de 90. Nos anos 90 houve o

fenômeno da invasão das peruas no sistema regulamentado de ônibus, fato que provocou muita confusão, perda de receita, com reflexos na renovação da frota. Com a regulamentação do serviço alternativo em muitas cidades, o perueiro passou a comprar ônibus, pequenos, principalmente, refletindo-se no aumento de demanda. ■

MELHORES ANOS			
da indústria de chassis de ônibus (em unidades)			
	Produção	Vendas	Exportações
	2005* 30.744	2004 17.652	2005* 16.044
	2004 28.758	1995 17.368	2004 12.944
	2003 26.990	1991 16.865	2003 9.320
	1992 24.286	2002 16.592	1992 9.176
	2001 23.163	2001 16.578	1994 8.284
	1991 23.012	2000 16.439	1993 7.953
			1997 7.075

* até outubro

COM O CITBUS, A EVOLUÇÃO DO TRANSPORTE PÚBLICO NUNCA TEM UM PONTO FINAL.



EM BH, O SISTEMA DE BILHETAGEM INTELIGENTE INTEGRA AGORA, ALÉM DOS ÔNIBUS E DOS SUPLEMENTARES, O METRÔ.

O CITbus, sistema de bilhetagem inteligente da TACOM, que já integrava os ônibus convencionais e suplementares de Belo Horizonte, agora integra também o metrô com um só cartão. Mais um grande passo para o transporte público da cidade, que pode contar com os diferenciais que só o CITbus oferece, como a integração temporal aberta seqüenciada em dois níveis com múltiplos complementos tarifários. Um sistema mais justo e seguro, que beneficia tanto a população quanto os operadores do transporte. Com CITbus é assim: todo mundo sai ganhando.

CITbus
Controlador Inteligente de Transporte

TACOM
www.tacom.com.br



Giro 3200: ideal para fretamento e viagens de curta distância

Micro e rodoviário na medida certa

Empresa lança o Giro 3200, o "popular" dos rodoviários, e o Foz, um micro com novo design e corredor mais largo, dois produtos que atendem a demandas específicas do mercado

DUAS CARROCERIAS, O RODOVIÁRIO GIRO 3200 e o micro Foz são as novidades que a Caio-Induscar apresenta para atender a um comprador que busca flexibilidade operacional.

Assim, a família Giro ganha mais uma versão, além dos já lançados 3400 e 3600. "O 3200 é mais barato, com acabamento menos sofisticado", diz o diretor industrial da empresa, Maurício Lourenço da Cunha. "É um carro para fretamento ou rodoviário de curtas distâncias, um produto dirigido a um cliente que busca pre-

ço, que no máximo vai querer um sanitário". O 3200 vem para concorrer com as carrocerias Andare Class, da Marcopolo, El Buss, da Busscar, e Versatile, da Comil.

Já o micro Foz tem como características principais novo design e o corredor mais largo que seu antecessor, o Piccolo. O corredor foi para 2,40 metros, ante 2,25 metros. Trata-se de um produto destinado a turismo, serviços executivos ou mesmo operações urbanas. O novo micro reúne características exigidas pelo mercado, segundo Lourenço da Cunha. Tem mais espaço e um

design clean. O objetivo, além de atender o passageiro, é oferecer um carro que facilite serviços de manutenção e limpeza, diz ele.

Os dois carros chegam ao mercado em 2006 e, além do âmbito doméstico, serão destinados ao exterior. O diretor da Caio observa que o micro Foz tem aceitação em certos países da América do Sul e África, por exemplo, onde o micro é o padrão de ônibus mais utilizado.

A Induscar programou fechar 2005 com cerca de 5,8 mil carrocerias produzidas. É o seu melhor resultado desde que o grupo



Detalhes internos do Giro 3200: busca pela flexibilidade operacional.



O micro Foz, com novo design, é destinado para operações urbanas, turismo e serviços executivos

controlador assumiu a marca Caio em 2001.

O volume foi bastante estimulado pela exportação, principalmente o pedido do Projeto Transantiago, do Chile. Nos anos anteriores a Caio vinha trabalhando com um ritmo de 10% a 15% de exportação. Em 2005 fechará com parcela de 25% a 30%.

A empresa, instalada em Botucatu (SP), que renovou seu contrato de arrendamento da fábrica e da marca, vem operando com um quadro de 2,4 mil funcionários, uma parte temporária. Para 2006 o ritmo previsto está ao redor de 5 mil carrocerias produzidas. "Temos capacidade para mais", afirma Lourenço da Cunha.

Desde que os novos sócios – três deles com 85% de participação – assumiram a operação da Caio, em 2001, a empresa tem investido em maquinários, dispositivos e equipamentos.

Alem de carros montados destinados ao mercado brasileiro e exportação, a Induscar-Caio começa em 2006 uma operação internacional na África do Sul, para onde mandará carrocerias em partes para serem montadas pelo parceiro africano, a Bussmark. "Queremos esgotar ao máximo esse tipo de experiência antes de instalarmos uma operação própria internacional", comenta Lourenço da Cunha. "Tudo que fazemos pela empresa são opções que não são guiadas pela vaidade, até porque estamos firmes no propósito de tornar a empresa duradoura, perene".

O mercado sul-africano de ônibus, segundo Lourenço da Cunha, está em torno de 1,5 mil carrocerias por ano. "Prendemos, com a Bussmark, fazer 150 unidades por ano, ou seja, ocupar de início 10% do mercado. Na África do Sul, segundo



ele, uma das características é ônibus de 13 metros de comprimento, urbano, que utiliza um chassi OF 1730, Mercedes-Benz. "É um veículo para 62 passageiros sentados. Para isso, além de comprido, tem corredores mais largos, de 2,60 metros", explica o executivo. ■



No Busscar Urbanuss Articulado que circula no sistema Transantiago o radiador está instalado na parte superior frontal do veículo

Articulado exclusivo

Busscar produz remessa exclusiva de 221 ônibus articulados para atender ao sistema Transantiago, na capital chilena

AO COMPLETAR 59 ANOS DE ATIVIDADES, a Busscar Ônibus entregou para o projeto Transantiago – sistema de corredores urbanos inaugurado em outubro último em Santiago, a capital chilena – um novo modelo de ônibus articulado. Foram enviados pela Busscar 88 unidades Urbanuss Articulados Low Floor, montadas sobre chassi Volvo B9 SALF, que irão se somar às 133 unidades já entregues, num total de 221 unidades. A empresa recebeu a encomenda específica para produzir os veículos em julho deste ano. Os carros seguiram rodando em comboio em quatro lotes; o último saiu em outubro. As uni-

dades foram adquiridas pelas empresas Inversiones Alsacia e Express Santiago.

A Busscar desenvolveu um projeto totalmente novo e sob medida para as necessidades do sistema Transantiago. As questões de design externo e interno, layout do salão de passageiros e engenharia estrutural foram minuciosamente avaliadas pela equipe de desenvolvimento de produtos. De acordo com informações divulgadas pela encarregadora, os ônibus, que têm 18,79 metros de comprimento, apresentam algumas características diferenciadas, em relação aos articulados produzidos para o mercado doméstico. Uma

delas é a altura total: o veículo é 30 centímetros mais baixo. Outro detalhe específico é a posição do motor, disposto na lateral do chassi. Também colocado em local inusitado, o radiador foi instalado na parte superior frontal do veículo.

A encarregadora salienta que o articulado produzido para o sistema de transporte urbano Transantiago é mais leve, o que proporciona melhor rendimento geral e mais economia de combustível. A capacidade para transportar 164 passageiros extrapolou a determinação das normas do projeto, que definia como capacidade mínima 160 passageiros. ■



*A vida
passa lá fora.
A vida
segue aqui
dentro.*

Proteger o bem mais precioso de um ser humano: a sua vida. Esse é o trabalho que a Vidroforte - maior beneficiadora de vidros do sul do país - realiza quando coloca materiais de primeira linha, tecnologia de ponta e um rígido controle de qualidade na produção de pára-brisas e janelas para a linha automotiva.

TEMPLEX[®]
Pára-brisas



VIDROFORTE[®]

CURSOS TÉCNICOS, FERRAMENTAS PARA GESTÃO DE NEGÓCIOS.

A Editora OTM oferece três grandes oportunidades para todos profissionais da área de transporte. Os cursos, **Cálculo de Custos Operacionais de Veículos**, **Logística na Manutenção de Frotas** e **Planejamento na Formação de Frotas** são ferramentas indispensáveis para empresários, gerentes e outros profissionais envolvidos na gestão, operação e manutenção de frotas que buscam aumentar sua competitividade e lucros de suas empresas.

Março 2006

CÁLCULO DE CUSTOS OPERACIONAIS DE VEÍCULOS

Este curso irá preparar e capacitar os participantes para que possam calcular e administrar de forma eficaz os custos operacionais, buscando aumentar a competitividade e os lucros da empresa.

Programa

1. Custos Operacionais de Veículos
 - 1.1 - Classificação dos custos
 - 1.2 - Método de cálculo para custos fixos
 - 1.3 - Método de cálculo para custos variáveis
 - 1.4 - Administração dos custos operacionais
 - 1.5 - Fatores que influenciam na variação dos custos
 - 1.6 - Planilhas de cálculo de custos operacionais de veículos
 - 1.7 - Sistemas de controle, relatórios gerenciais
2. - Apresentação de software para cálculo de custos operacionais.

Nota: Os participantes deverão trazer calculadora para execução de exercícios.

Carga Horária: 8 Horas

Valor da inscrição: R\$ 300,00

Agenda: Início	8h30
Coffee Break	10h00 - 11h15
Almoço	12h00 - 13h00
Coffee break	15h00 - 15h15
Término	17h30

Março 2006

LOGÍSTICA NA MANUTENÇÃO DE FROTA DE VEÍCULOS

Programa:

1. - **Manutenção de frota de veículos**
 - 1.1 - Definição de manutenção e objetivos de um plano de manutenção
 - 1.2 - Sistema de manutenção
 - 1.2.1 - Manutenção de operação
 - 1.2.2 - Manutenção preventiva, corretiva, reforma geral
 - 1.3 - Diretrizes de um plano de manutenção
2. - **Oficinas de manutenção**
 - 2.1 - Manutenção terceirizada
 - 2.2 - Manutenção própria - aspectos relevantes
 - 2.3 - Análise comparativa entre alternativas
3. - **Balanceamento econômico do sistema de manutenção**
4. - **Custos de oficinas de manutenção**
5. - **Dimensionamento de pessoal operacional de oficina.**

Carga Horária: 8 Horas

Valor da inscrição: R\$ 300,00

Agenda: Início	8h30
Coffee Break	10h00 - 11h15
Almoço	12h00 - 13h00
Coffee break	15h00 - 15h15
Término	17h30

Março 2006

PLANEJAMENTO NA FORMAÇÃO DE FROTA DE VEÍCULOS

Programa:

1. - **Planejamento de frota**
 - 1.1 - Política de renovação de frota
 - 1.1.1 - Aspectos teóricos/conceituais de modelo
 - 1.1.2 - Aspectos metodológicos
 - 1.1.3 - Aspectos operacionais
 - 1.1.4 - Aplicação prática de modelo
2. - **Dimensionamento de frota**
3. - **Adequação de frota**
4. - **Frota própria x frota contratada**

Valor da inscrição: R\$ 300,00

Agenda: Início	8h30
Coffee Break	10h00 - 11h15
Almoço	12h00 - 13h00
Coffee break	15h00 - 15h15
Término	17h30

O Instrutor:



Eng. Piero Di Sora - Técnico em máquinas e motores pela Escola Técnica Federal de São Paulo; engenheiro industrial mecânico pela Pontifícia Universidade Católica; especialista em treinamento gerencial na área de Administração de Transporte; coordenador do Sub-Comitê de Transportes (por 5 anos) e do Comitê de Gestão Empresarial da Eletrobras, ex-superintendente de Transporte e Serviços da Eletropaulo. Experiência de mais de 25 anos na área de transporte; instrutor e consultor em nível nacional de empresas públicas, privadas de pequeno, médio e grande portes e multinacionais.

Público:

Empresários, gerentes, supervisores, encarregados e demais profissionais envolvidos com a gestão, operação e manutenção de frotas de veículos.

Local:

Travel Inn Ibirapuera - Av. Borges Lagoa, 1209 - São Paulo - SP - Tel:11-5080.8600

ORGANIZAÇÃO:



Marcelo Fontana
promoções e eventos

REALIZAÇÃO:



INFORMAÇÕES:

11-5096.8104 / 08007028104
otmeditora@otmeditora.com.br
Departamento de Eventos



O Mega contemporâneo

Neobus lança nova versão do ônibus urbano Mega, que apresenta visual renovado e interior mais confortável

A SAN MARINO NEOBUS ESTÁ RENOVANDO a carroceria do modelo de ônibus ur-



No design externo, foram feitas mudanças principalmente nas sinaleiras traseiras

bano Mega. Potente e robusto, o veículo é ideal para trânsito intenso das grandes cidades e dispõe de vários diferenciais de conforto, como ar-condicionado multidirecional, além da resistência e do baixo custo de manutenção. O novo modelo traz modificações no design externo, principalmente nas sinaleiras traseiras, seguindo a tendência mundial da indústria automobilística, e maior conforto interno. Agora os faróis aparecem em posição vertical e facilitam a manutenção externa. A carroceria original do Mega foi totalmente remodelada e agora apresenta um design renovador.

O projeto do Mega 2006 faz prevalecer

O urbano Mega, ideal para trânsito intenso, oferece diferenciais de conforto, além de ser resistente e versátil

a resistência e a versatilidade. O design externo foi atualizado, com o volume total mais arredondado que a versão anterior. A geometria de linhas suaves, que criam um conjunto harmônico, dá destaque para a linha dos faróis verticalizados e lanternas traseiras em seqüência. De acordo com Adelir José Bosquete, gerente de Produção da encarroçadora, esta disposição das lanternas permite que a manutenção seja feita pela parte externa, evitando transtornos na lataria e simplificando a operação.

A grade dianteira tem maior abertura, além das melhorias dos demais componentes em geral. A largura externa é de 2.540 mm e a altura externa, 3.250 mm, enquanto a largura interna atinge 2.410 mm e a altura interna, 2.110 mm. Com relação ao comprimento, que pode ser de 8,8 metros a 29 metros do biarticulado, conforme a necessidade do cliente, é adequado às normas e respeita a capacidade técnica do chassi. Pode ser encarroçado em todas as configurações de chassis disponíveis no mercado, com motor dianteiro, traseiro ou entreeixos, low entry, low floor, articulado, biarticulado, híbrido, movido a gás natural e trólebus, explica o designer da San Marino Neobus, Leônidas Fleith.

No design interno, diz Fleith, as cores são mais atraentes e o ambiente gera uma sensação de leveza, conforto e segurança. O Mega tem capacidade para transportar 65 passageiros na versão normal e até 130 no modelo articulado.

De acordo com Adelir Bosquete, a produção do novo veículo começou em outubro passado, e atualmente é de cinco unidades por mês. A partir de 2006, o executivo estima que a produção passará a seis unidades/mês. A encarroçadora já contabiliza várias encomendas do modelo para mercados do Rio de Janeiro, São Paulo, Bahia, Minas Gerais e Rio Grande do Sul. ■

Chega o GranFlex, rodoviário flexível

Destinado ao serviço de fretamento e aplicações rodoviárias, de curtas e médias distâncias, o modelo é o quinto no portfólio da encarroçadora, instalada no Paraná em 2003



Projeto do rodoviário GranFlex

A MASCARELLO CARROCERIAS E ÔNIBUS, instalada em Cascavel, no oeste paranaense, está lançando a carroceria GranFlex, destinada ao mercado de fretamento e rodoviário de curta e média distâncias.

O modelo GranFlex, que marca a produção da carroceria de número 1.500 da empresa, pode ser instalada em chassis Volkswagen modelos 17210 OD, 17240 OT e 15180 OD. Ou seja, abrange motores na dianteira e na traseira. Equipa, também, chassis OF-1722, OF-1418 e OH-1420 da Mercedes-Benz e, ainda, Volvo B7R.

A carroceria GranFlex, que está disponível nos comprimentos de 11 m, 12 m e

12,80 m, foi projetada para receber ar-condicionado de teto.

Para os chassis com motor dianteiro, o bagageiro pode ser lateral, no entreixo, ou traseiro passante. No chassi de motor traseiro, o bagageiro é passante, posicionado no entreixo. Para todos os casos, a altura do bagageiro é de 815 mm.

Na versão estândar, o GranFlex vem sem ar-condicionado, com porta-pacotes sem iluminação e luz de leitura e teto de material Formidur com luminária central. Como opcional, pode ter ar-condicionado, sanitário na traseira e porta-pacotes com iluminação e porta-foco forrado.

O GranFlex é o quinto modelo no

portfólio de produtos da Mascarello. O primeiro foi a carroceria GranMini, seguida pela GranMicro. Para comemorar a unidade de número 500 foi lançada a GranVia. A milésima unidade produzida marcou o lançamento da GranMidi.

A Mascarello começou a produzir em meados de 2003. Terminou o ano com 250 unidades montadas, 10% para exportação. No ano seguinte produziu 604 unidades, com 18% para o mercado externo. Está fechando 2005 com volume de 850 carrocerias, 15% para o exterior. A previsão para 2006, segundo Jacel Duzanowski, diretor comercial, é produzir mil unidades, 20% destinados ao mercado externo. ■

PNEUS, O SEGUNDO MAIOR CUSTO DE UMA FROTA.

SUA CORRETA ADMINISTRAÇÃO FAZ A DIFERENÇA.

Em parceria com a Bandag, a editora OTM estará realizando o curso **GERENCIAMENTO DE PNEUS PARA FROTA**, abordando a importância da administração de um produto que hoje representa o segundo maior custo de uma frota.

O objetivo deste curso é preparar as pessoas envolvidas direta ou indiretamente em todos os processos de manutenção e operações de uma frota para que obtenham procedimentos corretos na sua administração.

OS TÓPICOS ABORDADOS

- 1 - Tipos de Pneus
- 2 - Nomenclaturas
- 3 - Pressão
- 4 - Carga
- 5 - Velocidade
- 6 - Montagem
- 7 - Identificação do Pneu na Frota
- 8 - Armazenagem
- 9 - Controle dos Pneus
- 10 - Legislação e Normas
- 11 - Reforma de Pneus
- 12 - Sistema de Gerenciamento

A AGENDA

8h00 - 8h30 Credenciamento
10h00 - 10h15 Coffee Break
12h00 - 13h00 Almoço
15h00 - 15h15 Coffee Break
17h30 Encerramento

PREÇO DE INSCRIÇÃO

R\$ 500,00
Consulte-nos. Preços especiais para participantes de outros temas, e para empresas com mais de 1 (um) participante.

O LOCAL

Travel Inn Ibirapuera
Av. Borges Lagoa, 1209
São Paulo - SP
(11) 5080-8600

A DATA

Maior de 2006

O INSTRUTOR



Antônio Carlos Pereira - Administrador de Empresas pelo IPEP - Instituto Paulista de Ensino e Pesquisa, atua como Gerente de Treinamento na Bandag do Brasil, com amplo conhecimento em treinamento voltado para o Gerenciamento de Pneus para Frotas.

INFORMAÇÕES GERAIS

Inclusos:

Material Didático, coffee break, almoço, estacionamento e certificação ao término do curso.

Formas de Pagamento:

Depósito Bancário:
Banco Sudameris - Agência 682
Conta Corrente 017163000-6.
Cartão de Crédito: Visa (Através

do número do seu cartão).
Cheque Nominal, no Local do evento.

Boleto Bancário
Emissão de Recibo mediante a apresentação do pagamento, através do fax - (11) 5096.8104.

Substituição:

O Titular da inscrição poderá

indicar outro profissional de sua empresa para substituí-lo, devendo informar por escrito. O não comparecimento do inscrito incorre na não devolução da taxa de inscrição.

Dados do Realizador:

OTM Editora Ltda. - Responsável pelas revistas Transporte Moderno

e Technibus.

Av. Vereador José Diniz, 3.300
Cj. 702 - Campo Belo
CEP 04604-006
São Paulo - SP
CNPJ. 02.671.890/0001-99
PABX (11) 5096.8104
0800.7028104

e-mail:
otmeditora@otmeditora.com.br

ORGANIZAÇÃO:



Marcelo Fontana
promoções e eventos

REALIZAÇÃO:



INFORMAÇÕES:

11-5096.8104 / 08007028104
otmeditora@otmeditora.com.br
Departamento de Eventos



Evento de premiação das empresas vencedoras realizado em São Paulo contou com a presença de 500 pessoas

Um prêmio para a competência

Solenidade de entrega do prêmio Maiores e Melhores do Transporte e Logística 2005 reuniu empresários e personalidades de todos os segmentos do transporte e homenageou a personalidade do ano

PELO DÉCIMO OITAVO ANO, O PRÊMIO DE as Maiores e Melhores do Transporte e Logística, concedido pela revista Transporte Moderno, foi entregue às empresas vencedoras, em evento realizado pela OTM Editora, que publica a revista bem como

Technibus, e por Marcelo Fontana Promoções e Eventos. A solenidade reuniu cerca de 500 empresários e autoridades de todos os segmentos do transporte para homenagear as premiadas e a Personalidade de Transporte do ano eleito pelos lei-

tores das revistas.

Na abertura da premiação, que aconteceu na Câmara Americana do Comércio (Amcham), na capital paulista, Marcelo Fontana, diretor das duas empresas organizadoras do evento, elogiou a efici-



Gustavo A. Porto Lima, diretor executivo da Viação Urbana



Jelson da Costa Antunes, diretor presidente da Viação Cometa



Romeu dos Santos, gerente comercial da Marcopolo



Heron Franco Manzini, diretor da Três Amigos



Marcelo Fontana, diretor da OTM Editora, anunciou novos projetos para o setor em 2006

ênica dos gestores das empresas de transporte, apesar dos fatores imponderáveis no setor. O resultado, acrescentou, está espelhado no desempenho econômico-financeiro corporativo. Marcelo Fontana fez um relato sucinto do trabalho do grupo editorial prestado ao setor de transporte e anunciou novos projetos para 2006, incluindo uma edição especial com as conclusões de uma pesquisa realizada por técnicos sobre projetos de transporte público das 45 maiores cidades brasileiras referente ao período de 2005 a 2008.

Na premiação, foram entregues 44 troféus no total: a melhor em cada modo de transporte e de logística; a melhor em cada segmento da indústria de transportes; e a melhor em cada segmento de serviços de transporte, além da Personalidade de Transporte de 2005, Newton Gibson Rodrigues, presidente da Associação Brasileira dos Transportadores de Carga (ABTC). Foram premiadas, também, as empresas vencedoras do 37º Concurso de Pintura de Frota nas categorias transporte urbano de passageiros, transporte rodoviário de passageiros e transporte de carga.

No setor de transporte de passageiros venceram as empresas: Viação Cometa, (transporte rodoviário de passageiros) Turismo Três Amigos (transporte de fretamento e turismo), Viação Urbana (transporte metropolitano de passageiros). Jelson da Costa Antunes, diretor presidente da Viação Cometa, Heron Franco Manzini, diretor da Três Amigos, Gustavo A. Porto Lima, diretor executivo da Viação

Urbana e recebem os troféus. No segmento carrocerias de ônibus, venceu a gaúcha Marcopolo, representada no evento por Romeu dos Santos, gerente comercial da empresa.

Nos outros modos de transporte as melhores foram: no foi a Gol Transporte Aéreos (transporte aéreo), a MRS Logística (transporte ferroviário de carga), Companhia Paulista de Trens Metropolitanos (transporte ferroviário de passageiros), Petrobrás Transporte-Transpetro (marítimo e fluvial), Empresa de Transportes Atlas (rodoviário de carga), Companhia Vale do Rio Doce (operador logístico).

Ao todo foram analisados balanços de cerca de 600 empresas. Para avaliar o desempenho foram levados em conta os seguintes quesitos: receita operacional líquida, patrimônio líquido, lucro líquido, liquidez corrente, endividamento geral, rentabilidade sobre a receita, rentabilidade sobre o patrimônio líquido, produtividade de capital e crescimento da receita. ■



Michelin lança pneu mais durável

Fabricante tem como meta equipar grande parte da frota brasileira de ônibus urbanos com o novo pneu, que apresenta menor velocidade de desgaste

A fabricante de pneus Michelin, de origem francesa, modificou sua tradicional descrição na divulgação de informações sobre a empresa ao abrir para a imprensa especializada em novembro as portas de sua fábrica brasileira, localizada no bairro de Campo Grande, zona oeste da cidade do Rio de Janeiro. Junto com o lançamento de um novo pneu, a intenção foi mostrar o processo de fabricação de pneus

e as modernas instalações industriais ambientadas em uma bonita área verde, revelando uma nova estratégia de marketing que, evidentemente, tem como principal alvo o cliente.

O grande lançamento da fabricante é o pneu Michelin X Pass XZU3 destinado ao transporte urbano de passageiros que, de acordo com a fabricante, oferece 35% a mais em quilometragem na primeira vida

de uso em comparação com o modelo anterior, o XZU2T. O novo produto é mais resistente a choques e perfurações na banda de rodagem e oferece maior resistência a agressões térmicas e sobrecarga na regiões dos talões bem como em desgaste na banda de rodagem graças ao "revolucionário desenho de escultura da banda de rodagem".

A soma destas características, segundo a Michelin, é uma grande economia para as empresas de ônibus que utilizam o novo pneu.

Além disso, o X Pass XZU3 tem maior área de contato e 2,5 milímetros a mais



Processo de fabricação de cada pneu, a partir da carcaça, demora 42 minutos

de profundidade em relação ao modelo anterior. Outras características que aumentam o rendimento incluem o composto específico da borracha utilizada na banda de rodagem, capaz de suportar melhor o atrito com o solo, o que reduz de modo significativo a velocidade de desgaste, uma das principais exigências em aplicações urbanas.

O X Pass XZU3 está disponível na dimensão 275/80 R22'5 e, em breve, nas dimensões 1000R20 e 295/80R22.5.

A Michelin acredita que, até o fim de 2007, o novo produto deverá equipar grande parte da frota brasileira de ônibus urbanos, aumentando a participação da fabricante no segmento, cuja frota atual é composta por 180 mil veículos, dos quais um terço roda com pneus da marca. Este segmento representa 16% do mercado brasileiro de pneus radiais

"O ônibus é e continuará a ser o meio de transporte mais utilizado tanto no Brasil como em toda a América do Sul. A Michelin desenvolveu este produto revolucionário para oferecer ao segmento um pneu até 35% mais econômico", afirma Maria Luiza Carvalho, geren-

te de Marketing de Pneus de Carga da empresa.

Dados levantados em 2005 pela equipe de pesquisa de mercado da Michelin mostram que, para 26% dos frotistas, o rendimento na primeira vida é o principal fator na decisão da escolha do pneu. O segundo, com 22%, é a marca. Em seguida vem o fator rendimento na vida da carcaça, com 18%. "O novo X Pass XZU3 atende aos atributos mais valorizados pelos frotistas", acrescenta a gerente de Marketing. No novo pneu, a primeira vida atinge 70 mil km, segundo a fabricante.

"A Michelin vai além de ser apenas fornecedora, mas é parceira no negócio do frotista. A fabricante colabora diretamente com essas empresas porque permanece focada em melhorar a produtividade e proporciona economia e pontualidade nas frotas", afirma Nour Bouhassoun, diretor comercial de

Pneus de Carga da Michelin. A produção do X Pass deverá atingir 15 mil unidades neste ano, e chegará a 56 mil unidades em 2006, segundo a empresa.

Com a durabilidade maior, o X Pass XZU3 também contribui para a preserva-

ção do meio ambiente. Devido ao seu melhor rendimento, tanto na primeira vida como em toda a vida útil da carcaça, os frotistas vão consumir menos pneus. A redução do consumo de pneus na frota representa economia em recursos de produção, como insumos e energia.

A preocupação com o meio ambiente da Michelin também está evidenciada na fábrica de Campo Grande, inaugurada em 1981 em uma área de 1,3 milhão de m² – 157 mil m² construídos –, onde foram instalados equipamentos para restringir a poluição, submetida a rigoroso controle. Os resultados das medidas adotadas são avaliados periodicamente em conjunto com a comunidade vizinha.

Essa fábrica, onde são produzidos pneus radiais de 17.5" a 22.5" (em 50 dimensões) e câmaras de ar para ônibus e caminhões, além de bandas de rodagem para recapagem, receberá US\$ 74 milhões de investimento nos próximos dois anos para aumentar sua capacidade produtiva para 1,6 milhão de unidades anuais.

Líder mundial no setor, a Michelin produz 200 milhões de pneus por ano em 75 unidades industriais, e fabrica até pneus para os ônibus espaciais da Nasa. Sua participação de mercado é de cerca de 20% e seus produtos são comercializados em 170 países. O Brasil é importante para a Michelin porque é o terceiro mercado mundial de pneus de carga, depois da China e Estados Unidos. ■



Michelin X Pass XZU3

Na Região
Metropolitana
de São Paulo
o sistema de
bilhetagem
eletrônica é

BOM

Bilhete Ônibus Metropolitano




 Bilhete Ônibus Metropolitano
 Bom é superar todos os desafios.

nº 59-8251586



ESPECIAL


 Bilhete Ônibus Metropolitano
 Uma vida de conquistas pela frente.

nº 59-8251586



ESCOLAR

Cas Medeiros
 54649-8

Acompanhante(s):
 Henrique Winterle
 749918
 Ron Rattay
 749918

Alves
 49-8


 Bilhete Ônibus Metropolitano
 Bom é aprender com os mais experientes.

nº 59-8251586



SÊNIOR

Clara da Graça Ramos
 08554649-8

VALE-TRANSPORTE

 Bilhete Ônibus Metropolitano

nº 59-8251586

BOM
 é ir ao trabalho com tranquilidade.

Feitos para deslizar

Novos modelos de pneus da Pirelli foram projetados especialmente para estradas nacionais e internacionais que apresentam boas condições

Aline Feltrin

COM O OBJETIVO DE ATENDER ÀS NECESSIDADES de empresas que fazem percursos menos severos, em estradas cujas condições são melhores, a Pirelli apresentou, em outubro, ao mercado nacional e internacional dois novos modelos: o TH 75 (trativo) e o FH 75 (direcional). Os pneus são indicados para ônibus e caminhões que transportam cargas sensíveis.

"No Brasil este nicho é correspondido a 10% do mercado e na América Latina representa cerca de 70%, como, por exemplo, Argentina, Uruguai e Chile", explica Eduardo Sacco, gerente de Marketing da Pirelli América Latina.

De acordo com o gerente, "em território nacional estes modelos são mais indicados para ser utilizados nas estradas de São Paulo e Rio Grande do Sul, que apresentam melhores condições de pavimentação".

"Ao produzir esses modelos, a Pirelli priorizou quatro aspectos essenciais para as empresas de transporte: menor custo por quilômetro, segurança, durabilidade e integridade da carga", explica Sacco.

O FH75 é um pneu radial metálico destinado a equipar eixos direcionais e livres de veículos de passageiros e de cargas que trafegam em longas distâncias, com velocidades elevadas e constantes, em rodovias com boa pavimentação. O TH 75 é metálico, destinado a equipar eixos de tração de veículos de transporte de cargas que trafegam em longas distâncias com velocidades elevadas e constantes.

Apesar de ser projetado para rodar em estradas bem pavimentadas, o FH 75 recebeu esforços protetores no fundo dos



Pneus Pirelli FH75 e TH75

sulcos que o protegem contra pedras. Isso porque os veículos que rodam neste segmento também estão sujeitos a trechos mal conservados.

Outra característica do FH 75 é sua banda de rodagem que é mais larga, o que, segundo a Pirelli, garante rendimento quilométrico de até 10% maior do que os pneus da geração anterior. Para aumentar ainda mais sua resistência à abrasão e ao desgaste, foram criados novos com-

postos para a banda de rodagem, que também favorecem a dissipação do calor.

"Isso garante a integridade à estrutura do pneu e melhora consideravelmente seu índice de reconstrução", diz Sacco.

Ambos os modelos estão disponíveis na medida 295/80R22.5. Conforme a Pirelli, no próximo ano, os consumidores encontrarão as medidas 275/80R22.5 para o FH75 e 305/75R24.5 para o FH75 e TH75. ■

Nossa especialidade: encurtar distâncias



Brasil, Chile, Costa Rica, Equador, Venezuela, Guatemala, Argentina e República Dominicana.

A mais nova indústria brasileira de ônibus é especialista em superação de metas e distâncias. Em apenas 2 anos, a **Mascarello Carrocerias e Ônibus** já alcançou a inédita marca das 1.000 unidades em circulação. Transportando e aproximando confortavelmente, Brasileiros, Chilenos, Costariquenhos, Equatorianos, Venezuelanos, Argentinos e Dominicanos.



www.mascarello.com.br

Mascarello Carrocerias e Ônibus

BR 277 - Km 598 - Distrito Industrial Albino Nicolau Schmidt - CEP: 85.804-200

Tel/Fax: + 55 (45) 3219-6000 - Cascavel - Paraná - Brasil



Mascarello

Aqui se produz a nova geração de ônibus do Brasil

Em busca da eficiência

Apesar dos problemas iniciais da implantação do sistema integrado, Florianópolis vem reestruturando o transporte coletivo para conquistar novos usuários

Aline Feltrin

Após dois anos de implantação do sistema integrado de transporte coletivo com bilhetagem eletrônica multitarifária, na cidade de Florianópolis, capital do estado de Santa Catarina, a demanda total de passageiros permaneceu a mesma até outubro deste ano, quando apresentou uma pequena evolução. "Fizemos várias reestruturações em algumas linhas da parte norte da cidade. Os itinerários foram readequados a novos horários e o índice de passageiros por quilômetro dos 1,2 registrado em 2004 foi para 1,4", explica Valter Tamagusko, chefe da divisão de pesquisas e projetos da Secretária Municipal do Transporte de Florianópolis.

Por mês, são transportados na cidade 5,2 milhões de passageiros mensais e, por dia, 220 mil. A frota total é de 472 veículos (circulante e reserva), entre microônibus, ônibus leve, ônibus pesado, ônibus articulado e biarticulado, além de veículos com ar-condicionado utilizados em linhas expressas e semi-expressas. A idade média da frota é de 6,49 anos.

Desde a adoção da integração, a Empresa 1, responsável pela consolidação do sistema, registrou mais de 200 mil cartões distribuídos com 404 validadores e 30 bloqueios, nos nove terminais e na frota de veículos.



O sistema de Florianópolis transporta 220 mil passageiros por dia

ta de veículos.

Na primeira fase do projeto, os cartões foram distribuídos para os estudantes, depois para funcionários em forma de vale-transporte, em seguida, o cartão cidadão e, por fim, o cartão turista. "Todos os usuários têm de se cadastrar no sistema, exceto o turista, mas este terá de pagar pelo cartão, no valor de R\$ 3, mais o crédito. A quantia é reembolsada ao turista na devolução do cartão, bem como os créditos que não utilizou", explica Tamagusko.

Além destes cartões, o sistema integrado de transporte multitarifário na capital catarinense oferece outras opções em bilhetagem eletrônica. O cartão para idosos acima de 65 anos (gratuito) e o cartão especial, também gratuito para o correio, portadores de deficiência física, fiscais do órgão gestor e oficiais de justiça. "O cartão especial para os funcionários do correio, por exemplo, é personalizado, com nome e foto do funcionário. Há apenas algumas restrições de horários.

Assim, este cartão só pode ser utilizado em horário comercial e de duas a quatro vezes ao dia", explica Tamagusko.

O sistema integrado de transporte em Florianópolis tem sua operação baseada nos nove terminais, cuja construção e operação foi delegada à iniciativa privada por meio de concessão. São sete terminais na parte insular e dois na parte continental do município. Em 1999, foi feita uma licitação para a construção e operação desses terminais. A inauguração ocorreu em agosto de 2003. O sistema de bilhetagem foi implantado pelas empresas operadoras em julho de 2003 e é operado por um consórcio formado pelas cinco empresas que integram o sistema de transporte municipal: Canavieiras, Emflour, Estrela, Insular e Transol. A Secretária Municipal do Transporte e o Sindicato das Empresas de Transporte Urbano de Passageiros da Grande Florianópolis (Setuf), são os responsáveis pelo gerenciamento dos terminais e do sistema de bilhetagem eletrônica multitarifária. Ao todo são 165 linhas na cidade.

Os recursos privados empregados na construção e manutenção dos terminais são remunerados por uma taxa de utilização dos terminais, paga pelas empresas operadoras e os valores são acrescidos na tarifa. A tarifa é cobrada sobre a viagem, considerando a partida do primeiro terminal de integração utilizado pelo veículo na execução do serviço.

A bilhetagem eletrônica propicia a coleta automática para todas as classes de usuários.

"O sistema integrado trouxe benefícios, pois deixaram de circular 200 ônibus



Na capital catarinense cinco operadoras cobrem 165 linhas de ônibus

nas principais vias da cidade. São menos veículos que trancam o trânsito", diz Tamagusko.

A experiência deste sistema destaca-se, também, pelo modelo de arrecadação, que é feito por um sistema tarifário estruturado por zonas – as regiões tarifárias diferenciadas na cidade. Cada região das sete regiões é constituída por uma combinação do tipo de ligação, da característica dos serviços e da área geográfica, como base em um ou mais terminais de integração. A remuneração de cada empresa é feita proporcionalmente a sua participação no valor da tarifa total paga pelo usuário beneficiário da integração. A distribuição das receitas entre as cinco empresas é realizada de acordo com as utilizações: se o passageiro entra em uma linha alimentadora e faz o pagamento nela, a receita fica para a empresa que opera a linha, ou se o passageiro utiliza mais de uma linha de diferentes regiões, ele paga o valor da maior tarifa e divide-se a receita proporcional pela tarifa de cada trecho.

SUPERANDO AS DIFICULDADES – A prefeitura de Florianópolis admite que

no início do sistema enfrentou muitos problemas. De acordo com o Setuf, o projeto previa uma redução de 20% da frota, o que proporcionaria o equilíbrio econômico do sistema devido à diminuição de funcionários. Entretanto, com a implantação do sistema, os usuários pressionaram para aumentar o quadro de horários das linhas alimentadoras e criar mais opções de linhas do sistema principal, o que acarretou um

aumento de 8% na quilometragem.

Em decorrência deste fato, e também para subsidiar o sistema, a prefeitura precisou elevar em 15,25% as tarifas, mas com as reclamações dos usuários, o ministério público aprovou um acréscimo de apenas 6,81%: "A tarifa aumentou porque na montagem desse sistema houve necessidade de comprar novos equipamentos. Passamos a utilizar 18 novos ônibus articulados, que custam R\$ 700 mil reais cada.", conta Tamagusko.

Apesar dos problemas enfrentados no sistema, Florianópolis busca com a experiência a mudança na política de tarifas: "Queremos diminuir os sete tipos de tarifas. Isso confunde um pouco o usuário. Queremos eliminar duas tarifas", diz Tamagusko.

O principal objetivo da prefeitura, com as futuras melhorias no sistema integrado, é a incorporação de novos usuários que, a partir da nova forma de cobrança, farão a opção de realizar seu deslocamento pelo transporte coletivo em vez do deslocamento a pé ou por automóvel. Ou seja, a busca de um transporte mais eficiente. ■

Viagem facilitada

A partir de dezembro começa a funcionar na cidade de São Paulo o bilhete único total, que permite ao passageiro usar trem, metrô e ônibus, pagando uma única passagem no período de duas horas

Sonia Crespo

O PASSAGEIRO QUE VEM DIARIAMENTE da região metropolitana da capital para a área urbana terá um novo benefício com a criação do bilhete único total. Quem anda de trem, metrô e ônibus poderá adquirir um único bilhete de transporte, com preço reduzido. O principal objetivo é aumentar a acessibilidade da população, por meio da integração operacional e tarifária entre o Sistema de Transporte Coletivo sobre pneus, gerido pela SPTrans, e sistema coletivo sobre trilhos, gerido pelo estado (Metrô e Companhia Paulista de Trens Metropolitanos, CPTM). O mecanismo deverá aumentar o número de passageiros, principalmente das linhas de trem, onde está previsto um crescimento de 10% na movimentação.

A adoção do cartão inteligente sem contato propiciará a difusão do uso da tarifa de integração, mais econômica que a soma dos dois modos, permitindo também a racionalização e a flexibilidade dos percursos dos usuários, assim como maior segurança e praticidade em sua utilização. A implantação deste sistema está sendo efetuada de comum acordo e participação conjunta entre a Secretaria Municipal de Transportes e a Secretaria de Estado dos Transportes Metropolitanos, de São Paulo.

O sistema atenderá a todas as estações de metrô e trem, não apenas na capital, mas também em toda a região me-

tropolitana de São Paulo. Os ônibus metropolitanos poderão aderir ao sistema seqüencialmente, dependendo de acordos específicos de integração entre as partes envolvidas.

Conforme convênio assinado no início de outubro deste ano, entre a SPTrans, Metrô e a CPTM, está definido um cronograma de instalação gradual, com a primeira etapa em dezembro. O novo sistema terá implantação em etapas, sendo que as primeiras linhas a serem beneficiadas com a iniciativa são a Linha 2 do Metrô (Paulista) e a Linha C da CPTM. De acordo com a Empresa Metropolitana de Trens Urbanos (EMTU), as demais linhas de metrô e da CPTM deverão ter sua implantação completa até maio de 2006.

O custo total da implantação deste sistema, para o governo estadual, será de R\$ 7 milhões, cabendo ao governo municipal quantia semelhante. Os valores de custeio dependem da fixação do valor da tarifa de integração ainda em estudo.

TARIFA REDUZIDA – Existe atualmente um bilhete de integração ônibus/metrô ou trem no valor de R\$ 3,60, muito pouco utilizado pelos usuários e que não dá direito aos benefícios da integração temporal do Bilhete Único, segundo Renato Viegas, diretor da EMTU. Com a adoção do Bilhete Único pelo Sistema de Transportes Coletivos sobre trilhos (Metrô+CPTM) os benefi-

cios de utilização da integração com ônibus (duas horas a partir da primeira utilização) e trilhos (transferência gratuita entre trem e metrô) estarão disponíveis para todos os usuários, mediante tarifa que ainda não tem valor definido.

Para administrar o novo bilhete foi formado um Comitê Gestor de Integração, composto por representantes designados pela SPTrans, CPTM e Metrô, coordenado pela SPTrans. As empresas participantes deste novo sistema terão reciprocamente obrigações de fiscalização e controle.

A instalação dos validadores e as adaptações necessárias no sistema, para a leitura do bilhete único total, serão feitas por três empresas: Prodata, Digicon e Diveo. De acordo com Renato Viegas, os validadores serão instalados nas 52 estações atuais do Metrô e em 83 estações da CPTM, em número compatível para atender ao fluxo estimado de passageiros que utilizam as estações. Os atuais bloqueios eletrônicos – as catracas – do Metrô e da CPTM serão apenas transformados em híbridos, validando bilhetes convencionais e o novo bilhete único total.

O novo sistema de integração operacional e tarifária entre Metrô, CPTM e SPTrans beneficiará 1,1 milhão de passageiros diários que já são usuários dos modos e mais 2 milhões de novos usuários, que terão à disposição um novo meio de pagamento mais seguro e mais prático. ■

Viaje de ônibus, melhor ainda é viajar de *Cometa*



Sempre entre as “Maiores & Melhores”

www.viacaocometa.com.br - São Paulo - Rio de Janeiro - Belo Horizonte - Curitiba (DDD) 4004-9600

Integração chega à Grande São Paulo

Prodata começa a implantar o sistema de bilhetagem para integrar o transporte em todos os 39 municípios que compõem a região metropolitana de São Paulo

ATÉ MARÇO DO PRÓXIMO ANO A APB Prodata deve concluir a entrega dos 3.200 equipamentos que vão integrar os sistemas de bilhetagem eletrônica nas empresas que fazem o transporte intermunicipal na região metropolitana de São Paulo.

O projeto, desenvolvido para a Empresa Municipal de Transportes Urbanos (EMTU), está em fase de implantação e já foram fornecidos equipamentos para as viações que atuam nos municípios de Barueri, Carapicuíba, Cotia e Osasco. Ao todo, serão integrados os sistemas de bilhetagem nas 50 empresas que fazem o transporte urbano de passageiros entre as 39 cidades que compõem a região metropolitana da capital paulista.

Segundo o superintendente comercial da Prodata, Leonardo Ceravioli, com a integração da bilhetagem, os usuários poderão utilizar um só cartão para trafegar nas linhas que fazem o transporte público entre os municípios da Grande São Paulo. A região

possui 8,5 mil quilômetros quadrados e abriga 17,8 milhões de habitantes, o que representa 10% da população brasileira, e concentra um poderio econômico equivalente a 50% do PIB nacional. Ceravioli afirma

que a Prodata já forneceu cerca de 350 equipamentos para as empresas Himalaia, Urubupungá e VidaAzul, que fazem o transporte entre Barueri, Carapicuíba, Cotia e Osasco e o município de São Paulo.

A fabricação dos equipamentos começou em outubro deste ano e a previsão é chegar aos 1,3 mil até o final do ano. O sistema que está sendo implantado na Região Metropolitana de São Paulo terá recarga embarcada de Vale-

Transporte, o que permite economia de tempo e dinheiro para as empresas e mais facilidade para os usuários na hora de recarregar o benefício. "A carga de crédito

dos cartões é feita diretamente no ônibus", afirma. O sistema também combate as fraudes e falsificações presentes na atuação do mercado clandestino de bilhetes. A Prodata forneceu equipamentos para a integração do transporte intermunicipal da região metropolitana do Rio de Janeiro, onde as empresas já atuam com o mesmo cartão (com denominação local de Rio Card) no transporte entre os municípios e na capital.

Além da integração no transporte urbano da região metropolitana de São Paulo, a Prodata também é responsável por integrar o sistema de bilhetagem da frota de ônibus municipais, dos trens da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos (CPTM) e do Metrô. A empresa forneceu os 14 mil equipamentos para a implantação do bilhete eletrônico na frota de ônibus municipais de São Paulo e os cerca de 7 milhões de cartões em uso no sistema. Segundo Ceravioli, por enquanto, o sistema de bilhetagem eletrônica que será implantado no transporte intermunicipal da Região Metropolitana de São Paulo não será integrado ao sistema de transporte público da capital, como já é feito no Rio



Raio X APB Prodata do Brasil

Projetos implantados (cidades): 61
Equipamentos fornecidos: 40 mil
Empresas atendidas: 320
Cartões em circulação: 7 milhões

de Janeiro. Na capital fluminense, a integração entre os vários modais e também a integração entre empresas que atuam nos municípios do estado já está em operação.

LÍDER DE MERCADO – A APB Prodata é líder mundial no fornecimento de equipamentos para bilhetagem eletrônica com cerca de 50 milhões de cartões e sistemas implantados em mais de 200 cidades no planeta. No Brasil, de acordo com o superintendente comercial da empresa, já são mais de 40 mil equipamentos instalados em veículos de 320 empresas e mais de 7 milhões de cartões de bilhete eletrônico fornecidos. "Isto representa cerca de 60% do mercado brasileiro neste segmento", afirma Ceravioli. Segundo ele, em 2005 a empresa forneceu 11 mil equipamentos para instalação em 25 novos projetos implantados em cidades brasileiras, o que representa todo o mercado comandado pela empresa que ocupa o segundo lugar no ranking deste segmento no mercado nacional.

Presente no mercado brasileiro há mais de dez anos, a empresa teve um cresci-

mento expressivo nos últimos quatro anos, quando houve intensificação na substituição dos sistemas de bilhetagem convencionais pelo eletrônico. Recentemente, a empresa implantou na Baixada Santista um sistema de bilhetagem que controla a distância percorrida pelos passageiros por meio de GPS (sistema de posicionamento global) e cobra o valor da passagem de acordo com o trecho percorrido nas linhas que fazem o transporte intermunicipal em cidades da Baixada.

De acordo com Ceravioli, a unidade da Prodata no Brasil fechou neste ano dois contratos para fornecimento de equipamentos para empresas de ônibus que atuam no Equador. Este será o primeiro contrato para exportação dos equipamentos e da tecnologia desenvolvidos pela empresa no mercado brasileiro. Segundo o superintendente comercial da Prodata no Brasil, para a implantação do sistema de bilhetagem eletrônica no transporte público de Cuenca serão fornecidos 400 equipamentos. No projeto desenvolvido para a capital do Equador, Quito, serão implantados equipamentos em um corredor de ônibus. Segundo Ceravioli, a expectativa é de aumentar a atuação da empresa nos mercados de países da América Latina nos próximos anos, já que a substituição de equipamentos convencionais por sistemas de bilhetagem eletrônica é uma medida que começou a ser adotada recentemente.



Modelos de cartões adotados no sistema metropolitano de São Paulo

A APB Prodata do Brasil é uma empresa do grupo ERG Transit Systems, líder mundial no fornecimento de sistemas de bilhetagem automática e no desenvolvimento de software e hardware para o transporte público. A empresa está presente em 13 países e, no Brasil, possui unidades em São Paulo e Rio de Janeiro, os dois maiores mercados e principais pólos econômicos. No mercado brasileiro, a empresa já implantou sistemas de bilhetagem também nas capitais estaduais Aracaju (SE), Belém (PA) e Porto Velho (RO), além de Rio de Janeiro e São Paulo, e em municípios como Campinas, Joinville, Blumenau, Guaratinguetá e Guarulhos. ■

ITINERÁRIO
LightDot

www.frt.com.br



● Tecnologia LightDot®

● Para ônibus urbanos e rodoviários

● Totalmente eletrônico, sem partes móveis

● Alta visibilidade dia e noite

● Controle automático de intensidade





Dobradinha mineira

Implantado em Belo Horizonte em 2002, sistema de bilhetagem eletrônica para ônibus CITbus da Tacom passa a integrar o serviço de metrô

Sonia Crespo

QUEM UTILIZA O METRÔ NA CAPITAL MINEIRA — conhecido por lá como trem metropolitano de superfície — agora pode usar o serviço integrado ao sistema de ônibus urbanos, com uma única passagem: O CITbus, cartão inteligente, agora atende os dois modais. O serviço começou a operar no início de novembro último. É uma parceria entre a BHTrans e a Companhia Brasileira de Trens Urbanos (CBTU) de Belo Horizonte, para facilitar o tráfego de usuários de transporte público da cidade. De acordo com a Tacom, a expectativa é de que todos os atuais usuários do metrô adotem o novo cartão, o que vai representar cerca de 800 mil passageiros por mês movimentando a nova ferramenta de bilhetagem. Todas as 19 estações de metrô da capital já estão sendo atendidas e dispõem de 50 validadores para crédito e recarga dos cartões eletrônicos.

A nova modalidade é um facilitador para a mobilidade urbana e mais um avanço nos serviços de transporte com bilhetagem eletrônica. Em Belo Horizonte, o sistema de bilhetagem está sendo implantado desde 2002 e hoje já opera com a integração de todas as 258 linhas diametrais, microônibus, circulares e suplementares (bairro a bairro), que dispõem de 2.815 ônibus par atender diariamente 1,4 milhão de passageiros. Os usuários do cartão inteligente já chegam a 500 mil e desde setembro os 55 mil passageiros de linhas suplementares estão aderindo gradualmente à bilhetagem inteligente. Ao todo já existem quatro tipos de cartões na cidade: usuário (cartão comum), usuário identificado (com dados pessoais), vale-transporte e rodoviários (cartão para quem trabalha no setor). Para 2006 está prevista a implantação do cartão gra-

tuidade para os cidadãos com direito à mobilidade sem custo. O atual passe livre, que já existe nas linhas de metrô, continuará funcionando normalmente.

REDE INTELIGENTE — "Hoje o Citbus é um completo sistema que atua também como uma ferramenta de gestão facilitando a construção de redes inteligentes de transporte", comenta Marco Antonio Tonussi, diretor comercial da Tacom. "Uma das maiores vantagens do CITBus é a integração temporal aberta seqüencial com complemento tarifário, que possibilita a montagem de trajetos com tarifas diferenciadas, sem onerar as empresas operadoras", comenta. O sistema é simples: o CITbus faz a leitura do primeiro acesso ao coletivo, do segundo e do terceiro, fornecendo dados para a cobrança tarifária diferenciada. Estão integrados com definição de sentido e custo os microônibus que atendem vilas e favelas, as linhas diametrais que circulam no sentido centro-bairro, as linhas circulares, os suplementares e agora também o metrô. "A direção da viagem é a lógica do sistema de transporte", observa Tonussi. Ele cita como exemplo a implementação da tarifa diferenciada no bairro Barreiro, na área metropolitana de Belo Horizonte, que tem potencial de 600 mil usuários por dia. "Antes a tarifa era a mesma para circular dentro de Barreiro e para a zona central da cidade. Com a implementação da tarifa diferenciada a frequência aumentou 30%", estima. O sistema já funciona em capitais como Recife (PE), Salvador (BA), Maceió (AL) e Teresina (PI).

Tonussi prevê que as próximas ferramentas a serem implantadas através do CITBus — embora ainda sem previsão — são os descontos por faixa horária e a adoção de calendário de política tarifária, de acordo com os dias da semana. A Tacom prevê encerrar o ano de 2005 com um crescimento de 15% a 20% nos negócios em relação a 2004. ■



ADMINISTRAÇÃO DE FROTAS DE VEÍCULOS.

Administrar transportes implica gerenciar com menores custos, conseqüentemente com maior produtividade e rentabilidade. Grande parte das decisões estratégicas da administração de uma frota tem como principais questões o controle e a redução de custos operacionais dos veículos. Os sistemas de manutenção, bem como o modo de substituir

os procedimentos subjetivos ou sentimentais na hora de vender o veículo, adotando processos matemáticos, identificam o momento econômico exato para sua substituição. Mediante o desenvolvimento de uma abordagem objetiva e descomplicada, o curso oferece inúmeras alternativas para o alcance dos objetivos a que se propõe o treinamento.

OS TÓPICOS ABORDADOS

Manutenção de frota
Sistema de manutenção
Oficinas de manutenção
Custos de oficinas de manutenção

Custos operacionais de veículos

Classificação dos clientes
Custos fixos
Custos variáveis
Método de cálculo para custos fixos
Método de cálculo para custos variáveis
Administração de custos
Fatores que influenciam na variação dos custos
Mapas de custos, relatórios gerenciais e sistemas de controle

Planejamento de renovação de frota

Política de renovação de frota
Dimensionamento de frota
Adequação de frota
Frota própria x frota contratada

INFORMAÇÕES GERAIS

Inclusos:

Material Didático, coffee break, almoço, estacionamento e certificação ao término do curso.

Formas de Pagamento:

Depósito Bancário:
Banco Sudameris - Agência 682
Conta Corrente 017163000-6.
Cartão de Crédito: Visa (Através

do número do seu cartão).

Cheque Nominal, no Local do evento.
Boleto Bancário
Emissão de Recibo mediante a apresentação do pagamento, através do fax - (11) 5096.8104.

Substituição:

O Titular da inscrição poderá

indicar outro profissional de sua empresa para substituí-lo, devendo Informar por escrito. O não comparecimento do inscrito incorre na não devolução da taxa de inscrição.

Dados do Realizador:

OTM Editora Ltda. - Responsável pelas revistas Transporte Moderno

e Technibus.

Av. Vereador José Diniz, 3.300
Cj. 702 - Campo Belo
CEP 04604-006
São Paulo - SP
CNPJ. 02.671.890/0001-99
PABX (11) 5096.8104
0800.7028104
e-mail:
otmeditora@otmeditora.com.br

A AGENDA

8h00 - 8h30 Credenciamento
10h00 - 10h15 Coffee Break
12h00 - 13h00 Almoço
15h00 - 15h15 Coffee Break
17h30 Encerramento

PREÇO DE INSCRIÇÃO

R\$ 500,00
Consulte-nos. Preços especiais para participantes de outros temas, e para empresas com mais de 1 (um) participante.

O LOCAL

Travel Inn Ibirapuera
Av. Borges Lagoa, 1.209
São Paulo - SP
(11) 5080.8600

A DATA

Abril 2006

O INSTRUTOR



Piero Di Sora - Técnico em máquinas e motores pela Escola Técnica Federal de São Paulo; engenheiro industrial

mecânico pela Pontifícia Universidade Católica; especialista em treinamento gerencial na área de Administração de Transporte; coordenador do Sub-Comitê de Transportes (por 5anos) e do Comitê de Gestão Empresarial da Eletrobras, ex-superintendente de Transporte e Serviços da Eletropaulo. Experiência de mais de 25 anos na área de transporte; instrutor e consultor em nível nacional de empresas públicas, privadas de pequeno, médio e grande portes e multinacionais.

ORGANIZAÇÃO:



Marcelo Fontana
promoções e eventos

REALIZAÇÃO:



transporte
Moderno

INFORMAÇÕES:

11-5096.8104 / 08007028104
otmeditora@otmeditora.com.br
Departamento de Eventos

Vendas aceleradas

Viação São Raphael, de Minas Gerais, adota tecnologia semelhante aos caixas eletrônicos para facilitar a venda de passagens de ônibus

Aline Feltrin

As empresas que realizam transporte de passageiros em viagens rodoviárias intermunicipais e interestaduais contam com modernos recursos de tecnologia para aprimorar suas operações. Agora, algumas delas buscam incorporar experiências bem sucedidas em outras áreas, como é o caso de auto-atendimento adotado pelos bancos.

Um terminal de auto-atendimento – semelhante aos usados pelos bancos – dispensa mão-de-obra, poupa ao empresário encargos trabalhistas e horas extras e evita as filas na hora de o usuário comprar a passagem, além aumentar a receita.

Todos esses benefícios, a Viação São Raphael – empresa fundada no ano de 1972 em São José do Rio Preto, interior de São Paulo – obteve ao instalar seu terminal de auto-atendimento para a venda de passagens de ônibus. O Ticket Fácil, como a empresa denomina o sistema, está em testes na sala Vip da sua sede desde

novembro do ano passado, e foi desenvolvido pelas empresas Perto (hardware) e G&M Soluções, responsável por fornecer o software, fazer a instalação e operação, além da manutenção do equipamento.

O Ticket Fácil pode ser operado por qualquer usuário e é auto-explicativo com um sistema de voz. Basta observar as telas do equipamento, onde encontrará informações sobre as linhas em operação, datas e horários, poltronas disponíveis, tempo de viagem e previsão do horário de chegada ao destino escolhido. No final da operação o passageiro recebe um comprovante que será trocado pela passagem no momento do embarque. O pagamento da passagem

pode ser feito – no caso do sistema da Viação São Raphael – com cartões de todas as bandeiras (crédito e débito) e é homologado pela Visanet. Após a operação o sistema emite o voucher e um comprovante de débito do cartão de crédito.

"O equipamento significou uma economia e tanto, pois trabalha ininterruptamente, ocupa bem menos espaço, além

de agregar valores aos serviços", diz Mauricio Célico, diretor de Marketing da Viação São Raphael. De acordo com o diretor, um guichê convencional não custa menos do que R\$ 14 mil mensais, entre despesas com aluguel, remuneração e encargos trabalhistas.

Segundo Célico, devido ao sucesso do terminal de auto-atendimento na sala VIP, a empresa colocará em breve o equipamento no Terminal Rodoviário da Barra Funda na cidade de São Paulo.

"Outra vantagem do Ticket Fácil é aliviar as filas nos horários de pico", comenta Célico. "Pelo menos 5% dos mais de 15 mil clientes cadastrados compram regularmente passagens no sistema de auto-atendimento", diz.

A São Raphael tem 30 itinerários entre os estados de Minas Gerais e São Paulo. Vende em média 30 passagens diárias no auto-atendimento, com grande procura pela linha Icem (MG) à capital paulista. ■



A G&M Soluções é uma empresa mineira, especializada em soluções de tecnologia da informação para a área de transporte. Entre seus principais clientes estão: Auto Viação Jardimense (RN), Empresa Unida Mansur e Filhos (MG), Reais Alagoas de Viação (AL), Viação Pretti (ES)

e Viação São Raphael (SP).

Com atuação nos segmentos de auto-atendimento bancário, auto-atendimento, automação comercial e de meios de pagamento, a empresa Perto tem uma planta industrial com mais de 33 mil metros quadrados em Gravataí, (RS), e filial em Barueri (SP).

Não deixe essa oportunidade passar! Seja um **Técnico em Transporte!**



Técnico
EM TRANSPORTE URBANO E
RODOVIÁRIO DE PASSAGEIROS

Técnico
EM LOGÍSTICA E
TRANSPORTE DE CARGAS

O primeiro **CURSO TÉCNICO** na área de transporte,
via internet, do Brasil.

SEST SENAT

Serviço Social do Transporte
Serviço Nacional de
Aprendizagem do Transporte

INFORMAÇÕES:
www.sestsenat.org.br
FONE: 0800 78 2891

Negócios fortalecidos

Fresp lançará selo de qualidade para o setor em 2006, inaugurando uma fase próspera de oportunidades e mostrando maior representatividade

Sonia Crespo

O SEGMENTO DE FRETAMENTO MOSTROU, durante o 6º Encontro da categoria, realizado em Campinas (SP), que está cada vez mais organizado e profissional. Durante três dias de atividades, estiveram reunidos no evento 670 participantes, de 235 empresas. Um recorde absoluto, anunciou a Federação das Empresas de Transportes de Passageiros por Fretamento do Estado de São Paulo (Fresp), organizadora do evento. Claudinei Brogliato, presidente da entidade, diz que o encontro anual está cada vez mais concorrido porque os assuntos ali debatidos são sempre importantes para os negócios do setor. "Este ano tivemos a participação de empresas de nove estados brasileiros. Nossa intenção é transmitir o know-how das maiores para as menores", explica. Além disso, ele

diz que as reuniões também têm caráter de confraternização, o que gera mais ânimo para as atividades da categoria.

Para 2006, a Fresp está preparando uma pesquisa qualitativa, para corrigir as pos-



Claudinei Brogliato, presidente da Fresp: intenção é transmitir know-how das empresas maiores para as menores



síveis deficiências do transporte contínuo e de turismo. Brogliato diz que a pesquisa terá três fontes: o tomador de serviço (contratante), a empresa prestadora do serviço (transportadora) e o usuário do sistema. "Faremos um levantamento para nortear nossa linha de serviços", conta. Ele diz que a pesquisa terá início já em janeiro do ano que vem. E não é apenas isso: também para o próximo ano, a entidade prevê a contratação de uma auditoria para definir o futuro selo de certificado profissional, que irá diferenciar o setor.

ÉTICA RESPONSÁVEL — As apresentações do 6º Encontro destacaram a importância da ética nos serviços prestados e a necessidade de criar novos nichos de mercado, para atender a uma nova categoria

Turista renovado

Uma das palestras que provocou muita atenção da platéia foi a proferida por Pedro Wandler, do Departamento de Relações Internacionais do Turismo, do Ministério de Turismo. O especialista destacou que é necessário focar os negócios para o novo turismo que surge, que exige uma produção mais flexível, além da preocupação com a sustentabilidade e maior ênfase na customização.

"Os velhos turistas buscavam sol e mar. Seguiam as tendências de moda, por status e necessidade de ter; eram mais cautelosos e optavam por refeições no próprio hotel. Os novos turistas têm um perfil bastante dife-

rente: adoram novas experiências, estar no controle da viagem, viajam para se divertir e não para mostrar que podem, querem mais ser do que ter, são aventureiros e aceitam fazer refeições nos locais por onde passam. O especialista salienta que os fornecedores deverão prestar mais atenção em como estilos de vida determinam estilos de férias. Isso implica um crescimento de demanda em períodos independentes, aumento de viagens curtas e reservas realizadas cada vez mais tarde. Ele diz que a competitividade no turismo dependerá não somente da prestação de serviços de excelente qualidade,

mas também da criação e orquestração de experiências excepcionais de viagem, turismo e hospitalidade. Isso porque o novo significado central da viagem é a experiência da descoberta, de algo novo e diferente. O que vai requerer dos serviços informação especializada, a aplicação do fator surpresa, priorização da intimidade, valorizando grupos pequenos. "O turista novo quer conforto, mas com segurança, limpeza, facilidade em usar e com manutenção constante, com prestabilidade dos profissionais, que devem antecipar-se às suas necessidades", finalizou.



de turistas. O professor Antonio Raimundo dos Santos, autor da palestra sobre Ética e Responsabilidade Social, disse durante sua apresentação que há uma grande diferença entre ser uma empresa legal e ser uma empresa legítima: "Hoje, a postura ética e conduta responsável é mais do que o modismo ou diferencial competitivo; é a condição de sobrevivência dos negócios. Não existe a empresa ética; existem pessoas éticas, que movimentam negócios", ressaltou. Ele disse ainda que uma empresa ética jamais será criada por decreto: apenas por adesão pessoal. Santos destacou uma citação do economista Peter Drucker: "O foco da administração dos negócios não são as tecnologias, nem as empresas, nem os negócios. São as pessoas".

Marçal Figueira apresentou, em sua palestra, a atual relação entre vendedor e comprador de negócios. Figueira disse que o comprador é pragmático: raciocina pela lei da utilidade, ou seja, conseguir o máximo de benefícios com o mínimo de recur-

sos. Ele só visualiza redução de preço, é inseguro (pela variedade de opções no mercado), e é unilateral e só está interessado em resolver seus problemas e geralmente vai buscar soluções num mercado de concorrência feroz. Figueira salientou que preço não é fator decisivo e alertou para a alternativa de usar a venda comparada, usando para isso as vantagens oferecidas pelo serviço sobre o da concorrência.

Na palestra de Maristela Mazon Albejante, gerente de Recursos Humanos da Viação Santa Cruz, ficou demonstrado que o cuidado com a seleção do funcionário traz resultados consideráveis para a empresa. "O processo começa no candidato ao emprego: são selecionados candidatos com valores familiares, bom relacionamento e respeito ao próximo, que gostem de gente e tenham valores religiosos; também contaram a estabilidade na carteira de trabalho e o teste no volante, a história de vida, além dos exames laboratoriais completos", comentou.

O consultor de marketing Roberto Sgan-

zerla, que proferiu a palestra sobre a Era do Cliente, enfatizou que esse período se originou na década de 90, quando tomou forma o marketing de relacionamento e o atendimento pró-ativo. "Cliente passou a ser a vida da empresa. É impossível uma empresa sobreviver sem seu cliente. O marketing é um processo de gestão que identifica, antecipa e proporciona o que o cliente deseja, de maneira eficaz e lucrativa. Hoje o marketing é um conjunto de estratégias e não só uma ferramenta para desovar produtos", disse.

O consultor salientou ainda que, de acordo com uma pesquisa realizada pela FGV, 68% das perdas de clientes pelas empresas que prestam serviços é consequência do comportamento dos funcionários, que oferecem mau atendimento. "Todos os funcionários são responsáveis pelo marketing da empresa. E toda função, toda tarefa, todo esforço de cada colaborador da empresa deve se voltar para a satisfação do cliente", complementou. ■

811 EN QUALQUER LUGAR DO MUNDO 811

mobitec

Lider mundial em tecnologia.

O brilho das estradas



Sem perder os tradicionais conforto e elegância, a Viação Cometa enxuga gastos, dribla mercado contido e brilha na administração financeira

Sonia Crespo

HÁ MUITO MAIS DO QUE APENAS COMPETÊNCIA por trás da boa administração financeira da Viação Cometa, deixa a entender o presidente da companhia, Jelson da Costa Antunes. Mineiro de nascimento mas carioca de coração, ele acumula, com o passar dos anos, a sabedoria do executivo que faz as coisas precisas para que o negócio dê certo. Casado pela segunda vez, dois filhos e seis netos, Antunes também é Cidadão Riopretense e Cidadão Campinense. Para demonstrar a transparência das atividades administrativas e financeiras da Cometa, ele exhibe o enxuto resultado de 2004 da Holding JCA – de sua propriedade e também administrada por ele, que integra, além da Cometa, as

empresas Auto Viação 1001, Viação Catarinense, Rápido Ribeirão Preto, Rápido Macaense, e Expresso do Sul. Os dados são surpreendentes: do faturamento registrado no ano passado, de R\$ 557 milhões, foram arrecadados pelo fisco R\$ 65 milhões. Ele ressalta que a integridade de uma administração também pode ser o caminho para a conquista de prêmios, como o de Maiores e Melhores do Transporte e Logística de 2005, que ele acaba de ganhar.

O transporte rodoviário de passageiros anda bastante afetado pelas turbulências econômicas do País. Passageiros deixaram de usar o transporte intermunicipal em linhas regulares, optando, muitas ve-

zes, pelo transporte clandestino. "No primeiro trimestre deste ano, registramos um aumento no fluxo de passageiros de cerca de 10%. Havia uma euforia de crescimento econômico e isso fez com que nos animássemos para o segundo trimestre, que acabou não demonstrando o mesmo desempenho do período anterior. Mas a pior parte da história veio depois, no segundo semestre: agosto, setembro e outubro apresentaram movimento negativo de passageiros e outubro, uma retração ainda maior", conta Antunes, com sua característica voz baixa e melódica. Com estes resultados encolhidos, ele adianta que 2005 praticamente repetirá os resultados de 2004, quando o faturamento da Cometa foi de R\$ 179,4 milhões. Quando muito, estima com otimismo, o crescimento poderá ser de 5% a 6%. Mas Jelson, no alto de seus 77 anos – cumpridos no dia desta entrevista – não desanima. Os momentos de baixo astral, para ele, são espantados com um velho ditado: "Em mula que muda o coice não se deve cortar a pata". Para o ano que vem, ele quer continuar a renovação da frota da Cometa, que vem sendo feita desde 2002.

SONHO REALIZADO – Jelson revela que comprar a Viação Cometa em 2001 foi a realização de um grande sonho – talvez o maior da vida dele. "Eu achava que a empresa era inatingível. Primeiro porque era uma companhia que apresentava resultados, e ninguém vende um negócio assim. Segundo porque era uma empresa familiar, onde trabalhavam descendentes de Tito Mascioli, antigo proprietário. Mas, de repente, eu escutei a notícia: a Cometa está à venda. Não tive dúvidas, entrei rapidamente na fila de pretendentes à aquisição.", comenta Jelson. "Mais uma vez eu digo: a performance financeira da Viação 1001, tenho certeza, foi o aval que derrubou a concorrência. Construímos um patrimônio de credibilidade que nos aju-

da em novas empreitadas".

A Viação Cometa tem hoje uma frota de 637 ônibus, 80% deles com chassi Scania. "Mantemos a preferência pela marca porque nossas oficinas já têm todos os equipamentos e estoque de peças adequados à manutenção, o que reduz o custo final das revisões", diz. No ano de 2004, esses veículos rodaram 79 milhões de quilômetros, consumindo 23,8 milhões de litros de óleo diesel. Entre os 55 destinos atendidos pela companhia, em todos os estados da região Sudeste, existem 910 partidas diárias e por onde circularam, no ano passado, 8,2 milhões de passageiros.

BALANÇO ATRAENTE – Administrar uma empresa de transporte rodoviário de passageiros, sem contar com qualquer reajuste estadual no valor da tarifa, de feve-

reiro de 2003 a janeiro de 2005, mas com diversos reajustes de insumos – como o de óleo diesel e de pneus, por exemplo –, e obter crescimento na receita é sinal de que alguém muito sagaz está administrando fórmulas para driblar as deficiências. A empresa demonstra que tem fôlego suficiente para correr das dificuldades. A receita operacional líquida cresceu 11% de 2003 para 2004, saltando de R\$ 135,8 milhões para R\$ 149,5 milhões. Antunes explica que algumas medidas de contenção foram tomadas nas operações, que ajudaram esse desempenho.

Uma delas foi a readequação da frota. "Inicialmente, fizemos um enxugamento, cortando 20% dos carros que estavam ociosos, reduzindo o número de veículos de 800 para 637", revela. "Também alocamos os veículos certos para as distâncias

certas. Afinal, um carro para mil quilômetros de distância requer conforto que não é necessário para viagens de 80 quilômetros. Introduzimos, também, para médios e longos percursos, as tarifas diferenciais – popular, executivo e leito, de acordo com o tipo de veículo", conta. A moralização na comercialização das passagens fora da rodoviária também ajudou: o controle das vendas de bilhetes realizadas pelos motoristas pelo caminho dobrou a receita de estrada, que era de 6% e passou para 12%.

O executivo cita também medidas secundárias de contenção, como o controle rigoroso de despesas de garagens, incluindo estoques e aluguéis. O resultado de todas essas medidas aparece no crescimento de mais de 10% do Lucro Líquido, que era de R\$ 16,1 milhões em 2003 e passou para R\$ 16,4 em 2004. ■

UNIFARDAS

O UNIFORME DO MOTORISTA

Homologada
Santista

Empresa certificada
ISO 9001:2000



Grandes empresas do setor vestem seus funcionários com UNIFARDAS

20
anos

Itapemirim  Translitoral  Pássaro Marrom  Viação Campo Belo  Grande Bauru
Reunidas Paulista  Expresso de Prata  Rápido D'Oeste  Breda 

Conheça nossa empresa através do site www.unifardas.com.br

Vendas: (11) 3819-9224

Fábrica: (18) 3653-7000

e-mail: contato@unifardas.com.br

A reconquista do passageiro



Viação Urbana reinveste no negócio, assegura qualidade e traz de volta parcela dos clientes que havia perdido para o transporte alternativo

A EMPRESA VIAÇÃO URBANA, DE FORTALEZA, Ceará, é jovem, com menos de dez anos de vida, mas já mostra sua força. Acaba de ganhar o prêmio Maiores e Melhores do Transporte e Logística 2005 na categoria Metropolitano de Passageiros, concedido pela revista Transporte Moderno. A empresa cearense, fundada em julho de 1996 com a cisão da empresa Auto Viação Fortaleza, é integrante do Grupo Jacob Barata.

O conglomerado liderado pelo empresário Jacob Barata – que também controla a Auto Viação Fortaleza – com a criação da Viação Urbana, agregou entre seus sócios “os empresários mais tradicionais do setor de transporte de Fortaleza”, garante um destes acionistas, o também diretor

executivo Gustavo Porto, que responde pela gestão da empresa desde seu início.

A Viação Urbana já nasceu com estrutura definida e uma das representações dessa condição foi a construção, de 37 mil metros quadrados, para abrigar “moderna garagem”, localizada numa área de muita visibilidade na capital cearense: a garagem fica próxima de um dos pontos turísticos importantes do estado, o Beach Park.

A evolução da Viação Urbana foi consistente. No começo, sua frota de 63 ônibus, com idade média de quatro anos, transportava 1,15 milhão de passageiros por ano. Hoje, quase dez anos depois, a empresa opera 350 ônibus de 3,5 anos de idade média que cumprem 43 linhas abrangendo todo perímetro urbano de

Fortaleza com movimento anual de superior a 50 mil milhões de passageiros.

Com quadro de 1,7 mil funcionários, a Viação Urbana credita a expansão a alguns preceitos seguidos com prioridades. “A empresa tem a mesma filosofia implantada em outros negócios do grupo – ou seja, administração profissionalizada e independente, mas com objetivos claros, determinados pelo conselho de acionistas” – o quadro de sócios reúne 15 membros, encabeçados pelo Grupo Jacob Barata, detentor de 60,81% das cotas.

Outro ponto alinhavado para o sucesso da Viação Urbana e destacado por Gustavo Porto é a gestão da empresa. “Temos praticamente 100% de gerentes com nível de ensino superior para dar suporte ao dia-a-dia da empresa.” Sob o guarda-chuva da profissionalização, segundo ele, estão critérios de “simplicidade e qualidade”, principalmente no quesito ligado ao recrutamento, seleção e desenvolvimento dos colaboradores.

O sucesso dessa atuação pode ser constatado nos seus resultados de 2004: crescimento da receita de 84,08% e rentabilidade sobre patrimônio líquido de 14,58%.

A Viação Urbana, ainda de acordo com Gustavo Porto, decidiu desafiar a competição do chamado sistema alternativo de transporte, que brotou há alguns anos na maioria dos sistemas coletivos de passageiros do País. “Partimos para desmistificar paradigmas – um deles foi enfrentar o transporte alternativo adotando postura crítica em relação ao nosso serviço. Com isso, entendemos, pudemos criar condições para reconquistar parcela dos clientes”, afirma o executivo.

A fórmula de reconquista do usuário inclui motorista, cobrador e todos aqueles envolvidos na prestação de serviço ao usuário “treinados para dar a atenção que o passageiro merece”. Para chegar a tal estágio a empresa partiu para um conta-

to "mais próximo com os usuários" em suas comunidades. "O trabalho comunitário focou a redução de avarias e assaltos. Mas, a qualidade do serviço foi responsável pela confiabilidade dos usuários", explica Gustavo Porto.

Qualidade não é teoria, nem cai do céu — mas, sim, é uma conquista feita de ações práticas. "Ou seja, nada teria valor se não tivéssemos frota adequada e em condições de melhorar a satisfação do cliente", exemplifica. A fórmula, que na teoria é simples, para ser materializada requer comprometimento dos sócios. "A decisão de investir em frota foi nossa grande vantagem. Para isso, foi fundamental a determinação dos acionistas de reinvestir na empresa para não perder competitividade", diz Gustavo Porto, que acentua: "Hoje, vemos várias empresas em nosso

sistema com o mesmo pensamento e determinação".

Não é fácil equilibrar bons serviços e resultados financeiros. "Até porque a tarifa, defasada, se reajustada afasta o usuário". Uma solução para o impasse seria a desoneração dos impostos que incidem sobre a tarifa. "Trata-se, no entanto, de medida que gera desconfiança na maioria dos órgãos gestores", assinala o executivo.

Além da Viação Urbana, o Grupo Jacob Barata tem duas empresas de ônibus que operam em Fortaleza — a Dragão do Mar e a Auto Viação Fortaleza. Outra operadora do grupo, com sede local, a Expresso Guanabara, é uma empresa rodoviária que atua nos estados do Ceará, Piauí, Maranhão, Pará, Pernambuco, Paraíba, Distrito Federal e Goiás. No Ceará o grupo tem ainda a Guanabara Cargas, além da concessionária

Mercedes-Benz de ônibus, caminhões e veículos de passeio. Paulo Porto é o principal executivo do grupo localmente. Na Expresso Guanabara e na concessionária, Jacob Barata não tem sócios.

O fato de fazer parte de um dos maiores grupos de transportes do País, segundo Gustavo Porto, não garante, por si só, administração saudável à Viação Urbana. "Normalmente nos submetemos às mesmas condições do mercado na hora da compra, até porque seria tirar dinheiro de um bolso e colocar em outro se quiséssemos tirar vantagens, por exemplo, na aquisição de chassis de ônibus da concessionária do grupo". Em caso de aquisição de grandes pacotes, o grupo, "como é normal", pode ter desconto. "Mas, a mesma condição é válida para as demais empresas de ônibus do conglomerado", afirma. ■

WOLFPAC

A solução que você pediu!

Prepare sua catraca para a bilhetagem eletrônica com o menor desembolso.

- Transforma catraca mecânica em eletrônica
- Disponível para qualquer catraca de 4 braços
- Facilita a limpeza interior do ônibus
- Mecanismo independente da catraca
- Sistema anti-vibração - Alta durabilidade
- Permite lacração - Fácil de instalar
- Menor desembolso - Garantia de 1 ano



WOLPAC
CONTROLES EFICIENTES

Para saber mais sobre este produto ou outras linhas, ligue (11) 4674-1777 ou acesse www.wolpac.com.br

Expansão impelida por grandes clientes

Em 40 anos de existência, a empresa carioca Três Amigos, mostra que está no caminho certo para o sucesso. Com resultados muito além da média, deixa bons exemplos para o mercado

Aline Feltrin

A EMPRESA TRÊS AMIGOS, DO RIO DE JANEIRO (RJ), mostra, que em seus 40 anos de existência, cresce continuamente e desfruta de boa saúde financeira. Foi novamente vencedora do prêmio Maiores e Melhores do Transporte e Logística (a última vez aconteceu em 2002) na categoria fretamento e turismo pelo resultado de seu balanço de 2004. A transportadora tem como clientes grandes companhias, incluindo Petrobras, linhas aéreas, empresas do Pólo Petroquímico de Campos Elíseos e a indústria de cerveja Ambev.

Sua receita operacional líquida saltou de R\$ 13,7 milhões em 2003 para R\$ 21,9 milhões no ano passado: "O aumento da receita deve-se ao fato da renovação de vários contratos de fretamento e o fechamento de outros três novos períodos", explica Heron Manzini, diretor da empresa desde 1993.

Segundo Manzini, constantes reduções de custos em função da instabilidade da atividade econômica e do preço do petróleo, como fator fundamental do aumento da carga tributária, influenciaram muito no resultado da receita operacional líquida.

Um dos projetos de redução de custo que mais se destaca é a economia de combustível, por meio de times de melhorias, que treinam os motoristas, para que eles possam conduzir o veículo de forma mais econômica. A empresa promove, também, o prêmio nacional de conservação ao uso racional de combustível, uma parceria que a Três Amigos tem com seus fornecedores, cujo objetivo é a redução de estoque e a consolidação, por meio de auditorias internas e externas, da certificação ISO 9001/2000.

Outros fatores que contribuíram, não só para o aumento da receita, mas também

para o crescimento do patrimônio líquido foram: o investimento para a aquisição de 80 novos veículos, que, segundo Manzini, atraíram mais clientes e a renovação de inúmeros contratos. A empresa registrou em 2004 um patrimônio líquido de R\$ 7,8 milhões e em 2003 R\$ 7,1 milhões.

O lucro operacional surpreendeu em 2004, R\$ 703 mil, um salto e tanto, em relação ao mesmo período em 2003, quando obteve um valor negativo de R\$ 471 mil. Manzini tem uma explicação para o resultado. De acordo com o diretor, deve-se a política de redução de custos citada nos outros indicadores, realinhamento do planejamento estratégico e, principalmente, uma administração transparente e o envolvimento de todos os colaboradores nas metas estabelecidas pela direção da empresa. Tais medidas fizeram, também, que o lucro líquido crescesse muito: dos

R\$33 mil obtidos em 2003, passou para R\$ 864 mil em 2004. O endividamento geral da Três Amigos vem diminuindo gradativamente. Em 2004 a dívida chegou a um percentual de 40,24%, comparados com 49,31% no ano anterior. Uma redução da dívida de 9,07%. "O término dos contratos de financiamento e compras de novos veículos feitas à vista proporcionaram este resultado", conta Manzini. O crescimento da receita em 2004 foi de 59,15%, 1,73% a mais do que no ano anterior.

UM BREVE HISTÓRICO – Em 1965 muitos acontecimentos agitavam a encantadora cidade do Rio de Janeiro que completava 400 anos de existência. O túnel Rebouças e a rodoviária Novo Rio foram inaugurados e a cultura regional ganhava fôlego com a realização do Festival In-

ternacional do Filme. Naquele mesmo ano, não distante dali, começava a história da empresa carioca de fretamento e turismo Três Amigos. O nome surgiu porque foi fundada pelos três irmãos José Alves Lavouras, Manoel Alves Lavouras e Armando Alves Lavouras. A idéia inicial era fazer transporte para funcionários de fábricas. Para os irmãos, estava claro que a demanda por este tipo de transporte iria crescer. Decidiram comprar dois ônibus. Desde então, esta passou a ser a principal atividade da empresa, embora também neste período, tenha se enveredado pelo transporte rodoviário de passageiros e pelo turismo nacional e internacional, sob regime de fretamento.

Hoje, a empresa que faz parte do Grupo JAL, pertence aos quatro filhos de José

Alves Lavouras: José Carlos dos Reis Lavouras, Sérgio Luiz dos Reis Lavouras, Armando Roberto dos Reis Lavouras e Cláudio José dos Reis Lavouras.

Na atividade de fretamento, atua somente no estado do Rio de Janeiro, entretanto na parte de Turismo atende todos os estados do Brasil e outros países da América do Sul.

Com uma frota própria de 200 veículos, entre ônibus, microônibus, vans e automóveis, a empresa prefere trabalhar somente com seus veículos: "Não utilizamos agregados, isso compromete a qualidade de nossos serviços", argumenta o diretor.

Para proporcionar mais qualidade nos trabalhos diários, a Três Amigos consolidou a filosofia 5S, que tem como objetivo principal organizar o ambiente e proporcionar mais produtividade. ■

Anuário de Serviços de Manutenção, Peças e Pós-Vendas 2005.

Uma ferramenta para gerar negócios o ano inteiro.

OTM
EDITORA LTDA.

Fone/Fax: 11-5096-8104
otmeditora@otmeditora.com.br
www.revistatransporte.moderno.com.br
www.revistatecnibus.com.br

FERRAMENTA DE LIMPEZA

☎ 51.3635.1555

Ref.: 280.2



Despenca brocha

Cabo de alumínio de 1,5m, 2m e 3m

Fios florados de PET; com espuma

Pará-brisas, corredores e carrocerias

e-mail: odim@odim.com.br
site: www.odim.com.br

ODIM
Desde 1987

SILO
INDÚSTRIA BRASILEIRA

Lentes - Lanternas - Acessórios
para Ônibus Urbano e Rodoviário

SOLICITE UM DISTRIBUIDOR SILO
MAIS PRÓXIMO DE VOCÊ!

Rua Aparecida de São Manoel, 155 - VI. Nova York
São Paulo - SP - Brasil - CEP 03480-010
www.silautos.com.br

☎ 55 011 6721-1052



FABRICAMOS MAIS DE 200 ITENS

Design transmite credibilidade



Viação Garcia, do Paraná, e Viação Via Ouro, de Minas Gerais, foram as vencedoras no 37º Concurso de Pintura de Frota

Aline Feltrin

OUSADIA, EXPERIÊNCIA, COMPETÊNCIA e espírito crítico para não exagerar são os requisitos básicos para uma boa escolha da pintura de frota de ônibus ou de caminhões. É o que alertam os especialistas no ramo.

Transmitir uma imagem correta da empresa por meio da pintura da frota não tem sido uma tarefa muito fácil. Por isso, nada melhor do que conferir um prêmio como reconhecimento do empenho das empresas em atingir esse objetivo.

É o que faz o tradicional Concurso de Pintura de Frota realizado pela revista Transporte Moderno que na versão 2005 contou com 39 pinturas inscritas (cinco a mais do que no ano passado), sendo 17 na categoria rodoviário de carga, 6 no urbano de passageiros e 16 rodoviário de passageiros.

Para eleger os melhores trabalhos, fizeram parte do júri: Antonio Toledano, vice-presidente de mídia da agência de propaganda Grey Brasil, Paulo Fernando Gandolfo, programador visual, e Lígia Cristina Cruz, gerente de Marketing da Sika Industry.

O vencedor do setor rodoviário de passageiros foi um projeto da Traço Livre Design. Trata-se da nova pintura dos ônibus da Viação Garcia (PR), que agradou a todos com unanimidade. O ônibus exposto era de categoria leito, em sua lateral há a foto de uma mulher deitada, ao lado do logotipo da empresa e da descrição do tipo de serviço que o ônibus oferece. "A pintura é fantástica. A empresa consegue vender seus serviços e vai no embalo da tecnologia. A moça dormindo com tran-



Gardênia Fernão Dias, 2º lugar na categoria Rodoviário

qüilidade transmite para o consumidor a vontade de experimentar o serviço, ao mesmo tempo em que passa credibilidade. Quando você olha para este veículo tem vontade de entrar", justifica Toledano.

Segundo o Traço Livre, houve uma preocupação em representar, com a pintura, uma idéia clara e objetiva do serviço, que a em-

A mineira Util ficou na 3ª posição em Rodoviário de Passageiros



**Viação Garcia (foto à esq.)
venceu na categoria
Rodoviário de Passageiros**

presa fortalece cada vez mais para os seus clientes, somando a tecnologia e conforto.

Para representar isso graficamente, a Traço Livre inseriu elementos básicos de pintura e acrescentou algumas novidades no padrão da empresa, tais como uma imagem gigante, de uma pessoa dormindo, em conforto absoluto, denotando que é possível chegar ao destino com tranquilidade.

A pintura do ônibus Gardênia Fernão Dias, projeto do Armando Villela, ficou na segunda posição. Para os jurados, o design chamou atenção por suas cores fortes. Outro aspecto foi o aproveitamento do espaço e o logotipo da empresa, bem visível e muito bem desenhado.

O projeto da União Transporte Interestadual de Luxo (Util) de Minas Gerais, do arquiteto Carlos Ferro, classificou-se em terceiro lugar. Segundo Ferro, a idéia foi buscar uma nova pintura prática, de fácil manutenção e também inovar, quebrar paradigmas no conceito de identificação de frota. A questão da praticidade foi solucionada com a adoção de um visual com uso de uma cor básica e uma variação de tom na mesma cor. Segundo os integrantes do júri, a idéia de diferenciar em cores os diversos serviços é bastante ousado, e isso justifica a terceira colocação.

Na categoria transporte urbano de passageiros, o arquiteto Armando Villela garantiu o primeiro e segundo lugares para as empresas mineiras Viação Via Ouro e a Expresso Gardênia, respectivamente.

"O trabalho da Via Ouro está muito bem executado. Ele soube explorar todos os espaços possíveis. As cores também foram bem escolhidas" diz Paulo Fernando Gandolfo. Segundo o jurado, os raios de sol estampados no ônibus foram usados com posições perfeitas e a pintura transmite conforto. "Passageiro de ônibus urbano também quer obter esta sensação de conforto", afirma.

Armando Villela explica que desde o iní-



Viação Via Ouro, vencedora na categoria Urbano de Passageiros



Expresso Gardênia, 2º lugar entre empresas de transporte urbano

cio do desenvolvimento do projeto da Via Ouro, tinha a idéia de criar uma pintura alegre e despojada, já que se tratava de uma empresa nova, iniciando as atividades em um mercado local conservador. "Como Nova Lima é uma cidade ligada diretamente na extração de minério, e com um passado famoso pela produção de ouro, optamos por usar cores com tonalidades variadas do amarelo", explica Villela.

A escolha do segundo colocado, nesta mesma categoria, também foi influenciada pela pintura bem acabada, a opção por cores fortes, como o roxo e o vinho, logomarca legível e aproveitamento do espa-

ço: "Isto deve ser um estilo do Armando Villela", reflete Toledano.

"A Gardênia iniciou a mudança da sua pintura com a frota rodoviária, e no ano de 2004 estendeu para a frota urbana. As cores se diferem bastante em relação às outras empresas. São marcantes, normalmente não utilizadas no mercado", diz Villela.

De acordo com o designer, o objetivo foi fazer com que os ônibus de menor porte tivessem o mesmo padrão visual da empresa. Com as linhas curvas na horizontal e com o contraste da aplicação do nome da empresa em branco, o projeto tem como ponto forte o impacto visual. ■

México, na mira da MWM-International

Aumento da produção de motores diesel eletrônicos contribuiu para o bom desempenho da empresa

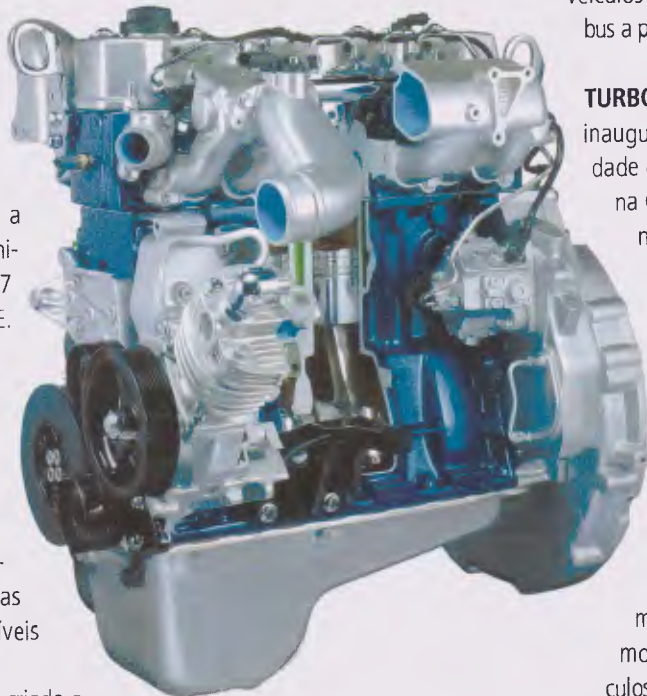
A MWM-INTERNATIONAL, SUBSIDIÁRIA brasileira da americana Navistar International Corporation, fecha o ano fiscal com faturamento líquido de US\$ 671 milhões, uma elevação de 33,7% em relação a 2004, quando o resultado acumulado das duas empresas foi de US\$ 502 milhões. Para 2006, a previsão é faturar US\$ 750 milhões, alta de 12% sobre este ano. A produção, que foi de 143 mil motores neste ano, deverá chegar a 145 mil unidades em 2006. Já a participação no Mercosul, que atualmente é de 38,5%, subirá para 39%, segundo previsão de Waldey Sanches, presidente e CEO da companhia.

Um dos responsáveis pelo bom desempenho da companhia este ano foi o aumento na produção de motores diesel eletrônicos, que atingiu 42 mil unidades, e responde por cerca de 30% das vendas da companhia. No período entre o final de 2004 e 2005 a empresa lançou as versões eletrônicas dos motores MWM Sprint 4.07 TCE, o Acteon 4.12 TCE e NGD 3.0E.

Para assegurar o crescimento em 2005, a companhia investiu US\$ 52 milhões, quantia 36,8% superior ao ano anterior. Para 2006, a previsão é de destinar US\$ 47 milhões em pesquisas, desenvolvimento de novos produtos, aplicações e novas tecnologias para motores diesel e combustíveis alternativos.

A MWM-International, que foi criada a

partir da aquisição da MWM Motores Diesel pela International Engines South America em abril deste ano, obteve dia 13 de outubro a aprovação da compra pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) e já tem planos de ampliar suas exportações. Para 2006, a companhia prevê exportar o motor MWM Acteon para a International no México, para equipar os ônibus que a empresa produz naquele país. "A oportunidade de novos negócios ocorre não só porque a International é uma marca muito conhecida no mundo, mas também porque a MWM tem uma linha de produtos muito abrangente", disse José Eduardo Luzzi, di-



retor de Vendas e Marketing da empresa, durante o 14º Congresso e Exposição Internacionais de Tecnologia da Mobilidade, promovido pela SAE Brasil em São Paulo. "Além do mercado mexicano, também temos planos para enviar os motores diesel para a Índia, China, Turquia e alguns países do Leste Europeu", completou Luzzi.

No próximo ano a fabricante de motores diesel prevê que as suas exportações totalizem US\$ 192 milhões, o que representará um crescimento de 4,9% em comparação aos US\$ 183 milhões registrados em 2005 - ano fiscal que é contabilizado de 1º de novembro de 2004 a 31 de outubro de 2005. Em 2004 as exportações da MWM-International haviam somado US\$ 132 milhões.

Para garantir o incremento das vendas externas, Luzzi informou que a MWM-International está desenvolvendo nova família de motores eletrônicos para atender às normas Euro IV e V, já em vigor na Europa.

A MWM-International Motores é líder de mercado no Mercosul, segundo a empresa, com o fornecimento de 32,6% dos motores diesel utilizados na produção de veículos comerciais na região. Entre os ônibus a participação foi de 24,7%.

TURBO - A Honeywell Turbo Technologies inaugura em janeiro de 2006 uma unidade de teste na fábrica de Guarulhos, na Grande São Paulo. A bancada, denominada "Gas Stand", absorveu investimentos de US\$ 200 mil, o que corresponde a 10% de todo o programa de investimentos da empresa previsto para o próximo ano. Além de eliminar a dependência de outras unidades da companhia na França e Estados Unidos, a unidade também vai permitir que a empresa reduza em um mês o ciclo de desenvolvimento de turbocompressores para motores de automóveis, picapes e veículos comerciais leves produzidos na re-

gião do Mercosul. "Além de processos de produção também estamos investindo em engenharia", afirma José Rubens Vicari, gerente geral da empresa para a América do Sul.

Segundo Christian Streck, gerente de engenharia da Honeywell Turbo Technologies, o novo equipamento permitirá à empresa maior rapidez e flexibilidade para o desenvolvimento de produtos para o mercado da região, especialmente os relacionados às futuras legislações de emissões. "Em vez de dependermos de laboratórios da empresa, instalados nos Estados Unidos e na Europa, vamos ter condições de desenvolver os nossos programas de forma independente. Assim, não mais iremos depender do calendário dos laboratórios para atender a solicitações da Honeywell de vários países", diz Streck.

Projetada e desenvolvida no Brasil, por

engenheiros da própria Honeywell, a bancada possui características distintas de equipamentos semelhantes instalados em outros laboratórios da Honeywell, em vários países, como Estados Unidos, França, Inglaterra, China e Japão. Entre as diferenças, a bancada brasileira funciona com gás propano, em lugar de gás natural, como combustível. A opção pelo gás propano, segundo Streck, é consequência da sua maior disponibilidade na região de Guarulhos, o que não ocorre com o gás natural. "Em vez de simplesmente copiar bancadas instaladas em outras divisões, a Honeywell preferiu projetar e desenvolver um equipamento de acordo com os recursos disponíveis e as características dos motores da região", declara o engenheiro.

A construção da bancada representa uma união de tecnologias brasileira e in-

ternacional. O combustor, considerado o coração do equipamento, foi importado da Inglaterra e a parte de automação do sistema, foi montada pela T-Systems, do Brasil. Também é nacional o grupo de lubrificação (bombas que fornecem o óleo para manter as condições adequadas de temperatura e de pressão).

Outro benefício proporcionado pela instalação da bancada é a profissionalização dos operadores, que passam a realizar no Brasil um trabalho até agora executado em outros países. Os operadores participam do projeto desde o início, o que contribuirá para a ampliação dessa atividade no País. Streck explicou que os engenheiros estabelecem os testes a serem realizados, mas os operadores têm função importante pela responsabilidade ao longo da execução dos ensaios. ■

PÁRA-BRISAS E VIDROS PARA ÔNIBUS



Distribuidor de para-brisas e vidros originais das principais encarroçadoras (MARCOPOLO, CIFERAL, COMIL, CAIO, NEOBUS E MASCARELLO)

ATENDEMOS TODO O TERRITÓRIO NACIONAL

Fone/Fax: (21) 3866-7550

Rua Luiz Câmara, 395 - Ramos - Rio de Janeiro - RJ - CEP 21031-175
E-mail: vidrosrio@uol.com.br

VIDROS RIO 2004 LTDA.



INVERSORES DE TENSÃO DE 12 V OU 24 V PARA 110 V

e Conversores de 24 V para 12 V

Também a maior linha de relés auxiliares e de pisca com alta potência. Amplificadores e sirenes. Temporizadores e relés de injeção eletrônica com exclusiva garantia de 3 anos.

Garantia de 1 ano

Peso: 1,2 kg

Medidas: 20 x 13 x 6 cm



ARPE
GERANDO TECNOLOGIA



Solicite catálogo:

11 6942-8087 / vendas@arpe.com.br ou visite www.arpe.com.br

VENDAS • CONSIGNAÇÃO • EXPORTAÇÃO • FINANCIAMENTO



ÔNIBUS MICROÔNIBUS RODOVIÁRIO E TURISMO

LUCIANO MERCANTIL DE ÔNIBUS LTDA.

TRANSAÇÃO DE AGÊNCIA DE TURISMO E EMPRESAS DE ÔNIBUS URB. RODOV. E TUR.

Samuel Simas Luciano

Tel: 11 3088-36 59 Fax: 11 3061-3650

Cel: 11 9988 -2124 Tel: 11 7723 -1593

ID '55' 11070



Pensou em ônibus?

SPBus Resolve!

Ônibus Usados com QUALIDADE

Fernando

11 3831-5360

11 8383-6033

Acesse hoje mesmo!

www.spbus.com

spbus@spbus.com

Marcopolo produz ônibus número 160.000



A gaúcha Marcopolo atingiu o recorde de 160.000 carrocerias produzidas. O modelo responsável por este número é o Paradiso 1200, cujo comprador foi a Expresso Guanabara, uma das principais empresas de transporte rodoviário no Nordeste, que pertence ao Grupo Jacob Barata.

O veículo recebeu chassi Mercedes-Benz, o de número 1.500.000, do modelo O 500 RS, com motor eletrônico.

O Paradiso 1200 tem capacidade para transportar 41 passageiros e é equipado com poltronas executivas e assento móvel, apoio de braços, numeração com iluminação e

cinto de segurança. O veículo tem ainda renovador de ar no teto, porta-pacotes com iluminação individual, preparação para instalação de rádio, vídeo e DVD, geladeira, entre outros acessórios.

Segundo Paulo Bellini, presidente da Marcopolo, "a empresa foi a primeira carroçadora brasileira a produzir ônibus com sistema de ar-condicionado, o Marcopolo II seletivo; o primeiro veículo intermunicipal brasileiro; o Marcopolo articulado; o ônibus rodoviário com elevador para transporte de deficientes físicos, e o Andare Sunny, modelo com teto removível".

Entre as melhores para trabalhar

A Expresso Medianeira, de Santa Maria (RS) foi considerada uma das 150 melhores empresas para trabalhar. A avaliação foi feita pelo Guia Exame, da Editora Abril. Conquistou, também, o segundo lugar do guia na categoria serviços de transporte. É a segunda vez consecutiva que a empresa aparece na publicação. No ano passado, a Medianeira ficou em terceiro lugar em sua categoria.

Em agosto deste ano, conquistou o prêmio ANTP (Associação Nacional do Transporte Público) de qualidade, também

pela segunda vez, na categoria operadoras rodoviárias, urbanas e metropolitanas.

Fundada em 1951, a Expresso Media-neira conta, atualmente, com uma frota de 123 ônibus, o que corresponde a 63% do transporte coletivo de Santa Maria, cidade de mais de 240 mil habitantes.

Segundo Victorino Aldo Saccol, diretor administrativo da empresa, "o capital humano é o que a Medianeira tem de mais valioso e a motivação dos colaboradores reflete nos resultados da organização".

Banco da Mercedes ganha nova marca

O banco da DaimlerChrysler, dona da marca Mercedes-Benz, lança nova marca a partir de janeiro de 2006 para reforçar o reconhecimento da instituição financeira da montadora, que passa a ser denominada Banco Mercedes-Benz.

O Brasil é o primeiro país a receber autorização do grupo DaimlerChrysler para utilizar a marca Mercedes-Benz prece-

dida por outra palavra. No mundo todo, as empresas do grupo utilizam a descrição das suas atividades posterior ao nome Mercedes-Benz. A nova marca é fundamental "para termos cada vez mais uma imagem clara, direta e objetiva como sendo o banco oficial da Mercedes-Benz", segundo Xavier Accariès, diretor comercial e de marketing do banco.



Volvo nas ruas de Santiago

Começaram a operar no novo sistema de transporte coletivo de Santiago, em outubro, os ônibus fornecidos pela Volvo de Curitiba (PR). São 1.159 ônibus articulados Volvo B9 SALF e 620 modelos regulares B7R LE, que correspondem a 100% da frota do sistema. A entrega, iniciada em julho, se estende aos primeiros meses de 2006.

Custos Operacionais

VEÍCULO	MICROÔNIBUS COM AR
MODELO/CARROCERIA	Agrale 8.5 4x2 E-TRONIC
QUILÔMETROS RODADOS	10.000

	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	1252,01	0,1252	10,6
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	1220,44	0,1220	10,3
SALÁRIO DO MOTORISTA	1459,60	0,1460	12,3
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIGATÓRIO	305,50	0,0306	2,6
SEGURO FACULTATIVO	406,81	0,0407	3,4
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	564,47	0,0564	4,8
SUBTOTAL CUSTOS FIXOS	5208,84	0,5209	43,9

CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
	R\$	R\$/KM	%
COMBUSTÍVEL	3714,00	0,3714	31,3
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	702,19	0,0702	5,9
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	1594,71	0,1595	13,5
LUBRIFICANTE DO MOTOR	138,00	0,0138	1,2
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	6,19	0,0006	0,1
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	490,00	0,0490	4,1
SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS	6645,08	0,6645	56,1
CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)	11853,92	1,1854	100,0

VEÍCULO	ÔNIBUS RODOVIÁRIO COM AR
MODELO/CARROCERIA	VW 17.210 EOD 4x2 Marcopolo Paradiso 1200
QUILÔMETROS RODADOS	10.000

	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	2615,03	0,2615	13,6
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	2520,35	0,2520	13,2
SALÁRIO DO MOTORISTA	1730,16	0,1730	9,0
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	591,28	0,0591	3,1
SEGURO FACULTATIVO	668,38	0,0668	3,5
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	912,42	0,0912	4,8
SUBTOTAL CUSTOS FIXOS	9037,62	0,9038	47,2

CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
	R\$	R\$/KM	%
COMBUSTÍVEL	6632,14	0,6632	34,6
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	512,88	0,0513	2,7
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	2205,65	0,2206	11,5
LUBRIFICANTE DO MOTOR	246,00	0,0246	1,3
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	36,58	0,0037	0,2
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	490,00	0,0490	2,6
SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS	10123,26	1,0123	52,8
CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)	19160,87	1,9161	100,0

VEÍCULO	ÔNIBUS ROD. DOUBLE DECKER COM AR
MODELO/CARROCERIA	Scania K124 6x2 3e Marcopolo Paradiso 1800
QUILÔMETROS RODADOS	15.000

	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	3686,07	0,2457	12,1
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	3985,21	0,2657	13,1
SALÁRIO DO MOTORISTA	1730,16	0,1153	5,7
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	895,96	0,0597	2,9
SEGURO FACULTATIVO	1120,17	0,0747	3,7
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	1453,79	0,0969	4,8
SUBTOTAL CUSTOS FIXOS	12871,35	0,8581	42,2

CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
	R\$	R\$/KM	%
COMBUSTÍVEL	11142,00	0,7428	36,5
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	1640,16	0,1093	5,4
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	3489,75	0,2327	11,4
LUBRIFICANTE DO MOTOR	890,00	0,0420	2,1
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	21,27	0,0014	0,1
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	735,00	0,0490	2,4
SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS	17658,18	1,1772	57,8
CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)	30529,53	2,0353	100,0

VEÍCULO	ÔNIBUS RODOVIÁRIO COM AR
MODELO/CARROCERIA	Mercedes-Benz O-500 4x2
QUILÔMETROS RODADOS	10.000

	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	2916,15	0,2916	14,5
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	2902,90	0,2903	14,5
SALÁRIO DO MOTORISTA	1730,16	0,1730	8,6
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	672,29	0,0672	3,3
SEGURO FACULTATIVO	638,00	0,0638	3,2
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	956,15	0,0956	4,8
SUBTOTAL CUSTOS FIXOS	9815,65	0,9816	48,9

CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
	R\$	R\$/KM	%
COMBUSTÍVEL	6632,14	0,6632	33,0
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	695,83	0,0696	3,5
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	1990,56	0,1991	9,9
LUBRIFICANTE DO MOTOR	244,50	0,0245	1,2
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	25,44	0,0025	0,1
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	675,00	0,0675	3,3
SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS	10263,47	1,0263	51,1
CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)	20079,12	2,0079	100,0

VEÍCULO	ÔNIBUS URBANO
MODELO/CARROCERIA	Volvo B10M 4x2 Marcopolo Torino
QUILÔMETROS RODADOS	5.000

	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	2118,30	0,4237	14,0
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	2179,55	0,4359	14,4
SALÁRIO DO MOT. E COBRADOR	3182,64	0,6365	21,1
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	554,63	0,1109	3,7
SEGURO FACULTATIVO	520,33	0,1041	3,4
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	719,44	0,1439	4,8
SUBTOTAL CUSTOS FIXOS	9274,88	1,8550	61,4

CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
	R\$	R\$/KM	%
COMBUSTÍVEL	3714,00	0,7428	24,6
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	603,05	0,1206	4,0
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	967,82	0,1936	6,4
LUBRIFICANTE DO MOTOR	221,25	0,0443	1,5
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	14,67	0,0029	0,1
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	312,50	0,0625	2,1
SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS	5833,29	1,1667	38,6
CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)	15108,17	3,0216	100,0

VEÍCULO	ÔNIBUS URBANO
MODELO/CARROCERIA	Mercedes-Benz OF-1722 Busscar
QUILÔMETROS RODADOS	5.000

	VALOR		PART.
	R\$	R\$/KM	
DEPRECIÇÃO OPERACIONAL	1310,44	0,2621	10,2
REMUNERAÇÃO DO CAPITAL	1412,03	0,2824	11,0
SALÁRIO DO MOT. E COBRADOR	3182,64	0,6365	24,8
LICENCIAMENTO E SEGURO OBRIG.	369,29	0,0739	2,9
SEGURO FACULTATIVO	385,25	0,0771	3,0
DESPESAS ADMINISTRATIVAS	611,36	0,1223	4,8
SUBTOTAL CUSTOS FIXOS	7271,00	1,4542	56,6

CÁLCULO DOS CUSTOS VARIÁVEIS			
	R\$	R\$/KM	%
COMBUSTÍVEL	3571,15	0,7142	27,8
PNEUS, CÂMARAS E RECAPAGENS	543,90	0,1088	4,2
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MÃO-DE-OBRA)	1005,00	0,2010	7,8
LUBRIFICANTE DO MOTOR	122,25	0,0245	1,0
LUBRIFICANTE DA TRANSMISSÃO	12,72	0,0025	0,1
LAVAGEM E LUBRIFICAÇÃO	312,50	0,0625	2,4
SUBTOTAL CUSTOS VARIÁVEIS	5567,52	1,1135	43,4
CUSTO TOTAL (Mensal e por km rod.)	12838,53	2,5677	100,0

Ônibus leva cultura às comunidades

Grupo Itapemirim investe em responsabilidade social e utiliza ônibus-biblioteca para incentivar a leitura em comunidades carentes

Aline Feltrin



Biblioteca móvel possui 1.000 livros e é equipada com sistemas de áudio e vídeo

QUANDO A RESPONSABILIDADE SOCIAL deixa de ser apenas um conceito e transforma-se em projetos sólidos, ajuda, e muito, populações carentes que não têm acesso à saúde, à educação e a outros serviços sociais.

Recentemente, o grupo Itapemirim, que atua há mais de 50 anos no setor de transporte rodoviário, decidiu criar um piloto de uma biblioteca móvel com o objetivo de fazer com que comunidades e escolas carentes de bibliotecas possam ter acesso a serviços bibliotecários: "Queremos levar a biblioteca não só para estes lugares, mas também para cidades mais desenvolvidas onde não há in-



centivos à prática da leitura", comenta Erika Facca, gerente de projetos do grupo Itapemirim.

A biblioteca móvel Itapemirim é equipada com dois computadores para a informatização do acervo e dos serviços, que estão disponíveis para pesquisas, o que permite ao usuário a iniciação no processo de inclusão digital. A estrutura física da biblioteca móvel foi projetada e

desenvolvida por profissionais do grupo Itapemirim.

O ônibus conta com alto-falante, amplificador de som, mesas e cadeiras desmontáveis, toldos, ar-condicionado, extintor de incêndio, estantes internas com mesa, cadeiras, banco e gavetas, aparelho de televisão, videocassete e DVD.

A biblioteca móvel também assume o papel de centro de informações comunitárias, de interesse público em áreas de saúde, educação, emprego, segurança e direitos humanos, turismo e cultura, entre outras.

O projeto pedagógico é de autoria da professora Walda Antunes, doutora em educação e mestre em planejamento bibliotecário. Segundo a gerente de projetos, a metodologia foi desenvolvida com exclusividade para capacitação da equipe da biblioteca móvel e dos futuros mediadores de leitura das comunidades.

O acervo básico inicial é formado por mil títulos de diversas áreas, como artes, ciências, cultura, educação, ética, filosofia e outras.

O grupo Itapemirim é o patrocinador exclusivo da unidade piloto da biblioteca móvel, cuja primeira parada foi em Porto Alegre (RS) no último mês de outubro. De acordo com Erika Facca, a biblioteca móvel percorrerá todos os estados do País, principalmente para ampliar o alcance

dos objetivos, buscando parcerias com empresas para patrocínios de outras bibliotecas móveis. A meta, em médio prazo, segundo Facca, é atingir o número de 27 bibliotecas em operação, ou seja, uma para cada estado do Brasil e o Distrito Federal. A Shell irá patrocinar um ônibus que ficará na cidade de São Paulo a partir de janeiro de 2006, segundo a transportadora. ■

Resistência e leveza que vêm de série



De carona, qualidade e menor custo



NEOBUS



COMIL

Ao completar 20 anos, a Comil dá início a uma nova era. Tempo de soluções inovadoras e inteligentes. Focadas em qualidade, funcionalidade, beleza e conforto. É a Comil mostrando personalidade própria, com arrojo e elegância para o mundo todo.



CAMPIONE

2006

Puro bom senso.



design by
Bernardo Valiera Mascarenhas

www.comilonibus.com.br

COMIL