

Futuro da mobilidade urbana será decidido em Genebra

*The future of urban mobility
will be decided in Geneva*

**Exposição mostra as inovações que
vão otimizar o formato do transporte público**

*Exhibition showcases the innovations that
will help shape public transport*



**Prêmio ANTP
destaca as melhores
ações de marketing**

**Volvo apresenta o novo
ônibus híbrido Plug-in**

**Superarticulados Mercedes-Benz
já circulam em São Paulo**

**Operadoras apostam
no Doppio BRT da Comil**

**Scania aumenta seu foco
em ônibus com motor dianteiro**

**FPT fornece motores para
fabricante peruana de ônibus**

**Mascarello reestiliza
dois modelos urbanos**

LEMFÖRDER



Em time que está ganhando não se mexe.

Líder original

A LEMFÖRDER é líder nacional no fornecimento de componentes originais de direção e suspensão para veículos leves e pesados. Na hora da reposição, conte com a mesma qualidade, segurança e tecnologia inovadora que as montadoras aprovam.

LEMFÖRDER. Líder no fornecimento de componentes originais nas linhas leve e pesada.



www.zf.com/br/lemforder



Faça revisões em seu veículo regularmente.

Transporte público é prioridade no mundo

Superpopulação mundial, maior poder de compra e aquecimento global. Essas questões também estão intimamente ligadas ao setor de transporte público, que tem alternativas para contribuir com a sustentabilidade do planeta.

Não é à toa que o foco central do congresso da Associação Internacional de Transporte Público (UITP, na sigla em inglês) neste ano é impor metas de ampliação do transporte coletivo sobre o individual, que vem ganhando preferência em razão do maior dinamismo econômico, principalmente, em potências emergentes como o Brasil e a China.

Para a UITP, a prioridade do transporte coletivo tem de ser uma política de gestão de todas as nações, sejam elas ricas, em desenvolvimento ou ainda pobres. Para isso, é preciso investimento em infraestrutura e tecnologias, além da integração intermodal que garantam pontualidade, informação e eficiência na mobilidade dos que optam por deixar o carro em casa.

Exemplos que deram certo no mundo e propostas ambiciosas serão apresentados na centenária UITP 2013, evento bienal neste ano sediado em Genebra. A própria Suíça, que hoje movimenta 20% da sua população por transporte público, quer dobrar este número nos próximos 20 anos.

Como sabemos, o Brasil tem muito a aprender com a UITP. Nos últimos anos, nossos gestores não deram a devida atenção para o tema. Hoje o que temos são metrópoles travadas, com ônibus trafegando com velocidade quase igual à de carroças.

O pleno emprego vivido pelo País inchou sistemas de metrô nas poucas capitais que os possuem – tivessem os ônibus maior competitividade certamente não haveria esta fuga de passageiros, que optam pelo modal de maior eficiência quando não têm a alternativa do transporte individual.

A Copa do Mundo 2014 e as Olimpíadas 2016 despertaram as autoridades para a necessidade de novos sistemas inteligentes, como os BRT. Certamente, a UITP pode lançar ainda mais luz sobre os nossos gestores e operadores.

**REDAÇÃO
DIRETOR**

Marcelo Ricardo Fontana
marcelofontana@otmeditora.com.br

EDITOR

Eduardo Alberto Chau Ribeiro
ecribeiro@otmeditora.com.br

COLABORADORES

Amarilis Bertachini, Márcia Pinna Raspanti,
Renata Passos, Sonia Moraes, Wagner de Oliveira
Carla de Gagnani (Transportemídia, portal de notícias)

EXECUTIVOS DE CONTAS

Alcindo Fontana
fontal@otmeditora.com.br

Carlos A. Criscuolo
carlos@otmeditora.com.br

Gustavo Feltrin
gustavofeltrin@otmeditora.com.br

Vito Cardaci Neto
vito@otmeditora.com.br

FINANCEIRO

Vidal Rodrigues
vidal@otmeditora.com.br

EVENTOS CORPORATIVOS/MARKETING

Maria Penha da Silva
mariapenha@otmeditora.com.br

Vanessa Rodrigues
vanessa@otmeditora.com.br

Glenda Pereira
glenda@otmeditora.com.br

CURSOS CORPORATIVOS

Ana Paula Duarte
anapaula@otmeditora.com.br

CIRCULAÇÃO/ASSINATURAS

Tânia Nascimento
tania@otmeditora.com.br

PROJETO GRÁFICO

Artworks Comunicação
www.artworks.com.br

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

Tiragem

12.000 exemplares

Impressão

Neoband

Assinatura anual: TM R\$ 180,00 (seis edições e quatro anuários);
TB R\$ 160,00 (Seis edições e três anuários).

Pagamento à vista: através de boleto bancário, depósito em conta
corrente, cartão de crédito Visa, Mastercard e American Express
ou cheque nominal à OTM Editora Ltda. Em estoques apenas as
últimas edições.

As opiniões expressas nos artigos e pelos entrevistados não são
necessariamente as mesmas da OTM Editora.
A edição circula no mês subsequente ao da capa.



**Redação, Administração, Publicidade
e Correspondência:**

Av. Vereador José Diniz, 3.300 - 7º andar, cj. 705 Campo Belo
CEP 04604-006 - São Paulo, SP
Tel./Fax: (11) 5096-8104 (seqüencial)
www.revistatechnibus.com.br
otmeditora@otmeditora.com.br



INTERNACIONAL

Congresso Mundial da UITP sobre transporte público, que acontece em Genebra, na Suíça, terá um painel exclusivo sobre o sistema BRS do Rio de Janeiro, e uma feira paralela vai expor os mais novos modelos de veículos utilizados no transporte coletivo e as inovações do setor 7

GUIA DE INDÚSTRIA DE ÔNIBUS E DO TRANSPORTE NO BRASIL

O País enfrenta o desafio de melhorar a qualidade do transporte público para atrair os usuários de automóveis individuais e reduzir os congestionamentos nos grandes centros urbanos 22

FROTA BRASIL

Mais de 50% da frota nacional de ônibus concentra-se na região Sudeste onde está a maior parte dos 194 milhões de brasileiros 31

SÃO PAULO

Na maior cidade brasileira, 15 mil ônibus e micro-ônibus transportam diariamente 9,6 milhões de passageiros 32

RIO DE JANEIRO

O BRS do Rio ganha destaque na UITP: corredores exclusivos obtiveram um aumento de 50% na velocidade média dos ônibus 38

CHASSIS

Desde o início da indústria de ônibus no Brasil, em 1957, foram produzidos 979,6 mil chassis Guia de montadoras: Mercedes-Benz, MAN/Volkswagen, Volvo, Scania, Iveco e Agrale 42 48

CARROCERIAS

Produção adequou-se à motorização Euro 5 e já se prepara para crescimento dos mercados interno e externo Guia de encarroçadoras: Marcopolo, Caio Induscar, Comil, Ciferal, Neobus, Mascarello e Irizar 50 62

FEIRAS

FetransRio e Transpúblico consolidam-se entre os eventos de maior importância no calendário mundial 64

TRANSPORTE ESCOLAR

Em quatro anos, programa Caminho da Escola já disponibilizou 27.288 veículos para transporte rural 68

GUIA DE GRUPOS DE OPERADORES

O transporte de passageiros no Brasil é liderado por grandes grupos que se fortaleceram com aquisições 72

HÍBRIDO

Volvo mostra na feira da UITP seu novo híbrido Plug-In, que pode ser carregado diretamente na rede elétrica 76

NEGÓCIOS

Scania vende 42 unidades F 250 4x2 com motores dianteiros, para a Jundiá operar no interior de São Paulo 78

SUPERARTICULADOS

Os primeiros 30 superarticulados O 500 UDA da Mercedes, entregues ao grupo VIP, já circulam em São Paulo 82

MOTORES

FPT entregou 150 dos 1,5 mil propulsores a gás para ônibus urbanos vendidos à Modasa, do Peru 84

ENCARROÇADORAS

Comil reforça sua atuação no Nordeste com a venda de 40 ônibus para três empresas pernambucanas 86

Mascarello reestiliza os modelos Gran Via motor traseiro e Gran Micro Urbano, com foco no conforto 90

HISTÓRIA

Para comemorar 60 anos de atividade, a Itapemirim colocou em circulação dois modelos clássicos da década de 50 94

PRÊMIO

A ANTP premiou as principais ações de marketing das empresas operadoras de ônibus do País 99

MERCADO

Produção de chassis no quadrimestre cresceu 52,6%, mas as vendas ao mercado interno caíram 2,3% 130

SEÇÕES

Tranquilidade para os seus clientes viajarem
e para a sua empresa seguir em frente.



Somos a corretora **número 1** no atendimento de acidentes com passageiros e gerenciamento de crises, oferecendo os melhores serviços do mercado para que você e os seus clientes possam estar sempre tranquilos ao viajarem por qualquer parte do Brasil.

A **Paluama Corretora de Seguros** coloca à sua disposição toda a experiência de serviços prestados no ramo de transporte de passageiros via terrestre para garantir que todos façam sempre uma boa viagem.

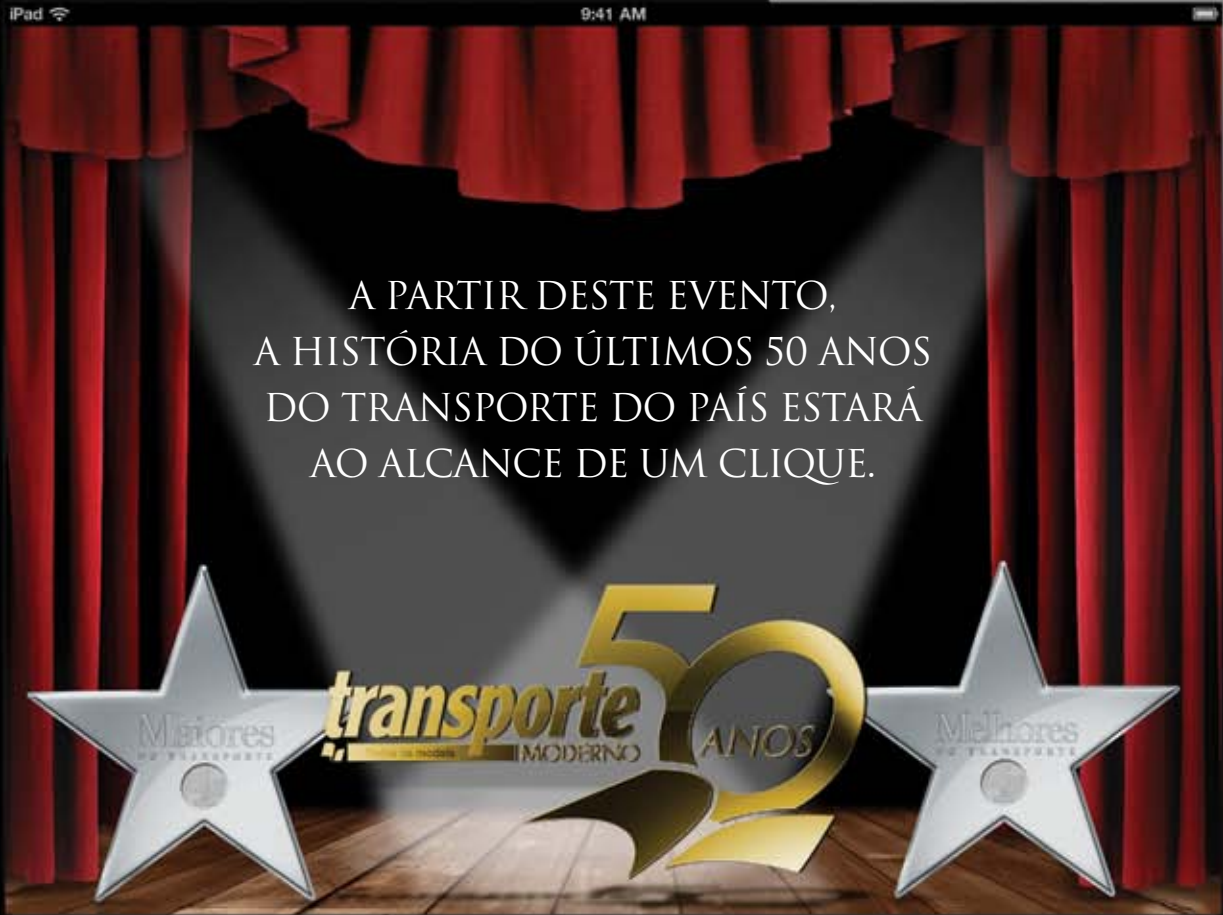
Consulte um de nossos corretores e conheça nossos diferenciais.



PALUAMA
CORRETORA DE SEGUROS

São Paulo - (11) 2105-6777 | Curitiba - (41) 3222-9179 | Goiânia - (62) 4018-6635 | Marília - (14) 3413-7758 | Maringá - (44) 3025-5880
Ribeirão Preto - (16) 3610-1144 | Rio de Janeiro - (21) 2461-2277 | Salvador - (71) 3358-5588 | São José dos Campos - (12) 3911-3822

www.paluama.com.br



Maiores do Transporte e Melhores do Transporte ganha, em 2013, uma nova dimensão. Além de premiar os resultados e a eficiência das empresas de transporte e logística, junta-se ao evento a credibilidade e a tradição de Transporte Moderno – um dos ícones da imprensa especializada em transporte – que completa, em 2013, 50 anos. Parte da história de todos os modais foi contada através de suas reportagens ao longo destas cinco décadas. **E agora esta história poderá ser acessada digitalmente.**

Em comemoração aos seus 50 anos, a OTM Editora lançará o acervo digital de Transporte Moderno, disponibilizando ao público todas as suas edições. E como uma história de cinco décadas não se faz sozinha, Transporte Moderno também prestará uma homenagem a todas entidades setoriais e empresas que ajudaram a revista a chegar até aqui.

Maiores do Transporte e Melhores do Transporte,
Cinquentenário de Transporte Moderno:

Resultados | Eficiência | História | Responsabilidade.



UITP 2013

Geneva

INTERNACIONAL

60º Congresso Mundial e Exposição da UITP, em Genebra, concentra a atenção da comunidade internacional de transporte público nos dias 26 a 30 de maio 7

GUIA DE INDÚSTRIA DE ÔNIBUS E DO TRANSPORTE NO BRASIL

O Brasil enfrenta o desafio de melhorar a qualidade do transporte público para atrair mais usuários e reduzir os congestionamentos nos centros urbanos 22

FROTA BRASIL

Mais de 50% da frota nacional de ônibus concentram-se na região Sudeste 31

SÃO PAULO

Diariamente 15 mil ônibus e micro-ônibus transportam 9,6 milhões de passageiros na cidade 32

RIO DE JANEIRO

Corredores BRS do Rio de Janeiro aumentaram de 50% a velocidade média dos ônibus 38

CHASSIS

Desde o início da indústria de ônibus no Brasil, em 1957, foram produzidos 979 mil chassis 42
 Guia de montadoras: Mercedes-Benz, MAN/Volkswagen, Volvo, Scania, Iveco e Agrale 48

CARROCERIAS

Produção adequou-se já se prepara para novo crescimento dos mercados interno e externo 50
 Guia de encarregadoras: Marcopolo, Caio Induscar, Comil, Ciferal, Neobus, Mascarello e Irizar 62

FEIRAS

FetransRio e Transpúblico consolidam-se entre os eventos de ônibus no calendário mundial 64

TRANSPORTE ESCOLAR

Em quatro anos, programa do governo já entregou 27 mil veículos para transporte rural 68

GUIA DE GRUPOS DE OPERADORES

Transporte de passageiros no Brasil é liderado por grandes grupos de operadores 72

INTERNATIONAL

The 60th UITP World Congress and Mobility & City Transport Exhibition, in Geneva, is the focus of the international public transport community from May 26 to 30 7

GUIDE TO THE BUS AND TRANSPORT INDUSTRY IN BRAZIL

Brazil faces the challenge of improving the quality of public transport to attract more users and reduce congestion in urban centers 22

THE FLEET IN BRAZIL

More than 50% of the country's bus fleet is concentrated in the Southeast 31

SÃO PAULO

15,000 buses and minibuses carry 9.6 million passengers a day in the city 32

RIO DE JANEIRO

BRS lanes in Rio de Janeiro have increased the average speed buses by 50% 38

CHASSIS

Since 1957, the beginning of the bus industry in Brazil, 979,000 chassis have been produced 42

Guide to assemblers: Mercedes-Benz, MAN / Volkswagen, Volvo, Scania, Iveco and Agrale 48

COACHBUILDERS

Production now preparing for new growth of domestic and export markets 50

Guide to coachbuilders: Marcopolo, Caio Induscar, Comil, Ciferal, Neobus, Mascarello and Irizar 62

TRADE FAIRS

FetransRio and Transpúblico have established themselves among the main bus events on the global calendar 64

SCHOOL TRANSPORT

In four years the government program has delivered 27,000 vehicles for rural transport 68

GUIDE TO OPERATOR GROUPS

Passenger transport in Brazil is led by large groups of operators 72



Futuro da mobilidade urbana será definido em Genebra

Dirigentes de entidades e de empresas bem como especialistas vão convergir em Genebra para compartilhar ideias e debater futuros modelos de negócios para ajudar a mobilidade urbana

Com o tema principal “I-Move 2.0 - O modelo de negócios do amanhã”, a União Internacional de Transporte Público (UITP), prestes a completar 128 anos, realiza seu 60º Congresso Mundial e Exposição de Mobilidade Urbana entre os dias 26 e 30 de maio em Genebra, na Suíça. Os quatro dias do congresso contarão com 150 palestrantes de mais de 30 países que debaterão diversos temas relacionados ao futuro da mobilidade urbana, incluindo autoridades, gestores de transporte, especialistas e dirigentes de empresas. A organização do congresso prevê a participação de mais de 2.000 de delegados do mundo todo.

“O 60º Congresso Mundial da UITP e Feira acontece em um momento crítico”, afirmou o secretário-geral da UITP, Alain Flausch. “Para a mobilidade urbana ser uma atividade duradoura, ela precisa se tornar autosustentável e reduzir sua dependência nos recursos públicos, ao mesmo tempo em que continua acessível em termos de custo. Esta revolução requer organização cuidadosa e o congresso destacará as soluções para a concretização desse objetivo.”

Para o secretário-geral da UITP, com número crescente de cidades em todo o mundo que sofrem os efeitos do congestionamento e da poluição, a exposição será palco para as mais avançadas soluções de mobilidade urbana que vão ajudar a criar um modelo sustentável para os centros urbanos do futuro. Além da exposição haverá uma série de Expo Fóruns, onde serão detalhados pelos expositores as mais avançadas tecnologias e inovações.

A exposição terá mais de 300 expositores que vão apresentar as mais recentes inovações ligadas ao transporte público em uma área de 30 mil metros quadrados. O público esperado é de 10 mil visitantes, formado por pessoas responsáveis pelas decisões no mundo do transporte público.

Dentro do 60º mundial, a UITP América Latina terá uma sessão especial que abordará o tema “Como melhorar os serviços na era 2.0”, no dia 28 de maio. Esse assunto vem no contexto da atual mudança econômica e do aquecimento do mercado no continente latino-americano. Nos últimos 16 anos, a população que pertencia à classe média estimada em 56 milhões deu um salto para 128 milhões nas principais cidades do continente.

The future of urban mobility will be decided in Geneva

Leaders of organizations and companies, along with specialists, will converge in Geneva to share ideas and debate future business models to help urban mobility

Under the main theme of “I-Move 2.0 - The business model of tomorrow”, the International Union of Public Transport (UITP), about to celebrate its 128th anniversary, holds its 60th UITP World Congress and Mobility and City Transport Exhibition, between May 26 and 30, in Geneva, Switzerland. The four-day conference will feature 150 speakers from more than 30 countries who will debate various topics related to the future of urban mobility. It will include authorities, transport managers, specialists and business leaders. The congress organizers expect over 2,000 delegates from around the world.

“The 60th UITP World Congress and Mobility and City Transport Exhibition takes place at a critical time,” says the Secretary-General of UITP, Alain Flausch. “For urban mobility to be a lasting activity, it needs to become self-sustaining and to reduce its dependence on public resources, while remaining accessible in terms of cost. This revolution requires careful organization and the congress will focus on solutions to achieve this goal,” he says.

For the Secretary General of UITP, with an increasing number of cities around the world suffering from congestion and pollution, the exhibition will play host to the most advanced urban mobility solutions that will help create a sustainable model for urban centers of the future. Besides the exhibition, there will

Isso permitiu aos cidadãos o acesso a mais serviços e à compra de bens duráveis. Para discutir essa nova realidade, os palestrantes apresentarão os principais pontos, cada um dentro do seu mercado, sobre como melhorar os serviços, atrair mais passageiros e atender à demanda no transporte público. A delegação da América Latina para o congresso superou 90 inscritos provenientes de oito países da região.

Entre os palestrantes na sessão da América Latina está Alexandre Sansão Fontes, subsecretário-executivo da Secretaria Municipal de Transportes do Rio de Janeiro, que se encarregará da palestra "O que está fazendo o serviço de ônibus do Rio ser especial", que apresenta todos os detalhes do sistema BRS carioca aos participantes do evento da UITP.

Outra participação expressiva no evento da UITP é a de Richele Cabral, diretora de mobilidade da Federação das Empresas de Transportes de Passageiros do Estado do Rio de Janeiro (Fetranspor). Ela faz uma palestra sobre as novas tecnologias para o uso de combustíveis alternativos no transporte público de passageiros.

"É uma visão para 2016 sobre a matriz energética para ônibus", declara Richele, explicando que a apresentação é o resultado de um trabalho que foi desenvolvido em parceria com a Universidade Federal do Rio de Janeiro (Coppe), o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) e os governos do estado e do município do Rio de Janeiro.

Foram levantadas todas as possibilidades de combustíveis e energias e comparados o custo-benefício e a viabilidade econômica de se trocar a frota por um tipo de combustível específico, de acordo com diferentes critérios: menos poluente, mais silencioso, mais barato, subsidiado ou não. A diretora destaca que o resultado não indica uma solução única, e a escolha vai variar segundo as necessidades e a viabilidade de cada mercado.

No caso do Rio de Janeiro, o município está investindo no diesel de cana-de-açúcar porque, de acordo com Richele, considerando-se toda a cadeia da cana, é um combustível que possibilita uma redução de poluição local de praticamente zero. Além disso, não requer alterações na tecnologia do veículo. "Não precisamos mudar o motor, nem usar aditivo, conseguimos colocar esse combustível, que é renovável, com poluição praticamente zero, nos veículos que já temos. Também não há preocupação de ficarmos dependentes de uma política do governo. Se, por acaso, o diesel de cana vier a faltar, ou ficar mais



Lélis Teixeira, presidente da Fetranspor e da UITP América Latina

Lélis Teixeira, president of the Fetranspor and UITP Latin America

be a series of Expo Forums, where exhibitors will detail the most advanced technologies and innovations.

The exhibition will feature more than 300 exhibitors who will present the latest innovations related to public transport, in an area of 30,000 square meters. Ten thousand visitors are expected, including decision-makers in the world of public transport.

At the 60th UITP World Congress, Latin America will have a special session that will address the topic, "How to improve services in the 2.0 era," on May 28. This subject arises in the context of the current economic shift and the thriving market in Latin America. In the last 16 years, the middle class that was estimated at 56 million people has grown to 128 million people in major cities on the continent. This has given people access to more services and they are able to purchase durable goods. To discuss this new situation, the speakers will present the main points, each within their market, on how to improve services, attract more passengers, and meet demand in public transport. The Latin American delegation at the congress has more than 90 participants from eight countries in the region.

Among the speakers at the session on Latin America is Alexandre Sansão Fontes, executive under-secretary at the Municipal Transport Department in Rio de Janeiro, who will deliver the talk, "What makes the bus service in Rio so special," which presents all the details about BRS in Rio.

Another highlight at the UITP event will be the talk by Richele Cabral, director of mobility at the Federation of Passenger Transport Companies in the State of Rio de Janeiro (Fetranspor). She will speak about the new technologies used in alternative fuels for public transport.

"It is a vision to 2016 of the energy matrix for buses," says Cabral, explaining that the presentation is the result of work done in partnership with the Federal University of Rio de Janeiro (Coppe), the National Bank for Economic Development (BNDES), and the state and municipal governments of Rio de Janeiro.

All the fuels and energy options were looked at and the cost-effectiveness and economic feasibility of replacing the fleet for one specific fuel type was analyzed, according to different criteria: the cleanest, the quietest, the cheapest, and whether it was subsidized or not. The director says that the result does not put

caro, podemos voltar para o diesel comum, sem termos tido nenhum prejuízo”, afirma.

Este combustível do Rio é uma mistura que leva 70% de diesel comum com biodiesel (5%), que já é usado atualmente nos ônibus urbanos, com 30% de diesel de cana-de-açúcar. Hoje essa mistura já está sendo usada em 30 ônibus urbanos convencionais e, em breve, começará a abastecer os 91 ônibus articulados que estão circulando no Transoeste, o novo sistema de BRT (Bus Rapid Transit), que foi inaugurado no ano passado no Rio.

Os outros palestrantes incluem Roberto Sganzerla, que abordará o tema “O modelo de negócio do amanhã na América Latina”; Jesus Padilla (“O papel ambiental do BRT no México DF”); Marcus Vinicius Quintella (“O novo modelo de negócios para o transporte público nos próximos 10 anos”); Mauro Borges Freddo (“Novos modelos para pagamento e comunicação no

forward a single solution, and the choice will vary depending on the needs and viability for each market.

In the case of Rio de Janeiro, the city is investing in sugarcane diesel because, according to Cabral, taking the sugarcane chain as a whole, the fuel reduces local pollution to practically zero. Moreover, it does not require any changes in vehicle technology. “We don’t need to change the engines or use an additive. We have managed to put this fuel, which is renewable, with almost zero pollution, in the vehicles we already have. There is also no concern about our being dependent on government policy. If, by chance, there were a shortage of sugarcane diesel, or it gets more expensive, we can go back to regular diesel, without any losses,” he says.

The fuel in Rio is 70% regular diesel mixed with 5% biodiesel, which is already used in urban buses, with 30%

Estudo encomendado pela MAN destaca a mobilidade do futuro

Segundo as Nações Unidas, a população urbana aumentará 85% até 2050, chegando a 6,3 bilhões de pessoas. Mais de dois terços da humanidade viverá em cidades.

Preocupada com a mobilidade do futuro, a MAN Latin America encomendou à Universidade Técnica de Munique (Technical University of Munich) um estudo – “O que as cidades querem” –, que destaca 15 cidades de todo o mundo com informações sobre como pretendem tornar o tráfego urbano mais atraente no futuro.

As cidades de São Paulo, Ahmedabad, Beirute, Bogotá, Copenhague, Johannesburgo, Istambul, Londres, Los Angeles, Lyon, Melbourne, Munique, São Petersburgo, Xangai e Singapura mostram as oportunidades associadas à urbanização. Segundo estudo, estas cidades representam uma grande variedade em termos de tamanho, taxas de crescimento populacional anual e densidade populacional, equilíbrio dos diferentes meios de transporte e grau de desenvolvimento industrial.

O levantamento feito pela cidade de Munique destaca que hoje essas “Cidades Globais” criam as condições prévias para uma mobilidade eficiente, acessível e ecológica. “Para os cidadãos e empresas locais, a acessibilidade e a atratividade das cidades, assim como sua qualidade de vida, são de importância primordial.”

Ainda, de acordo com o estudo, a expansão do transporte público é a mais alta prioridade. Isso inclui mais linhas de transporte público que funcionem com maior frequência, além de um serviço mais confiável. Dessa forma, as cidades estão respondendo às demandas dos cidadãos: para eles, a qualidade do transporte público é tão importante quanto a duração da viagem no momento de escolher um meio de transporte.

“Por esse motivo, as cidades não estão investindo apenas

nas infraestruturas de transporte público, mas também – e cada vez mais – em sistemas de informações e de comunicação fáceis de usar”, destaca o documento.

Em um amplo trabalho de pesquisa, o estudo fornece informações sobre várias soluções inovadoras e contém uma visão geral das diversas estratégias de mobilidade sustentável nas cidades que incluem planos de mobilidade integrada, transporte combinado, metas ambientais ambiciosas e direito de passagem para sistemas alternativos.

O estudo revela que São Paulo não é apenas a maior cidade do Brasil, mas a maior cidade da América do Sul. Com 11 milhões de habitantes em uma área de 1.523 quilômetros quadrados, a região metropolitana de São Paulo cobre mais de 8.000 quilômetros quadrados e tem cerca de 20 milhões de habitantes. Por isso, ela está entre as dez maiores regiões metropolitanas do mundo.

“Com o segundo maior produto interno bruto do Brasil e um dos cinco maiores da América Latina, a cidade de São Paulo é uma potência econômica, além de ser o principal centro industrial do País”, aponta o documento da Universidade Técnica de Munique. “Entre 1940 e 1980, sua população praticamente dobrou, passando de 4,7 para 8,5 milhões. Em função desse rápido crescimento, a infraestrutura de transporte foi improvisada de maneira generalizada e o desenvolvimento urbano ficou marcado pela expansão urbana indiscriminada.”

Na cidade de São Paulo a rede rodoviária tem 17.000 quilômetros. Vinte e nove por cento de todas as viagens são feitas em carros particulares e 39% por meio do transporte público local. Apenas sete anos atrás, era o contrário. Enormes investimentos na infraestrutura de transporte público resultaram nessa mudança de ênfase.

transporte público”) e Abel Nicolás de Manuele (“Sistema Único de Pagamento Eletrônico hoje e seu futuro.”

Durante o congresso haverá a entrega do Prêmio Crescendo com o Transporte Público, nas categorias regional e mundial. Entre os 11 finalistas selecionados para receber o prêmio regional da América Latina estão três projetos brasileiros: os da Fetranspor (“Sistema BRS do Rio de Janeiro”), Empresa 1 (“Expansão do transporte público com a eliminação de uso fraudulento” e da Prodata Mobility (“Projeto MAIS AFC”). A Fetranspor concorrerá à categoria de premiação mundial como representante do continente.

No dia 28 de maio, o brasileiro Lélis Teixeira, presidente da Federação das Empresas de Transportes de Passageiros do



Alexandre Sansão Fontes, sub-secretário executivo de Transporte do Rio de Janeiro

Alexandre Sansão Fontes, executive under-secretary of Transport in Rio de Janeiro

sugarcane diesel. Today this mix is being used in 30 conventional buses, and it will soon supply 91 articulated buses used in Transoeste, the new Bus Rapid Transit (BRT) system which was rolled out last year in Rio.

The other speakers include Roberto Sganzerla, who will address “The business model of tomorrow in Latin America”; Jesus Padilla (“BRT’s environmental role in Mexico FD”); Marcus Vinicius Quintella (“The new business model for public transport over the next 10 years”); Mauro Borges Freddo (“New models for payment and communication in public transport”), and Abel

Study commissioned by MAN throws the spotlight on future mobility

According to the United Nations, the world’s urban population will grow by 85% by 2050, to 6.3 billion people. Over two-thirds of humanity will be living in cities.

Concerned about future mobility, MAN Latin America commissioned the Technical University of Munich to carry out the study - ‘What cities want’ - which focuses on 15 cities around the world and how they intend to make urban transport more attractive in the future.

The cities of São Paulo, Ahmadabad, Beirut, Bogota, Copenhagen, Johannesburg, Istanbul, London, Los Angeles, Lyon, Melbourne, Munich, St. Petersburg, Shanghai and Singapore show what opportunities exist in urbanization. According to the study, these cities present a wide range of sizes, annual population growth rates and population density, balance between different transport modes, and levels of industrial development.

The survey says that these global cities “create the preconditions for efficient, affordable and ecological mobility.” For local people and businesses, cities’ accessibility and attractiveness, as well as quality of life, are paramount.

Also, according to the study, the expansion of public transport is the highest priority. This includes more public transportation lines operating more frequently, and more reliable services. The cities are responding to the demands of their citizens: for them, the quality of public transport is as important as how long the trip lasts, when it comes to choosing a means of transport.

This is why the cities are not only investing in public

transport infrastructure, but also - and increasingly - in information and communications systems that are easier to use, says the document.

In a far-reaching survey, the study provides information on various innovative solutions, and it provides an overview of the various strategies for sustainable mobility in cities that include integrated mobility plans, combined transport, ambitious environmental targets, and right-of-ways for alternative systems.

The study shows that São Paulo is not only the largest city in Brazil, but the largest city in South America, with 11 million people in an area of 1,523 square kilometers. The metropolitan region of São Paulo covers over 8,000 square kilometers and is home to about 20 million people. This puts it among the ten largest metropolitan areas in the world.

With the second-largest GDP in Brazil and one of the five-largest in Latin America, the city of São Paulo is an economic powerhouse, besides being the main industrial center in Brazil, says the Technical University of Munich’s survey. “Between 1940 and 1980 its population almost doubled, from 4.7 to 8.5 million. Due to this rapid growth, the transportation infrastructure was improvised and urban development was marked by indiscriminate urban expansion.”

In São Paulo city the road network measures 17,000 km. Twenty-nine percent of all trips are made in private cars, and 39% by local public transport. Just seven years ago, it was the opposite. Huge investment in public transport infrastructure has resulted in this change of emphasis.

Estado do Rio de Janeiro (Fetranspor) toma posse oficialmente, na assembleia do bloco da América Latina, do cargo de presidente da UITP América Latina. “É um grande orgulho assumir esse posto, pois representa um reconhecimento ao trabalho realizado não por mim pessoalmente, mas pela entidade que tenho a oportunidade de presidir, que vem empreendendo um enorme esforço pela melhoria do serviço prestado, pela priorização do transporte coletivo, pelo aprimoramento profissional e pela valorização do profissional rodoviário”, declara Teixeira.

Ele destaca que neste momento em que o Brasil e, em especial, o Rio de Janeiro, vêm participando cada vez mais intensamente do calendário mundial de eventos – como a Copa do Mundo, as Olimpíadas e a Jornada Mundial da Juventude – é fundamental aproveitar estas oportunidades para construção de um grande legado para as cidades brasileiras, de modo que as melhorias implantadas no sistema de transporte público continuem beneficiando a população, mesmo depois do fim desses eventos.

Teixeira declara que uma das metas durante sua gestão será aumentar o uso do transporte público, em consonância com a campanha da UITP que pretende dobrar sua utilização até o ano de 2025. Também estará em foco a necessidade de contribuir para que esse transporte seja feito de forma a respeitar e a preservar ao máximo o meio ambiente. Em sua opinião, isso pode ser alcançado partindo-se de uma matriz racional, com o sistema sendo operado por veículos com motores de última geração, utilizando combustíveis mais limpos.

O presidente da Fetranspor acredita que as experiências do Brasil podem contribuir para os sistemas de transporte público de outros países. “No mundo atual, o conhecimento é cada vez compartilhado de forma mais intensa e rápida. Assim, as experiências em transporte, capazes de mudar o funcionamento de nossas cidades, não passam despercebidas pela comunidade internacional. O Brasil já prestou enorme contribuição com o conceito de BRT (Bus Rapid Transit), nascido aqui, em Curitiba, planejado e implantado pelo então prefeito Jaime Lerner, apesar da sigla inglesa”, declara.

Ele destaca que, recentemente, o Rio de Janeiro inovou com a implantação do BRS (Bus Rapid Service) e que essas experiências têm trazido técnicos de outros países para verem de perto seus resultados. “Isso nos orgulha bastante”, declara.

A Fetranspor confirmou que a UITP fará durante a próxima exposição FetransRio, no Rio de Janeiro, sua Conferência Internacional de Ônibus. No ano passado a conferência foi em Istambul, com 400 participantes de 32 países. Para a do ano que vem, a expectativa é de que venham representantes de 32 países para o evento no Rio de Janeiro.

A Fetranspor é também um dos finalistas para receber um prêmio que vai condecorar o comprometimento com políticas públicas de transporte e a contribuição para que sejam bem sucedidas,

Nicolás de Manuele (“The Single Electronic Payment System today and in the future.”

On May 28, Brazilian, Lélis Teixeira, who is the president of the Fetranspor, officially takes over as president of UITP Latin America. “It is with great pride that I take on this position, as it is acknowledgment of the work done not by me personally but by the entity that I have had the opportunity to preside over, which has been making a huge effort to improve the service provided, through prioritizing public transport, professional development and appreciation of highway professionals,” says Teixeira.

He stresses that at a time when Brazil, and Rio de Janeiro in particular, have been more involved in global events – such as the FIFA World Cup, the Olympics and World Youth Day, it is essential to take advantage of these opportunities to build a great legacy for Brazilian cities, so that the improvements made to the public transport system continue to benefit the population after the end of these events.

Teixeira says that one of the goals during his tenure will be to increase the use of public transport, in line with the campaign by the UITP, which aims to double its use by the year 2025. The need to make sure this transport respects and conserves the environment will also be in focus. In his opinion, this can be achieved starting from a rational matrix, with the system operating vehicles powered by the latest generation engines, using cleaner fuels.

The president of Fetranspor believes that Brazil’s experience can make a contribution to public transport systems in other countries. “In today’s world, knowledge is shared more intensely and quickly. So, experience in transport that can change the way our cities function, do not go unnoticed by the international community. Brazil has already made an enormous contribution with the concept of Bus Rapid Transit (BRT), created here, in Curitiba, planned and implemented by the then Mayor, Jaime Lerner, despite its English acronym,” he says.

He points out that, recently, Rio de Janeiro innovated with the deployment of Bus Rapid Service (BRS) and that these efforts have attracted experts from other countries to have a close look at their results. “This makes us very proud,” he says.

Fetranspor has confirmed that the UITP will hold its International Bus Conference, involving representatives from 32 countries, at the next FetransRio exhibition, in Rio de Janeiro. Last year the conference was in Istanbul, with 400 participants attending from 32 countries.

Fetranspor is also one of the finalists for a prize that will recognize commitment to public transport policy and its success, improving people’s quality of life. “The nomination in the Public Policy category is due, I believe, to the effort made to improve transport through projects such as BRS. The Federation has a

melhorando a qualidade de vida da população. “A indicação à categoria Política Pública se deve, a meu ver, ao esforço no sentido de colaborar com a melhoria do transporte, em projetos como o próprio BRS. A federação tem uma visão de mobilidade como uma operação integrada e voltada para as pessoas e para a facilitação de suas vidas, em especial nas grandes cidades. A indicação vem reforçar o reconhecimento da comunidade internacional ao esforço empreendido pela federação, que já concorre ao prêmio “Crescendo com o Transporte Público” (Grow with Public Transport) nas categorias regional (América Latina) e mundial”, diz Teixeira.

O projeto da Fetranspor, “Sistema BRS - A nova visão do Transporte Público no Rio de Janeiro”, foi um dos selecionados entre mais de 270 trabalhos, enviados por concorrentes de 50 países. “Para o nosso segmento, que vive momento de transição, a própria indicação já é uma honra e uma alegria”, afirma.

UITP LATIN AMERICA – Desde 2003, quando foi fundada, a UITP Latin America tem divulgado as experiências de sucesso em mobilidade urbana do continente, para o mundo e para a própria América Latina. O maior número de associados vem do Brasil, por isso, o escritório da entidade fica em São Paulo. “Há diversos países da América do Sul que tem sistemas de transporte público atrasados. Nesse sentido, muitos cases brasileiros estão servindo de modelo para regiões menos desenvolvidas. Posso citar, por exemplo, os metrô de São Paulo e do Rio de Janeiro, cuja operação tem sido bastante divulgada”, diz João Ronco Junior, vice-presidente da UITP Latin America e diretor da Prodata Mobility Brasil.

No dia 28 de maio, será realizada a reunião para a América Latina, que tem como tema “melhorar a qualidade dos serviços para atrair novos clientes”. Em setembro, será realizado na Cidade do México, o Congresso UITP para a América Latina, uma das reuniões regionais promovidas pela entidade. “Vamos apresentar, em Genebra, um resumo descritivo da bilhetagem eletrônica no continente. Em setembro, levaremos um material mais completo sobre os desafios do segmento”, diz Ronco.

Também no dia 28, serão premiados os quatro melhores projetos de mobilidade urbana da América Latina, de um total de onze inscritos. A Prodata Mobility Brasil concorre com o case da Setransp (Sindicato das Empresas de Transporte de Passageiros do Município de Aracaju), em Aracaju, em Sergipe. A empresa brasileira também participa do stand do Grupo Prodata Mobility, apresentando suas aplicações. ■



João Ronco Jr., vice-presidente da UITP América Latina e diretor da Prodata Mobility

João Ronco Jr., vice-president of UITP Latin America and director of Prodata Mobility

vision of mobility as an integrated and people-oriented operation, facilitating people’s lives, especially in large cities. The nomination reinforces the recognition by the international community of the efforts made by the Federation, which is now running for the ‘Grow with Public Transport’ award, in the regional (Latin America) and worldwide categories,” says Teixeira.

Fetranspor’s project, “BRS System-The New Vision in Rio de Janeiro’s Public Transportation”, was one of those selected from more than 270 papers, sent in from 50 countries. “For our segment, which is going through a transition, the nomination itself is an honor and a joy,” says Teixeira.

UITP LATIN AMERICA – Since 2003, when it was founded, UITP Latin America has promoted success stories in urban mobility on the continent to Latin America and the world. The largest number of members is from Brazil, which is why the organization’s office is in São Paulo. “There are several countries in South America that have outdated public transport systems. So, in many cases Brazil is a model for less developed regions. I can mention, for example, the subways in São Paulo and Rio de Janeiro, whose operations have been widely disseminated,” says João Ronco Júnior, Vice President of UITP Latin America, and director of Prodata Mobility Brazil.

The meeting for Latin America will be held on May 28, on the theme ‘improving the quality of services to attract new customers.’ In September the UITP Congress for Latin America, one of the regional meetings organized by UITP, will be held in Mexico City.” We are going to present a summary of electronic ticketing on the continent in Geneva. In September, we will make a more complete presentation on the challenges faced by the industry,” says Ronco.

Also on May 28, the top four urban mobility projects in Latin America, out of eleven entries, will be awarded prizes. Prodata Mobility Brasil has entered a case study from the Association of Passenger Transport Companies in the city of Aracaju (Setransp), in Sergipe state. The Brazilian company is also taking part in the stand run by Prodata Mobility Group, presenting its applications. ■

Desempenho e rentabilidade nunca caminharam tão juntos.



Os chassis para ônibus Scania são desenvolvidos levando-se em consideração o conforto dos passageiros, o desempenho oferecido ao motorista e o respeito ao meio ambiente. Robustos e confiáveis, contam com um potente motor dianteiro, pronto para as mais diversas exigências de transporte, garantindo o maior torque da categoria. Além de trazerem a rentabilidade e a confiabilidade presentes em todos os produtos e serviços Scania, para que o seu ônibus esteja sempre em movimento.

Consulte a sua Casa Scania.

Faz diferença ser Scania.

facebook.com/ScaniaBrasil





Respeite os limites de velocidade.



**Novos chassis de ônibus Scania
com motor dianteiro.**



SCANIA

www.scania.com.br

As inovações que vão otimizar formato do transporte público

Feira reúne produtos modernos, tecnologias avançadas e serviços inovadores que atraem representantes de empresas do mundo todo para conhecer qual será a forma do transporte público no futuro

■ AMARILIS BERTACHINI

O 60º Congresso Mundial da UITP, que este ano acontece em Genebra, na Suíça, conta, paralelamente, com uma exposição de produtos e serviços para o segmento de transporte público de massa, incluindo ônibus, metrô, trem e VLT (veículos leves sobre trilhos). A feira abriga mais de 300 empresas internacionais, exibindo as mais recentes soluções, em produtos e serviços, além de novas tecnologias direcionadas a otimizar o transporte coletivo de massa.

Ocupando uma área de 30 mil metros quadrados, a exposição deve atrair, nos quatro dias do evento, um público especializado de cerca de 10 mil visitantes entre dirigentes de grandes empresas, técnicos e tomadores de decisão do ponto de vista comercial.

O mundo da mobilidade sustentável vai convergir para o congresso da UITP, onde estarão expostas as inovações que ajudarão a definir qual será o formato da mobilidade urbana no futuro.

Entre as empresas que estão exibindo seus produtos no evento está a Volvo, que colocou em seu estande o novo ônibus híbrido Plug-In, que tem como diferencial a possibilidade de recarga na rede elétrica urbana, através de um coletor instalado no teto. O modelo destina-se exclusivamente ao mercado europeu.

O objetivo da Volvo é oferecer uma alternativa sustentável para o transporte urbano de passageiros. A tecnologia do Plug-In permitirá a redução do consumo de combustível e de dióxido de carbono de 75% a 80% em relação aos ônibus a diesel convencionais. As primeiras unidades desse modelo já estão circulando, como teste, pelas ruas de Gotemburgo, na Suécia, e o início de produção comercial está previsto para daqui a dois anos.

Outro expositor é a ZF que apresenta no evento sua transmissão automática ZF-Ecolife 6 marchas, com novos padrões de tecnologia e conforto para o transporte de passageiros em ônibus urbanos. Fabricada na Alemanha, a ZF-Ecolife já foi introduzida no Brasil, em modelos que são aplicados em

Exhibition showcases innovations that will help shape public transport

Trade fair showcases modern products, advanced technologies and innovative services that attract representatives from companies all over the world to see what public transport in the future will look like

The UITP's 60th World Congress, which this year takes place in Geneva, Switzerland, includes an exhibition of products and services for the mass public transit segment - buses, subways, trains and light rail. The trade fair hosts over 300 international companies displaying the latest solutions, products, and services, as well as new technologies that optimize mass collective transport.

Occupying an area of 30,000 square meters, over four days the exhibition is expected to draw a specialized audience of about 10,000 visitors, among them directors of large companies, technicians and commercial decision-makers.

The world of sustainable mobility will converge at the UITP Congress, which will exhibit the innovations that will help shape the future of urban mobility.

Among the companies that are exhibiting their products

motores até 2.000 Nm e já foi preparada para o novo padrão de motores de plataformas mundiais.

A ZF-Ecolife promete aumentar a durabilidade de freios e powertrain e diminuir os impactos negativos sobre o meio ambiente. Com isso, saem ganhando o meio ambiente, com a redução de emissão de poluentes, o empresário do transporte, que reduz seus custos, o motorista, que conduz o veículo com menor esforço, e os passageiros, que fazem uma viagem mais confortável.

A fabricante belga de ônibus Van Hool, expõe na bienal da UITP seu primeiro exemplar do novo Exqui.City, com design "Geneva (TPG)". É uma versão do Exqui.City articulado, com 18 metros de comprimento. A empresa responsável pelo transporte público de Genebra, a les Transports Publics Genevois (TPG) encomendou 33 unidades. Os veículos entrarão em operação ainda neste ano e no próximo.

O Exqui.City design Geneva é resultado de uma colaboração entre a TPG e a Van Hool e marca a chegada da empresa belga no mercado suíço de ônibus de alto padrão. O que faz este modelo tão especial é a tração provida de dois eixos direcionais, permitindo seu uso em climas com condições difíceis e em rotas que apresentam grandes diferenças de latitude em curtas distâncias.

A empresa apresentou um protótipo do Exqui.City em uma outra feira que aconteceu na Bélgica há exatos dois anos. Este novo tipo de veículo tem uma plataforma de multipropulsão. Esta plataforma permite que o Exqui.City, tanto o de 18 metros quando a versão de 24 metros, possa ser configurado em diferentes versões, tais como sistemas híbridos e ônibus totalmente elétricos. O Exqui.City combina a flexibilidade de um ônibus com a eficiência de um bonde.

Também a Siemens apresenta este ano na feira da UITP um portfólio de soluções com seus últimos desenvolvimentos voltados ao transporte coletivo, como o sistema de controle de força para abastecimento ferroviário, soluções de armazenamento de energia para sistemas livres de catenária no trânsito urbano, soluções para otimizar o uso da infraestrutura ferroviária e uma plataforma de TI para planejamento, reserva e faturamento de viagens multimodais, além do primeiro ônibus totalmente elétrico a entrar em operação regular.



Ônibus híbrido plug-in da Volvo
Volvo hybrid bus plug-in

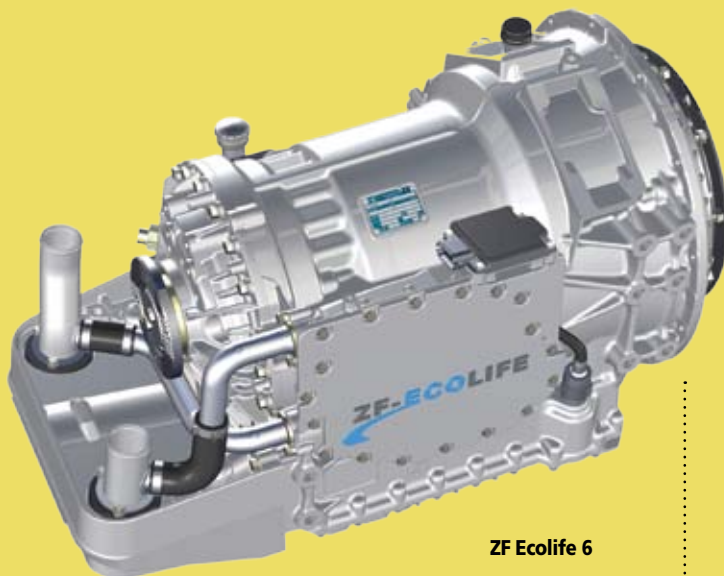
at the event is Volvo, whose stand will have the new Plug-In hybrid bus, which can be charged from the urban grid via a collector installed on the roof. The model is exclusively for the European market.

Volvo aims to offer a sustainable alternative for urban passenger transport. Plug-In technology will reduce fuel consumption and carbon dioxide emissions by 75% to 80% compared with conventional diesel buses. The first units of this model are already being tested in the streets of Gothenburg, Sweden, and commercial production is expected to begin in two years.

ZF is another exhibitor at the event, introducing its automatic transmission 6-speed Ecolife, with new standards of comfort and technology for bus passenger transport. Made in Germany, the ZF-Ecolife has been introduced in Brazil in models that are used in engines of up to 2,000 Nm and which have been prepared for the new standard of global engine platforms.

The ZF-Ecolife promises to increase the durability of brakes and powertrains and reduce environmental impacts. The environment wins from reduced emissions, transport companies reduce costs, drivers have to make less effort, and passengers have a more comfortable ride.

The Belgian bus manufacturer Van Hool showcases its new Exqui.City, featuring 'Geneva (TPG)' design. It is an articulated Exqui.City, measuring 18 meters in length. The company responsible for public transport in Geneva, Les Transports Publics Genevois (TPG) has ordered 33 units. The vehicles



ZF Ecolife 6

A empresa montou uma plataforma de mobilidade integrada, que facilita para os operadores integrar serviços complementares dentro do que eles estão oferecendo. Ofertas agregadas podem ser reunidas em um só plano, o que possibilita que um transporte multimodal seja planejado, reservado e pago através de uma única plataforma. As viagens também podem ser otimizadas do ponto de vista econômico e ambiental.

Sistemas de abastecimento de energia de tração ferroviária atendem às necessidades energéticas da linha principal e dos passageiros, assim como dos bondes e linhas do metrô. As soluções Siemens de eletrificação ferroviária podem, por exemplo, transmitir a energia de frenagem recuperada para mover os consumidores remotos através de redes de média tensão.

Com o sistema da Siemens Trainguard MT, a capacidade do metrô pode ser elevada em até 50% enquanto o consumo de energia é cortado em 30%.

A Siemens oferece conceitos flexíveis e inovadores para ônibus urbanos totalmente elétricos (eBus) assim como para sistemas eBRT que podem ser integrados em vários chassis.

Já a empresa alemã Hess disponibiliza para teste, durante o evento da UITP, um ônibus articulado de 19 metros de comprimento com dois eixos direcionais, adaptado pela ABB com completo controle de tração e otimizado com um carregador de bordo, unidades para armazenagem de 40 kWh de energia e um sistema de transferência automática de energia nas paradas.

A rota entre o aeroporto e o Palexpo percorre 1.824 quilômetros em três minutos e 20 segundos. Na estação Flash do Palexpo há conexão automática do ônibus com a unidade de alimentação, fonte de alimentação de 400 kW por 15

will be in operation later this year and next.

The Exqui.City Geneva design is the result of collaboration between TPG and Van Hool and marks the arrival of the Belgian company on the high-standard Swiss bus market. What makes this model so special is the traction provided by two directional axles, allowing its use in harsh weather conditions and on routes that have large differences in latitude over short distances.

The company presented a prototype of the Exqui.City at another trade fair, in Belgium, exactly two years ago. This new type of vehicle has a multi-propulsion platform. It allows the Exqui.City, both in 18-meter and 24-meter versions, to be configured in different versions, such as hybrid and fully electric buses. The Exqui.City combines the flexibility of a bus with efficiency of a tram.

This year at the UITP fair, Siemens presents a portfolio of solutions with its latest developments for public transport. On show will be a power control system for rail power supply, energy-storage systems for catenary-free urban transit systems, solutions for the optimum use of rail infrastructure, an IT-based platform for the planning, booking and invoicing of multimodal travel, plus Europe's first fully electric bus to enter regular service

The company has set up an integrated mobility platform, which enables operators to integrate additional services. They can be brought together in one plan, which allows multi-modal transport to be planned, booked and paid for through a single platform. Trips can also be optimized in economic and environmental terms.

Railway traction power supply systems meet the energy requirements of main-line and passenger services, as well as tram and metro networks. Siemens rail electrification solutions can, for example, transmit recovered braking energy to more remote consumers via medium-voltage grids.

With the Siemens Trainguard MT system, the capacity of a metro line can be increased by up to 50 percent while energy consumption is cut by 30 percent.

Siemens is offering innovative and flexible concepts for fully electric urban buses (eBus), as well as eBRT systems that can be integrated into many vehicle chassis, and are thus manufacturer-neutral.

At the UITP event, German company Hess is providing, for testing, a 19-meter articulated bus with dual powered axles, fitted out by ABB with a complete traction chain and optimized with an on-board charger, 40kWh energy-storage units and an automatic energy transfer system at stops.

The route between the airport and Palexpo is 1.824

segundos, fornecimento de energia solar conectado à rede de 50 kVA e unidade de armazenamento de 3 kWh para suavizar os picos de consumo.

Na estação terminal do aeroporto: conexão automática do ônibus com a unidade de alimentação, fonte de suprimento de 200 kW por 3 a 4 minutos, fornecimento de energia elétrica da rede.

Com o slogan “Eficiência para o transporte público”, a Voith apresenta no evento soluções e componentes de acionamento para ônibus urbanos e trens ferroviários. O foco são as transmissões para ônibus urbano Diwa.6 e a Diwa Excellence. A empresa destaca a eficiência do uso das transmissões Diwa em sistemas de BRT. A Voith também apresenta o adaptador acoplador CFRP.

De olho na padronização Euro 6, a Voith desenvolveu um novo pacote de eficiência. A Diwa.6, comparada à sua antecessora, permite redução no consumo de combustível em cerca de 5%, graças à redução da pressão de funcionamento e a um dispositivo inteligente de arranque que impede a movimentação com o freio engatado. O câmbio automático na posição neutro (ANS) pode desativar a transmissão por um período mais longo, também resultando em economia de combustível. O programa Senso Top, um câmbio dependente de topografia e o sistema de telemetria Diwa SmartNet completam a eficiência do pacote. Os dados de operação podem ser permanentemente visualizados pelo operador do sistema, via GPRS. Desta forma, as avarias são reduzidas e a disponibilidade do veículo aumenta.

Mais de 10 mil transmissões Diwa da Voith já estão em uso, com sucesso, em diferentes países em sistemas de BRT, mostrando sua eficiência nesses sistemas que demandam eficácia e robustez.

Com o novo adaptador CFRP a Voith aumenta a eficiência da equipe de operação ferroviária. Estes adaptadores acopladores funcionam como um elemento de ligação entre os trens quebrados da linha principal e as locomotivas de reboque, ou são usados para operações de desvio em estações ferroviárias. Neste caso, o pessoal tem de instalar manualmente os adaptadores acopladores no trem por um breve tempo. Idealmente, eles deveriam ser leves e ainda resistir a altas cargas operacionais encontradas em trens inteiros de reboque.

O novo acoplador Voith atende a esses requisitos, utilizando plástico reforçado com fibra de carbono. Combinado com inserções de carga otimizada feita de titânio de alta resistência ou de alumínio, o peso deste acoplador foi reduzido quase pela metade, permitindo ser facilmente montado por uma única pessoa. ■

kilometers, covered in three minutes and 20 seconds. At Palexpo’s Flash station there are automatic bus connection and supply unit, power supply of 400kW for 15 seconds, supply of solar electricity connected to 50kVA network and 3kWh storage unit (supercap) for smoothing peaks in consumption.

At the airport terminal station: automatic bus connection and supply unit, power supply of 200kW for 3-4 minutes, supply of electricity from the grid.

With the slogan “Efficiency for Public Transport”, Voith is presenting efficient drive components and solutions for city buses and rail vehicles. The focus is the DIWA.6 city bus transmission and DIWA Excellence. Furthermore, Voith directs the attention towards the efficient use of the DIWA transmissions in BRT systems. Last but not least, Voith introduces the extremely lightweight CFRP adapter coupler.

Looking ahead to the Euro-6 standard, Voith has developed a new efficiency package. The focal point is the new DIWA.6 transmission which, compared to its predecessor, reduces fuel consumption by up to five percent. This is made possible by reducing the requirement-related working pressure and through intelligent start-up management that prevents driving off with the service brake engaged. The optimized automatic shift into neutral (ANS) can disengage the transmission for a longer period, likewise saving fuel. The topography-dependent gearshifting program SensoTop and the telemetric system DIWA SmartNet complete the efficiency package. Using the latter, operating data can be permanently viewed by the bus system operator via GPRS. In this way breakdowns are reduced and vehicle availability increased.

More than 10,000 Voith DIWA transmissions have been successfully deployed in bus rapid transport (BRT) systems worldwide, demonstrating its efficiency and robustness.

With its new CFRP adapter coupler, Voith increases rail operating staff efficiency. These adapter couplers function as a connection element between broken-down mainline trains and towing locomotives, or are used for shunting operations in railway stations. In this case, the personnel must frequently manually install the adapter couplers on the train for a brief time. Ideally, they should be light yet still withstand the high operating loads encountered when towing entire trains.

The new Voith coupler meets these requirements using carbon-fiber reinforced plastic. Combined with load-specific optimized inserts made of high-strength titanium or aluminum, the weight of this coupler has been reduced almost by half, allowing it to be mounted easily by a single person. ■

*O futuro do transporte urbano
passa por aqui.*



*The urban transport's future
starts here.*

O Viale BRT da Marcopolo redefine a identidade dos ônibus urbanos brasileiros. Expressa velocidade, conforto, acessibilidade e segurança por meio de linhas fluídas e elementos estéticos inspirados nos mais modernos sistemas de transporte mundial. O produto atende a todas as exigências dos sistemas de plataformas de embarque do país, podendo ser configurado para atender às necessidades específicas em números de passageiros e acessibilidade.

The Viale BRT by Marcopolo is redefining the identity of Brazilian urban buses. It expresses speed, comfort, accessibility and safety through its flowing lines and aesthetic elements inspired by the most modern global transport systems. The product caters to all the requirements of the country's boarding platform systems, and can be configured to meet specific needs in terms of passenger numbers and accessibility.

Cinto de segurança salva vidas.



PLANETHOUSE_2013

Viale BRT



Marcopolo

APROXIMANDO PESSOAS
BRINGING PEOPLE TOGETHER

www.marcopolo.com.br

 facebook.com/OnibusMarcopolo

 twitter.com/OnibusMarcopolo

 youtube.com/OnibusMarcopolo

Transporte público em transformação

Oferecer um serviço de qualidade será um dos principais desafios nos próximos anos para fazer com que os passageiros deixem seus automóveis particulares e sejam atraídos para o transporte coletivo

■ AMARILIS BERTACHINI

Com aproximadamente 105 mil ônibus urbanos circulando em suas principais cidades – de uma frota total circulante de 387,7 mil ônibus, incluindo urbanos e rodoviários de diferentes portes e modelos – o Brasil enfrenta hoje um de seus momentos mais cruciais no que se refere ao transporte público para seus 194 milhões de habitantes.

Se por um lado apenas 3.311 de seus 5.564 municípios contam com sistemas de transporte coletivo, nas grandes cidades o transporte público brasileiro atravessa um período de transição, com o aumento no número de corredores exclusivos para ônibus e a expansão dos sistemas de BRT (Bus Rapid Transit), modalidade em que o País foi pioneiro, mas acabou sendo superado por projetos mais avançados implantados no exterior.

Esses fatores, aliados às novas soluções para monitoramento da frota e maior divulgação de informações aos passageiros,

Public transport in transformation

Providing a quality service will be one of the main challenges in the next few years to attract passengers away from their private cars to use public transport

With approximately 105,000 buses circulating in its major cities – out of a total fleet of 387,700 buses and coaches of different sizes and models – Brazil now faces a crucial moment in regard to public transport for its 194 million inhabitants.

O sistema de São Paulo tem dez pistas principais, com uma extensão total de 119,3 km

São Paulo's system has ten main lanes, with a total length of 119.3 kilometers



irradiam a possibilidade de melhora do serviço para cativar os usuários do automóvel individual para o transporte coletivo, dando um novo ritmo à mobilidade urbana.

“Estamos no limiar de uma transformação muito grande na qualidade do transporte público no Brasil. Acho que esses corredores vão provocar certamente uma migração do transporte individual para o coletivo. É a única maneira de conseguirmos isso: oferecer um serviço de qualidade para estimular o usuário do automóvel a deixá-lo em casa e usar o transporte público”, declara Otávio Vieira da Cunha Filho, presidente da Associação Nacional das Empresas de Transportes Urbanos (NTU).

Segundo Cunha Filho, a má qualidade foi uma das causas da fuga de usuários dos coletivos. Nos últimos dez anos o setor perdeu 30% da demanda. “A falta de investimento e de prioridade ao transporte público é que permitiu isso. Estamos

If, on the one hand, only 3,311 of its 5,564 municipalities have public transportation systems, in large cities Brazilian public transport is in a period of transition, with the increase in the number of exclusive bus lanes and the expansion of Bus Rapid Transit (BRT) systems, in which the country was a pioneer, but was overtaken by more advanced projects implemented abroad.

These factors, combined with new solutions for fleet monitoring and the wider dissemination of information to passengers, present a chance to improve the service in order to attract private automobile users to public transport, setting a new pace in urban mobility.

“We are on the threshold of a very large transformation in the quality of public transport in Brazil. I think these lanes will certainly bring about the migration of individual to collective transport. It is the only way we can achieve this: by offering a quality service to get automobile users to leave them at home and use public transport,” says Otávio Vieira da Cunha Filho, president of the National Urban Transport Association (NTU).

According to Cunha Filho, poor quality was one of the causes the led users to abandon collective systems. In the last ten years, demand in the sector has fallen by 30%. “A lack of investment and priority for public transport is what allowed this to happen. We are in a vicious cycle as immobility in cities pushing up costs and making the service worse. This is reflected throughout Brazil,” he says.

The consequences for the management of the system are increasing costs, low commercial speed, and competition between buses and cars for space. “Every day there are more cars on the streets, slower commercial speed, and rising costs that this sluggish traffic causes because you have to increase the number of buses to maintain the same offer as before, with impacts on fares and the consequent loss of users,” he says.

The causes of this situation, says Cunha Filho, stem from economic stability, with increased purchasing power, an absence federal government policies for public transport, a lack of funds for investment in infrastructure, and an incentive to use automobiles instead of public transport.

“This was the situation so far. I think we have reached the apex of the collapse in transport. Because of sporting events, such as the FIFA World Cup and the Olympics, we are glimpsing some prospects for improvement, in that the government has begun to provide resources, such as the Growth Acceleration Plan (PAC), which are now beginning to have positive effects, with some projects already getting off the drawing board and becoming a reality,” he says. He stresses among the more advanced cases Rio de Janeiro, with the Transoeste BRT system, which opened last year, and Transcarioca, whose first phase is to be implemented this year; Belo Horizonte (Minas Gerais state),

vivendo um ciclo perverso, na medida em que a imobilidade das cidades está provocando a elevação do custo do serviço e a deterioração dele. Isso é um reflexo em todo o Brasil”, afirma.

As consequências para a gestão do sistema são um custo a cada dia mais elevado, a baixa velocidade comercial e a disputa do ônibus com o automóvel por espaço. “A cada dia temos mais automóveis nas ruas, menor velocidade comercial, e os custos crescentes que esse trânsito moroso provoca porque é preciso aumentar o número de ônibus para manter a mesma oferta de antes, com reflexos no reajuste de tarifa e consequente fuga de usuários”, resume.

As causas para este cenário, na opinião de Cunha Filho, têm origem na própria estabilidade econômica, com o aumento do poder aquisitivo da população, a ausência do governo federal no estabelecimento das políticas de transporte público, a falta de recursos para investimentos em infraestrutura, e o incentivo ao uso do automóvel em contrapartida ao uso do transporte coletivo.

“Esse era o quadro até agora. Acho que chegamos ao ápice desse colapso no transporte. Por força dos eventos esportivos, como a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos, estamos vislumbrando algumas perspectivas de melhorias, na medida em que o governo começou a disponibilizar recursos, como os do Plano de Aceleração do Crescimento (PAC) que começam agora a ter reflexos positivos, com alguns projetos já saindo do papel e tornando-se realidade”, comenta. Ele destaca, entre esses casos mais avançados, o Rio de Janeiro, com o sistema BRT Transoeste, que foi inaugurado no ano passado, e o Transcarioca, cuja primeira fase deve ser implantada este ano; Belo Horizonte (MG), que tem dois corredores de BRT com inauguração prevista para junho próximo; e também Recife, Fortaleza, Rio Grande do Sul e Curitiba, cidade pioneira onde o serviço está sendo revitalizado.

INVESTIMENTOS – Por meio do PAC, o governo federal disponibilizou cerca de R\$ 12,5 bilhões para investimentos em infraestrutura de transportes, basicamente em corredores de ônibus. São 113 projetos urbanos de corredores e faixas exclusivas de ônibus, sendo 29 de BRT. “Estão previstos 878 quilômetros de corredores em 15 municípios, entre os quais nove são cidades-sede de jogos da Copa do Mundo”, detalha Cunha Filho. Ao todo, 25 cidades brasileiras têm projetos de investimentos em infraestrutura de corredores de ônibus.

Esses investimentos exigem contrapartidas dos governos estaduais, municipais e da iniciativa privada que deverão aplicar perto de R\$ 8 bilhões em veículos de grande capacidade, articulados e biarticulados até 2016. Com esses cerca de R\$ 2 bilhões por ano serão adquiridos perto de nove mil ônibus. Os investimentos que estão sendo feitos pelo setor privado são voltados para a compra de veículos e de sistema de informação inteligente



Otávio Vieira da Cunha Filho, presidente da Associação Nacional das Empresas de Transportes Urbanos (NTU): oferecer um serviço de qualidade para estimular o usuário do automóvel a deixá-lo em casa e usar o transporte público

Otávio da Cunha Filho, president of the National Urban Transport Association (NTU): a quality service can get car users to swap for public transport

which has two BRT lanes scheduled to open next June, and Recife, Fortaleza, Rio Grande do Sul, and Curitiba, a pioneering city where the service is being revitalized.

INVESTMENTS – Through PAC, the federal government has provided around R\$ 12.5 billion for investment in transport infrastructure, basically for bus lanes. There are 113 urban corridor and bus lane projects, 29 of them BRT. “878 kilometers of corridors in are planned 15 municipalities, nine of which are FIFA World Cup host cities,” says Cunha Filho. In all, 25 Brazilian cities have investment projects in bus lane infrastructure.

These investments require other investment by state and municipal governments and the private sector, which will inject close to R\$ 8 billion in large capacity, articulated and bi-articulated vehicles by 2016. With this approximately R\$ 2 billion a year investment, nearly 9,000 buses will be bought. The investment being made by the private sector is geared to the purchase of vehicles and intelligent information systems for the network. “These higher capacity buses will change public transport in Brazil. I think we will experience a leap in quality with the establishment of these corridors,” says Cunha Filho. He believes these projects will be fully implemented by 2016.

Allied to the resources that the federal government has

Renan Chieppe, presidente da Associação Brasileira das Empresas de Transporte Terrestre de Passageiros (Abrati): o desafio é aumentar a competitividade das empresas de transporte rodoviário de passageiros e melhorar a qualidade dos serviços prestados



Renan Chieppe, president of the Brazilian Road Passenger Transport Association (ABRATI): the challenge is to increase competitiveness for highway passenger transport companies and to improve the quality of services provided

para a rede. “Esses ônibus, de maior capacidade, deverão mudar o panorama e a cara do transporte público no Brasil. Acho que vamos ter um salto de qualidade com a implantação desses corredores”, avalia. Ele acredita que até 2016 esses projetos estarão com sua execução plena.

Aliado aos recursos que o governo federal disponibilizou há outro fator favorável para que esse quadro se reverta: a aprovação da Lei nº 12.587, que estabelece os parâmetros para mobilidade urbana.

“Esta é uma lei de diretrizes, que foi sancionada pela presidente Dilma Rousseff, em janeiro de 2012, e que começará este ano a ter reflexos positivos. Apesar de a lei já estar em vigor há um ano, apenas recentemente os novos prefeitos eleitos assumiram seus cargos e uma das exigências dessa lei é a obrigação de os municípios terem, além de um plano diretor, um plano de mobilidade proposto por órgãos colegiados da própria sociedade civil organizada. Além disso, ressalta Cunha Filho, os projetos de mobilidade urbana são fundamentais para os prefeitos se habilitarem aos recursos federais, é uma condição dessa lei.

Para este ano o presidente da NTU destaca como significativa a decisão do governo federal de determinar a desoneração da folha de pagamentos para as empresas operadoras do setor, o que reduz o custo de serviço do transporte. “O setor teve um ganho da ordem de 4% em redução de custo e isso representa mais ou menos R\$ 1 bilhão por ano de economia só com a desoneração da folha. O fato vai facilitar e permitir que as empresas façam reinvestimento em veículos. Finalmente parece que algumas ações do governo não estão mais só direcionadas para o benefício do automóvel, mas também o transporte público começa a ser contemplado”, declara.

IDADE DA FROTA – De acordo com dados da NTU, os 105 mil veículos urbanos têm idade média de 4,2 anos. Desses, a frota operante soma 96 mil carros que percorrem 7,93 bilhões de quilômetros mensais e transportam, diariamente, mais de 60 milhões de passageiros. Os demais ônibus correspondem à frota reserva.

O dados do Departamento Nacional de Trânsito (Denatran), que faz o levantamento do número de veículos emplacados, mostra uma frota de 514.980 ônibus. Porém, levantamento

provided, there is another favorable factor to change the current situation: enactment of Law No. 12,587, which establishes the parameters for urban mobility. “This is a law of guidelines, which was approved by President Dilma Rousseff in January 2012, and which will begin to have a positive impact this year. Although the law has been in force for a year, only recently did the newly-elected mayors take office, and one of the requirements in this law is that municipalities - in addition to having a master plan – must have a mobility plan proposed by collegiate bodies from organized civil society. In addition, says Cunha Filho, urban mobility projects are critical to the mayors qualifying for federal funding.

For this year, the president of the NTU draws attention to the federal government’s decision to waive payroll taxes for companies operating in the sector, which reduces the cost of transport. “Costs have been reduced by 4%, representing about R\$ 1 billion a year in savings on payroll alone. This will allow companies to re-invest in vehicles. At last it looks like some government action is no longer directed only to benefit automobiles, but public transport is also being included,” he says.

FLEET AGE – According to data from the NTU, the average age of the 105,000 buses is 4.2 years. Of these, the operating fleet totals 96,000 buses, traveling 7.93 billion kilometers a month, carrying over 60 million passengers a day. The other buses make up the reserve fleet.




Data from the National Traffic Department (Denatran), which surveys the number of vehicles licensed, identifies a fleet of 514,980 buses. However, a survey conducted by the National Autopart Manufacturers Association (Sindipeças), which excludes the number of vehicles scrapped annually, of more than 20 years old, and those involved in accidents and theft, shows that the current fleet totaled 387,700 buses in 2012, with an average age of 9.4 years.

LACK OF PRIORITY – Ailton Brasiliense, president of the National Public Transport Association (ANTP), says the main difficulty in the industry today is the lack of priority with which the

Conforto, agilidade e segurança na medida certa para o seu negócio.



Satisfação antes e depois da compra.

- 65 credenciadas, disponibilizando peças e serviços; 
- 20 unidades móveis para atendimento; 
- 20 técnicos em campo treinados diretamente pela fábrica. 

COMIL
ASSIST 

0800 643 0534

Cada vez mais perto de você.

CAMPIONE DO FHD

Reduza a velocidade, preserve a vida.



Um linha completa de soluções para o transporte coletivo:
melhor custo-benefício do mercado, design premiado,
assistência técnica especializada.
O ônibus na medida certa para sua empresa.

* Campione DO, premiado pelo IDEIA Brasil em 2012.

COMIL

O sistema BRT em Curitiba foi pioneiro e serviu de modelo para o resto do mundo: a frota de 1.920 ônibus em seis pistas, medindo cerca de 85 km no total

The BRT system in Curitiba was pioneering and served as a model for the rest of the world: a fleet of 1,920 buses in six lanes measuring about 85 km in total



realizado pelo Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores (Sindipeças), que exclui o número de veículos sucateados anualmente, com mais de 20 anos, e os carros envolvidos em acidentes e roubos, mostra que a atual frota circulante somou 387,7 mil ônibus em 2012, com idade média de 9,4 anos.

FALTA PRIORIDADE – Na avaliação de Ailton Brasiliense, presidente da Associação Nacional dos Transportes Públicos (ANTP), a principal dificuldade hoje no setor é a falta de prioridade com que o poder público trata a questão do transporte público. “Em geral, ele não é tratado por especialistas. Qualquer área procura reunir em sua equipe o que tem de melhor em termos de conhecimento humano, mas a área de transporte e trânsito, em geral, é feita por qualquer um, com pouca preocupação com relação aos resultados. Aquilo que se vê acontecer no trânsito é tratado por pessoas que não são da área, então, falta comprometimento com os padrões da engenharia de tráfego”, diz.

Isso afeta diretamente a qualidade do serviço de ônibus. “O ponto é um pedaço de pau, pintado de alguma cor, e você tem que adivinhar qual é o conjunto de linhas de ônibus que passam ali. É só comprando uma bola de cristal. Em seguida é preciso comprar uma mais sofisticada para saber por quanto tempo, minutos ou horas, serão necessário ficar ali esperando. É uma vergonha, uma barbárie”, desabafa Brasiliense.

Ele admite que hoje esse cenário já começa a mudar, pelo menos nos corredores de ônibus, onde em 80% a 90% deles

government addresses the issue of public transport. “In general, it is not handled by experts. Any area seeks to add to its team the best in terms of human knowledge, but the transport and traffic area, in general, includes anyone, with little concern for results. What you see happening in traffic is handled by people who are not in the area, so they are not committed to traffic engineering standards,” he says.

This directly affects the quality of bus services. “The bus stop is a piece of wood, painted some color, and you have to guess which bus lines pass by. Only if you buy a crystal ball. Then you need to buy a more sophisticated one to know for many minutes or hours you will be waiting there. It’s shameful, barbarous,” Brasiliense vents.

He admits that this scenario is now beginning to change, at least in bus lanes, where in 80% to 90% there are information systems on wait time. “You can get the information before leaving home. You call a center, which identifies the bus route you will take, which bus line and the bus stop. This is due to technological advancement, because we are on the limit for cities that are absolutely impassable, when costs impact even social classes A and B. If they had not been affected, perhaps nothing would have happened,” he says.

Brasiliense also says that local governments are losing lots of money due to congestion. “Congestion is not free. A congested city is a mismanaged city because it generates unnecessary costs - besides the economic, a loss of business, excessive fuel consumption, and more pollution,” he adds.

já existem sistemas de informação para se saber o tempo de espera. “É possível obter as informações antes de sair de casa. Você liga para uma central, identifica qual a via onde vai pegar o ônibus, qual a linha de ônibus e o ponto de espera. Isto se deve ao avanço tecnológico, porque estamos no limite de cidades absolutamente intransitáveis, quando os custos atingiram até as classes A e B, que se não tivessem sido afetadas talvez nada disso ainda tivesse acontecido”, desabafa.

Brasiliense diz também que as prefeituras estão perdendo muito dinheiro por conta dos congestionamentos. “O congestionamento não é de graça, uma cidade que tem congestionamento é uma cidade mal administrada porque gera custos desnecessários, além de econômicos, perda de negócios, queima excessiva de combustível e mais poluição”, complementa.

GANHO DE COMPETITIVIDADE – Para Renan Chieppe, presidente da Associação Brasileira das Empresas de Transporte Terrestre de Passageiros (Abrati), o principal desafio hoje é aumentar a competitividade das empresas do segmento de transporte rodoviário, elevar a qualidade dos serviços prestados e buscar maior desoneração fiscal do setor, como, por exemplo, na questão do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), que hoje é incidente sobre o transporte por ônibus e isento no transporte aéreo.

Ele prevê que neste ano o sistema deve continuar com uma demanda positiva, como ocorreu no ano passado, quando o segmento registrou um aumento de 5% no volume de passageiros transportados.

Pelos dados da Abrati, que representa o segmento de transportes interestadual, intermunicipal e internacional, a frota dos rodoviários (linhas federais) é de 15 mil ônibus e a dos intermunicipais de 50 mil veículos, perfazendo um total de 65 mil veículos. A idade média da frota situa-se na casa dos oito anos. O setor emprega atualmente 300 mil trabalhadores diretos – 80 mil no setor rodoviário e 220 mil no intermunicipal – dos quais 100 mil são motoristas. “As empresas investem fortemente em programas permanentes de qualificação profissional técnica e operacional, mantendo infraestrutura e pessoal qualificado na maioria dos municípios brasileiros. Além disso, vale destacar que pesquisas feitas pela Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT), do governo federal, e também pela Abrati, utilizando-se de institutos de pesquisas diferentes, constata que 87,8% dos usuários estão satisfeitos com o serviço prestado”, afirma Chieppe.

DEPENDÊNCIA DO GOVERNO – Na avaliação de José Antonio Martins, presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus (Fabus) e do Sindicato Interestadual da Indústria de Materiais e Equipamentos Ferroviários e Rodoviários (Simefre),

Ailton Brasiliense, presidente da Associação Nacional dos Transportes Públicos (ANTP): 80% a 90% dos corredores de ônibus têm sistemas de informação para que os usuários saibam quanto tempo eles têm que esperar

Ailton Brasiliense, president of the National Public Transport Association (ANTP): 80% to 90% of bus lanes have information systems so users know how long they have to wait

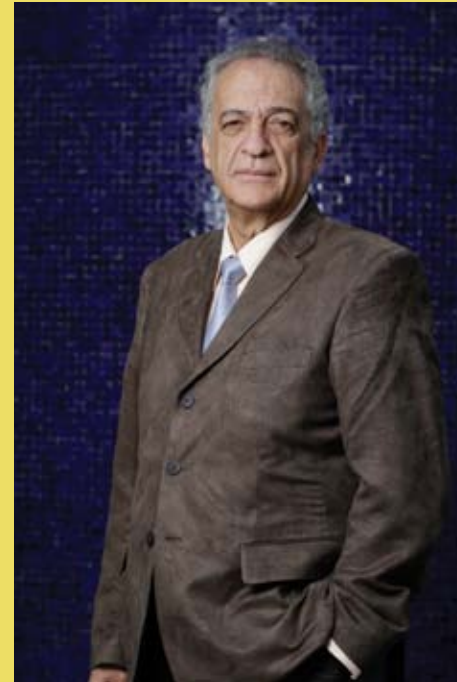
GAIN IN COMPETITIVENESS

– For Renan Chieppe, president of the Brazilian Land Passenger Transport Association (Abrati), the main challenge today is to increase the competitiveness of companies in the road transport segment, increase the quality of services provided, and get more tax relief for the sector - for example, the Tax on Goods and Services (ICMS), which is now levied on bus transport and not air transport.

He predicts that this year demand on the system will remain positive, as happened last year, when the segment grew by 5% in the volume of passengers carried.

Data from Abrati, which represents the interstate, intercity and international transport segment, the coach fleet (federal lines) numbers 15,000, with 50,000 intercity vehicles, making a total of 65,000. The average age of the fleet is around eight years. The sector now employs 300,000 direct workers - 80,000 in the highway sector, and 220,000 in the intercity sector - of which 100,000 are drivers. “Companies invest heavily in ongoing technical and operational training, maintaining infrastructure and qualified staff in most Brazilian municipalities. In addition, it is noteworthy that surveys by the National Land Transport Agency (ANTT), at the federal government, and also by ABRATI, using different research institutes, note that 87.8% of users are satisfied with the service provided,” says Chieppe.

DEPENDENCE ON THE GOVERNMENT – José Antonio Martins, president of the National Association of Bus Manufacturers (Fabus) and the Interstate Railroad and Highway Material and Equipment Industry Association (Simefre), says the main problem today for Brazil’s public transport is its almost total reliance on governments – federal, state, and municipal. Urban buses depend on the municipalities. State and metropolitan coaches



o principal problema hoje do transporte público brasileiro é a forte e quase total dependência dos governos – federal, estadual e municipal. Os ônibus urbanos dependem da municipalidade; os rodoviários – estaduais e metropolitanos – dos governos estaduais; os interestaduais do governo federal (Ministério do Transporte); os ônibus de turismo do governo federal, através da Embratur; os ônibus de fretamento dependem dos governos municipais e também estaduais.

Essas dependências, em sua avaliação, podem ser resumidas em uma infraestrutura, tanto a viária urbana quanto a rodoviária, de responsabilidade única dos governos, que, em sua opinião, “é irracional, deficiente e inadequada, devido ao crescimento dos veículos em operação”.

Outra consequência são as gratuidades. “Um absurdo que resulta em aumento de tarifa e eleva o custo das empresas de forma brutal”, declara Martins. As tarifas são outro reflexo disto, já que é o governo quem as estabelece. “Muitas vezes, ou quase sempre, não são justas, em virtude do aumento de custos das empresas”, assinala.

Martins ressalta também que os governos ainda não priorizam o transporte público sobre o individual, o que mantém os ônibus disputando espaço com automóveis e caminhões nas cidades.

Para este e os próximos anos, ele prevê que com o PAC Mobilidade, que disponibilizou recursos da ordem de R\$ 32,8 bilhões, muitos quilômetros de corredores e vias segregadas para BRT serão construídos. “Isso aumentará a velocidade comercial dos ônibus e impactará positivamente na performance das empresas. O PAC Ferrovias/Rodovias – no qual só em estradas serão aplicados R\$ 43 bilhões na duplicação e modernização de 7.500 quilômetros de rodovias – será altamente benéfico para o transporte rodoviário e para o turismo”, ressalta.

Ele prevê também que, com o aumento de preços registrado para as passagens aéreas, os passageiros devem voltar a viajar de ônibus. “Com os aeroportos saturados, as rodoviárias serão o destino obrigatório de muitos turistas que buscam conforto e pontualidade, itens prioritários para os passageiros. E nesses itens o ônibus é perfeito”, acrescenta. ■



José Antonio Martins, presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus (Fabus): investimentos em vias segregadas irá aumentar a velocidade comercial dos ônibus e trará benefícios para empresas e usuários

José Antonio Martins, president of the Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus (Fabus): investments in segregated lanes will increase the commercial speed of buses and benefit businesses and users

depend on state governments. Interstate coaches depend on the federal government (Ministry of Transport). Tourist coaches depend on the federal government, through Embratur. Charter buses depend on municipal and state governments.

This dependency, he says, can be summed up in infrastructure, both urban and highway, which is the sole responsibility of the governments, which, in his opinion, “is irrational, defective and inadequate, due to the growth of the number of vehicles in operation.”

Other consequences are gratuities. “An absurdity that results in increased fares and increases companies’ costs brutally,” says Martins. Fares are another reflection of this, since it is the government that sets them. “Often, or almost always, they are not fair, because of the increased costs for the companies,” he says.

Martins also says that governments do not prioritize public transport over individual transport, which means buses vie for space with cars and trucks in the cities.

For this and the next few years he says the Mobility PAC, which provides approximately R\$ 32.8 billion, will build many kilometers of corridors and segregated lanes for BRT. “This will increase the commercial speed of buses and positively impact the performance of companies. The Railroad/Highway PAC – in which R\$ 43 billion will be invested in duplicating and upgrading 7,500 km of highways alone – will be highly beneficial for highway transport and tourism,” he says.

He also says that the price increase for airline passengers will mean more passengers go back to buses. “With the airports saturated, many tourists seeking comfort and punctuality – priorities for passengers for which buses are perfect – will use highway transport,” he says. ■

A FROTA POR REGIÃO

Mais de 50,2% da frota nacional de 522,4 mil ônibus, ou o equivalente a 262.280 veículos, estão circulando na região Sudeste do país, onde se concentra a maior parte dos 194 milhões de brasileiros. Os dados do Departamento Nacional de Trânsito (Denatran), atualizados até março de 2013, mostram que nessa região o Estado de São Paulo – o mais populoso, que abriga mais de 21% de toda a população brasileira – lidera com 141.549 ônibus, seguido por Minas Gerais, com 64.509 unidades, pelo Rio de Janeiro, com 42.967 carros e pelo Espírito Santo, com 13.255 veículos.

A segunda principal região em número de unidades da frota é a Nordeste, onde existem 95.464 ônibus, ou 18,27% da frota, para atender à população dos nove estados nordestinos. A Bahia se destaca com uma concentração de 31.987 unidades em circulação. Em seguida aparece o Ceará, com 13.117 veículos.

O Sul do país conta com 87.905 ônibus, ou 16,82% do total, para transportar os habitantes de seus três estados. No Paraná circulam 35.427 coletivos; no Rio Grande do Sul são 35.407 carros e em Santa Catarina existem 17.071 unidades.

Na região Centro-Oeste rodam 43.970 coletivos, ou 8,41% da frota nacional, para transportar os passageiros dos três estados: Goiás, com 18.488 veículos; Mato Grosso, com 8.905; e Mato Grosso do Sul, com 7.594 unidades.

A região menos favorecida pelo transporte de passageiros por ônibus, inclusive por suas características físicas e pelo perfil de ocupação de suas terras, é a Norte, onde estão apenas 6,27% da frota, ou 32.782 veículos. Entre seus sete estados, o Pará é o mais bem servido pelo transporte coletivo, com 13.524 unidades, seguido pelo Amazonas, com 8.097 unidades e por Rondônia, com 4.652 ônibus.

Ainda de acordo com o levantamento do Denatran, os estados que possuem as menores frotas são o Acre, com 759 ônibus; Roraima com 778 unidades e o Amapá, com 884 coletivos, todos na região Norte do país.

THE FLEET BY REGION

More than 50.2% of Brazil's fleet of 522,400 buses and coaches (262,280 vehicles) is in the Southeast, where most of Brazil's 194 million-strong population is concentrated. Data from the National Traffic Department (DENATRAN), updated to March 2013, show that in this region the state of São Paulo – the most populous, home to more than 21% of the Brazilian population – leads with 141,549 buses and coaches, followed by Minas Gerais, with 64,509 units, Rio de Janeiro, with 42,967, and Espírito Santo, with 13,255 vehicles.

The second-biggest region in number of units is the Northeast, where there are 95,464 buses and coaches, or 18.27% of the fleet, serving the nine northeastern states. Bahia state leads, with 31,987 units in circulation. Second is Ceará state, with 13,117 vehicles.

The South of Brazil has 87,905 buses and coaches, or 16.82% of the total, transporting people in its three states. In Paraná there are 35,427 vehicles; in Rio Grande do Sul, 35,407, and in Santa Catarina there are 17,071 units.

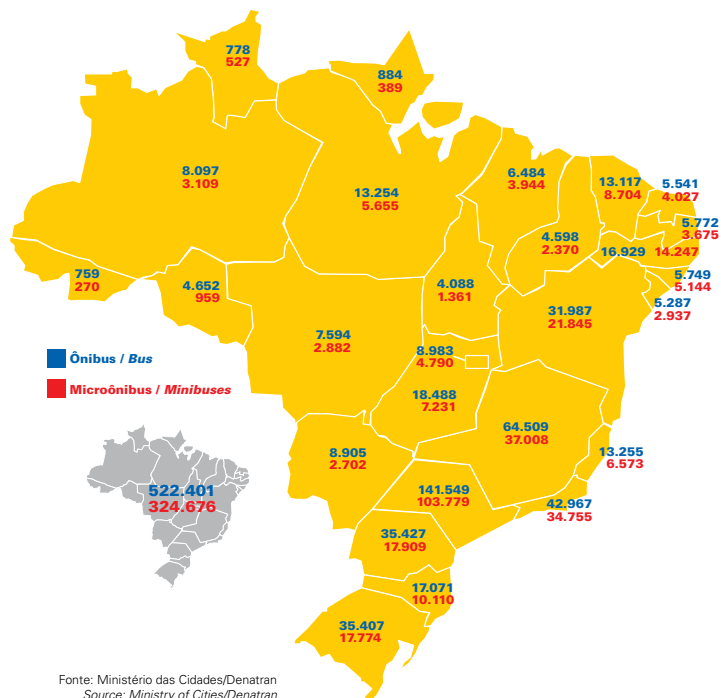
In the Center-West there are 43,970 buses and coaches, or 8.41% of the national fleet, transporting passengers from three states: Goiás, with 18,488 vehicles, Mato Grosso, with 8,905, and Mato Grosso do Sul, with 7,594 units.

The smallest region in terms of passenger transport by bus or coach, because of its physical characteristics and the occupation of its land, is the North, which has only 6.27% of the fleet, or 32,782 vehicles. Among its seven states, Pará is the best served by public transport, with 13,524 units, followed by Amazonas, with 8,097 units, and Rondônia, with 4,652 units.

DENATRAN's survey says the states with the smallest fleets are Acre, with 759 units, Roraima with 778 units, and Amapá, with 884 units, all in the North of Brazil. ■

Divisão da frota de ônibus por estado (março de 2013)

Division of the bus fleet by state (march, 2013)



Os corredores de São Paulo

A maior metrópole do país investe em novos corredores para dar vazão ao transporte de quase 10 milhões de passageiros por dia e melhorar o trânsito caótico que prejudica seus moradores

■ AMARILIS BERTACHINI

Dos cerca de 16 milhões de passageiros que utilizam todos os dias algum tipo de transporte público na cidade de São Paulo, seja ônibus, metrô ou trem, quase 10 milhões, ou 63% deles, usam ônibus. Com números equivalentes aos de um país – mais de 11 milhões de habitantes distribuídos em uma área de 1,5 milhão de quilômetros quadrados –, a capital do Estado de São Paulo abriga um sistema viário que totaliza 17.300 quilômetros, dos quais 25% (4.371 quilômetros) têm ônibus circulando em suas ruas.

Nesta que é maior rede municipal de transporte público do país existem nada menos do que 15 mil ônibus e micro-ônibus carregando, diariamente, 9,6 milhões de passageiros que movimentam uma economia responsável por 12% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional. Com esses números colossais, as dificuldades diárias são inerentes ao sistema de transporte coletivo local e demandam constantes projetos de expansão e melhorias no sistema.

The bus lanes of São Paulo

The country's largest metropolis is investing in new bus lanes to free up the transport nearly 10 million passengers a day and improve the chaotic traffic that residents suffer

Of the approximately 16 million passengers who use some form of public transport every day in the city of São Paulo, whether buses, subways or trains, nearly 10 million, or 63% of them, use buses. With numbers equivalent to those of an entire country – over 11 million people spread over an area of 1.5

A nova administração, que assumiu a prefeitura no início deste ano, promete dar prioridade ao transporte coletivo, melhorando a qualidade do serviço para atrair os usuários dos automóveis que hoje somam uma frota superior a 4,8 milhões de veículos na cidade, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Para cumprir essa meta, a prefeitura planeja investir em novos corredores de ônibus para desafogar o trânsito da cidade. Atualmente, existem dez principais corredores de ônibus na capital, com uma extensão total de 119 quilômetros. O compromisso é de construir mais 150 quilômetros de corredores modernos, com faixas exclusivas à esquerda, até o final de 2016, um investimento que faz parte das ações da Secretaria Municipal de Transportes, estimado em torno de R\$ 3 bilhões. Já foram abertas as licitações para a implantação de 68,5 quilômetros de corredores que terão uma faixa segregada para ônibus de grande porte e estações de parada fechadas, modelo semelhante ao do sistema BRT (Bus Rapid Transit). Entre os projetos de novos corredores estão importantes vias de ligação entre regiões de São Paulo, como a Radial Leste e as avenidas 23 de Maio e dos Bandeirantes.

Na cidade existe apenas um projeto que se aproxima do modelo BRT, que é o corredor da Radial Leste. Este corredor terá pontos de embarque no canteiro central, faixa segregada e pré-embarque – o passageiro comprará o bilhete em estações antes do embarque. A demanda neste trecho é de 200 mil passageiros por dia e a previsão é de que o projeto consiga suprir o crescimento de usuários do corredor durante 10 a 15 anos, sem problemas de sobrecarga. Nesta linha, os ônibus terão piso baixo, mas as estações serão em nível, com acessibilidade para a entrada de cadeira de rodas dentro dos ônibus.

A maior linha de ônibus da cidade é a 3310/10 Terminal Amargal Gurgel – Cidade Tiradentes, com 102 quilômetros de extensão nos dois sentidos.

Além das linhas de ônibus, o sistema de transporte coletivo da cidade de São Paulo conta atualmente com uma rede metropolitana de 76 quilômetros, dividida em cinco linhas, e uma malha ferroviária de 250 quilômetros na região metropolitana que está sendo ampliada. Também encontram-se em construção duas linhas de metrô com extensão total de 34 quilômetros.

GESTÃO E INFORMAÇÃO – Para atender somente aos 3,14 milhões de passageiros que usam os corredores de ônibus, a cidade tem uma frota de cerca de 4 mil veículos em dias úteis, ou 27% da frota total. Todos os carros possuem GPS (Global Positioning System), que possibilita apurar online a velocidade

million square kilometers – the capital of the state of São Paulo has a road system stretching 17,300 km, 25% of which (4,371 km) carry buses.

In Brazil's largest municipal public transport system there are no fewer than 15,000 buses and minibuses carrying 9.6 million passengers a day, driving an economy that accounts for 12% of Brazil's Gross Domestic Product (GDP). With these colossal figures, there are daily difficulties that are inherent to the local mass transit system and which demand constant expansion projects and improvements to the system.

The new administration, which took office earlier this year, promises to give priority to public transport, improving the quality of service to attract drivers, who now create a fleet of more than 4.8 million vehicles in the city, according to the Brazilian Institute of Geography and Statistics (IBGE).

To meet this goal, the city hall plans to invest in new bus lanes to ease traffic. Currently, there are ten major bus lanes in the capital, with a total length of 119 kilometers. The commitment is to build another 150 kilometers of modern lanes, with exclusive lanes on the left, by the end of 2016, in an investment that is part of the effort by the Municipal Transport Department, estimated at around R\$ 3 billion. Bids have been accepted for the roll out of 68.5 kilometers of lanes for large buses and closed bus stops, similar to the Bus Rapid Transit (BRT) model. Among the projects for new lanes are important lines connecting regions of São Paulo, such as Radial Leste and 23 de Maio and Bandeirantes avenues.

There is only one project in the city that is similar to the BRT model, namely the Radial Leste lane. This lane will have bus stops at its center, an exclusive lane, and pre-boarding points - passengers will buy tickets before boarding. Demand on this stretch is 200,000 passengers a day and the project is expected to meet user growth over 10 to 15 years, without being overloaded. On this line buses will have low floors, and the stops will



do ônibus, a localização, eventuais paradas por quebras ou acidentes, identificando, em tempo real, toda a situação das linhas de ônibus da cidade.

Outra preocupação na operação do transporte público da capital é melhorar a divulgação de informações aos passageiros. Atualmente já existe um sistema, chamado de "Olho Vivo", em que o usuário pode acessar o site da SPTrans, a empresa gestora do sistema de transporte público de São Paulo, e identificar qual o ônibus que vai chegar no ponto mais próximo de sua residência, quanto tempo, aproximadamente, ele vai demorar para chegar e se existe algum problema de espera no corredor. As informações podem ser obtidas pela internet ou por telefone celular. Uma pesquisa feita no ano passado pela SPTrans junto a usuários do sistema mostrou 96% de acerto nos dados do monitoramento. Atualmente, o tempo médio de espera, segundo a gestora, é de dez minutos nos corredores e de 15 minutos nos terminais.

A frota da cidade de São Paulo é considerada nova, tem idade média de 4,5 anos, e 63% dela possuem acessibilidade para pessoas com dificuldade de locomoção. Nos últimos cinco anos, 85% da frota foram renovados e, apesar de mantido o número em torno de 15 mil unidades, cresceu em quantidade de assentos, porque foram adquiridos ônibus maiores.

O número de ônibus biarticulados na cidade aumentou 17,5%, de 958 veículos em 2010 para 1.126, em 2011. O total de ônibus padrão também subiu de 3.385 para 3.830 unidades no mesmo período.

Com os novos corredores a tendência é que a velocidade média dos ônibus aumente dos atuais 13 km/h para entre 20 e 25 km/h até 2016. Para colaborar com esse objetivo, estão sendo desenvolvidas também outras ações como a implantação da "Operação Dá Licença Para o Ônibus", que visa priorizar o transporte público na cidade.

Hoje, São Paulo conta com 19 mil pontos de parada e 1.314 linhas. Os usuários podem utilizar o serviço entre quatro horas da manhã e meia noite, mas alguns terminais e linhas chegam a operar até 24 horas na cidade.

A passagem de ônibus em São Paulo está atualmente em R\$ 3,00 e há uma previsão de aumento da tarifa no mês de junho. O sistema é integrado e facilitado por um esquema de cobrança que começou a ser implantado em 2004, chamado Bilhete Único. Atualmente são 22 milhões de cartões do Bilhete Único ativos. O cartão comum permite que o cidadão faça até quatro viagens, em um período de três horas, pagando apenas uma passagem. Também é possível fazer a integração com o sistema metroferroviário – trens do Metrô (Companhia do Metropolitan de São Paulo) ou da CPTM (Companhia Paulista de Trens

be wheelchair accessible.

The city's largest bus line is the 3310/10 Amaral Gurgel Terminal – in the Cidade Tiradentes region – stretching 102 kilometers in both directions.

In addition to the bus lines, the public transportation system in the city of São Paulo currently has a 76-kilometer subway system, split into five lines, and a 250-kilometer rail network in the metropolitan area, which is being expanded. Also under construction are two monorail lines, with a total length of 34 kilometers.

MANAGEMENT AND INFORMATION – *To cater to the 3.14 million passengers who use the bus lanes, the city has a fleet of about 4,000 vehicles on weekdays, or 27% of its total fleet. All the buses have Global Positioning Systems (GPS), which enables online assessment of bus speeds, location, any breakdowns or accidents, identifying, in real time, any situation encountered on the city's bus lines.*

Another concern in the operation of the city's public transport system is to improve the provision of information for passengers. Currently there is a system called "Olho Vivo" ("Live Eye"), in which users can access the site run by SPTrans, the company that managed public transport in São Paulo, and they can see which buses are closest to where they live, approximately how long it will take to arrive, and if there are any delays on the lane. Information can be obtained on the internet or by cell phone. A survey carried out last year by SPTrans of users of the system showed that 96% of the monitoring data was correct. Currently, the average waiting time, according to the company, is ten minutes on the lanes and 15 minutes at the terminals.

São Paulo city's fleet is new, will an average vehicle age of 4.5 years old, and 63% if the fleet is accessible by people with limited mobility. In the last five years, 85% of the fleet has been refurbished and although the number of vehicles has remained at around 15,000, the number of seats has increased because larger buses have been acquired.

The number of bi-articulated buses in the city increased by 17.5%, from 958 vehicles in 2010 to 1,126 in 2011. The total number of standard buses has also increased, from 3,385 to 3,830 units in the same period.

With the new lanes the average speed of buses will increase from its current 13 kph to between 20 kph and 25 kph by 2016. To help with that goal, other efforts are being made, such as the implementation of the "Yield To Buses" operation, which aims to prioritize public transport in the city.

Today, São Paulo has 19,000 bus stops and 1,314 lines. The service runs from 4 AM to midnight, but some terminals and



Com uma frota de 15 mil ônibus e 9,6 milhões de passageiros por dia, a cidade tem planos para construir 150 km de corredores exclusivos à esquerda até o final de 2016

With a fleet of 15,000 buses and 9.6 million passengers a day, the city has plans to build 150 kilometers of exclusive lanes on the left by the end of 2016

Metropolitanos) – com desconto: em lugar de o usuário pagar R\$ 6,00 pelas duas viagens, com o Bilhete Único a integração custa R\$ 4,65.

O cidadão também pode adquirir o cartão E-Fácil, que integra estacionamentos instalados junto às estações do Metrô ao sistema de transporte público. Ao pagar o estacionamento com este bilhete, o passageiro passa a ter direito a duas viagens, seja de ônibus ou do sistema metroferroviário.

De acordo com a SPTrans, o próximo passo para incrementar a integração do sistema é a implantação do Bilhete Único Mensal. Neste momento, a SPTrans está recebendo cadastros dos interessados em utilizar o benefício, que deve começar a valer em novembro deste ano.

Em 2012, a receita do sistema, incluindo as compensações tarifárias, foi de R\$ 5,48 bilhões. O sistema tarifário contempla ainda as gratuidades que beneficiam cerca de 250 mil pessoas com deficiência e 650 mil idosos. Existem também um milhão de estudantes que têm desconto de 50% na tarifa. A operação de todo esse complexo é feita por oito consórcios de empresas e oito consórcios de cooperativas

COMBUSTÍVEIS ALTERNATIVOS – Os problemas de

lines operate up to 24 hours in the city.

Buses in São Paulo now cost R\$ 3.00 per trip and there will be an increase in June. The system is integrated and facilitated by a charging scheme that began to be implemented in 2004, called Single Ticket. Currently there are 22 million active Single Ticket cards. The card allows passengers to make four trips in a period of three hours, paying for only one trip. It is also possible to use it on the subway – trains run by Metro (Companhia do Metropolitano de São Paulo) or CPTM (Companhia Paulista de Trens Metropolitanos) – with a discount: instead of R\$ 6.00 for two trips, with the Single Ticket its costs R\$ 4.65.

There are also E-Fácil cards, which include parking lots close to the subway stations to the public transport system. On paying for parking with this ticket, passengers are entitled to two trips, either by bus or subway.

According SPTrans, the next step to increase integration of the system is the implementation of the Single Monthly Ticket. At this time, SPTrans is accepting applications from those interested in the ticket, which will be introduced in November this year.

In 2012 revenue for the system was US\$ 5.48 billion. The tariff system includes gratuities that benefit approximately 250,000 people with disabilities and 650,000 elderly people.

SISTEMA DE TRANSPORTE PÚBLICO DE SÃO PAULO

THE PUBLIC TRANSPORT SYSTEM IN SÃO PAULO

População: <i>Population:</i>	11.253.503 habitantes <i>people</i>
Área: <i>Area:</i>	1.521 km ²
Renda per capita: <i>Per capita income:</i>	R\$ 39.450 por ano <i>a year</i>
Frota de ônibus: <i>Bus fleet:</i>	15.000 veículos (ônibus e micro-ônibus) <i>vehicles (buses and minibuses)</i>
Propulsão: <i>Propulsion:</i>	1.200 veículos usam B20 (mistura de 20% de biodiesel no diesel convencional); 295 veículos circulam com uma mistura de 10% de diesel de cana-de-açúcar adicionados ao diesel convencional; 60 veículos são movidos a etanol e 192 são elétricos <i>1,200 vehicles use B20 (a 20% blend of biodiesel in conventional diesel), 295 vehicles run on a 10% sugarcane diesel mix with conventional diesel fuel, 60 vehicles run on ethanol, and 192 are electric</i>
Número de linhas: <i>Number of lines:</i>	1.314
Linha de maior extensão: <i>Longest line:</i>	3310/10 Terminal Amaral Gurgel – Cidade Tiradentes, com 102 km de comprimento nos dois sentidos <i>3310/10 Amaral Gurgel Terminal - Cidade Tiradentes - 102 km long in both directions</i>
Frota de trólebus: <i>Trolleybus fleet:</i>	192 carros <i>192 units</i>
Corredores exclusivos: <i>Exclusive lanes:</i>	10 corredores (119,3 km) 10 lanes (119.3 km)
Passageiros transportados por dia:	9.609.124
Passengers per day:	<i>9,609,124</i>
Número de empresas operadoras:	oito consórcios de empresas e oito consórcios de cooperativas
Number of operating companies:	<i>eight consortia and eight cooperatives</i>
Número de pontos de parada:	19.000
Number of bus stops:	<i>19,000</i>
Monitoramento (sistema): <i>Monitoring (system):</i>	por GPS nos veículos <i>GPS in vehicles</i>
Horário de operação: <i>Working hours:</i>	entre 4h00 e 24h00 <i>between 4:00 AM and midnight</i>
Sistema de integração: <i>Integration:</i>	com metrô e trens <i>with subway and trains</i>
Receita do sistema: <i>Revenue:</i>	R\$ 5,48 bilhões em 2012 <i>R\$ 5.48 billion in 2012</i>
Rede de metrô: <i>Subway network:</i>	65 km (quatro linhas) e 58 estações <i>65 km (four lines) and 58 stations</i>
Malha ferroviária (região metropolitana):	260 km e 89 estações
Rail (metropolitan region):	<i>260 km and 89 stations</i>

poluição de São Paulo também despertaram nos dirigentes a preocupação constante com a redução da emissão de poluentes no meio ambiente. Do total da frota de ônibus da cidade, 1.747 ônibus utilizam algum tipo de energia limpa. São 1.200 veículos que usam o B20 (combustível que tem mistura de 20% de biodiesel no diesel convencional); 295 veículos circulam com uma mistura de 10% de diesel de cana-de-açúcar adicionados ao diesel convencional; 60 veículos são movidos a etanol e 192 são trólebus, carros elétricos que operam em dez linhas da cidade. ■

There are also a million students who have a 50% discount. This entire operation is run by eight consortia and eight cooperatives.

ALTERNATIVE FUELS – *The problem of pollution in São Paulo is a constant concern for managers, who want to reduce emissions. 1,747 buses use some kind of clean energy. 1,200 vehicles run on B20 (20% biodiesel), 295 vehicles run on a conventional diesel with 10% sugarcane fuel, 60 vehicles run on ethanol, and 192 are trolleybuses – electric vehicles operating on ten lines in the city.* ■

Mais preciso que o relógio suíço,
só o itinerário sueco.



Os sistemas de informação para passageiros com a marca Mobitec são produzidos com tecnologia sueca no estado da arte. Por isso são reconhecidos por sua precisão, qualidade e durabilidade muito acima da média de mercado.

Veículo equipado com Mobitec é veículo rodando, atendendo o público, mostrando sua marca, gerando renda e satisfação para o frotista.



Um mundo de sinais e emoções

mobitec

Líder mundial em sistemas de informações para transporte de passageiros

An LTG Company - www.mobitec.com.br

BRS é exemplo de solução de baixo custo

Os corredores de BRS do Rio de Janeiro são o tema da palestra que o subsecretário-executivo da secretaria municipal de Transportes da cidade apresentará no congresso da UITP

■ AMARILIS BERTACHINI

A cidade do Rio de Janeiro ganhou destaque no noticiário no último ano por seus investimentos no sistema de transporte rápido de massa de alta capacidade conhecido por BRT (Bus Rapid Transit), cujo primeiro dos quatro projetos entrou em operação no ano passado e já serve de exemplo para outras cidades do Brasil e do exterior.

Mas é outra solução mais simples encontrada para o transporte coletivo carioca que ganha destaque no 60º Congresso Mundial e Feira de Mobilidade e Transporte da Associação Internacional do Transporte Público (60th UITP World Congress and Mobility & Transport Exhibition), que acontecerá em Genebra, na Suíça. Em cerca de um ano – do início de 2011 ao início de 2012 – o Rio de Janeiro implantou 27 quilômetros de corredores no modelo BRS (Bus Rapid System), que possibilitaram um ganho de 50% na velocidade média dos veículos que trafegavam nesses trechos.

Além dos bons resultados, esse sistema tem a vantagem de não demandar investimentos muito elevados porque não requer gastos com desapropriações nos arredores, construções de novas vias, nem necessita de veículos especiais para trafegarem em seus traçados. “É uma solução de baixo custo e ótimos resultados”, resume Alexandre Sansão Fontes, subsecretário-executivo da Secretaria Municipal de Transportes do Rio de Janeiro, e um dos poucos brasileiros selecionados para participarem



BRS is a low-cost solution

The BRS lanes in Rio de Janeiro will be discussed in a talk by the city's municipal executive under-secretary for transport at the UITP Congress

The city of Rio de Janeiro was prominent in the news last year for its investments in a mass rapid transit system mass known as Bus Rapid Transit (BRT), the first of its four projects going into operation last year and already serving as an example for other cities in Brazil and abroad.

However, it is another, simpler solution found for public transport in Rio that will be focused on at the 60th UITP World



como palestrantes no congresso. Ele está encarregado da palestra “O que está fazendo o serviço de ônibus do Rio ser especial”, que apresenta todos os detalhes do BRS aos participantes do evento da UITP.

O BRS foi planejado como uma solução para adaptar as linhas de ônibus comuns, que não fazem parte do sistema estrutural do BRT, reorganizando o serviço nas vias arteriais da cidade com faixas prioritárias mais eficientes – as vias exclusivas são demarcadas apenas por sinalização horizontal, não são segregadas –, e com a introdução de sistemas de controle eletrônico, sinalização viária e estruturas de informação aos usuários. “Isso faz com que consigamos melhorar o serviço nas vias arteriais da cidade e em corredores de grande importância, como Copacabana, o centro da cidade, Ipanema, Leblon, com faixas onde o tráfego dos ônibus tem prioridade. Essas vias passaram a oferecer um tempo menor de trajeto, atraindo o usuário”, diz o subsecretário. Houve, segundo ele, um ganho de velocidade que varia de 20% a 50%.

Congress and Mobility & Transport Exhibition, to be held in Geneva, Switzerland. In about a year – from early 2011 to early 2012 – Rio de Janeiro deployed 27 kilometers of Bus Rapid System (BRS) lanes, which increased the average speed of vehicles on these stretches by 50%.

Besides the good results, this system has the advantage of not requiring very large investments because it requires no spending on land, the construction of new roads, or special vehicles.” It is a low cost solution and gets great results,” says Alexandre Sansão Fontes, executive under-secretary at the Municipal Transport Department in Rio de Janeiro, and one of the few Brazilians selected to participate as speakers at the congress. He will deliver the talk “What makes the Rio bus service so special,” which will present all the details on BRS to participants at the UITP event.

BRS was planned as a solution to adapt regular bus lines, which are not part of the BRT structure, rearranging the service on the city’s arterial roads with more efficient priority lanes - the exclusive lanes are just marked out and not separated - and

“Conseguimos fazer isso com pouco investimento porque aplicamos em controle inteligente de transporte – os chamados ITS (Intelligent Transportation Systems) –, que conta com câmeras inteligentes para detectar a presença de veículos não autorizados a trafegar naquelas faixas. Determinamos quais são as faixas prioritárias para os ônibus, especificamos a política de utilização dessas faixas e implantamos as câmeras para controlar o acesso a essas faixas. Foi um investimento em tecnologia, não em infraestrutura. Nós apenas organizamos o espaço da via e utilizamos o controle eletrônico para garantir o uso”, declara, mostrando a simplicidade que envolve o sucesso do projeto.

O investimento feito somou US\$ 3 milhões na implantação dos 27 quilômetros de BRS. Ele revela que o município está estudando novos projetos para expansão dos sistemas de BRS nos próximos anos, nas regiões da cidade onde não serão implantados corredores de BRT. “A resposta que pensamos para os próximos anos é fazer sistemas de BRS sempre que possível, para organizar o transporte de ônibus, que é o que dá mobilidade às pessoas no Rio”, declara. Os seis corredores de BRS implantados transportam volume significativo dos passageiros da cidade. O menor carrega 260 mil passageiros por dia e o maior corredor transporta 550 mil usuários por dia.

Na avaliação de Sansão, a situação atual da cidade do Rio de Janeiro ainda está atrasada em relação aos sistemas de transporte coletivo existentes no exterior, mas, em relação ao resto do país, o Rio deu um salto bastante grande. “Acho que foi a cidade que mais investiu, que mais modificou seu padrão. Ainda estamos um pouco atrás de cidades como Curitiba e São Paulo, que há mais tempo já se organizaram e têm uma política de priorização do transporte coletivo e investimento em transporte de alta capacidade. Mas, pela velocidade com que temos feito as coisas, acredito que até 2016 nós sejamos a cidade brasileira mais avançada.” Ele calcula que até 2016 o Rio terá 60% dos usuários de ônibus utilizando o sistema de transporte de massa de alta capacidade (BRT, metrô, trens e barcas) e 40% nos ônibus comuns, de baixa capacidade. “Isso nos igualaria a cidades como, por exemplo, Londres, que tem uma rede de metrô muito forte, mas uma parte da população utiliza ônibus comuns”, compara.

Ele acredita que em três anos a cidade do Rio será líder em termos de transporte coletivo eficiente no Brasil e, em relação ao resto do mundo, poderá se aproximar do padrão de mobilidade de grandes cidades.

Nos últimos quatro anos, além dos sistemas de BRT e BRS o município também avançou na área jurídica, adotando os contratos de concessão para as empresas operadoras de ônibus que são responsáveis pelo transporte de 80% dos habitantes

with the introduction of electronic control systems, road signs, and information structures for users. “This means that we have been able to improve the service on the city’s arterial roads and on very important lanes, such as Copacabana, the city center, Ipanema, and Leblon, with lanes where buses have priority. These lanes have been offering faster routes, attracting users,” says the secretary. He says there has been a gain in speed ranging from 20% to 50%.

“We have managed to do this with little investment because we put it into intelligent transport control – Intelligent Transportation Systems (ITS) – which has smart cameras that detect the presence of vehicles not authorized to travel in those lanes. We decided what the priority lanes are for buses, specified the policy for using these lanes and installed the cameras to control access to these lanes. It was an investment in technology, not infrastructure. We just organized the road space and used electronic control to ensure its proper use,” he says, showing how simple the successful project is.

The investment totaled US\$ 3 million in the implementation of 27 kilometers of BRS. He says the city is studying new projects to expand BRS in the coming years, in areas of the city where BRT lanes will not be set up. “The answer we have found for the next few years is to use BRS wherever possible, to organize bus transport, which is what makes people mobile in Rio,” he says. The six BRS lanes transport a significant volume of passengers in the city. The smallest one carries 260,000 passengers a day, and the largest one transports 550,000 users a day.

Sansão says the current state of the city of Rio de Janeiro is still lagging behind compared with public transport systems abroad, but compared with Brazil as a whole, Rio has jumped ahead. “I think it is the city that has invested most, which has changed its standard most. We’re still a little behind cities such as Curitiba and São Paulo, which organized themselves longer ago and have policies that prioritize investment in public and high-capacity transport. But given the speed with which we have done things, I believe that by 2016 we will be the most advanced Brazilian city,” he says. He estimates that by 2016, 60% of Rio’s bus passengers will be using the high-capacity mass transport system (BRT, subway, trains and boats) and 40% will be on conventional, low-capacity buses. “That would put us on a footing with cities such as London, which has a very strong subway network, but part of the population uses ordinary buses,” he says.

He believes that in three years the city of Rio will be the leader in terms of efficient public transport in Brazil and, with regard to the rest of the world, it could get close to the mobility standard in large cities.



da cidade. Esses contratos possibilitam que o município invista na modernização e organização do sistema de ônibus.

Outra inovação foi a introdução do Bilhete Único na cidade que permite ao usuário pegar mais de um ônibus durante o período de duas horas, sem pagar mais por isso.

Entre todos esses progressos, ele destaca, porém, o investimento feito nos 56 quilômetros do corredor de BRT Transoeste, ligando a zona oeste à Barra da Tijuca, que transporta cerca de 100 mil pessoas por dia. "Foi um rompimento de paradigma na cidade, conseguimos fazer, pela primeira vez, um sistema de transporte de alta capacidade. É com base nesse modelo que vamos investir nos próximos corredores de BRT para Copa do Mundo, de 2014, e para as Olimpíadas, de 2016", declara.

Além do BRT Transoeste, que foi inaugurado em junho do ano passado, até 2014 entrará em operação o Transcarioca que está em construção. Até 2016 o plano é concluir outros dois: o Transolímpico e o Transbrasil. Os quatro corredores de BRT têm integração com os sistemas de trens, metrô e com as barcas da baía de Guanabara, além da integração entre eles próprios para ajudar a garantir que aqueles 60% de viagens ocorram no transporte de alta capacidade.

A cidade está cuidando também da questão da acessibilidade. Hoje já é obrigatório que todos os ônibus tenham elevadores para cadeirantes, mas a intenção é ir muito além disso. "Na minha visão, a acessibilidade tem que ser plena, não só para as pessoas portadoras de deficiências. É preciso ter ônibus com piso rebaixado, uma boa identificação visual, tudo isso contribui para melhor acessibilidade." Considerando-se esse nível pleno, Sansão calcula que apenas 5% da frota do Rio já está preparada, mas ele afirma que a meta é aumentar esses quesitos cada vez mais até atingir toda a frota que hoje é de nove mil ônibus urbanos e rodoviários operando na cidade. ■

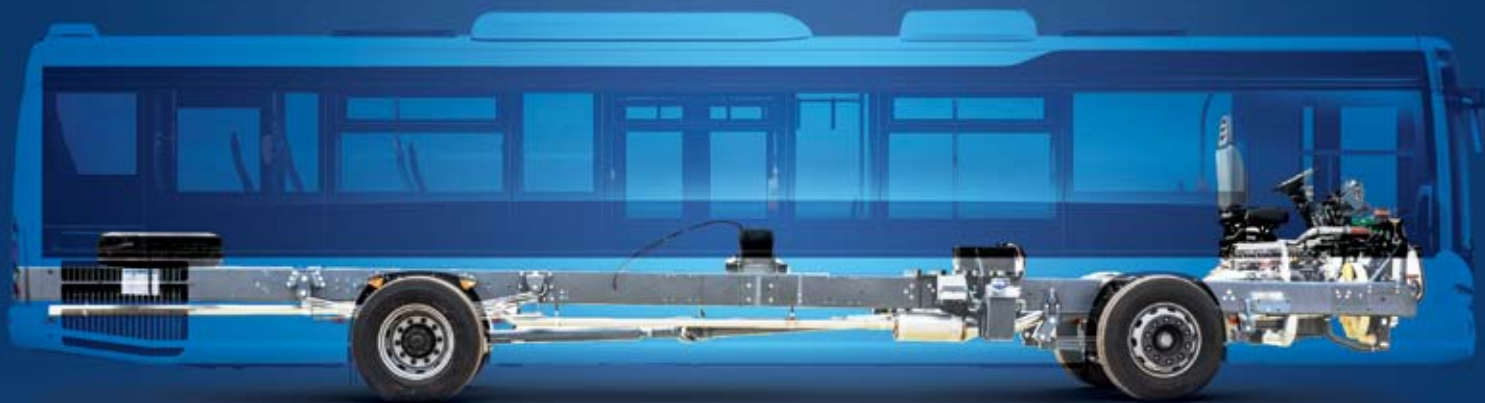
In the last four years, besides BRT and BRS, the city has also made progress in the legal field, adopting concession contracts for bus operators that are responsible for transporting 80% of the city's residents. These contracts enable the city to invest in the modernization and organization of the bus system.

Another innovation has been the introduction of the Single Ticket in the city, which allows users to take more than one bus in a two-hour period, at no extra charge.

Among all this development, he highlights, however, the investment made in the 56 kilometers of Transoeste BRT lanes connecting the west of the city to Barra da Tijuca, which carries approximately 100,000 people a day. "It was a paradigm shift in the city. For the first time we managed to make a high-capacity transport system. It is based on this model that we will invest in the next BRT lanes for the 2014 FIFA World Cup and the 2016 Olympics," he says.

Besides Transoeste BRT, which was opened in June last year, Transcarioca, currently under construction, will be opened by 2014. By 2016 the plan is to complete another two: Transolímpico and Transbrasil. The four BRT lanes are integrated with rail and subway systems and boats in the Guanabara Bay, as well as being integrated among themselves to help ensure that 60% of trips occur on high-capacity transport.

The city is also taking care of the issue of accessibility. It is now mandatory that all buses have wheelchair lifts, but the intention is to go far beyond that. "In my view, accessibility has to be full, not only for people with disabilities. We need buses with low floors, good visual identification, all to contribute to better accessibility," he says. Sansão estimates that only 5% of Rio's fleet is now prepared to this level, but he says that the goal is to get the entire fleet of 9,000 buses and coaches operating in the city up to scratch. ■



Ônibus mantém trajetória de crescimento no Brasil

Veículo que ajudou a moldar as grandes regiões metropolitanas ainda hoje é visto como alternativa para melhorar a mobilidade

■ WAGNER OLIVEIRA

O segmento da indústria automobilística voltada para o ônibus conserva sua rota de ascensão desde a sua estreia em 1957 no Brasil, país onde sempre soube explorar as necessidades de uma nação de dimensões continentais. Apesar dos ciclos econômicos, a curva de produção, vendas e exportação sempre teve a seta apontada para cima nesses 56 anos de atividade de um segmento que faz parte da história do desenvolvimento brasileiro e ainda é apontado como alternativa para a mobilidade nas congestionadas regiões metropolitanas.

De acordo com dados da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), a produção acumulada de chassis de ônibus entre 1957 e 2012 atingiu o total de 979.679 unidades – o que faz do Brasil um dos maiores produtores de ônibus em todo o mundo. A maior parte desta produção (cerca de três quartos) ficou para o consumo interno. No período de 1957 a 2012, foram exportados 255.871 chassis de ônibus, principalmente para países sul-americanos – Argentina, Chile, Colômbia, Peru e Equador.

Bus growth maintained in Brazil

The vehicle that has helped shape major metropolitan areas is seen as an alternative for improved mobility

The bus segment has continued to grow since it began in 1957, in Brazil – a country where it has always known how explore the needs of a nation of continental proportions. Despite its economic cycles, production, sales and exports have always grown over these 56 years of activity for a segment that is part of the history of Brazilian development and is still touted as an alternative for mobility in congested metropolitan areas.

Numa época em que automóvel era coisa para rico, o ônibus começou sua história no Brasil com uma produção forte. Em 1957, foram produzidas 2.246 unidades enquanto a indústria como um todo (somando carros, comerciais leves e caminhões) alcançou naquele ano a marca de 30.542 veículos. Assim, o ônibus representou no ano inicial cerca de 7,3% da produção total.

Na primeira década, foram produzidos 42.817 chassis de ônibus. Nos dez anos seguintes, ao acompanhar a transformação do País, a industrialização de chassis mais que dobrou, alcançando 112.814 unidades. O movimento continuou forte na terceira década, quando, em 1977, a produção acumulada somou 238.280 ônibus.

Apesar da grave crise econômica que o País viria a atravessar nas duas décadas seguintes, a trajetória de crescimento da produção se manteve. Em 1997, o acumulado chegava a 430.464 unidades. Em 2007, quando o Brasil já vislumbrava novos patamares de desenvolvimento econômico, o ônibus perdeu a força dos anos anteriores e não viria mais a dobrar a produção em relação a décadas anteriores. Com isso, somou 667.406 unidades fabricadas.

Ao final de 2012, a Anfavea contabilizava a produção acumulada de 879.679 unidades de chassis produzidas no Brasil. Em 2012, a produção como um todo da indústria automobilística foi de 3.432.616 unidades entre carros, comerciais leves, caminhões e ônibus. Neste contexto, o ônibus passou a representar apenas cerca de 1,5% da produção total de autoveículos no País no ano passado.

Contribuiu para essa perda de participação do ônibus em relação ao percentual que representava nos anos iniciais da produção, a melhoria de renda do brasileiro, que, somada à baixa eficiência do transporte público, buscou migrar para o transporte individual. Opção que levou a acentuar a baixa mobilidade das congestionadas regiões metropolitanas nacionais.

O balanço da trajetória do ônibus na Brasil não traz apenas números, mas também é parte da história de um país gigante, que nas últimas décadas se transformou completamente ao passar de um país rural a urbano. Ao ser responsável pelo transporte de milhões de brasileiros em vários pontos do território nacional, o ônibus ajudou a moldar os grandes centros urbanos da forma que os brasileiros conhecem. Além disso, até o hoje o veículo exerce papel fundamental na mobilidade ao movimentar diariamente grandes aglomerados humanos e nas estradas pelo país afora.

Em uma população de cerca de 200 milhões de habitantes, são raros os brasileiros que, pelo menos uma vez na vida, não utilizaram os serviços de transporte de ônibus, tanto no

According to the National Association of Vehicle Manufacturers (Anfavea), bus chassis production between 1957 and 2012 totaled 979,679 units – which makes Brazil one of the largest bus producers in the world. Most of this production (approximately three quarters) was for the domestic market. Between 1957 and 2012 255,871 bus chassis were exported, mainly to South American countries – Argentina, Chile, Colombia, Peru and Ecuador.

At a time when automobiles were only for the rich, buses began their history in Brazil with high levels of production. In 1957, 2,246 units were produced, while the industry as a whole (cars, light commercial vehicles and trucks) that year totaled 30,542 vehicles. Buses thus accounted for about 7.3% of total production in their first year.

In the first decade 42,817 bus chassis were produced. Over the next ten years, accompanying the transformation of the country, chassis production more than doubled, reaching 112,814 units. It remained strong in the third decade when, in 1977, cumulative production amounted to 238,280 buses.

Despite the severe economic crisis that the country would go through in the next two decades, production growth continued. In 1997, accumulated production reached 430,464 units. In 2007, when Brazil glimpsed new levels of economic development, buses lost the momentum of previous years. A totaled of 667,406 units were manufactured.

At the end of 2012, Anfavea accounted for 879,679 chassis produced in Brazil. In 2012, production as a whole for the automobile industry was 3,432,616 units – including cars, light commercial vehicles, trucks and buses. Buses accounted for only about 1.5% of total production in the country last year.

Contributing to this loss of market share compared with the early years of production was an improvement in Brazilian income, which – added to the poor efficiency of public transport – meant people migrated to private transport. This accentuated the poor mobility in congested metropolitan areas.

The bus segment in Brazil is not only about numbers, it is also part of the history of a massive country which in recent decades has changed from being rural to urban. In being responsible for transporting millions of Brazilians, buses have helped shape major urban centers as Brazilians know them now. In addition, buses play a fundamental role in mobility by moving large numbers of people around the country every day.

In a population of around 200 million people, few Brazilians have never used buses or coaches. Buses and coaches play a vital role in connecting people between neighborhoods, metropolitan areas, cities and states.

In recent years, buses have been losing ground to air transport

rodoviário quanto no urbano. O ônibus desempenha papel vital ao ligar pessoas entre bairros, regiões metropolitanas, cidades e estados.

Nos últimos anos, o ônibus vem perdendo espaço para o transporte aéreo em longas distâncias, mas mantém-se ativo e importante em regiões mais distantes que ainda não contam com uma infraestrutura de aeroportos – o transporte aéreo ainda restrito às grandes capitais.

A ligação do Brasil com o ônibus fez surgir em Curitiba, nos anos 1970, um sistema inédito em que ônibus trafega em corredores exclusivos para dar agilidade aos passageiros. O sistema foi copiado e melhorado em outros países, atualmente chamado de BRT. Agora ressurgiu o mesmo BRT no País, desta vez com as tecnologias incorporadas e desenvolvidas no exterior.

Quem visitar o Brasil nos próximos anos provavelmente poderá ver que o ônibus faz parte de um novo legado que os megaventos esportivos – a Copa do Mundo, em 2014, e os Jogos Olímpicos, no Rio de Janeiro, em 2016 – devem deixar ao País. Corredores abertos nas 12 cidades-sede do Mundial da Fifa vão dar agilidade a visitantes e brasileiros com uso de veículos de última geração, dotados de tecnologia para levar comodidade e informação ao passageiros.

Os novos corredores de ônibus são a primeira iniciativa para tirar a infraestrutura brasileira do imobilismo, pois devido a ciclos de estagnação econômica, o Brasil deixou de investir em suas estradas, portos, aeroportos e ferrovias, o que dificulta a sustentabilidade de uma das maiores economias do mundo – atualmente entre sexta ou sétima maior potência do planeta.

Ao conseguir aumentar a eficiência nos grandes centros urbanos e convencer o motorista a deixar o carro em casa, cidades de pequeno e médio porte devem seguir o exemplo das grandes capitais brasileiras. Isso significa dizer que a indústria voltada para o ônibus conta com um horizonte promissor.

Atualmente, fabricam chassis de ônibus no Brasil a Mercedes-Benz, líder do mercado, a MAN, Volvo, Scania, Iveco e Agrale, esta última de capital totalmente nacional. Mercedes-Benz e Scania foram pioneiras no negócio do ônibus ao inaugurarem a produção em 1957 com incentivos lançados pelo governo central. Ainda como Volkswagen Caminhões e Ônibus, a atual MAN entrou na produção de ônibus em 1988. A Agrale começou a fabricação em 1996. Já a italiana Iveco entrou no segmento em 2001.

No início, os chassis de ônibus no Brasil eram apenas adaptações oriundas do caminhão. O ônibus era todo produzido pelas montadoras, que depois viriam a deixar a implementação a cargo de empresas especializadas na implementação surgidas no Sul do País, onde descendentes de colonos europeus detinham

LINHA DE PRODUTOS POR EMPRESAS | PRODUCTS BY COMPANY

EMPRESA <i>Company</i>	APLICAÇÕES <i>Applications</i>	PBT <i>Total Gross Weight</i>
AGRALE		
MA 8.7	Urbano, escolar, fretamento <i>Urban, school, charter</i>	8.700 kg
MA 9.2	Urbano, escolar, fretamento, turismo, rodoviário <i>Urban, school, charter, tourism, highway</i>	9.200 kg
MA 10.0	Urbano, escolar, fretamento, turismo, rodoviário <i>Urban school, charter, tourism, highway</i>	10.000 kg
MA 12.0	Urbano, fretamento, intermunicipal <i>Urban, charter, intercity</i>	12.000 kg
MA 15.0	Urbano, fretamento, intermunicipal <i>Urban, charter, intercity</i>	15.000 kg
MT LE 12.0	Urbano <i>Urban</i>	12.000 kg
MT LE 15.0	Urbano <i>Urban</i>	15.000 kg
MA 17.0	Urbano <i>Urban</i>	17.500 kg
IVECO		
Iveco S170	Urbano e fretamento <i>Urban and charter</i>	17.000 kg
MAN		
Volksbus 9.160 OD Plus	Urbano, fretamento <i>Urban, charter</i>	9.200 kg
Volksbus 15.190 OD	Urbano <i>Urban</i>	15.500 kg
Volksbus 15.190 ODR	Rural/ fora de estrada <i>Rural / off-road</i>	15.000 kg
Volksbus 17.230 OD	Urbano, fretamento <i>Urban, charter</i>	17.300 kg
Volksbus: 17.280 OT	Urbano, fretamento <i>Urban, charter</i>	18.000 kg
Volksbus 18.330 OT	rodoviário <i>Highway</i>	18.000 kg
Volksbus	Urbano <i>Urban</i>	29.000 kg
MERCEDES-BENZ		
LO 916	Escolar <i>School</i>	9.400 kg
OF 1519R	Escolar <i>School</i>	14.000 kg
OF 1721	Urbano, rodoviário, intermunicipal, fretamento <i>Urban, highway, intercity, charter</i>	16.000 kg
OF 1724	Urbano, rodoviário, intermunicipal, fretamento <i>Urban, highway, intercity, charter</i>	16.000 kg
O 500 U	Urbano <i>Urban</i>	16.000 kg
O 500 M/59	Urbano, fretamento <i>Urban, charter</i>	16.000 kg
O 500 M/30 BUGGI	Rodoviário/ fretamento <i>Bus / charter</i>	16.000 kg
O500 R	Rodoviário, fretamento <i>Highway, charter</i>	16.000 kg
O 500 RS	Rodoviário <i>Highway</i>	16.000 kg
O500 RSD	Rodoviário, turismo <i>Highway, tourism</i>	19.500 kg

EMPRESA Company	APLICAÇÕES Applications	PBT Total Gross Weight
MERCEDES-BENZ		
0500 MA	Urbano Urban	26.000 kg
0500 MDA	Urbano Urban	29.500 kg
0500 UA	Urbano Urban	26.000 kg
0500 UDA	Urbano Urban	29.500 kg
SCANIA		
K310 IB 4X2	Rodoviário Highway	19.500 kg
K310 UB 6X2 * 4	Urbano Urban	24.600 kg
K 360 IB 4X2	Rodoviário Highway	19.500 kg
K 360 IB 6X2	Rodoviário Highway	25.000 kg
K 440 8X2	Rodoviário Highway	29.500 kg
HB NZ F250 4X2	Urbano Urban	19.500 kg
VOLVO		
B270F 4X2	Urbano, fretamento, rodoviário Urban, charter, highway	17.000 kg
B215RH 4X2 HÍBRIDO B215RH 4X2 HYBRID	Urbano Urban	19.500 kg
B290 RLE PISO BAIXO B290 RLE LOW ENTRY	Urbano Urban	19.500 kg
B290R 4X2	Rodoviário Highway	19.500 kg
B290R 4X2	Urbano Urban	19.500 kg
B340M ARTICULADO B340M ARTICULATED	Urbano Urban	30.000 kg
B340M BI-ARTICULADO B340M BI-ARTICULATED	Urbano Urban	40.500 kg
B360S ARTICULADO B360S ARTICULATED	Urbano piso baixo central Urban central low-floor	30.500 kg
B3600S BI-ARTICULADO B3600S BI-ARTICULATED	Urbano piso baixo total Urban low floor	42.000 kg
B380R 4X2	Rodoviário Highway	19.500 kg
B380R 6X2	Rodoviário Highway	24.750 kg
B380R 8x2	Rodoviário Highway	29.250 kg
B420R 6X2	Rodoviário Highway	24.250 kg
B420R 8x2	Rodoviário Highway	29.250 kg
B450R 6X2	Rodoviário Highway	24.750 kg
B450R 8X2 PISO BAIXO B450R 8X2 LOW FLOOR	Rodoviário Highway	29.250 kg

over long distances, but they remain active and important in more remote regions that do not yet have airports. Flights are still restricted to large capitals.

Brazil's connection with buses meant that in Curitiba in the 1970s a unique system emerged, in which buses travel along dedicated lanes to speed up passenger transport. The system was copied and improved in other countries, and is now called BRT. Now, BRT is all over the country, this time using technology developed and incorporated abroad.

Anyone visiting Brazil in the coming years will probably see that buses are part of a new legacy that the huge sporting events – the FIFA World Cup in 2014 and the Olympics in Rio de Janeiro in 2016 – will leave the country. Lanes created in the 12 host cities for the FIFA World Cup will speed up passenger transport, using the latest vehicles equipped with technology to provide information and comfort.

The new bus lanes are the first initiative to get Brazilian infrastructure on its feet, because due to its cycles of economic stagnation the country stopped investing in its highways, ports, airports and railways, which hinders sustainability for one of the largest economies in the world – currently the sixth or seventh biggest on the planet.

To increase efficiency in large urban centers and convince drivers to leave their cars at home, small and medium-sized cities must follow the example set by the large capitals in Brazil. This means that the bus industry faces a promising future.

Mercedes-Benz, the market leader, MAN, Volvo, Scania, Iveco and Agrale – the latter 100% Brazilian – currently make bus chassis in Brazil. Mercedes-Benz and Scania were pioneers in the bus business when they began production in 1957, taking advantage of central government incentives. When it was still Volkswagen Trucks and Buses, MAN began bus production in 1988. Agrale began manufacturing in 1996. Italy's Iveco entered the segment in 2001.

In the beginning, bus chassis in Brazil were just adaptations of trucks. Buses were all made by automakers, which were to leave it to specialist companies that sprung up in the South of the country, where the descendants of European settlers had the techniques to make the vehicles customized for demanding operators.

The growth of bus production created a chain of suppliers in the country, from manufacturers of seats, electronic components and windows, among other finishing materials. Electronic ticketing and passenger information are some of the services that have been growing in the bus and coach business.

Currently, Brazilian production involves several models, from chassis for urban operations, intercity buses and coaches, though

técnicas para fazer os veículos sob medida para exigentes operadores.

A implementação de ônibus criou uma cadeia de fornecedores no País, entre fabricantes de poltronas, componentes eletro-eletrônicos e vidros entre outros materiais de acabamento. Bilihetagem eletrônica e informação ao passageiro são alguns dos serviços que vêm ganhando cada vez mais espaço na indústria que envolve o mundo do ônibus.

Atualmente, a produção brasileira envolve vários modelos de produtos, entre chassis voltados para a operação urbana, intermunicipal e rodoviária, embora nem sempre no mesmo compasso da evolução dos ônibus europeus – geralmente uma geração à frente dos modelos comercializados no Brasil, cujo relevo e condições do piso exigem veículos um tanto tropicalizados para suportar condições mais severas de uso.

As congestionadas cidades brasileiras fizeram surgir também um chassi de micro-ônibus como forma de aumentar a mobilidade. Outras características dos modelos comercializados no País apresentaram motores dianteiros e traseiros, piso baixo (low floor), low entry (piso com o vão central rebaixado), além de articulados e biarticulados.

Enquanto a Europa já entra na era Euro 6, o Brasil só no ano passado deu início à tecnologia do Euro 5. A questão do combustível, que exige o aditivo Arla 32 e o diesel mais puro S-10, começa a ganhar a confiança entre os operadores só agora em 2013, visto que no ano passado foi um ano de transição. Neste ano, toda a comercialização é voltada para o Euro 5.

Com adaptação à nova tecnologia e condições mais estáveis do mercado, fabricantes esperam um reaquecimento do mercado este ano, que também deve ser influenciados pelos grandes eventos esportivos e as eleições presidenciais em 2014.

O vice-presidente e board member de vendas, marketing e pós-vendas da MAN Latin America, Ricardo Alouche, afirma que há outros fatores que devem aquecer as vendas em 2013. “O contínuo investimento em infraestrutura e manutenção do Programa de Sustentabilidade do Investimento (PSI) vão manter o mercado positivo neste ano”, disse.

Wilson Pereira, gerente-executivo de vendas de ônibus da Scania do Brasil, disse que aposta nos lançamentos de chassis para garantir resultados positivos para a empresa. “Lançamos uma nova família com motores dianteiros que deve melhorar as vendas em 2013. A nova gama de produtos teve boa aceitação e fez sucesso entre os clientes”, disse.

São por todas essas perspectivas favoráveis que o negócio do ônibus ainda tem muito a crescer no Brasil, país que, de uma forma ou de outra, deverá manter sua dependência e ligação íntima com o ônibus. ■

FROTA DE ÔNIBUS NAS CINCO REGIÕES DA FEDERAÇÃO (MARÇO DE 2013)

BUS AND COACH FLEET IN THE FIVE REGIONS OF BRAZIL (MARCH 2013)

	Ônibus <i>Buses and Coaches</i>	Micro-ônibus <i>Minibuses</i>
Brasil Brazil	522.401	324.676
Norte North	32.782	12.270
Nordeste Northeast	95.464	66.893
Sudeste Southeast	262.280	182.115
Sul South	87.905	45.793
Centro-Oeste Center-West	43.970	17.605

Fonte: Ministério das Cidades/Denatran | Source: Ministry of Cities / Denatran

not always at the same level of European vehicles, which are usually a generation ahead of the models sold in Brazil, whose relief and highway conditions require a somewhat ‘tropicalized’ design to withstand the more severe conditions.

Congested Brazilian cities have also given rise to minibus chassis in order to increase mobility. Other features of the models sold in the country are front and rear-mounted engines, low floors, low entry, (lowered central points), as well as articulated and bi-articulated vehicles.

While Europe has rolled out Euro 6, Brazil only last year started Euro 5. The issue of fuel, which requires the additive Arla 32 and cleaner diesel S-10, has begun to win over operators only now, in 2013, as last year was a year of transition. This year, all sales are geared for Euro 5.

With adapting to the new technology and with more stable market conditions, manufacturers are expecting a recovery in the market this year, which should also be influenced by the major sporting events and presidential elections in 2014.

The vice president and board member for sales, marketing and after-sales at MAN Latin America, Ricardo Alouche, says that there are other factors that should boost sales in 2013. “The continued investment in infrastructure and maintenance of Investment Sustainability Program (PSI) will keep the market positive this year,” he says.

Wilson Pereira, executive manager of bus sales at Scania in Brazil, says he has high hopes for the launch of chassis. “We have launched a new family with front-mounted engines that will improve sales in 2013. The new range of products has been well-received and is a success among our customers,” he says.

For all these reasons, the bus business still has a lot of growth potential in Brazil - a country which, one way or another, will maintain its dependence on and its intimate connection with buses. ■



Mercedes-Benz, marca do Grupo Daimler.

A linha dos ônibus Mercedes-Benz é equipada com a tecnologia BlueTec 5, que reduz a emissão de poluentes e oferece mais economia de combustível e durabilidade para o motor. Por isso eles são mais resistentes e perfeitos para enfrentar o tráfego intenso das grandes cidades e das estradas com muito conforto e segurança.



Mercedes-Benz

A marca que todo mundo confia.

Respeite os limites de velocidade.



AGRALE S.A.

Rodovia BR 116, km 145, 15.104, São Ciro
CEP 95059-520 Caxias do Sul, RS
Tel.: (54) 3238-8000, Fax.: (54) 3238-8052
contatos@agrable.com.br | www.agrable.com.br

Ramo de atividade | Activity branch:

Indústria de veículos automotores, motores diesel e máquinas agrícolas
Vehicle, diesel motor and agricultural machinery industry

Diretoria | Directory: Hugo Domingos Zattera (Presidente/President)

Área da empresa | Area of company: Total: 589.103 m². Const.: 97.549 m².

Nº de fábricas | Number of plants: 4



	2010	2011	2012
Produção Production	4.761	5.306	5.362
Vendas ao mercado interno Domestic sales	4.352	5.174	5.257
Exportações Exports	435	73	12



Peugeot Citroën do Brasil Automóveis

Rua Engenheiro Francisco Pitta Brito, 779
Santo Amaro - São Paulo - SP - CEP 04753-080
vendasespeciais@citroen.com
www.citroen.com.br

Ramo de atividade | Activity branch:

Indústria Automobilística | *Automobile industry*

Diretoria | Directory: Frédéric Chapuis (Dir. de Vendas/Sales Dir.)

Nº de fábricas | Number of plants: Fabricado pela Iveco/Manuf. by Iveco



	2010	2011	2012
Produção Production	-	-	-
Vendas ao mercado interno Domestic sales	-	2.217	1.666
Exportações Exports	-	-	-



Iveco Latin America

Av. Senador Milton Campos, 175, 2º e 8º andares, Vila da Serra
CEP 34000-000, Nova Lima - MG, Tel.: 0800 704 8326
www.iveco.com.br

Ramo de atividade | Activity branch:

Indústria automotiva de veículos comerciais
Automotive commercial vehicle

Diretoria | Directory: Marco Mazzu (Presidente/President)

Área da empresa | Area of company:

Total: 2.350.000 m². Const.: 120.000 m².

Nº de fábricas | Number of plants: 1



	2010	2011	2012
Produção Production	1.120	1.296	1.919
Vendas ao mercado interno Domestic sales	594	1.437	1.722
Exportações Exports	22	15	63



Fiat Automóveis S.A.

Av. Contorno, 3455, Paulo Camilo
CEP 32669-900, Betim - MG
Tel.: 0800 707 1000 - Fax.: (31) 2123-2111
www.fiat.com.br

Ramo de atividade | Activity branch:

Indústria Automobilística | *Automobile industry*

Diretoria | Directory:

Cledorvino Belini (Presidente/President)

Área da empresa | Area of company:

Total: 2.250.000 m² | Const.: 701.696 m²

Nº de fábricas | Number of plants:

1 de veículos (Betim/MG) + 1 de motores (Campo Largo/PR)

		2010	2011	2012
Produção	Minibus	3.898	5.260	–
	Multi	3.035	4.061	–
Vendas	Minibus	3.791	4.565	–
	Multi	2.044	3.595	–



Ford Motor Company Brasil

Av. do Taboão, 899, Rudge Ramos
CEP 09655-900, São B. do Campo - SP
Tel.: (11) 4174-8855 - Fax: (11) 4174-9484
www.fordcaminhões.com.br

Ramo de atividade | Activity branch:

Indústria Automobilística | *Automobile industry*

Diretoria | Directory: Steven Armstrong (Presidente/President)

Área da empresa | Area of company:

Total: 7.825.000 m² | Const.: 806.000 m²

Nº de fábricas | Number of plants: 1

		2010	2011	2012
Produção <i>Production</i>		–	33.000	21.800
Vendas ao mercado interno <i>Domestic sales</i>		–	30.400	25.108
Exportações <i>Exports</i>		–	–	–



PEUGEOT

Peugeot Citroën do Brasil Automóveis Ltda.

Rua Engenheiro Francisco Pitta Brito, 779
Santo Amaro, São Paulo - SP
Edifício GT Plaza - 6º andar / Lado B - CEP: 04.753-080
São Paulo - SP

Ramo de atividade | Activity branch:

Indústria Automobilística | *Automobile industry*

Diretoria | Directory: Frédéric Drouin (Diretor Geral/Gen. Director)

Área da empresa | Area of company: n. i.

Nº de fábricas | Number of plants: 1

		2010	2011	2012
Produção <i>Production</i>		–	–	–
Vendas ao mercado interno <i>Domestic sales</i>		–	–	–
Exportações <i>Exports</i>		–	–	–





MAN Latin America Ind. e Com. de Veículos Ltda.

R. Eng. Alan da Costa Batista, 100, Pedra Selada
CEP 27511-970, Resende - RJ
Tel.: (11) 5582-5122, Fax: (11) 5582-5556
www.man-la.com

Ramo de atividade | Activity branch:

Fabricante de caminhões e ônibus Volkswagen e caminhões MAN
Manufacturer of trucks and buses Volkswagen and MAN trucks

Diretoria | Directory: Roberto Cortes (Presidente/President)

Área da empresa | Area of company:

Total: 1.000.000 m² Const.: 135.000 m²

Nº de fábricas | Number of plants: 1

	2010	2011	2012
Produção <i>Production</i>	28.078	18.690	11.105
Vendas ao mercado interno <i>Domestic sales</i>	4.692	12.763	8.008
Exportações <i>Exports</i>	9.614	7.868	–



Mercedes-Benz

Mercedes-Benz do Brasil Ltda.

Av. Alfred Jurzykowski, 562, Vila Paulicéia -
CEP 09680-900, São Bernardo do Campo - SP
Tel.: (11) 4173-6611 - Fax: (11) 4173-7667
Atendimento: 0800 970 9090
www.mercedes-benz.com.br

Ramo de atividade | Activity branch:

Indústria automobilística - Produção de caminhões e chassis para ônibus
Automobile Industry - Production of trucks and bus chassis

Diretoria | Directory:

Jurgen Ziegler (Presidente/President)

Área da empresa | Area of company:

São B. do Campo: 1.000.000 m². Área construída: 480.000 m².

Campinas: 250.000 m². Área construída: 90.000 m²

Juiz de Fora: 2.800.000 m². Área construída: 176.000 m².

Nº de fábricas | Number of plants: 3

	2010	2011	2012
Produção <i>Production</i>	26.582	28.078	18.690
Vendas ao mercado interno <i>Domestic sales</i>	14.319	14.962	12.763
Exportações <i>Exports</i>	11.035	9.614	7.868



Renault do Brasil S.A.

Complexo Ayrton Senna, Avenida Renault, nº 1.300
Borda do Campo, CEP 83070-900 - São José dos Pinhais - PR
Tel.: 0800-055615
www.renault.com.br | sac.brasil@renault.com.br
twitter.com.br/renaultbrasil

Ramo de atividade | Activity branch:

Fábrica de automóveis, utilitários e motores
Automobile plant, utilities and engines

Diretoria | Directory: Olivier Murguet (Presidente/President)

Área da empresa | Area of company: Total: 2.500.000 m².

Nº de fábricas | Number of plants: 3

	2010	2011	2012
Produção <i>Production</i>	12.428	15.937	9.626*
Vendas ao mercado interno <i>Domestic sales</i>	8.220	10.547	3.557*
Exportações <i>Exports</i>	4.208	5.390	6.069*

*Dados conciliados com a pausa na produção para ampliação de fábrica
**Data conciliated with de production pause for plant expansion*





SCANIA

Scania Latin America Ltda.

Av. José Odorizzi, 151, Vila Euro - CEP 09810-902, S. B. do Campo - SP
Tel.: (11) 4344-9333, Fax: (11) 4344-9036
marketing.br@scania.com.br - www.scania.com.br

Ramo de atividade | Activity branch:

Fabricante de chassis de ônibus | *Bus chassis manufacturer*

Diretoria | Directory:

Roberto Leoncini (Diretor Geral/Gen. Director)

Área da empresa | Area of company:

Total: 377.000 m². Const.: 130.000 m²

Nº de fábricas | *Number of plants:* 1



	2010	2011	2012
Produção <i>Production</i>	1.759	3.031	2.430
Vendas ao mercado interno <i>Domestic sales</i>	903	1.652	-
Exportações <i>Exports</i>	901	1.167	1.686



Volvo Bus Latin America

Av. Jucelino Kubitscheck de Oliveira, 2.600 Cidade Industrial, CEP 81260-900, Curitiba - PR
Tel.: (41) 3317- 8111 - Fax: (41) 3317- 8601
ldv.br@volvo.com - www.volvo.com.br

Ramo de atividade | Activity branch:

Indústria Automobilística | *Automobile industry*

Diretoria | Directory: Luis Carlos Pimenta (Presidente/President)

Área da empresa | Area of company:

Total: 1.289.519 m². Const.: 101.470 m².

Nº de fábricas | *Number of plants:* 1



	2010	2011	2012
Produção <i>Production</i>	1.079	3.127	4.541
Vendas ao mercado interno <i>Domestic sales</i>	532	1.996	1.741
Exportações <i>Exports</i>	520	1.656	1.054

ABASTECIMENTO MONITORADO
GTFrota

Acabe com os desvios e desperdícios de combustível de sua frota.

Com o sistema GTFrota sua empresa ganha em economia e confiabilidade, além de melhorar o desempenho da frota.

Acesse www.excelbr.com.br e saiba mais.

Rua Jaboatão, 580/592 - São Paulo - SP
excelbr@excelbr.com.br
Fone: (11) 3858-7724

J.A Balthazar
Negócios de Ônibus

Atuando desde 1988 em todo o Brasil

- Consultoria Tributária
- Compra e Venda de Empresas
- Compra e Venda de Ônibus
- Sucessão Familiar
- Exportação de Ônibus novos e usados
- Avaliação de Empresas

RJ (21) 2147.2298 SP (11) 99266.2911
comercial@jabalthazar.com.br



Mais ônibus nas ruas

Fabricantes de carrocerias apostam no crescimento da produção em 2013 com aumento de vendas no mercado interno e mais exportações

■ AMARILIS BERTACHINI

Depois de um ano duramente afetado pela entrada em vigor da nova legislação do Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores (Proconve P7) – que obrigou a indústria de veículos pesados, ônibus e caminhões, a adaptar suas linhas de produção para a nova tecnologia de motores Euro 5, menos poluentes – as fabricantes de carrocerias para ônibus entraram em 2013 com expectativas de aquecimento dos mercados interno e externo.

Antes de entrar em vigência a norma Euro 5, as empresas operadoras dos sistemas de ônibus anteciparam em 2011 suas compras e se estocaram de veículos ainda com a motorização Euro 3 para garantirem melhor preço – a estimativa é de que os valores subiram, em média, 8% com a nova motorização – e para se precaverem de temidos problemas de abastecimento do novo diesel S-50 e, principalmente do agente Arla 32, que passou a ser usado com a nova tecnologia. Com essa antecipação de compras, o ano de 2011 bateu recorde de vendas, mas o ano seguinte sofreu as consequências.

Isso resultou em uma forte retração do mercado em 2012, com uma queda de 16,8% nas vendas de chassis para ônibus, de 34.635 ônibus licenciados em 2011 para 28.809 no ano passado, e uma redução de 8,39% na produção de carrocerias, de 35.531

More buses on the streets

Coachbuilders are betting on production growth in 2013, with increased domestic and export sales

After a year hit hard by the entry into force of the new Motor Vehicle Air Pollution Control Program (Proconve P7) - which forced the heavy vehicle, bus and truck industry to adapt its production lines to the new, cleaner Euro 5 engine technology - the bus body manufacturers started 2013 with hopes of growth on domestic and export markets.

Before the Euro 5 standard entered force, in 2011 bus operators stocked up on Euro 3 engine vehicles to get a better price - it is estimated that prices have risen on average by 8% for the new engine - and to avoid any supply problems for the new S-50 diesel and, mainly, Arla 32, an agent used in the new technology. With these advance purchases, 2011 broke sales records, but the following year suffered the consequences.

unidades fabricadas em 2011 para 32.548 produzidas em 2012, de acordo com dados da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea) e da Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus (Fabus), respectivamente (ver tabela).

A produção total foi liderada pelo segmento de ônibus urbanos que, com 18.636 unidades, representou 57,26% do total, seguido pelo de veículos rodoviários com 6.626 unidades (20,36%), pelos micro-ônibus, 4.905 unidades (15,07%) e pelos intermunicipais, com 2.381 unidades (7,32%).

Para este ano, as encarregadoras trabalham com perspectivas positivas, motivadas pelas obras de infraestrutura em andamento, pela proximidade dos grandes eventos esportivos – Copa do Mundo, em 2014, e Jogos Olímpicos, em 2016 – e pelas medidas econômicas favoráveis ao setor que o governo vem adotando desde o ano passado, como o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) - Equipamentos que colocou uma encomenda de 8.570 ônibus escolares, a fixação da taxa de juros de financiamento para 3% até meados deste ano e a desoneração da folha de pagamentos das fabricantes e das empresas operadoras de transporte público.

MARCOPOLO E CIFERAL – A maior fabricante brasileira de carrocerias de ônibus, a Marcopolo, é uma amostra do comportamento do mercado. Sediada na cidade de Caxias do Sul, no estado do Rio Grande do Sul, polo de indústrias do segmento, a Marcopolo produziu 7.451 unidades em 2012, uma redução de 10,63% em comparação às 8.338 produzidas no ano anterior. Incluindo os dados de sua controlada Ciferal – mas sem os resultados da outra fabricante de ônibus do grupo, a Volare – a produção da Marcopolo chegou a 12.968 carrocerias, uma queda de 11,4%.

Mas, a empresa já trabalha com uma projeção de crescimento, no Brasil e no exterior, entre 5% e 10% neste ano, em relação a 2012. “O produto brasileiro recuperou um pouco de competitividade em preço e a demanda por ônibus nos países da América do Sul e Central deve seguir forte, estimulando os negócios”, declara Paulo Corso, diretor de operações comerciais para os mercados brasileiro e externo da Marcopolo.

Ele avalia que os principais temas de 2013 serão os investimentos que deverão ocorrer na renovação das frotas de ônibus rodoviários e de urbanos. “No primeiro caso, devido à licitação das linhas interestaduais, que foi adiada e deve ocorrer este ano. No segundo, pelos investimentos previstos em infraestrutura viária e transporte urbano público para atender à demanda nas principais cidades brasileiras, devido aos eventos esportivos que o País sediará, como a Copa das Confederações, neste ano, a Copa do Mundo, em 2014, e os Jogos Olímpicos, em 2016”, diz.

Corso prevê que a demanda deve crescer este ano no Brasil,

This resulted in a sharp downturn in 2012, with a fall of 16.8% in bus chassis sales, from 34,635 licensed buses in 2011 to 28,809 last year, and an 8.39% reduction in the production of bodies, from 35,531 units in 2011 to 32,548 in 2012, according to the National Association of Vehicle Manufacturers (ANFAVEA) and the National Association of Bus Manufacturers (FABUS), respectively (see table).

Total production was led by the urban bus segment which, with 18,636 units, accounted for 57.26% of the total, followed by coaches, with 6,626 units (20.36%), then minibuses, 4,905 units (15.07%) and intercity coaches, with 2,381 units (7.32%).

For this year, coachbuilders are optimistic, because of infrastructure work in progress, the approaching major sporting events - the FIFA World Cup in 2014, and Olympics in 2016 – and the economic measures favorable to the sector the government has adopted since last year, such as the Growth Acceleration Program (PAC) Equipment – that placed an order for 8,570 school buses, the fixing of interest rates for financing at 3% until the middle of this year, and tax breaks on payroll for manufacturers and public transport companies.

MARCOPOLO AND CIFERAL – Brazil’s largest bus and coach body builder, Marcopolo, illustrates the market. Headquartered in the city of Caxias do Sul, in the state of Rio Grande do Sul, an industry hub, Marcopolo produced 7,451 units in 2012, a decrease of 10.63% on 2011’s 8,338 units. Including data from its subsidiary, Ciferal - but not including results from the other bus manufacturer in the group, Volare - Marcopolo produced 12,968 bodies, a decrease of 11.4%.

However, the company now projects growth in Brazil and abroad, of between 5% and 10% this year compared with 2012. “Brazilian products have recovered price competitiveness somewhat and demand for buses in South and Central America will remain strong, stimulating business,” says Paulo Corso, director of commercial operations for the Brazilian and foreign markets at Marcopolo.

He reckons that the main themes in 2013 will be investment in the renewal of the coach and bus fleets. “In the former, because of the interstate line bidding process, which has been delayed, should happen this year. In the latter, because of the planned investment in highway infrastructure and urban public transport to meet the demand in major Brazilian cities caused by the sporting events that the country is hosting, such as the Confederations Cup this year, the FIFA World Cup in 2014, and the Olympic Games in 2016,” he says.

Corso forecasts that demand will grow this year in Brazil as a result of these reasons, and abroad with the consolidation of its coachbuilding operations around the world. The company plans

fruto desses motivos, e também no exterior, com a consolidação das operações da encarroçadora ao redor do mundo. A empresa planeja produzir 35,2 mil unidades em 2013, sendo pouco mais de 20 mil nas fábricas brasileiras.

Outro tema importante para este ano será tecnologia. Corso ressalta que o setor de ônibus no Brasil vem se destacando como um dos mais avançados, fortes e modernos do mundo. "Os novos desenvolvimentos em motorizações para preservação ambiental, segurança e conforto também serão a tônica", acrescenta.

Há também para este ano a expectativa de que o mercado de ônibus para BRT se firme e a demanda seja mais forte entre o segundo semestre de 2013 e o início do próximo ano. "Vendemos cerca de 150 veículos em 2012 e esperamos vender em torno de 500 neste ano, já que os corredores de ônibus comecem a ficar prontos", explica o executivo.

No ano passado, o forte da produção da Marcopolo ficou

to produce 35,200 units in 2013, with just over 20,000 of them in Brazilian factories.

Another important theme for this year will be technology. Corso stresses that the bus sector in Brazil has emerged as one of the most advanced, powerful and modern in the world. "New environmental, safety and comfort developments in engines will also be a boost," he adds.

There is also this year an expectation that the market for BRT buses will firm up and demand will be stronger between the second half of 2013 and the beginning of next year. "We sold about 150 vehicles in 2012 and we expect to sell around 500 this year, as the bus lanes start to be finished," says the executive. Last year, production at Marcopolo was led by coaches, with 3,812 units, followed by intercity buses (1,504), minibuses (1,143) and buses (992). Cifral achieved all its sales in buses, with 5,517 units.

Exportações salvaram o resultado de 2012

No caminho inverso ao do mercado interno, as vendas de ônibus para o mercado externo e a produção voltada à exportação cresceram no ano passado e devem manter também neste ano um bom ritmo. As exportações das sete indústrias associadas à Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus (Fabus) somaram no ano passado 4.229 unidades, um aumento de 6,3% em relação ao exercício anterior.

Para 2013, a Marcopolo e a Cifral esperam manutenção dos atuais volumes, que ainda estão abaixo dos que eram exportados até 2008. "Apesar do aquecimento de mercados dos países da América do Sul, a queda de competitividade em outros mercados, como a África e Oriente Médio, impede que as exportações cresçam. Estamos trabalhando com números bem próximos aos registrados em 2012, de cerca de duas mil unidades exportadas", diz Paulo Corso, diretor de operações comerciais da Marcopolo.

Em sua avaliação, os países da América do Sul, como Chile, Uruguai, Paraguai, Peru e Colômbia, são os principais mercados para a Marcopolo. "O México dá sinais de retomada", complementa.

A Irizar também projeta boas perspectivas para as exportações em 2013, principalmente para os países em desenvolvimento. "As exportações do Brasil vão continuar crescendo sempre enquanto não exista uma valorização exagerada do real, o que provocaria uma queda na competitividade da indústria. Estamos trabalhando fortemente e com bons resultados especialmente nos mercados chileno, australiano e sul-africano", informa Daniel Castro, gerente de exportação da Irizar.

A Caio Induscar planeja exportar cerca de 10% da sua produção em 2013. Segundo Simonetta da Cunha, diretora de marketing da empresa, os principais mercados estão na América Latina, América do Norte, África e Oriente Médio.

A paranaense Mascarello prevê exportar em 2013 cerca de 20% de sua produção total, ou algo em torno de 600 unidades. Os principais mercados da encarroçadora estão nas Américas Central e do Sul e na África.

As exportações da Volare no ano passado cresceram 107% em relação a 2011, com vendas de 505 unidades para o mercado externo. "Para este ano, esperamos continuar crescendo de forma expressiva. Os nossos principais mercados são os países da América Latina e da África do Sul", informa Milton Susin, diretor da Volare.

A Comil, embora tenha registrado queda nas exportações, considera que as vendas ao mercado externo foram decisivas para o desempenho da empresa no ano passado, principalmente do modelo double decker. "Havia uma demanda reprimida na América Latina. Na Argentina o modelo é muito utilizado em linhas rodoviárias, mas em outros países, como Colômbia, Paraguai e Uruguai, já tem um uso misto, também para fretamento e turismo", explica o diretor comercial da Comil, Dario Ferreira. Em 2012, as vendas externas da Comil baixaram 12%, para 478 unidades.

Para a Neobus, as vendas ao mercado externo em 2012 dispararam. A empresa registrou um aumento de 659%, saltando de 67 unidades vendidas ao exterior em 2011 para 509 ônibus exportados em 2012.

com os veículos rodoviários, com 3.812 unidades, seguidos dos intermunicipais (1.504), dos micro-ônibus (1.143) e dos urbanos (992). Já a produção da Ciferal concentrou-se 100% nos veículos urbanos, com 5.517 carros.

VOLARE – No caso da outra empresa do grupo Marcopolo, a Volare, sediada na cidade de Caxias do Sul (RS), a previsão para este ano é de crescimento nos mercados interno e externo. “O mercado, de maneira geral, deverá crescer levemente. Esta é a expectativa de todo o setor. No nosso, como somos focados em segmentos, como os de fretamento, o de turismo e o escolar, nossa perspectiva é de crescer aproximadamente 10%. Pretendemos fechar o ano com a comercialização de 5,3 mil unidades no mercado interno. Parte desse volume deverá ser demandada pelo programa Caminho da Escola (ver matéria nesta edição), do qual somos um dos principais fornecedores. Também

VOLARE – *The other Marcopolo Group company, Volare, in the city of Caxias do Sul (Rio Grande do Sul state), forecasts growth in domestic and foreign markets this year. “The market, overall, will grow slightly. This is the expectation for the whole sector. In ours, as we are focused on segments, such as charter, tourism and school buses, we expect to grow by approximately 10%. We intend to end the year with sales of 5,300 units domestically. Part of this volume will supply the Way to School program (see article in this issue), for which we are one of the main suppliers. We also expect to expand our exports, mainly to countries in South America. Last year, exports accounted for 558 units and our expectation is to exceed 700 vehicles this year,” says Milton Susin, director of the Volare business unit.*

CAIO INDUSCAR – *For other major manufacturer in the segment, Caio Induscar, whose manufacturing plant is located in*

Exports saved 2012

Unlike the domestic market, buses and coach exports grew last year, and will stay positive this year. Exports by the seven members of the National Bus Manufacturers Association (FABUS) totaled 4,229 units last year, up by 6.3% on the previous year.

For 2013, Marcopolo and Ciferal expect to maintain current volumes, which are still below 2008’s exports. “Despite the thriving markets in South America, the decline in competitiveness in other markets, such as Africa and the Middle East, prevents exports from growing. We are working with figures very close to those recorded in 2012, at about 2,000 units exported,” says Paul Corso, director of commercial operations at Marcopolo.

In his opinion, countries in South America, such as Chile, Uruguay, Paraguay, Peru and Colombia, are the main markets for Marcopolo. “Mexico is showing signs of recovery,” he adds.

Irizar also expects good exports in 2013, mainly to developing countries. “Brazil’s exports will continue to grow as long as there is no excessive appreciation of the Brazilian real (R\$), which would cause a drop in competitiveness. We are working hard with getting good results, especially in Chile, Australia and

South Africa,” says Daniel Castro, export manager at Irizar.

Caio Induscar plans to export about 10% of its production in 2013. According Simonetta da Cunha, marketing director, the company’s main markets are in Latin America, North America, Africa and the Middle East.

Paraná state’s Mascarello expects to export about 20% of its total production in 2013, around 600 units. The main markets are in South and Central America and Africa.

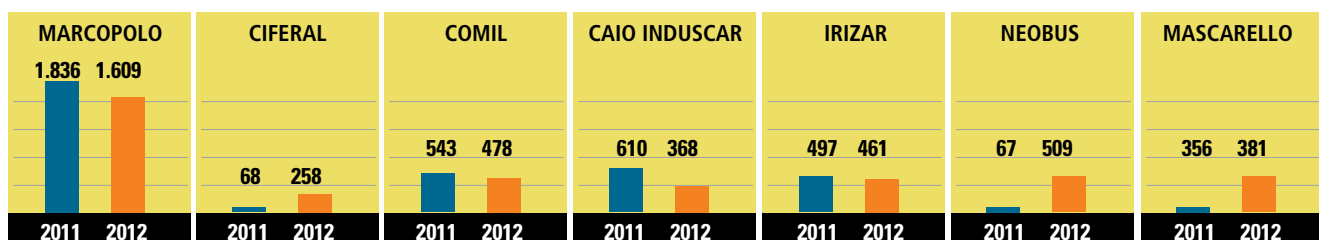
Volare’s exports last year grew by 107% on 2011, with sales of 505 units. “For this year, we expect to continue growing significantly. Our main markets are Latin America and South Africa,” says Milton Susin, director of Volare.

Although it saw a decline in exports, Comil believes its sales to foreign markets were crucial to the company’s performance last year, especially the double-decker. “There was a pent-up demand in Latin America. In Argentina, the model is widely used on highways, but in other countries, such as Colombia, Paraguay and Uruguay, it has mixed use, for charters and tourism,” says the commercial director at Comil, Dario Ferreira. In 2012 Comil’s exports fell by 12%, to 478 units.

For Neobus, exports in 2012 soared by 659%, from 67 units in 2011 to 509 in 2012

EXORTAÇÃO POR EMPRESA - 2011 X 2012 (EM UNIDADES)

EXPORTS BY COMPANY - 2011 X 2012 (IN UNITS)



esperamos ampliar nossas exportações, principalmente para países da América do Sul. No ano passado as exportações representaram 558 unidades e nossa expectativa é ultrapassar os 700 veículos exportados”, projeta Milton Susin, diretor da unidade de negócio Volare.

CAIO INDUSCAR – Para outra grande fabricante do segmento, a Caio Induscar, cuja planta industrial fica na cidade de Botucatu, no interior do estado de São Paulo, a expectativa é de que a necessidade de melhorias na estrutura de transporte das cidades que receberão jogos da Copa do Mundo deverá ter impacto positivo nos negócios, aumentando a demanda de veículos articulados e alimentadores diferenciados.

“O principal assunto que norteará o setor de ônibus em 2013, são as licitações para a Copa do Mundo, de 2014. Projetamos que o mercado deste ano deverá ser 5% maior do que o de 2012, para atender às renovações normais de urbanos e rodoviários, e para fazer frente à produção de escolares para o programa Caminho da Escola e de articulados para o sistema BRT. A expectativa é de que o primeiro semestre seja mais aquecido que o segundo semestre”, avalia Simonetta da Cunha, diretora de marketing da Caio.

No ano passado a Caio registrou uma retração um pouco menor do que suas concorrentes, desacelerando de 9.610 unidades em 2011 para 9.127 ônibus em 2012, uma queda de 5% na produção. A empresa fabricou 8.585 veículos urbanos, 318 rodoviários e 224 micro-ônibus.

NEOBUS – A Neobus, caçula entre as encarroçadoras brasileiras, foi uma das duas únicas a registrar em 2012 desempenho melhor que o do ano anterior. Em sua planta localizada na cidade de Caxias do Sul, no estado do Rio Grande do Sul, a produção cresceu 8,15%, de 3.863 veículos fabricados em 2011 para 4.178 em 2012. Saíram de sua linha de produção no ano passado 2.677 micro-ônibus, 1.232 veículos urbanos e 269 rodoviários.

A empresa também estreou em 2012 sua linha de rodoviários, após três anos de desenvolvimento da família de veículos. Com a novidade, a companhia encaminha a transferência da linha de urbanos para a nova fábrica de Três Rios (RJ), orçada em R\$ 100 milhões, deixando a planta gaúcha dedicada apenas aos rodoviários e BRT. A unidade em solo fluminense, que também vai abrigar a produção da Neostar, joint venture criada no ano passado com a americana Navistar para a produção de miniônibus, fará a Neobus dobrar a capacidade instalada, que era de 4,3 mil veículos/ano em Caxias do Sul.

the city of Botucatu, in the state of São Paulo, the expectation is that the need for improvements to transport infrastructure in the cities hosting World Cup games will have a positive impact on business, increasing demand for articulated vehicles and differentiated feeders.

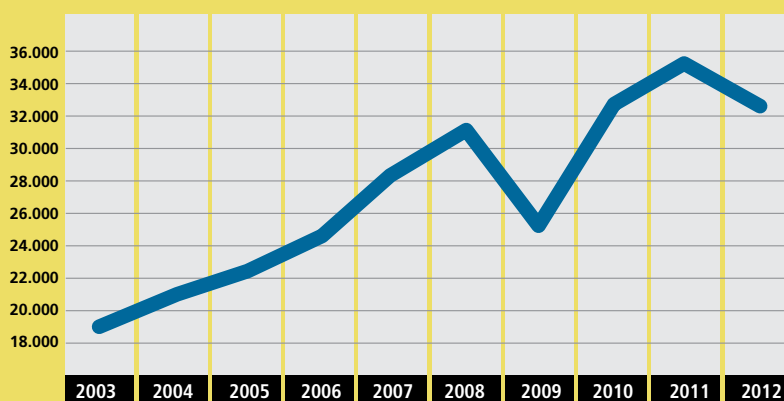
“The main issues for the bus sector in 2013 are the bids for the World Cup 2014. We forecast that the market this year will be 5% bigger than 2012, to serve the normal urban and highway renovations, to produce school buses for the Way to School program, and articulated buses for the BRT system. The first half of the year is expected to be better than the second half,” says Simonetta da Cunha, director of marketing at Caio.

Last year Caio filed a slightly smaller decline than its competitors, down from 9,610 units in 2011 to 9,127 in 2012, a 5% fall in production. The company made 8,585 buses, 318 coaches and 224 minibuses.

NEOBUS - *Neobus, the newest coachbuilder in Brazil, was one of only two in 2012 to improve its performance on the previous year. At its plant in the city of Caxias do Sul, Rio Grande do Sul state, production grew by 8.15%, from 3,863 vehicles produced in 2011 to 4,178 in 2012. Last year 2,677 minibuses, 1,232 buses and 269 coaches left its production line.*

In 2012 the company launched its line of coaches, after three years of developing the family of vehicles. With this new launch, the company has transferred the bus line to its new plant in Três Rios (Rio de Janeiro state), budgeted at R\$ 100 million, leaving the plant in Rio Grande do Sul solely for coaches and BRT vehicles. The unit in Rio, which will also produce the Neostar, a joint venture set up last year with US company Navistar to produce minibuses, will double Neobus’s installed capacity, which was 4,300 vehicles a year in Caxias do Sul.

PRODUÇÃO POR DÉCADA (EM UNIDADES)
PRODUCTION OVER A DECADE (IN UNITS)



A VANGUARDA DA TECNOLOGIA



IRIZAR *i6*



www.irizar.com.br

Faça revisões em seu veículo regularmente

COMIL – Situada na cidade de Erechim, no Rio Grande do Sul, a Comil retraiu sua produção em 19% no ano passado, baixando de 4.118 unidades para 3.331 veículos. A atividade foi liderada pelos carros urbanos (1.475 unidades) seguidos pelos rodoviários (932), pelos micro-ônibus (474) e pelos intermunicipais (450).

“A Comil manteve em 2012 praticamente o mesmo patamar de receita líquida de 2011, o que consideramos um bom resultado frente às dificuldades apresentadas pelo mercado. Nossa performance de venda e receita foi impulsionada pelo volume mais expressivo de veículos pesados e de maior valor agregado, fazendo com que, mesmo com um volume menor, mantivéssemos nossos objetivos de receita líquida”, declara Dario Ferreira, diretor comercial da Comil.

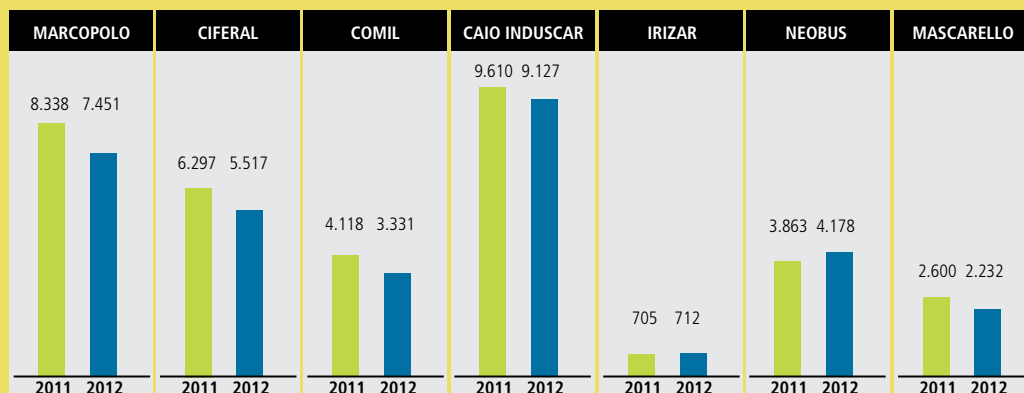
Na avaliação de Ferreira sobre o mercado de uma maneira geral, os pontos negativos ficam por conta da forte restrição de crédito ao setor, que freou as compras de várias empresas pequenas e médias, das seguidas mudanças nas regras da linha Finame PSI e das homologações de veículos de acordo com o Proconve P7 (Euro 5), o que fez com que diversos frotistas detivessem suas compras.

De acordo com Ferreira, o programa Caminho da Escola do governo federal foi uma das tábuas de salvação da indústria nacional em 2012, referindo-se ao programa do governo federal que prevê a disponibilidade de ônibus para o transporte de estudantes na área rural. Para 2013, a empresa projeta um crescimento médio, entre as diferentes linhas de produção, de 8% a 10% em relação ao ano passado.

A Comil planeja para este ano a inauguração da fábrica que está construindo na cidade de Lorena, interior de São Paulo. A fábrica terá capacidade de produção de 20 ônibus urbanos por dia, sendo que, inicialmente, sairão de suas linhas de seis a oito veículos por dia, o que corresponde ao que é produzido atualmente em Erechim. Com isso, a empresa abre espaço para o crescimento da linha de rodoviários na matriz. “Entre o último trimestre de 2013 e o primeiro de 2014 a Comil vai dobrar a capacidade”, projeta Ferreira. O investimento na nova planta está estimado em R\$ 110 milhões.

MASCARELLO – Única encarroçadora do estado do Paraná, com sua planta industrial localizada na cidade de Cascavel, a Mascarello amargou no ano passado uma queda de 14,15% em sua produção

PRODUÇÃO POR EMPRESA 2011 X 2012 (EM UNIDADES)
PRODUCTION BY COMPANY 2011 X 2012 (IN UNITS)



COMIL – Based in the city of Erechim, in Rio Grande do Sul state, Comil’s production fell by 19% last year, down from 4,118 units to 3,331 vehicles. Production was led by buses (1,475 units) followed by coaches (932), minibuses (474) and intercity buses (450).

“In 2012 Comil earned virtually the same level of net revenue as in 2011, which we consider to be a good result given the difficulties on the market. Our sales and revenue were driven by a larger volume of heavy, value-added vehicles, meaning that even with a smaller volume we hit our net revenue targets,” says Dario Ferreira, commercial director at Comil.

About the market in general, Ferreira says the negative factors are due to the significant restriction of credit in the sector, which has slowed purchases for several small and medium enterprises, the several changes in rules for the Finame PSI credit line and vehicle type-approvals under Proconve P7 (Euro 5), which made many fleet owners hold back their purchases.

According to Ferreira, the Way to School program by the federal government was one of the saving graces for the domestic industry in 2012, referring to the federal program that provides school buses in rural areas. For 2013, the company projects average growth among the different production lines of 8% to 10% on last year.

“This year Comil plans to open the plant it is building in Lorena, São Paulo state. It will have a production capacity of 20 buses a day, initially producing six to eight vehicles a day, which is what is currently produced in Erechim. So, the company has space to develop its coach line at the headquarters.” Between the last quarter of 2013 and the first quarter of 2014, Comil will double its capacity,” says Ferreira. Investment in the new plant is estimated at R\$ 110 million.



Quando o assunto é monitoramento de frotas, a M2M Solutions exporta tecnologia.



Além do Brasil, já carimbamos nosso passaporte para o México e a Guatemala. Entre outras funções, a M2M Solutions dimensiona, monta e opera os Centros de Controles Operacionais e dá treinamento a todas as equipes de operações que monitoram as frotas de ônibus articulados, alimentadores e veículos de apoio dos BRTs das Cidades do México e da Guatemala, bem como do Rio de Janeiro com o BRT Ligeirão Transoeste.

É a tecnologia da M2M Solutions conquistando as Américas em todos os sentidos.

Logística urbana para cidades sustentáveis
m2msolutions.com.br



que baixou de 2.600 unidades para 2.232 veículos. A empresa fabricou 835 ônibus urbanos, 583 rodoviários, 427 intermunicipais e 387 micro-ônibus.

“O ano de 2012 foi de esforço redobrado e pouco resultado. O Euro 5 deu bastante trabalho, muita turbulência, foi necessária uma série de testes na linha de produção. A gente sobreviveu e o que salvou foi o Caminho da Escola”, declara Antonino Jacel Duzanowski, diretor comercial da Mascarello.

Para este ano, Duzanowski acredita em recuperação. “Estamos bastante esperançosos. Afinal, o transporte público é a saída para as grandes cidades”, diz o executivo. Ele acredita que o fretamento, caso as grandes obras de infraestrutura deslanchem, será outro fator positivo para 2013.

IRIZAR – Outra encarregadora que também registrou atividade positiva no ano passado foi a espanhola Irizar. Com sua planta situada em Botucatu, interior paulista, exclusivamente dedicada à linha rodoviária, a empresa fabricou no ano passado 712 unidades, uma produção praticamente estável, ou 1% acima dos 705 ônibus rodoviários feitos em 2011.

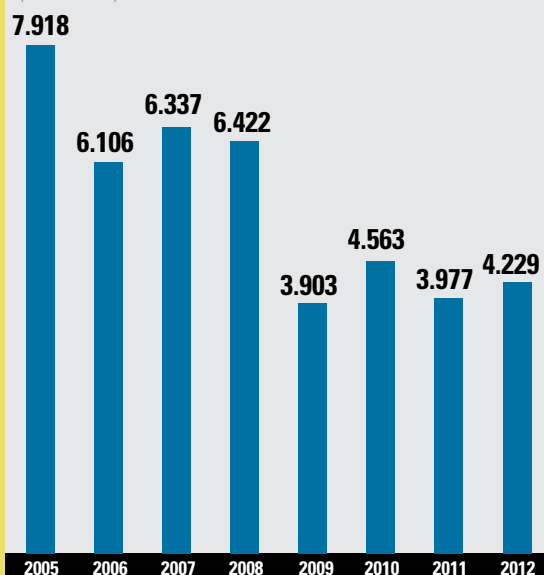
“O Brasil é um mercado que, precisa crescer anualmente. No ano passado, devido às mudanças de regulamento de emissões e à incerteza perante as taxas de juros, originou-se uma retração no mercado. Para 2013, a mudança das emissões e as taxas de juros já foram definidas até o final do ano, o que ajudará muito na tomada de decisões dos empresários do setor. Esta é a rotina que vai fazer com que as compras retomem os valores normais e até mesmo os superem”, declara Axier Etxezarreta Aiertza, diretor-geral da Irizar Brasil.

De acordo com ele, a empresa deve crescer este ano tanto no mercado interno, quanto nas exportações. “Prevemos um crescimento de 15%”, revela. Em sua opinião, os eventos futuros, como a Copa das Confederações, a Copa do Mundo, os Jogos Olímpicos e o Encontro Mundial da Juventude Católica também começarão a ter influência no setor.

A Irizar está construindo uma nova fábrica em Botucatu que permitirá praticamente triplicar a produção. Em um ano e meio, diz o diretor, a capacidade instalada já poderá ser até 75% maior e, gradativamente, conforme a resposta do mercado, o projeto seguirá avançando. O investimento total previsto chega a R\$ 140 milhões. ■

EXPORTAÇÕES DOS FABRICANTES DE CARROCERIAS A PARTIR DE 2005* (EM UNIDADES)

COACHBUILDER EXPORTS AS OF 2005* (IN UNITS)



Fonte: Fabus | *OBS: É quando a Fabus começa a contabilizar os embarques
Source: FABUS | *Note: When FABUS began monitoring exports

MASCARELLO – The only coachbuilder in the state of Paraná, with its industrial plant in the city of Cascavel, Mascarello saw a 14.15% fall in production last year, from 2,600 units to 2,232. The company made 835 buses, 583 coaches, 427 intercity buses, and 387 minibuses.

“2012 was a year of very hard work and poor results. Euro 5 caused a lot of work, a lot of disturbance. It required a number of tests on the production line. We survived because of the Way to School program,” says Antonino Jacel Duzanowski, commercial director at Mascarello.

Duzanowski expects recovery this year. “We are very hopeful. After all, public transport is the solution for big cities,” says the executive. He believes charter coaches, if the major infrastructure work takes

off, will be another positive factor for 2013.

IRIZAR – Another coachbuilder that did well last year was Spain’s Irizar. With its plant in Botucatu, São Paulo state, exclusively dedicated to coaches, the company produced 712 units last year, 1% up on the 705 units produced in 2011.

“Brazil is a market that needs to grow annually. Last year, due to the changes in emissions regulations and uncertainty regarding interest rates, the market shrank. For 2013, the emissions changes and interest rates have already been set for the year, which will help a lot in decision-making at businesses. This will mean purchasing gets back to normal, and may even exceed that,” says Axier Etxezarreta Aiertza, director-general of Irizar Brasil.

He says the company will grow this year both on the domestic market and in exports. “We project growth of 15%,” he says. In his opinion, future events such as the Confederations Cup, the FIFA World Cup, the Olympics and the Catholic World Youth Day are also beginning to have an impact in the sector.

Irizar is building a new plant in Botucatu which will almost triple production. In a year and a half, says the director, installed capacity may be up to 75% higher, and gradually, depending on the market, the project will continue moving forward. The planned total investment is R\$ 140 million. ■

Globus. Mais produtividade,
maior economia e excelentes
resultados para sua empresa.



"A utilização do Globus trouxe importantes benefícios para a MobiBrasil, pois através dele, garantimos melhorias contínuas na gestão. O grande diferencial da BgmRodotec e do Globus é o foco dado ao transporte e à integração de todas as áreas da empresa. Ressaltamos que com o uso do BI (Business Intelligence) temos uma visão mais estratégica da organização, agregando ainda mais valor à operação do negócio".

*Niege Chaves
Presidente do Grupo MobiBrasil.*

O Sistema Globus, desenvolvido pela BgmRodotec, é o mais completo e moderno software de gestão indicado para empresas transportadoras de passageiros e cargas. São mais de 45 módulos integrados que atendem, de forma simples e abrangente, a todas as necessidades operacionais, administrativas e estratégicas da sua empresa.

Com o Globus tudo se torna mais eficiente e simples.



MAIS SOFTWARE
DE GESTÃO

(11) 5018-2525

(21) 3525-2929

(47) 3037-3005

comercial@bgmrodotec.com.br • www.bgmrodotec.com.br



Caio Induscar Ind. e Com. de Carrocerias Ltda.
Rod. Marechal Rondon, Km 252,2, Distrito Industrial
CEP 18.607-810 - Botucatu - SP
Tel.: (14) 3812-1000, Fax: (14) 3812-1000
www.caio.com.br

Ramo de atividade | Activity branch:
Indústria de carrocerias de ônibus | *Industry bus body*
Diretoria | Directory: Ana Ruas (Dir. Adm./Adm. Dir.), Paulo Ruas (Dir. Com./Com. Dir.), Marcelo Ruas (Dir. Superint./ Superint. Dir.)
Área da empresa | Area of company:
Total: 400.000 m². Const.: 101.000 m².
Nº de fábricas | Number of plants: 1

CIFERAL

Uma Empresa Marcopolo

Ciferal Indústria de Ônibus Ltda.
R. Pastor Manoel Avelino de Souza, 2.064, Xerém
CEP 25250-000 - Duque de Caxias - RJ
Tel.: (21) 2108-4200 - Fax: (21) 2108-4210
ciferal@ciferal.com.br
www.ciferal.com.br

Ramo de atividade | Activity branch:
Indústria de carrocerias de ônibus | *Industry bus body*
Diretoria | Directory: Alberto Calcagnotto (Diretor/Director).
Área da empresa | Area of company:
Total: 193.000 m² | Const.: 71.000 m²
Nº de fábricas | Number of plants: 1

COMIL

Comil Ônibus S.A
Rua Alberto Parenti, 1.382, Distrito Industrial
CEP 99700-000 - Erechim - RS
Tel.: (54) 3520-8700 - Fax: (54) 3321-3314

Ramo de atividade | Activity branch:
Indústria de carrocerias de ônibus | *Industry bus body*
Diretoria | Directory: Deoclécio Corradi (Pres. do Conselho Admin. / Pres. of the Admin. Council)
Área da empresa | Area of company:
Total: 140.000 m² Const.: 40.000 m²
Nº de fábricas | Number of plants: 1

NEOBUS

San Marino Ônibus e Implementos Ltda.
Rua Irmão Gildo Schiavo, 110, Ana Rech
CEP 95058-510 - Caxias do Sul - RS
Tel.: (54) 3026-2200, Fax: (54) 3026-2299
neobus@neobus.com.br | www.neobus.com.br

Ramo de atividade | Activity branch:
Indústria de carrocerias de ônibus | *Industry bus body*
Diretoria | Directory: Edson Antonio Tomiello (Dir. Pres./Pres. Dir.)
Área da empresa | Area of company:
Caxias do Sul - RS: Total: 500.000m². Const: 52. 000 m².
Três Rios - RJ: Total: 140.000 m². Const: 19.643 m².
Nº de fábricas | Number of plants: 2

	2010	2011	2012
Produção <i>Production</i>	8.984	9.610	9.127
Vendas ao mercado interno <i>Domestic sales</i>	8.041	9.000	8.759
Exportações <i>Exports</i>	943	610	368



	2010	2011	2012
Produção <i>Production</i>	5.270	6.297	5.517
Vendas ao mercado interno <i>Domestic sales</i>	5.058	6.229	5.259
Exportações <i>Exports</i>	212	68	258



	2010	2011	2012
Produção <i>Production</i>	3.245	4.118	3.331
Vendas ao mercado interno <i>Domestic sales</i>	2.529	3.570	2.853
Exportações <i>Exports</i>	716	546	478



	2010	2011	2012
Produção <i>Production</i>	3.925	3.863	4.178
Vendas ao mercado interno <i>Domestic sales</i>	3.801	3.796	3.669
Exportações <i>Exports</i>	124	67	509





Irizar Brasil Ltda.

Rod. Marechal Rondon, km 252,5, Distrito Industrial
CEP 18607-810 - Botucatu - SP
Tel.: (14) 3811-8008 e 3811-8062, Fax: (14) 3811-8001
crisalmeida@irizar.com.br | karol@irizar.com.br

Ramo de atividade | Activity branch:

Indústria de carrocerias de ônibus | *Industry bus body*

Diretoria | Directory:

Axier Etxezarreta Aiertza (Dir. Superintendente/Superint. Director)

Área da empresa | Area of company:

Total: 39.000 m². Const.: 22.000 m².

Nº de fábricas | Number of plants: 1

	2010	2011	2012
Produção <i>Production</i>	589	705	712
Vendas ao mercado interno <i>Domestic sales</i>	131	208	251
Exportações <i>Exports</i>	458	497	461



Marcopolo S.A.

Avenida Rio Branco, 4.889, Ana Rech
CEP 95060-145, Caxias do Sul - RS - Tel.: (54) 2101-4000
contato@marcopolo.com.br - www.marcopolo.com.br

Ramo de atividade | Activity branch:

Indústria de carrocerias de ônibus | *Industry bus body*

Diretoria | Directory: Paulo Belini (Presidente/President)

Área da empresa | Area of company:

Total: 2.012.000 m² | Const.: 253.000 m²

Nº de fábricas | Number of plants:

5 no Brasil e 19 no exterior | 5 in Brazil and 19 abroad

	2010	2011	2012
Produção global <i>Global production</i>	27.580	31.526	31.584
Vendas ao mercado interno <i>Domestic sales</i>	16.856	19.046	16.747
Exportações <i>Exports</i>	2.547	2.274	2.864



Mascarello Carroceria e Ônibus Ltda

Rod. BR 277, Km 598, Distrito Industrial Luis Benjamin
CEP 85804-600 - Cascavel - PR
Tel.: (45) 3219-6000 - Fax: (45) 3219-6024
administração@mascarello.com.br
www.mascarello.com.br

Ramo de atividade | Activity branch:

Indústria de carrocerias de ônibus | *Industry bus body*

Diretoria | Directory: Iracele Mascarello (Dir. Pres./Pres. Dir.)

Área da empresa | Area of company:

Total: 150.000 m² Const.: 42.000 m²

Nº de fábricas | Number of plants: 1

	2010	2011	2012
Produção <i>Production</i>	2.457	2.600	2.232
Vendas ao mercado interno <i>Domestic sales</i>	2.256	2.244	1.851
Exportações <i>Exports</i>	201	356	381



Unidade de negócios Volare

Avenida Marcopolo, 280, Planalto, CEP 95086-200 - Caxias do Sul - RS
Tel.: (54) 2101-4000, Fax: (54) 2101 4768 - SAC: 0800 7070078
volare@volare.com.br - www.volare.com.br

Ramo de atividade | Activity branch:

Indústria de carrocerias de ônibus | *Industry minibuses*

Diretoria | Directory: Milton Susin (Diretor/Director)

Área da empresa | Area of company:

Total: 48.000 m². Const.: 38.300 m²

Nº de fábricas | Number of plants: 1

	2010	2011	2012
Produção <i>Production</i>	4.200	4.870	4.667
Vendas ao mercado interno <i>Domestic sales</i>	3.826	4.419	4.651
Exportações <i>Exports</i>	70	243	468





FetransRio é uma vitrine de produtos brasileiros para os mercados doméstico e internacional
FetransRio is a showcase of Brazilian products for the domestic and international markets

Mercado efervescente

Os principais eventos da América Latina ligados ao setor de ônibus acontecem no Brasil: FetransRio e Transpúblico, feiras bienais que mostram o melhor do mercado nacional a visitantes vindos de diversas regiões do país e do exterior

Nos dias 3, 4 e 5 de julho, acontece em São Paulo a Transpúblico 2013, que reúne as principais empresas ligadas à indústria de ônibus, como montadoras e encarroçadoras, e aos operadores do setor, bem como fornecedores de peças, componentes, serviços, tecnologia embarcada, sistemas de telemetria e gestão de frotas. Promovida pela Associação Nacional das Empresas de Transportes Urbanos (NTU) e organizada pela MF Promoções e Eventos, a feira – ao lado da FetransRio – é um dos maiores eventos exclusivamente destinados ao mercado de ônibus da América Latina.

A Transpúblico 2013 conta com 75 expositores, distribuídos

A thriving market

The main events in Latin America related to the bus and coach sector happen in Brazil: FetransRio and Transpúblico, biennial trade fairs that showcase the best of the domestic market to visitors from different regions of the country and abroad

em um espaço de 17,7 mil metros quadrados do Transamérica Expo Center Brasil, na zona sul da cidade de São Paulo. A organização da feira espera atrair cerca de dez mil visitantes neste ano – na sua última edição, sete mil pessoas visitaram o evento. “Os expositores representam o que existe de melhor no mercado brasileiro. É um grupo selecionado de empresas de diferentes segmentos ligados ao setor de ônibus”, afirma Marcelo Fontana, diretor da MF Promoções e Eventos.

Fontana destaca a importância internacional do evento e a boa aceitação dos artigos brasileiros, que estão conquistando cada vez mais espaço no continente. “Muitos países vizinhos enfrentam problemas de mobilidade e os produtos nacionais são desenvolvidos exatamente para lidar com essa realidade. No que se refere a sistemas de BRT (Bus Rapid Transit), por exemplo, que estão se espalhando pela América Latina, o Brasil domina o mercado”, diz.

Paralelamente à Transpúblico, é realizado o Seminário Nacional da NTU, que discute os temas mais relevantes para a melhoria do transporte rodoviário de passageiros, desenvolvimento da indústria, aprimoramento dos operadores e prestadores de serviços. “O conteúdo desses encontros é muito rico e está em sintonia com as principais questões que são relevantes para as entidades ligadas ao setor. É muito importante que os diferentes segmentos dialoguem entre si, encontrando interesses comuns”, acredita Fontana.

A ideia da criação da Transpúblico surgiu de uma série de seminários realizados em Brasília pela NTU, desde 1995. “Como a FetransRio já existia e era um sucesso, a NTU decidiu fazer um evento semelhante em São Paulo. Em 2007, para comemorar o aniversário de 20 anos da entidade, houve a proposta de ampliar os encontros técnicos e fazer uma feira de grandes dimensões. A sugestão foi bem aceita e a Transpúblico tem crescido a cada edição”, conta Fontana.

TECNOLOGIA – A FetransRio, promovida pela Federação das Empresas de Transporte de Passageiros do Estado do Rio de Janeiro (Fetranspor) e organizada pela MF Promoções e Eventos, que no próximo ano terá a sua décima primeira edição, também desempenha o papel de vitrine dos produtos brasileiros para o mercado nacional e internacional. O evento surgiu da necessidade de os empresários do Rio de Janeiro dar mais visibilidade ao setor. “Hoje, o evento ampliou suas fronteiras e adquiriu uma importância muito maior, que não está restrita apenas ao Rio. A FetransRio cresceu e tem o apoio de diversas entidades de vários segmentos. Com certeza, é o maior evento ligado ao mercado



Marcelo Fontana, diretor da MF Promoções e Eventos: “Os expositores representam o que existe de melhor no mercado brasileiro”

Marcelo Fontana, director of MF Promoções e Eventos: “The exhibitors represent the best on the Brazilian market”

Transpúblico 2013 takes place on July 3, 4 and 5, in São Paulo, when the leading companies in the bus and coach industry, such as assemblers and coach builders, operators in the sector, as well as parts and components suppliers, service providers, technology companies, telemetry systems manufacturers and fleet managers. Sponsored by the National Association of Urban Transport (NTU) and organized by MF Promoções e Eventos, the trade fair - along with FetransRio – is one of the largest events exclusively for the bus and coach market in Latin America.

Transpúblico 2013 has 75 exhibitors in an area of 17,700 square meters of the Transamérica Expo Center Brasil, in the south of São Paulo city. The trade fair’s organizers expect to attract around 10,000 visitors this year - its latest edition had 7,000 visitors. “The exhibitors represent the best on the Brazilian market. It is a select group of companies from different segments related to the bus and coach sector,” says Marcelo Fontana, director of MF Promoções e Eventos.

Fontana stresses the international importance of the event and the success of Brazilian products, which are gaining market on the continent. “Many neighboring countries are facing problems in mobility and Brazilian products are developed precisely to deal with that. Regarding Bus Rapid Transit (BRT) systems, for example, that are spreading through Latin America,



Transpúblico é um dos maiores eventos voltados exclusivamente para o segmento de ônibus na América Latina
Transpúblico is one of the largest events exclusively for the bus segment in Latin America

de ônibus da América Latina”, ressalta Fontana.

Na sua última edição, no ano passado, a FetransRio atraiu um público de dez mil pessoas ao RioCentro, na zona sul da cidade. Paralelamente à feira, foi realizada a décima quinta edição da Etransport, um encontro que discutiu a mobilidade urbana no Brasil e no mundo, por meio de palestras, painéis e mesas-redondas. A Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus (Fabus) e a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea) apoiam a iniciativa dos maiores eventos relacionados ao setor. “Não existe concorrência entre os diferentes segmentos, nem entre os eventos do Rio e de São Paulo. Há uma grande sinergia e um esforço para o fortalecimento do mercado nacional”, afirma Fontana.

A área de ITS (Sistemas Inteligentes de Transportes) é um dos destaques nos eventos do setor, com soluções tecnológicas para gestão de frota, telemetria, pagamento eletrônico, controle de fraudes, segurança, entre outras funções. “Este é um segmento que não vai parar mais de crescer. Nos últimos cinco anos, o mercado brasileiro tem se desenvolvido muito, tornando-se um dos mais avançados do mundo. As empresas estão inovando cada vez mais”, comenta Fontana. ■

Brazil dominates the market,” he says.

Alongside Transpúblico, the NTU holds its National Seminar, discussing the most relevant issues for the improvement of road passenger transport, the development of the industry, and the improving of operators and service providers. “The content of these meetings is very rich and is in line with the main issues that are relevant for entities related to the sector. It is very important that the different segments engage in dialogue with each other, finding common interests,” says Fontana.

The idea for Transpúblico arose from a series of seminars held in Brasilia by the NTU since 1995. “As FetransRio already existed and was a success, the NTU decided to have a similar event in São Paulo. In 2007, to celebrate the 20th anniversary of the organization, the proposal to expand the technical meetings and put on a large trade fair was made. The suggestion was well received and Transpúblico has grown with each edition,” says Fontana.

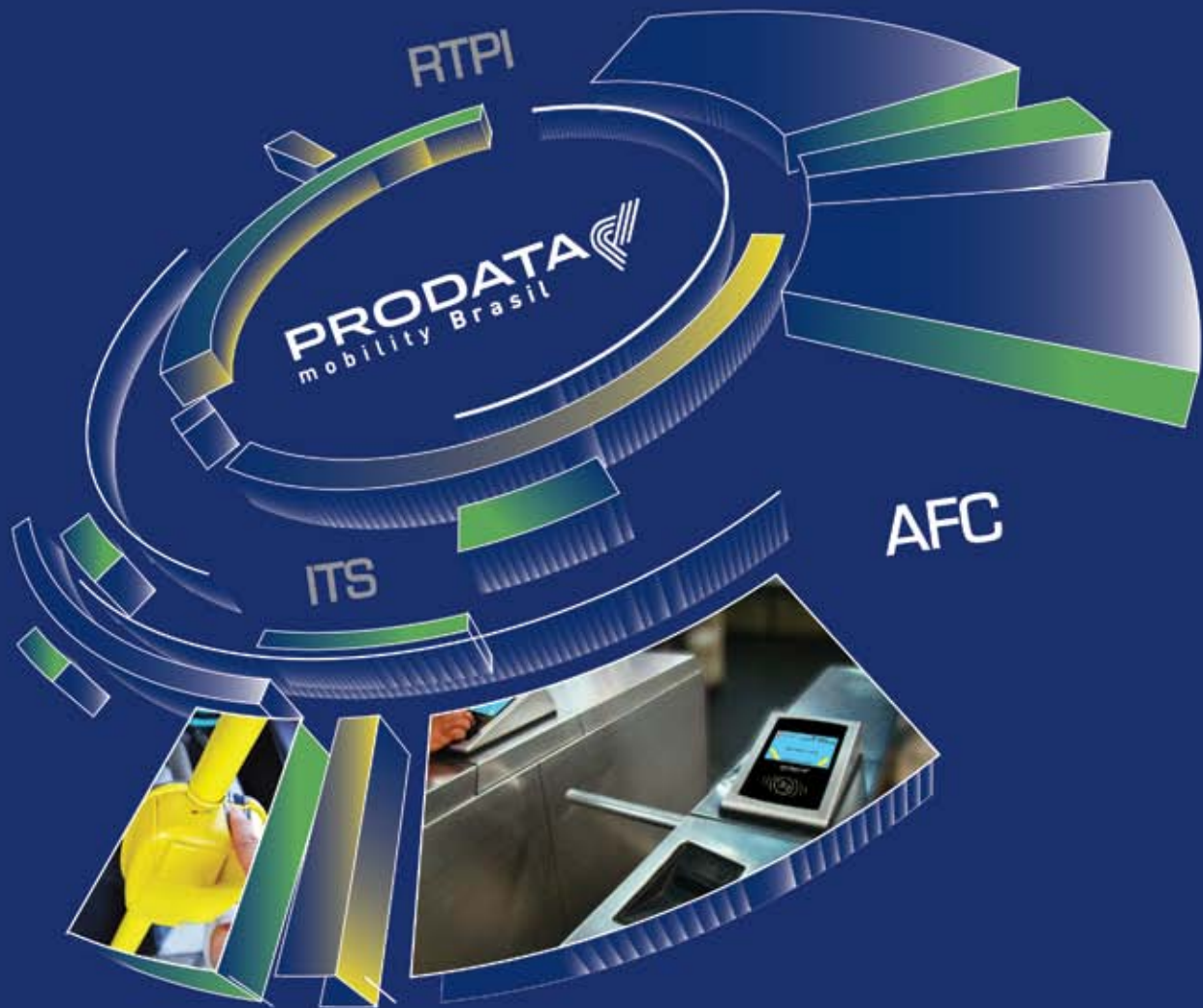
TECHNOLOGY – FetransRio, sponsored by the Federation of Passenger Transport Companies in the State of Rio de Janeiro (Fetranspor) and organized by MF Promoções e Eventos, and which next year will have its eleventh edition, also plays a role as a shop window for Brazilian products for the domestic and international markets. The event arose from the need of entrepreneurs in Rio de Janeiro to raise the sector’s profile. “Today, the event has expanded its borders and acquired much greater importance, which is not only restricted to Rio. FetransRio has grown and has the support of several entities from various segments. It is certainly the biggest event related to the bus and coach market in Latin America,” says Fontana.

In last year’s edition FetransRio attracted 10,000 people to RioCentro, in the south of the city. Alongside the trade fair, the fifteenth edition of Etransport was held – a meeting that discussed urban mobility in Brazil and worldwide, in talks, panels and round tables. The National Association of Bus Manufacturers (FABUS) and the National Association of Vehicle Manufacturers (ANFAVEA) support the biggest events in the sector. “There is no competition between the different segments, or between the events in Rio and São Paulo. There is a great synergy and effort to strengthen the domestic market,” said Fontana.

The Intelligent Transportation Systems (ITS) area is one of the highlights at the events, with technology solutions for fleet management, telemetry, electronic payment, fraud control, safety, and other functions. “This is a segment that will not stop growing. In the past five years the market has developed a lot, making it one of the most advanced in the world. Companies are innovating more and more,” concludes Fontana. ■

VENHA NOS VISITAR NO MAIS IMPORTANTE CONGRESSO DE TRANSPORTES DO MUNDO:

60th UITP World Congress and Mobility &
City Transport Exhibition



UITP
Geneva

26-30
MAY
2013

VISIT US
AT BOOTH
2D400

PRODATA
mobility Brasil

Caminho da Escola entrega 27 mil ônibus em quatro anos



Estados e municípios receberam ônibus para transporte escolar desde fevereiro de 2008, no valor de R\$ 4,95 bilhões, o que revitalizou a indústria

■ SONIA MORAES

O programa Caminho da Escola criado pelo governo federal está movimentando os negócios no mercado de ônibus. Segundo o Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), de fevereiro de 2008 a março de 2013 foram disponibilizados para estados e municípios 27.288 veículos. O valor da compra totalizou R\$ 4,95 bilhões.

Dos veículos negociados neste período, 3.043 ônibus, que custaram R\$ 533,24 milhões, foram comprados pelas cidades de Minas Gerais. A Bahia adquiriu 2.778 veículos por R\$ 541,52 milhões, a Paraíba comprou 1.831 modelos por R\$ 290,72 milhões, o Ceará adquiriu 1.810 veículos (R\$ 328,68 milhões) e Pernambuco 1.612 (R\$ 301,32 milhões).

Para 2013, o orçamento previsto pelo governo federal é de R\$ 479 milhões, para a compra de aproximadamente 680 ônibus urbanos acessíveis e cerca de 2.000 ônibus rurais. Segundo do FNDE, os ônibus escolares já disponíveis para a aquisição

***Way to School
Program delivers
27,000 buses in
four years***

States and municipalities have received school buses since February 2008, worth R\$ 4.95 billion, which has revitalized the bus industry

dos estados e municípios têm preços que variam de R\$ 139 mil a R\$ 250 mil, dependendo do tamanho e das especificações dos veículos, válidos até 5 de novembro de 2013.

Entre as especificações necessárias para os ônibus se enquadrarem às exigências do Caminho da Escola destacam-se cinco de segurança em todos os assentos e mecanismo de proibição de locomoção com a porta aberta. A largura do corredor central é mais estreita que o habitual, dificultando aos estudantes ficarem em pé nos veículos e aumentando a quantidade e o conforto dos assentos. Também têm limitador de velocidade, tacógrafo eletrônico e GPS, para garantir maior segurança aos estudantes e permitir o controle do trajeto, dos tempos de percurso e de paradas, e de consumo de combustível.

Outras características são chassi mais alto e rodas mais próximas da frente e da traseira do veículo, para melhorar a trafegabilidade e facilitar a saída de atoleiros.

PARTICIPANTES DO PROGRAMA – A MAN Latin America é a maior fornecedora de ônibus para o Caminho da Escola, com o total de 12.131 veículos entregues até abril de 2013. Foram 400 veículos em 2008; 1.164 em 2009; 2.236 em 2010; 2.935 em 2011; 3.923 em 2012 e 1.473 em 2013.

Na primeira fase a MAN entregou 733 ônibus convencionais, na segunda foram 2.057 veículos a – 1.278 unidades do

The Way to School program created by the federal government is driving business in the bus market. According to the National Education Development Fund (FNDE), from February 2008 to March 2013 states and municipalities received 27,288 vehicles. The totaled value was R\$ 4.95 billion.

Of the vehicles sold in this period, 3,043 buses, costing R\$ 533.24 million, were bought by cities in Minas Gerais state. Bahia state bought 2,778 vehicles for R\$ 541.52 million, Paraíba state bought 1,831 models for R\$ 290.72 million, Ceará state bought 1,810 vehicles for R\$ 328.68 million, and Pernambuco state bought 1,612 buses for R\$ 301.32 million.

For 2013 the budget allocated by the federal government is R\$ 479 million, for the purchase of approximately 680 city buses and about 2,000 rural buses. According to the FNDE, school buses available for acquisition by states and municipalities range in price from R\$ 139,000 to R\$ 250,000, depending on the size and specifications of the vehicle, held until November 5, 2013.

Among the specifications necessary for the buses to comply with the requirements of the Way to School program are seat belts on all the seats and a mechanism to prevent driving with the doors open. The width of the aisle is narrower than usual, making it hard for students to stand and increasing the number of seats, as well as comfort. They also have speed limiters, electronic tacographs, and GPS to ensure safety for students and allowing

DOIS PROGRAMAS PARA O TRANSPORTE DE ESTUDANTES

O Ministério da Educação, por meio do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), executa atualmente dois programas voltados ao transporte de estudantes: o Caminho da Escola e o Programa Nacional de Apoio ao Transporte do Escolar (Pnate), que visam atender alunos das escolas públicas do ensino básico, prioritariamente nas zonas rurais.

O programa Caminho da Escola, criado em 2007, tem como objetivo renovar a frota de veículos escolares, garantir segurança e qualidade ao transporte dos estudantes e contribuir para a redução da evasão escolar, ampliando, por meio do transporte diário, o acesso e a permanência na escola dos estudantes matriculados na educação básica da zona rural das redes estaduais e municipais. O programa também visa à padronização dos veículos de transporte escolar, à redução dos preços dos veículos e ao aumento da transparência nessas aquisições.

O governo federal, por meio do FNDE e em parceria com o Inmetro, oferece um veículo com especificações exclusivas, próprias para o transporte de estudantes, e adequado às condições de trafegabilidade das vias das zonas rural e urbana brasileira.

Os ônibus possuem chassi mais alto e rodas mais próximas

da frente e da traseira para facilitar a saída de atoleiros. São equipados, ainda, com o dispositivo passa-balsa, que assegura maior estabilidade em estradas sinuosas.

Por sua vez, o Programa Nacional de Apoio ao Transporte do Escolar (Pnate), instituído em 2004, tem como objetivo garantir o acesso e a permanência nos estabelecimentos escolares dos alunos do ensino fundamental público residentes em área rural que utilizem transporte escolar, por meio de assistência financeira, em caráter suplementar, aos estados, Distrito Federal e municípios.

Em 2009, o programa foi ampliado para toda a educação básica, beneficiando também os estudantes da educação infantil e do ensino médio residentes em áreas rurais.

O programa consiste na transferência automática de recursos financeiros, sem necessidade de convênio ou outro instrumento congêner, para custear despesas com reforma, seguros, licenciamento, impostos e taxas, pneus, câmaras, serviços de mecânica, combustível e lubrificantes do veículo. Serve também para o pagamento de serviços contratados junto a terceiros para o transporte escolar.

Os estados podem autorizar o FNDE a efetuar o repasse do valor correspondente aos alunos da rede estadual diretamente aos respectivos municípios.

Veículos obedecem a exigências de segurança, como limitador de velocidade

Vehicles comply with safety requirements, such as speed limiter



control of the routes, travel and stop times, and fuel consumption. Other features include higher chassis and wheels nearer the front and rear of the vehicles, to improve and drivability.

PROGRAM PARTICIPANTS – MAN Latin America is the largest supplier of buses to the Way to School program, with a total of 12,131 vehicles delivered by April 2013. It was 400 vehicles in 2008, 1,164 in 2009, 2,236 in 2010, 2,935 in 2011, 3,923 in 2012 and 1,473 in 2013.

In the first phase, MAN delivered 733 conventional buses, and in the second, 2,057 vehicles – 1,278 ORE 03R models (large, 59 passengers), 430 ORE 02R models (medium, 42 passengers), and 349 conventional models. In the third phase it delivered 3,786 units – 1,976 large models and 1,810 medium models. In the fourth phase, the company sold 4,082 vehicles - 2,671 large models and 2,783 medium models. In the fifth phase it sold 101 medium-sized buses.

MAN says that its buses were specially developed for rural areas. The vehicles have reinforced suspensions, higher entrances and exits, with reduced front and rear overhangs. Volksbus (MAN's bus

TWO STUDENT TRANSPORT PROGRAMS

The Ministry of Education, through the National Education Development Fund (FNDE), is currently running two student transport programs: the Way to School Program, and the National School Transport Support Program (PNATE), designed for students in public elementary schools, prioritizing rural areas.

The Way to School Program, created in 2007, aims to renew the fleet of school vehicles, ensuring safety and quality in transport for students and contributing to the reduction of skipping school, expanding - via daily transport - access to elementary school in rural areas of states and municipalities. The program also aims to standardize school transport vehicles, reduce vehicle prices, and increase transparency in acquisitions.

The federal government, through the FNDE, and in partnership with Inmetro, offers vehicles with exclusive specifications for the transport of students, and appropriate to the road conditions in rural and urban Brazil.

The buses have higher chassis and wheels closer to the front

and the rear to help get out of holes. They are also equipped mechanisms that ensure greater stability on winding roads.

The National School Transport Support Program (PNATE), established in 2004, aims to ensure access to and staying at school for elementary students living in rural areas who use school transport, through financial assistance, as a supplement, for the states, the Federal District, and municipalities.

In 2009, the program was expanded for all of elementary education, also benefiting infants and high school students living in rural areas.

The program comprises the automatic transfer of financial resources, without the need for a covenant or other similar contract, to finance refurbishment, insurance, licensing, taxes and fees, tires, tubes, mechanical services, vehicle fuel and lubricants. It also pays for services contracted to third parties for school transport.

The states may authorize the FNDE to pass on the cost for each student in the state schools directly to the respective municipalities.

modelo ORE 03R (grandes, para 59 passageiros), 430 do modelo ORE 02R (médios, para 42 passageiros) e 349 do modelo convencional. Na terceira fase foram 3.786 unidades – 1.976 unidades do modelo grande e 1.810 unidades do modelo médio. Na quarta fase a empresa somou 4.082 veículos – 2.671 modelos grandes e 2.783 médios. Na quinta fase foram 101 unidades do ônibus modelo médio.

A MAN informa que os seus ônibus foram desenvolvidos especialmente para o trânsito em área rural. Os veículos têm suspensões reforçadas, maior ângulo de ataque (de entrada) e de saída, com reduzidos balanços dianteiro e traseiro. Os Volksbus (denominação dada pela MAN à sua linha de ônibus) podem percorrer estradas de terra em condições severas de piso e relevo, trazendo eficiência às prefeituras e conforto e segurança aos alunos.

A Iveco forneceu para o Caminho da Escola 7.000 unidades do micro-ônibus CityClass. Este veículo tem capacidades para o transporte de 23+1 (22 passageiros + 1 cadeirante) e 29+1 passageiros. O veículo possui motor FPT F1C com 170 cavalos de potência, tração 4x2 e peso bruto total de 7 toneladas.

Desde o final de 2012 a Iveco já entregou 405 unidades, das quais 212 ao governo do Estado de Minas Gerais, onde são beneficiados mais de 13 mil estudantes de 379 municípios mineiros.

No último pregão realizado em outubro de 2012 a Iveco arrematou o lote na categoria de ônibus escolar pequeno, com capacidade para 29 estudantes e vai entregar 1.300 unidades do modelo City Class para o FNDE, que beneficiará mais de 26 mil estudantes do ensino público de todo o país. A montadora venceu nos dois itens dentro desta categoria, cujo preço dos veículos vai de R\$ 139 mil a R\$147,4 mil (se os veículos estiverem equipados com plataforma elevatória para facilitar o acesso de cadeira de rodas). Por meio da rede de concessionárias Iveco, as entregas serão realizadas para diversos municípios brasileiros.

A Mercedes-Benz vai entregar ao longo deste ano 2.600 ônibus modelo OF 1519 R com carroceria Caio para o FNDE. Segundo a montadora, as primeiras 130 unidades do modelo grande, referentes ao pregão realizado no final do ano passado, já foram emplacadas.

No segundo pregão realizado pelo governo em novembro de 2012 (o primeiro foi em julho) a Mercedes-Benz venceu a disputa no grupo de ônibus grande, com capacidade para 59 alunos, marcando a sua estreia no programa. Estes ônibus custam R\$ 240,5 mil e R\$ 250,5 mil (com plataforma elevatória).

O chassi OF 1519 R, lançado em 2012, foi totalmente criado pelo Centro de Desenvolvimento Tecnológico da Mercedes-Benz do Brasil. Desde o projeto, o modelo foi concebido para aplicação como ônibus rural escolar, de acordo com as especificações do edital do FNDE. ■



Os dois programas do governo são voltados ao transporte de alunos de escolas públicas nas zonas rurais

The two government programs are geared to the transport of public school students in rural areas

line) can be driven on dirt roads in poor conditions, offering efficiency to city halls and safety to students.

Iveco provided the Way to School program with 7,000 City Class minibuses. This vehicle has the capacity to transport 23 +1 passengers (22 passengers + 1 wheelchair user) and 29 +1 passengers. The vehicle has an FPT F1C engine with 170 horsepower, 4x2 traction, and a total gross weight of 7 tons.

Since late 2012 Iveco has delivered 405 units, 212 to Minas Gerais state government, benefiting more than 13,000 students in 379 municipalities.

In the last auction, in October 2012, Iveco supplied small school buses with a capacity of 29 students, and it will deliver 1,300 City Class units, which will benefit more than 26,000 public school students from all over the country. The automaker won in the two items in this category of vehicles, priced from R\$ 139,000 to R\$147,400 (if the vehicles are equipped with lifting platforms for wheelchair access). The Iveco dealer network will deliver to various municipalities in Brazil.

Mercedes-Benz will this year deliver 2,600 OF 1519 R models with Caio bodies to the FNDE. According to the automaker, the first 130 units of the large model, for the auction held at the end of last year, have been licensed.

In the second auction held by the government in November 2012 (the first was in July) Mercedes-Benz won in the large bus group - with a capacity for 59 students, making its debut on the program. These buses cost R\$ 240,500 and R\$ 250,500 (with lifting platforms).

The OF 1519 R chassis, launched in 2012, was completely created by Mercedes-Benz's Technology Development in Brazil. The model was designed for applications as a rural school bus, according to the specifications in the FNDE auction rules. ■

GUIA DE OPERADORES DE TRANSPORTE DE PASSAGEIROS PASSENGER TRANSPORT OPERATORS GUIDE

■ MÁRCIA PINNA RASPANTI

O setor de operadores de transporte de passageiros no Brasil conta com a participação de poderosos grupos e holdings, formados por diversas empresas de diferentes segmentos. A história dessas grandes companhias, entretanto, costuma seguir um roteiro peculiar: geralmente, nascem do empreendedorismo de um indivíduo, que começa a atuar com frotas pequenas, às vezes, formadas apenas por um ônibus. Depois de alguns anos de muito trabalho e dificuldades, as companhias se consolidam regionalmente e começam a fazer aquisições de novas empresas, como estratégia para fortalecer e ampliar sua atuação no mercado.

Passenger transport operators in Brazil include powerful groups and holding companies made up of companies from different segments. These large companies have usually followed particular path: they are founded by entrepreneurs, who starts working with small fleets, sometime made up of only buses. After a few years of hard work and strife, the companies consolidate themselves regionally and begin to make acquisitions as a strategy to strengthen and expand their performance.

GRUPO JCA

Data de fundação da primeira empresa: 1955

Presidente: Carlos Otávio Antunes

Segmentos de atuação: transporte urbano e rodoviário, fretamento, turismo e logística

Regiões onde atua: Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul

Frota Total: 2.800 veículos

Sede: Niterói, Rio de Janeiro

Empresas do grupo: SIT Macaé, Auto Viação 1001, Auto Viação Catarinense, Expresso do Sul, Macaense, Rápido Ribeirão Preto, Viação Cometa, Opção Turismo, Metar Logística

Histórico: O Grupo JCA é uma holding brasileira, formada por empresas de transporte rodoviário de passageiros, cargas e turismo, fundada por Jelson da Costa Antunes. O empresário iniciou sua trajetória com metade de um ônibus, em sociedade com seu irmão mais velho. Depois, resolveu seguir seu próprio caminho, indo para Macaé, no Rio de Janeiro, onde comprou a Viação Líder, uma empresa de apenas um ônibus. Em 1955 fundou a Auto-ônibus São José, na região de Alcântara, em São Gonçalo. Em 1963, a Auto-ônibus São José já era a maior empresa de ônibus do estado, com 68 carros. Em 1968, adquiriu a Auto Viação 1001. Nos anos 90, já como JCA Holding, foram adquiridas companhias como a Viação Catarinense e a Cometa.



Carlos Antunes

First company founded: 1955

President: Carlos Otávio Antunes

Segments: urban and highway transport, charters, tourism and logistics

Regions operated in: Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul

Total fleet: 2,800 vehicles

Headquarters: Niterói, Rio de Janeiro

Group companies: SIT Macaé, Auto Viação 1001, Auto Viação Catarinense, Expresso do Sul, Macanense, Rápido Ribeirão Preto, Viação Cometa, Opção Turismo, Metar Logística

History: The JCA group is a Brazilian holding company made up of passenger transport, cargo and tourism companies, founded by Jelson Costa Antunes. The entrepreneur began with a half-share in one bus, in partnership with his elder brother. He then to go his own way, to Macaé, in Rio de Janeiro, where he bought Viação Líder, a company with only one bus. In 1955 he founded Auto-ônibus São José, in the region of Alcântara, in São Gonçalo. In 1963, Auto-ônibus São José was the largest bus company in the state, with 68 vehicles. In 1968, it acquired Auto Viação 1001. In the 1990s, as JCA Holding, it acquired companies such as Viação Catarinense and Cometa.

GRUPO BELARMINO

Data de fundação da primeira empresa: 1952

Presidente: Belarmino da Ascensão Marta

Segmentos de atuação: transporte urbano, suburbano, fretamento e rodoviário

Regiões onde atua: região sudeste

Frota: cerca de 5 mil veículos

Sede: Taboão da Serra, São Paulo

Empresas do grupo: Rápido Luxo Campinas, VB Transportes e Turismo, Transportes Capellini, Viação Itú, Terminal Urbano, Viação Avante, Empresa São José, Intersul Transportes e Turismo, Osastur Transporte e Turismo, Viação Atual, Viação Transguarulhense, Sambaiba Transportes Urbanos, Nossa Senhora de Fátima Auto Ônibus, Viação Boa Vista, Ouro

First company founded: 1952

President: Belarmino da Ascensão Marta

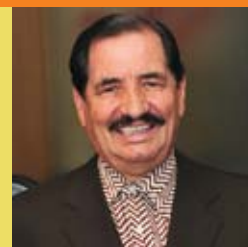
Segments: urban, suburban, charters, and highway transport

Regions operated in: Southeast

Fleet: about 5000 vehicles

Headquarters: Taboão da Serra, São Paulo

Group companies: Rápido Luxo Campinas, VB Transportes e Turismo, Transportes Capellini, Viação Itú, Terminal Urbano, Viação Avante, Empresa São José, Intersul Transportes e Turismo, Osastur Transporte e Turismo, Viação Atual, Viação Transguarulhense, Sambaiba Transportes



Belarmino Marta

Verde, Campos dos Ouros

Histórico: A história do grupo teve início em novembro de 1952, quando Belarmino Marta desembarcou no Porto de Santos, litoral paulista, vindo da aldeia Vilar do Rei, província de Trás-Os-Montes, em Portugal. Incentivado por um cunhado, entrou no ramo por meio da Auto Viação Brasil Luxo da Capital, com apenas 11 ônibus. Atualmente, o grupo é uma das empresas de transporte urbano de Campinas e faz as principais ligações da cidade com outras da região. O grupo possui mais de 20 mil colaboradores e opera em cidades como Cosmópolis, Paulínia, Hortolândia, Monte Mor, Vinhedo, Valinhos, Indaiatuba, Jundiaí, Louveira, Campo Lindo.

GRUPO BORBOREMA

Data de fundação da primeira empresa: 1951

Presidente: Arthur Bruno Schwambach

Segmentos de atuação: transporte urbano, rodoviário e fretamento

Regiões onde atua: Pernambuco, Sergipe, Alagoas e Bahia

Frota: 1.400 veículos

Sede: Recife, Pernambuco

Empresas do grupo: Borborema Imperial Transportes, Real Alagoas de Viação, Real Alagoas Transporte Coletivo, Franciscana Transportes, Rodoviária Borborema

Histórico: O grupo Borborema foi fundado em 1951, sendo a empresa Arthur Bruno Schwambach a que deu origem ao grupo. Dirigindo o primeiro veículo, um chassi Chevrolet com carroceria de madeira, o fundador da companhia fazia o trajeto da periferia para o centro do Recife. As peças e componentes necessários para manter o veículo rodando eram compradas no ferro-velho e recondiçionadas por ele. Sempre contando com o apoio da família, o empresário começa a ampliar a sua frota e adquirir outras empresas do setor, até se tornar um dos maiores grupos de transporte de passageiros do Nordeste. Hoje, o grupo possui cinco empresas de transportes e atua também no segmento de concessionárias de veículos a diesel.

Urbanos, Nossa Senhora de Fátima Auto Ônibus, Viação Boa Vista, Ouro Verde, Campos dos Ouros

History: It began in November 1952, when Belarmino Marta arrived at the Port of Santos, on the São Paulo coast, from the village of Vilar do Rei, in the province of Trás-Os-Montes, in Portugal. Encouraged by a brother-in-law, he got into the business with Auto Viação Brasil Luxo da Capital, with only 11 buses. The group is now an urban transport company in Campinas and runs the city's main connections with others in the region. The group has over 20,000 employees and operates in cities such as Cosmópolis, Paulínia, Hortolândia, Monte Mor, Vinhedo, Valinhos, Indaiatuba, Jundiaí, Louveira, Campo Lindo.

First company founded: 1951

President: Arthur Bruno Schwambach

Segments: urban, highway and charter transport

Regions operated in: Pernambuco, Sergipe, Alagoas, and Bahia

Fleet: 1,400 vehicles

Headquarters: Recife, Pernambuco

Group companies: Borborema Imperial Transportes, Real Alagoas de Viação, Real Alagoas Transporte Coletivo, Franciscana Transportes, Rodoviária Borborema

History: The Borborema group was founded in 1951 as the Arthur Bruno Schwambach company, which gave rise to the group. Driving the first vehicle, a wood body on a Chevrolet chassis, the founder of the company worked the route from the outskirts to the center of Recife. The parts and components needed to keep the vehicle running were bought at the junkyard and reconditioned by him. Always with the support of the family, he began to expand his fleet and acquire other companies in the sector, becoming one of the largest passenger transport groups in the Northeast. The group has five transport companies and also operates diesel vehicle dealerships.

GRUPO GONTIJO

Data de fundação da primeira empresa: 1949

Presidente: Abílio Pinto Gontijo

Segmentos de atuação: transporte rodoviário de passageiros nacional e internacional, de cargas expressas, fretamento, turismo e transporte executivo

Regiões onde atua: Distrito Federal e mais 20 estados brasileiros, com exceção de Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Amazonas, Pará, Acre e Roraima

Frota: 1.800 ônibus

Sede: Belo Horizonte, Minas Gerais

Empresas do grupo: Empresa Gontijo de Transportes, Companhia São Geraldo de Viação, Continental

Histórico: Em 1943, um jovem de 19 anos - o atual presidente do grupo, Abílio Pinto Gontijo - comprou uma jardineira Chevrolet Comercial 1940 e



Abílio Gontijo

First company founded: 1949

President: Abilio Pinto Gontijo

Segments: domestic and international highway passenger transport, express cargo, charter, tourism and executive transport

Regions operated in: the Federal District and 20 Brazilian states, with the exception of Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Amazonas, Pará, Acre and Roraima

Fleet: 1,800 buses

Headquarters: Belo Horizonte, Minas Gerais

Group companies: Empresa Gontijo de Transportes, Companhia São Geraldo de Viação, Continental

History: In 1943, a 19-year-old man - now president of the group, Abilio Pinto Gontijo - bought a 1940 Chevrolet Comercial truck

começou a transportar passageiros de Carmo do Parnaíba, em Minas Gerais, para as cidades vizinhas. O empresário trabalhava sozinho, fazendo também o papel de trocador e de mecânico. A empresa se expandiu primeiro dentro do estado, ligando os municípios mineiros. Mais tarde, obteve suas primeiras linhas nacionais. Com a compra da Companhia São Geraldo de Viação, em fevereiro de 2004, consolidou sua presença nacional e sua atual posição, entre as principais empresas de transporte do Brasil, com cerca de 7mil colaboradores, 347 linhas nacionais e uma internacional, nas quais transporta sete milhões de passageiros por ano.

and began transporting passengers from Carmo do Parnaíba, in Minas Gerais, to neighboring cities. He worked alone, doing the maintenance himself. The company expanded first in the state. Later, it went into national routes. With the purchase of Companhia São Geraldo de Viação in February 2004, it consolidated its national presence and its present position among the leading transport companies in Brazil, with approximately 7,000 employees, and 347 national and international routes, transporting seven million passengers a year.

GRUPO VIP

Data de fundação da primeira empresa: 1960

Presidente: Carlos de Abreu

Segmentos de atuação: transporte urbano de passageiros

Regiões onde atua: São Paulo

Frota: cerca de 3 mil veículos

Sede: São Paulo

Empresas do grupo: Vip Transportes Urbanos, ETU (Expandir Transportes Urbanos)

Histórico: Em 1960, Carlos de Abreu, estudante de medicina de 23 anos, adquiriu com outros sócios a sua primeira empresa de ônibus, a Viação Campo Belo. A empresa tinha uma frota de 20 veículos e fazia a linha Santo Amaro-Liberdade. Na década de 70, o empresário começou a adquirir outras companhias, como Viação Jurema, Rápido Brasil e Ultra e Viação Poá. O grande salto da companhia ocorreu em 1975, com a Viação Penha São Miguel. Em 2003, com as mudanças no transporte coletivo da capital paulista, o grupo passou a atuar por meio de consórcios em diversas áreas da cidade. Atualmente, a holding é administrada por Abreu e seus três filhos.



Carlos de Abreu

First company founded: 1960

President: Carlos de Abreu

Segments: urban passenger transport

Regions operated in: São Paulo

Fleet: about 3,000 vehicles

Headquarters: São Paulo

Group companies: Vip Transportes Urbanos, ETU (Expandir Transportes Urbanos)

History: in 1960, Carlos de Abreu, a 23-year-old medical student, along with other partners, acquired his first bus company, Viação Campo Belo. The company had a fleet of 20 vehicles and ran the Santo Amaro to Liberdade route. In the 1970s, he started buying other companies, such as Viação Jurema, Rápido Brasil e Ultra, and Viação Poá. The company's big change came in 1975, with Viação Penha São Miguel. In 2003, with changes in public transport in São Paulo city, the group began to work through consortia in several areas of the city. Currently, the holding company is run by Abreu and his three sons.

GRUPO ABC

Data de fundação da primeira empresa: 1925

Presidente: Maria Beatriz Setti Braga; João Antônio Setti Braga (diretor)

Segmentos de atuação: transporte urbano de passageiros

Regiões onde atua: ABC Paulista

Frota: 990

Sede: São Bernardo do Campo, São Paulo

Empresas do grupo: Auto Viação ABC, Metra (Sistema Metropolitano de Transportes), Auto Viação ABC, SBC-Trans-Consórcio São Bernardo Transportes, Diastur

Histórico: Em 1910, Adelelmo Setti e o filho João Setti começaram a ligar a Villa de São Bernardo (correspondente à região central da cidade) a estação de São Bernardo (hoje a Estação da CPTM de Santo André), em uma espécie de carruagem, construída no final do século XIX na Inglaterra, puxada por dois cavalos. Em 1920, João Setti compra um Chevrolet Romana que transforma em carro de aluguel. Em 1925, a família investe na primeira jardineira e faz a primeira linha regular de ônibus entre a atual Santo André e São Bernardo do Campo. Em 1956, era criada por José



José Setti Braga

First company founded: 1925

President: Maria Beatriz Setti Braga João Antônio Setti Braga (director)

Segments: urban passenger transport

Regions operated in: ABC Paulista

Fleet: 990

Headquarters: São Bernardo do Campo, São Paulo

Group companies: Auto Viação ABC, Metra (Sistema Metropolitano de Transportes), Auto Viação ABC, SBC-

Trans-Consórcio São Bernardo Transportes, Diastur

History: In 1910, Adelelmo Setti and his son, João, began operating a carriage built in the late nineteenth century in England, drawn by two horses, between Villa de São Bernardo (in the center of the city) and the São Bernardo station (today the CPTM station in Santo André). In 1920, João Setti bought a Chevrolet Romana which he made into a rental car. In 1925, the family invested in the first bus and ran its first regular line between what is now Santo André and São Bernardo do Campo. In 1956, José Fernando Medina Braga and

Fernando Medina Braga e João Setti a Auto Viação ABC. A partir de então, surgem as outras empresas do grupo, como a Metra (Sistema Metropolitano de Transportes), que opera o corredor ABD de trólebus.

João Setti created Auto Viação ABC. Since then, other companies have joined the group, such Metra (Metropolitan Transport System), which runs trolleybuses.

GRUPO ÁGUIA BRANCA

Data de fundação da primeira empresa: 1946

Presidente: Nilton Carlos Chieppe

Segmentos de atuação: transporte regional rodoviário de passageiros, locação de ônibus de turismo, encomendas expressas, comercialização de veículos, transporte aéreo de passageiros e de cargas

Regiões onde atua: Bahia, Espírito Santo, Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo

Frota: 1.173 veículos

Sede: Vitória, Espírito Santo

Empresas do grupo: Viação Águia Branca, Salutaris, Vix

Histórico: Na década de 40, Carlos Chieppe começa a atuar com uma pequena empresa de transportes de passageiros, constituída por dois ônibus, conhecida por Auto Viação 13. Em 1956, forma-se uma associação para comprar a Empresa de Ônibus Águia Branca, com 12 veículos, que ligavam Águia Branca a Colatina, no Espírito Santo. As empresas Viação Brasil e Empresa de Transportes Águia Branca fundem-se em uma única companhia e, em 17 de fevereiro de 1961, já com 40 carros, nasce a Viação Águia Branca. Em 1971, a Águia Branca adquiriu o setor norte da Viação Itapemirim, expandindo sua área de atuação e dobrando sua frota. Nos anos 80 e 90 o grupo passou por um processo de grande crescimento, com a aquisição de várias empresas.

First company founded: 1946

President: Nilton Carlos Chieppe

Segments: regional highway passenger transport, tour bus rental, express deliveries, vehicle trade, air cargo and passenger transport.

Regions operated in: Bahia, Espírito Santo, Minas Gerais, Rio de Janeiro and São Paulo

Fleet: 1,173 vehicles

Headquarters: Vitória, Espírito Santo

Group companies: Viação Águia Branca, Salutaris, Vix

History: In the 1940s, Carlos Chieppe began with a small passenger transport company, called Auto Viação 13, with two buses. In 1956, he bought Empresa de Ônibus Águia Branca, with 12 vehicles, connecting Águia Branca to Colatina, in Espírito Santo. Viação Brasil and Empresa de Transportes Águia Branca were merged and on February 17, 1961, with 40 vehicles, Viação Águia Branca is created. In 1971, the Viação Águia Branca acquired the northern sector of Viação Itapemirim, expanding its operation and doubling its fleet. In the 1980s and 1990s the group went through a process of significant growth in that period, with the acquisition of various companies.



Nilton Chieppe

GRUPO ANDORINHA

Data de fundação da primeira empresa: 1948

Presidente: José Lemes Soares Filho

Segmentos de atuação: transporte rodoviário de passageiros e fretamento

Regiões onde atua: São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Rondônia, Minas Gerais, Goiás e Distrito Federal, no Brasil, além de Puerto Suarez, na Bolívia

Frota: aproximadamente 390 ônibus

Sede: Presidente Prudente, São Paulo

Empresas do grupo: Andorinha Transportadora, Expresso Mato Grosso, Kin Guin

Histórico: A Empresa de Transportes Andorinha foi fundada em 5 de junho de 1948, por José Lemes Soares. As primeiras jardineiras foram cedendo lugar aos ônibus mais modernos que se multiplicaram para atender as mais diversificadas linhas implantadas ao longo da história do grupo. A Andorinha possui uma frota de mais de trezentos ônibus, emprega mais de 1,2 mil funcionários, dispõe de mais de 320 agências distribuídas em sua área de atuação, 18 garagens localizadas estrategicamente. Atualmente, a frota percorre 3 milhões e setecentos mil quilômetros, transportando duzentos e vinte mil passageiros por mês.

First company founded: 1948

President: José Lemes Soares Filho

Segments: highway passenger transport and charters

Regions operated in: São Paulo, Rio de Janeiro, Paraná, Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, Rondônia, Minas Gerais, Goiás and the Federal District in Brazil, and Puerto Suarez, Bolivia

Fleet: about 390 buses

Headquarters: Presidente Prudente, São Paulo

Group companies: Andorinha Transportadora, Expresso Mato Grosso, Kin Guin

History: Empresa de Transportes Andorinha was founded on June 5, 1948, by José Lemes Soares. The first basic vehicles gave way to more modern buses, growing to serve the most diverse lines run throughout the group's history. Andorinha has a fleet of over three hundred buses, employs more than 1,200 people, has over 320 agencies in its area of operations, and 18 strategically located garages. Currently, the fleet travels 3,700,000 kilometers, carrying 220,000 passengers a month.

O econômico Plug-In híbrido da Volvo



A Volvo apresenta na feira da UITP, em Genebra, Suíça, seu novo ônibus híbrido Plug-In. A empresa iniciou neste mês de maio os testes do modelo que está circulando pelas ruas de Gotemburgo, na Suécia. Com mais de mil ônibus híbridos já comercializados, a Volvo Buses é uma das líderes mundiais em termos de tecnologia híbrida para veículos pesados e com esta nova investida está dando mais um passo fundamental em direção a um transporte ainda mais eficiente e limpo.

O objetivo da montadora sueca é oferecer uma alternativa sustentável para o

transporte urbano de passageiros. A tecnologia Plug-In permitirá a redução do consumo de combustível e de dióxido de carbono em 75% a 80%, em comparação aos atuais ônibus a diesel, e deverá possibilitar uma redução no consumo de energia que poderá chegar a cerca de 60% em comparação aos ônibus a diesel convencionais. Além disso, há os benefícios de proporcionar uma condução silenciosa do veículo e completamente livre de emissão de poluentes.

A Volvo espera iniciar a produção comercial dos híbridos Plug-In em cerca de

dois anos, apenas para o mercado europeu. Até então, a tecnologia será testada nos três ônibus colocados em circulação em Gotemburgo. Um projeto de demonstração também foi planejado para 2014, envolvendo oito híbridos Plug-In em Estocolmo.

EMISSÕES REDUZIDAS EM ATÉ 90%—

“O objetivo do teste de campo é estudar e verificar as reduções previstas no consumo de energia e de emissões, bem como compilar informações de motoristas, passageiros e moradores



Novo modelo da montadora sueca, que está em teste em Gotemburgo, promete ser mais econômico, mais silencioso e mais limpo do ponto de vista ambiental; o início de produção comercial está previsto para daqui a dois anos

da região a respeito de suas impressões sobre as características do ônibus. Além disso, esperamos ser capazes de reduzir as emissões de dióxido de carbono em até 90% usando biodiesel em substituição ao óleo diesel padrão na combustão”, diz Ulf Gustafsson, gerente sênior de relações públicas da Volvo Buses.

RECARGA NA REDE ELÉTRICA – Os híbridos Plug-In são baseadas no Volvo 7900 híbrido, que foi modificado para permitir a recarga da bateria em redes

urbanas de eletricidade através de um coletor instalado no teto. O veículo é equipado com um pacote de bateria maior, o que lhe dá uma autonomia para percorrer cerca de sete quilômetros utilizando, em até 70% do trajeto apenas eletricidade, em silêncio e sem emissões.

As baterias podem ser carregadas no terminal de ônibus por entre seis e dez minutos. Se surgirem problemas para fazer o carregamento na rede elétrica ou se o ônibus for colocado em operação em uma linha sem estações de carregamento, o Plug-In híbrido funcionará

exatamente como os demais ônibus híbridos. Isso significa que o cliente que queira investir nesta nova tecnologia poderá fazê-lo mesmo sem ter acesso a uma rede totalmente provida de estações de carregamento.

A Volvo Buses participa do projeto Plug-In híbrido em Gotemburgo em parceria com a Göteborg Energi, a Business Region Göteborg e a Västtrafik. O projeto é parcialmente financiado pelo Life +, programa de financiamento da União Europeia para projetos ambientais. ■

Scania aposta no motor dianteiro em 2013

Montadora quer conquistar 10% do mercado de ônibus com motor dianteiro e organiza caravana por 22 municípios nas cinco regiões do País para divulgar sua linha de modelos desse segmento

■ AMARILIS BERTACHINI

Desde que apresentou o chassi com motor dianteiro F 250 4x2 na FetransRio (Feira Nacional do Ônibus), em outubro do ano passado, a Scania já comercializou 93 unidades do modelo. O primeiro grande lote, que somou 42 unidades, foi vendido à empresa Jundiá Transportadora Turística, de Sorocaba, interior de São Paulo. Além desta venda, a montadora vai entregar 24 unidades para a JSL, 20 para a Comporte, quatro para a Sogil e três para a Visate.

“Queremos ter 10% do mercado”, afirma Wilson Pereira, gerente-executivo de vendas de ônibus da Scania do Brasil, que projeta a comercialização de cerca de mil unidades dessa linha até 2015. Ele aposta no sucesso de mercado da linha de motores dianteiros ainda neste ano e acredita que, devido aos grandes eventos esportivos – Copa do Mundo de 2014 e Olimpíadas em 2016 –, existe a perspectiva de uma grande demanda por veículos alimentadores dos corredores exclusivos para ônibus, principalmente no Rio de Janeiro.

A Scania ficou durante anos focada no segmento de rodoviários e somente em 2009 retomou a linha de ônibus com motores dianteiros. O F 250 4x2 possui motor de 9 litros, com 250 cv de potência e desenvolve um torque de 1.150 Nm. O alto torque em baixas rotações possibilita economia de combustível. As suspensões dos eixos dianteiro e traseiro são a mola e o modelo é equipado com sistema elétrico/

CAN, que gerencia todas as funções do veículo para melhorar o desempenho na operação e facilitar a manutenção.

Para garantir maior conforto ao motorista, o modelo possui coluna de direção ajustável. Houve uma otimização do espaço na entrada ao salão de passageiros. O motor do veículo foi avançado em 160 mm para permitir melhor acesso ao corredor do ônibus.

O chassi com tração 4x2 sai de fábrica com uma distância entre-eixos de 6.500 mm, configuração que comporta carrocerias de 12,6 metros a 13,2 metros de comprimento, com capacidade para 87 passageiros, sendo 46 sentados.

LANÇAMENTO – Pereira adiantou que a Scania lançará ainda este ano um ônibus urbano articulado de 23 metros, mas não revelou mais detalhes sobre o novo veículo. O F 250 será um dos três modelos que a empresa levará para a Transpúblico, uma das duas principais feiras de ônibus do País, que acontecerá nos dias 3, 4 e 5 de julho. Para o mercado como um todo, a projeção de Pereira é de que este ano o resultado cresça em relação a 2012, mas ele acredita que não conseguirá alcançar os números recordes de 2011.

Como parte das ações da montadora para divulgação da linha de motor dianteiro, a empresa deu início à primeira edição do Scania Experience Ônibus, uma caravana

que começou em São Paulo, no início de maio, e vai percorrer 17 mil quilômetros pelas cinco regiões brasileiras – de maio a junho e depois de agosto a outubro –, com organização de eventos pelas concessionárias participantes. A caravana vai permanecer um dia em cada uma das 22 cidades do programa. A fabricante personalizou cinco modelos F 250 4x2 que servirão para promover os diferenciais da linha.

Cada uma das cinco unidades adesivadas terá uma marca diferente de carroceria para mostrar as opções que a nova linha de motores dianteiros da Scania proporciona aos mercados urbano e rodoviário. As marcas e os modelos representados são Caio Apache VIP, Comil Svelto, Mascarello Gran-Via, Marcopolo Torino e Neobus Mega.

SERVIÇOS – A Scania também está divulgando um novo perfil de pacote de serviços para seus clientes de ônibus. O novo “Programa de Manutenção Scania” é formado por quatro categorias: Premium, Trem de Força, Standard e Compacto, que contemplam níveis diferentes de manutenção e cobertura. O objetivo é permitir que os clientes despendam menor tempo em manutenções para manter o foco no negócio, aumentando a rentabilidade da operação.

A empresa mantém o serviço de atendimento remoto e o customizado, que disponibiliza mecânicos da Scania dentro da garagem das operadoras de ônibus. ■

Jundiá opta por ônibus mais competitivos

Empresa do interior de São Paulo faz sua primeira compra de ônibus Scania em busca de um modelo mais robusto e de maior rentabilidade gerada por menor consumo de combustível

■ AMARILIS BERTACHINI

Com uma história de 46 anos transportando passageiros no interior de São Paulo, a Jundiá Transportadora Turística, com sede em Sorocaba, no interior de São Paulo, fez, no início deste ano, sua primeira compra de ônibus da montadora Scania. Foram 42 unidades do modelo F 250 4x2, da nova linha de motores dianteiros da Scania, para renovação da frota que circula no transporte urbano de passageiros nas cidades de

Mairinque, que recebeu 26 unidades, e de Itapeva, com 16 unidades. O lote foi todo encarroçado pela gaúcha Neobus, modelo Mega de 12,5 metros, com capacidade para 87 passageiros, sendo 46 sentados.

A decisão de escolher um novo fornecedor foi decorrente de um processo de expansão da empresa. No ano passado a Jundiá ganhou dois lotes de uma licitação para atuar no estado de Mato Grosso

e a operação exigia um perfil de veículos mais robustos devido às condições locais, conforme explica André Luis Abi Chedid, diretor e sócio da Jundiá. "Optamos pelo F 250 da Scania após comprovarmos a sua robustez. Fizemos um investimento de R\$ 12 milhões com a certeza de que a rentabilidade será outro destaque do modelo", afirma, destacando ainda a avançada tecnologia embarcada nos novos carros. Na

Se fosse um carro, seria uma Ferrari!

Na hora de comprar seu sistema de gravação de imagens embarcadas, não se deixe enganar.

Sistema de Gravação Embarcada - Canguru®

Mais de 50.000 equipamentos instalados comprovam nossa liderança.

DETRO-RJ
ESPECIFICAÇÕES

- 100% Digital
- Luz Infravermelho
- Grava até 4 câmeras
- Velocidades de gravação: 1,2,3,4,5 e 60 FPS ou o exclusivo sistema de SPF - Segundos por Frame.
- Garantia de 1 ano
- Software de Visualização - AlltecView Pro
- Software de Gerenciamento de Ocorrências
- Possibilidade de criptografar as imagens gravadas
- Resoluções de imagem - CIF, VGA ou D1
- Modo de gravação com detecção de movimento, acionamento externo e contínuo.

Com 2 cartões 8GB Grátis

Canguru®

Sistema de Gravação Digital

www.vejasuafrota.com.br



Dê um salto de qualidade.



Certificação Europeia

alltec
Tecnologia
www.alltectecnologia.com.br

Canguru® uma unanimidade nacional.

Os 42 novos ônibus destinam-se ao transporte coletivo de Mairinque e Itapeva



operação no Mato Grosso serão utilizados 24 veículos rodoviários, sendo três unidades de motor dianteiro F 250 HZ e 21 unidades de motor traseiro K 400.

Nos primeiros 40 dias de circulação dos novos veículos urbanos no interior de São Paulo esta aposta na rentabilidade já começou a dar resultados. “O consumo de combustível nos surpreendeu”, declara Abi Chedid. Ele revela que os ônibus Scania mostraram uma redução no consumo de combustível de 15% a 22% em relação aos demais ônibus de sua frota, de marcas concorrentes à Scania.

O diretor afirma que, em função desses resultados, a empresa já tomou a decisão de adquirir mais ônibus Scania nas próximas renovações de frota. Este ano, o plano é renovar 88 unidades, das quais 66 serão Scania.

“Estamos debutando nesta companhia e vamos deixar este cliente plenamente satisfeito com nossas soluções completas para o transporte de passageiros”, declara Wilson Pereira, gerente-executivo de vendas de ônibus da Scania do Brasil. A empresa aposta no sucesso de mercado da linha de motores dianteiros em 2013. “Queremos marcar nossa presença mais fortemente no transporte urbano de passageiros”, diz Pereira.

JUNDIÁ EM NÚMEROS – A frota da Jundiá é composta de 220 veículos com idade média de dois anos. “Com quatro anos colocamos o veículo à venda”, diz Abi Chedid. Os 26 Scania destinados à cidade de Mairinque estão em operação desde o último dia 1º de maio. Eles cumprem 37 linhas diárias, que atingem um volume de cerca de 250 mil passageiros transportados por mês, e cada um deverá rodar sete mil quilômetros mensais. Os outros 16 ônibus entregues para o mercado de Itapeva circulam desde fevereiro. Cada um transporta, uma média, 200 mil passageiros por mês,



André Abi Chedid:
“Optamos pelo F 250 após comprovarmos sua robustez”

em 22 linhas com uma circulação de 8.500 quilômetros. A Jundiá trabalha desde 1994 em Mairinque e ganhou a concessão do transporte público de Itapeva em 2012.

A empresa foi uma das pioneiras na região na operação com sistema de bi-letagem eletrônica. Atualmente utiliza o sistema da Transdata e tem mais de 100 pontos cadastrados para venda de cartões inteligentes para os passageiros, o que deu agilidade ao sistema.

O grupo de empresas ao qual a Jundiá pertence foi fundado em 1952 por Hafiz Abi Chedid e seus filhos, entre os quais Jesus Abi Chedid, que ficou como principal responsável pelas atividades empresariais. Auxiliado por sua esposa, Marilis, expandiu os negócios nas décadas seguintes e em 1967 nasceu a Jundiá.

Em 2003 o grupo passou por um processo de sucessão para a terceira geração da família e a Jundiá passou a ser administrada pelos irmãos André e Érika Abi Chedid, que adotaram uma política de expansão comercial e investimentos em frota. À frente da empresa até hoje, eles assumiram a Jundiá com 52 veículos e, segundo André, graças a uma administração rígida e finanças regradas, cresceram para a atual frota de 220 veículos.

Além do transporte coletivo de passageiros, a empresa atua também nos segmentos escolar, rodoviário, especial (pessoas com necessidades especiais) e no de locação de veículos. Junto com o crescimento dos negócios a empresa desenvolve ações de sustentabilidade, como a utilização apenas de produtos de limpeza ecológica e corretos e a implantação de uma estação de tratamento de água como parte de um programa de reúso da água utilizada para lavar os ônibus, o que permite uma economia de 70% no consumo de água. Atualmente a Jundiá conta com 450 funcionários que recebem treinamento constante, afirma Érika Abi Chedid Carney, sócia e diretora da empresa. ■

TDMax Rod Transdata é

transdata.com.br

agilidade

por km rodado.



O TDMAX ROD é a tecnologia desenvolvida para oferecer às empresas de ônibus com linhas rodoviárias a facilidade de cobrar o valor correto do passageiro pelo trecho percorrido, identificando por GPS o local de embarque e desembarque, calculando os impostos, além de permitir a compra prévia de créditos via Internet, garantindo assim segurança e rentabilidade para empresa. Outro grande benefício é a emissão de bilhetes com valor fiscal ao passageiro através da impressora embarcada, pois o produto é homologado para operar em diversos estados signatários do PAF.

TD MAX Rod. Segurança, Agilidade e Satisfação para todos.



ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification



BRASIL • ARGENTINA • COLÔMBIA
+55 19 3515.1100 | www.transdatasmart.com.br
comercial@transdatasmart.com.br

Transdata
smart

Tecnologia é nossa arte



A cidade de São Paulo é a primeira do país a exibir em suas vias os ônibus superarticulados Mercedes-Benz O 500 UDA, que têm capacidade de transporte de passageiros cerca de 50% superior à dos articulados convencionais. Os primeiros 30 veículos, adquiridos pela VIP Transporte Urbano – empresa de transporte coletivo do grupo Abreu – entraram em circulação em meados de março, em corredores exclusivos das zonas leste e sul da cidade, como Estrada do M’Boi Mirim e avenidas Santo Amaro, Nove de Julho e Ibirapuera.

Os 30 ônibus superarticulados, piso baixo, adquiridos pela VIP foram encarroçados pela Caio Induscar, modelo Millennium BRT. Cada veículo tem 23 metros de comprimento, e capacidade para 58 passageiros sentados e 112 em pé, com maior espaço entre os assentos e áreas para cadeiras de rodas e cão guia. Os articulados convencionais têm capacidade para 38 passageiros sentados e 72 em pé.

A VIP planeja expandir sua frota de superarticulados até o final deste ano.

“Nossa intenção é ter um total de 70

veículos superarticulados O 500 UDA da Mercedes-Benz em operação em nossa empresa até o fim deste ano”, diz Carlos de Abreu, presidente do grupo VIP. O grupo VIP pretende investir em 2013 cerca de R\$ 50 milhões na renovação da frota, que tem idade média de cinco anos. A política de renovação de frota da empresa é de 10% a 20% ao ano.

“Estamos muito satisfeitos com o início das operações dos ônibus Mercedes-Benz superarticulados na cidade de São Paulo. Esses veículos contribuem muito para a

Superarticulados otimizam a operação

Primeiras 30 unidades com o novo conceito da Mercedes-Benz, adquiridas pela VIP Transportes Urbanos, já estão circulando nos corredores paulistas, com capacidade 50% superior à dos articulados convencionais

■ AMARILIS BERTACHINI

melhoria do transporte público, conquistando assim a satisfação dos usuários”, afirma Gustavo Nogueira, gerente da área de sistemas de transporte (BRT) da Mercedes-Benz do Brasil.

Ele destaca que estes veículos trazem novas soluções para o segmento de alta capacidade de transporte de passageiros, como os corredores exclusivos e o sistema BRT (Bus Rapid Transit), que vem ganhando espaço no Brasil, principalmente nas cidades que sediarão a Copa do Mundo de 2014 e as Olimpíadas de 2016.

Outro importante diferencial destes veículos é que eles são operacionalmente rentáveis durante todo o período de sua utilização e não apenas nos horários de pico, aumentando assim as vantagens para os operadores, gestores e planejadores dos sistemas de transporte urbano de passageiros.

A Mercedes-Benz oferece atualmente quatro modelos de ônibus articulados especialmente para uso em corredores exclusivos e sistemas BRT: as versões O 500 MA (piso alto) e UA (piso baixo), e os novos

modelos O 500 MDA (piso alto) e UDA (piso baixo). O chassi O 500 UDA “low entry” foi lançado no mercado juntamente com o O 500 MDA de piso normal.

A grande novidade dos superarticulados são seus quatro eixos, sendo o último eixo, na parte traseira, direcional, o que possibilita a instalação de carrocerias de até 23 metros, para o transporte de mais de 200 passageiros no modelo O500 MDA, dependendo da configuração interna do ônibus, informa a montadora.

Os modelos O 500 UA e UDA (de piso baixo) são indicados para pontos de embarque no nível da calçada. Já os O 500 MA e MDA, com piso normal, são mais adequados para corredores que utilizam plataformas de embarque elevadas. De acordo com a Mercedes-Benz todos os chassis articulados da marca são indicados para BRT e corredores exclusivos, ficando a cargo dos gestores e operadores a escolha do modelo que melhor atenda ao dimensionamento da capacidade do seu sistema de transporte.

4º EIXO DIRECIONAL – O último eixo traseiro móvel, com suspensão independente, instalado atrás do eixo de tração, reduz o arraste, melhora as manobras e evita o desgaste dos pneus. Com esse eixo direcional, o raio de giro é reduzido, o que proporciona maior facilidade de operação nas estações e terminais de passageiros, garantindo com isso uma pequena distância entre o veículo e a plataforma em qualquer situação.

O modelo também conta com um novo sistema de transmissão automática desenvolvido especialmente pela Voith, a D 884.5, uma solução para operações mais robustas.

Além das trinta unidades vendidas ao grupo VIP, a Mercedes também já comercializou 20 superarticulados para a Viação Campo Belo e cinco para a Gatusa. ■

FPT motoriza ônibus da Modasa

Primeiro grande fornecimento de propulsores a gás da empresa para o Peru marca sua expansão no mercado latino-americano

■ AMARILIS BERTACHINI

A FPT Industrial Latin America, fabricante de motores do grupo Fiat, fechou contrato para fornecer 1.500 propulsores a gás para ônibus urbanos fabricados pela empresa peruana Modasa, que somam um valor acima de US\$ 30 milhões. Aproximadamente 150 destes motores já foram entregues e o restante obedecerá a um cronograma de cerca de 400 unidades por ano, até 2016. A Modasa é uma das maiores fabricantes andinas de ônibus, de grupos elétricos, e prestadora de serviços de reparação.

Os primeiros 15 veículos fabricados com os motores FPT já foram entregues às operadoras de transporte da região para circular na capital, Lima, que tem como desafio renovar toda a frota até 2014. O modelo escolhido para o fornecimento à Modasa foi o motor FPT NEF 6 CNG, com seis cilindros em linha, quatro válvulas por cilindro e 5.9 l, que alcança potência máxima de 147 kW a 2.700 rpm e torque máximo de 650 Nm



a 1.250 rpm. Os motores são fabricados na Itália, porque ainda não há escala suficiente no Brasil para nacionalizar a produção, e seguem de lá diretamente para compor os chassis da Modasa no Peru.

Além de fornecer os ônibus equipados com motores FPT NEF 6 CNG ao mercado peruano, a Modasa poderá também exportá-los para a Chile, Colômbia, Equador e Costa Rica. A parceria também garantiu aos clientes finais da Modasa um pacote completo de

pós-venda, que inclui o fornecimento de peças e serviços de assistência técnica do motor FPT NEF 6 CNG a esses países.

Os propulsores a gás apresentam vantagens como baixo custo operacional, menores índices de ruído (cerca de 3dB a 5dB a menos) e menos vibrações em comparação aos equivalentes a diesel. O resultado é obtido devido à adoção da tecnologia de

Itinerário Eletrônico

Com tecnologia LightDot



Alta visibilidade dia e noite
Para urbanos, rodoviários e micros
Controle automático de intensidade
Roteiro visualizado internamente no display do controlador



FRT Tecnologia Eletrônica Ltda.
www.frt.com.br - TEL: +55 (81) 3081-1850
vendas@frt.com.br

ignição por centelha, já que funcionam no ciclo Otto, e também pela injeção indireta, combustão estequiométrica dos gases e uma taxa de compressão menor.

Além disso, a FPT, que já é uma das maiores fabricantes de motores a gás natural na Europa, incentiva a utilização do gás como combustível alternativo para colaborar para a redução de emissões de poluentes nas áreas urbanas.

ESTRATÉGIA – Esse foi o primeiro grande contrato da empresa para fornecimento de motores a gás na América Latina e reflete a estratégia da FPT de expandir seus negócios na região. “Este novo contrato representa um grande passo para a unidade de negócios da FPT na América Latina, reafirmando o objetivo de comercializar nossos produtos de maneira ampla em diversos mercados latino-americanos e também para clientes fora do grupo Fiat Industrial. Comprova ainda nossa liderança tecnológica e reforça nosso compromisso em oferecer motores de qualidade que colaboram com o meio ambiente”, afirma Olivier Michard, diretor de vendas e marketing da FPT Industrial Latin America. As vendas a clientes fora do grupo incluem o fornecimento, este ano, dos motores que vão



Olivier Michard: contrato reafirma meta de vender para fora do grupo Fiat Industrial

equipar o caminhão extrapesado da Ford.

A FPT fabrica uma ampla gama de motores GNV para veículos comerciais. Desde 1997, mais de 13 mil motores GNV com a marca FPT foram vendidos em todo o mundo. No ano passado foram comercializadas 3.100 unidades de enginhos GNV, sendo

que deste total 67% foram do modelo F1C (leves), 25% foram Cursor 8 (veículos pesados), e 8% de NEF 6 para aplicação em veículos médios. Os principais clientes da FPT no segmento de ônibus são as empresas europeias Iveco Irisbus, Solaris, SOR, Karsan e Kravtex, e a chinesa BPTC.

De acordo com Michard, a empresa já está tratando da homologação de motores a gás com tecnologia Euro 5, que poderá estar concluída até o final deste ano. Atualmente o grupo, através de outra de suas empresas, a Iveco, tem quatro projetos de veículos a gás em andamento, em segmentos diferentes: um ônibus 4x2 Eurohider em Belo Horizonte, em parceria com o governo do Estado de Minas Gerais; um Tector 170E20G em Porto Alegre, em parceria com a Companhia de Gás do Estado do Rio Grande do Sul (Sulgás) e com o Departamento Municipal de Limpeza Urbana (DMLU); um Tector 170E20G AT em São Paulo, em parceria com a Companhia de Gás de São Paulo (Comgás) e com a Veja Ambiental; e dois veículos modelo Daily, um 35S14G na versão furgão e outro na versão chassi cabine para aplicação urbana, em parcerias com a Patrus Transportes de Minas Gerais e com a Trafti Logística Inteligente. ■

Clariar

iluminando com tecnologia



FRT Tecnologia Eletrônica Ltda.
www.frt.com.br - TEL: +55 (81) 3081-1850
vendas@frt.com.br

tecnologia
POWER LED

Vida útil estimada de 10 anos

Resistente a trepidação pois não possui filamentos

Não necessita descarte como lâmpadas fluorescentes

Proteção contra inversão de polaridade

Parte de baixo isolada eletricamente

Única com LED de alta potência especial para iluminação

Empresas apostam no Doppio BRT

Modelo BRT da Comil conquista espaço no mercado e começa a ser utilizado em diversas regiões tanto para transporte urbano como municipal

■ MÁRCIA PINNA RASPANTI



O ônibus BRT (Bus Rapid Transit) já é uma realidade no Brasil. E um dos destaques nesse novo segmento é o Doppio BRT, modelo lançado pela fabricante gaúcha Comil no final do ano passado. Desenvolvido para atender a sistemas de transporte rápido, o veículo traz um conceito diferenciado em conforto, economia e design. Essas características repercutem positivamente no mercado através da procura de grandes companhias brasileiras que investem no desenvolvimento e modernização do setor no País.

Entre essas empresas está a Soul (Sociedade de Ônibus União), de Alvorada (RS). Com 62 anos de atuação na Grande Porto Alegre, possui uma das maiores frotas de transporte metropolitano do Rio Grande do Sul, 285 veículos. Recentemente, adquiriu 20 unidades do Doppio BRT para operação em linhas que ligam sua cidade sede à capital gaúcha – 18 unidades montadas sobre o chassi Mercedes-Benz O-500 MA e dois com o chassi Volkswagen 26.330

OTA. Com capacidade de 62 passageiros sentados e acesso para cadeirantes, todos os novos veículos são equipados com ar-condicionado, uma grande inovação para linhas convencionais na região. “Apostamos nesse segmento (BRT) para acompanhar a tendência do mercado, que exige cada vez mais conforto para o passageiro. Além disso, investindo em ônibus de maior capacidade, contribuimos para um trânsito mais ágil ao reduzir o número de veículos nas ruas”, destaca Marcelo Ternus, gerente de operações da Soul. Segundo o executivo, a companhia, parceira da Comil há cerca de 30 anos, não descarta a possibilidade de investir em novas unidades nos próximos anos. Os ônibus já adquiridos estreiam no final de maio.

Em Porto Alegre, outras duas tradicionais empresas de transporte urbano também apostam no Doppio BRT: a Sopal (Sociedade de Ônibus Porto Alegrense) e a Nortran Transporte Coletivos, ambas com os veículos em operação desde o começo

de 2013. A Sopal comprou quatro unidades do modelo, dois com ar-condicionado e os outros dois com portas também no lado esquerdo – especial para o desembarque em plataformas. Dotados do chassi Mercedes-Benz O-500 MA, eles atuam nas linhas que ligam a zona norte ao centro da capital gaúcha. Conforme João Paulo Marzotto, diretor da Sopal, motivos para investir no modelo não faltam. “Além de atrair o público pelo seu visual, o Doppio BRT traz em sua estrutura o emprego de materiais mais leves e resistentes, o que colabora para redução no consumo de combustível. O preço altamente competitivo é outro ponto a ser ressaltado, fator importante no momento da decisão de compra”, observa Marzotto.

Para Cláudio Porto, diretor da Nortran e presidente do consórcio de ônibus Conorte, o Doppio BRT traz um conceito que reúne conforto e agilidade para solucionar o aumento na demanda de passageiros nos grandes centros urbanos. “Detalhes como a largura das portas, que facilita o embarque e desembarque, e o amplo espaço interno colaboram para a ideia do transporte rápido nos corredores e avenidas. Isso faz com que o modelo nos dê boas respostas, principalmente em um setor que está cada vez mais exigente”, avalia Cláudio Porto a partir da experiência obtida com as duas unidades do Doppio BRT que a Nortran adquiriu no final de 2012 para operação nas linhas entre o extremo norte de Porto Alegre e o centro. Os veículos possuem configurações que incluem acesso a cadeirantes e portas em ambos os lados.

Já no Sudeste, o Grupo Belarmino – segundo maior grupo de transporte coletivo do Estado de São Paulo e quarto do Brasil

EMPRESA INAUGURA CENTRO DE SERVIÇOS EM PORTO ALEGRE

Inaugurada no dia 21 de março, a Bus TOP é um modelo único de negócio que reúne, em um grande centro de serviços, todos os recursos necessários para a manutenção especializada em ônibus.

Fruto da expertise da fabricante de ônibus Comil e da Soul – empresa de transporte de passageiros da região metropolitana de Porto Alegre –, a Bus TOP nasce para atender as demandas do mercado de ônibus da região Sul. O atendimento exclusivo Comil Assist, com profissionais treinados e qualificados oferece soluções completas em um só lugar, com a venda exclusiva de

peças originais Comil no Rio Grande do Sul.

O Centro de Serviços Bus TOP ocupa uma área de 2.200m² em localização privilegiada e de fácil acesso na capital gaúcha, com sede instalada no bairro Humaitá, em Porto Alegre. A assistência especializada abrange desde pequenos reparos, manutenção preventiva, reformas, chapeação, além da segurança e garantia no pós-venda. Uma cabine de pintura foi projetada para proporcionar qualidade superior nos reparos de pintura.

A Soul ingressou nesta parceria como uma oportunidade para oferecer um serviço diferenciado. “Em virtude da boa relação de

longa data entre as duas empresas, surge a oportunidade de trabalho em um novo setor de mercado”, revela a conselheira da Soul e diretora executiva da Bus TOP, Clarisse Ohlweiler.

Para a Comil, o novo Centro de Serviços representa uma ampliação e profissionalização do seu pós-venda. “A partir dessa nova estrutura entregaremos aos clientes maior disponibilidade de peças e serviços com qualidade garantida. Investimos hoje para garantir a satisfação de nossos clientes antes e depois da compra”, diz o gerente de Marketing e Pós-Vendas da Comil, Rodrigo Montini.

– também aposta no Doppio BRT. Em março, comprou 34 unidades para a sua empresa Ouro Verde, que atua em linhas regulares de Campinas, Sumaré e Americana. A comercialização desses veículos,

todos com configuração sobre chassis Mercedes-Benz O-500 MA, representa a confiabilidade no produto, uma vez que a companhia já havia adquirido outras unidades do modelo no final do ano passado.

Antiga parceira da Comil, a corporação colabora para exposição dos ônibus BRT da fabricante gaúcha em um dos mais importantes mercados do transporte na América Latina. ■

SISTEMA DIGITAL DE MONITORAMENTO VEICULAR.

BUS-WATCH®

REI

Soluções em Tecnologia Embarcada

BUS-WATCH® é um Sistema Digital de Monitoramento Veicular. Registra vídeos, localização e eventos que ocorreram com o veículo possibilitando sua análise. Segurança é a principal preocupação do momento e BUS-WATCH® é um sistema que proporciona um ambiente seguro para passageiros, condutores e empresas.

BUS-WATCH

É uma solução de segurança completa, permite diversas configurações e se ajusta as necessidades de sua empresa. Agende já uma visita de nosso técnico especializado para uma demonstração.



VMS-SOFTWARE

Possibilita a análise dos eventos registrados de forma simples, rápida e objetiva.

Comil reforça sua atuação na região Nordeste



Com a venda de 40 novos ônibus para três tradicionais empresas pernambucanas, a Comil reforça sua atuação na região nordeste. Astrotur, Asa Branca e Globo adquiriram unidades do modelo Versatile e Piá para transporte de trabalhadores e para circulação em linhas regulares. Pernambuco é um estado estratégico para a encarregadora por registrar um crescimento de 52% nos últimos três anos.

A Astrotur Viagens e Turismo, cliente da Comil desde 1999, adquiriu cinco Versatiles, que serão utilizados no transporte intermunicipal na região de Garanhuns, conforme explica o diretor da empresa, Danilo Henrique da Silva Araújo. “Conquistamos no ano passado a concessão dessas linhas regulares, uma novidade para nós que trabalhávamos, até então, somente com fretamento e turismo desde 1991. Decidimos pela aquisição do produto Comil para estrear neste novo serviço com veículos modernos e de excelência”, destaca

Danilo Henrique. A empresa encomendou mais cinco micro-ônibus modelo Piá, já em fabricação. Atualmente, 80% da frota da Astrotur é composta por ônibus Comil.

Já a companhia Asa Branca Turismo e Locadora adquiriu dez unidades Versatile com ar-condicionado. A configuração atende as exigências de grandes clientes para o transporte terceirizado de trabalhadores, como a Fiat – que atualmente está construindo a sua nova fábrica na cidade de Goiana –, Petrobrás, Petroquímica Supape, entre outras. De acordo com a diretora da Asa Branca, Mayara Rodrigues, o bom momento econômico de Pernambuco exige investimentos em produtos de qualidade. “Estamos acompanhando esse crescimento e queremos estar mais preparados para oferecer um transporte com veículos sofisticados, capazes de oferecer o máximo de conforto e segurança para os nossos passageiros”, destaca a executiva. A companhia é cliente Comil desde 1998.

A maior aquisição ficou por conta da Transportadora Globo, cliente Comil há mais de dez anos. As 20 unidades do Versatile compradas pela empresa, ar-condicionado, entre outros itens. Com estes veículos, a companhia também irá realizar o fretamento de funcionários de grandes empresas. “Além de modernizar, estamos ampliando a nossa frota para atendermos a alta na demanda”, ressalta o gerente de fretamento da Globo, Wagner Marinho Milfont Jr. A escolha pelo produto nessa nova compra foi decidida para manter a padronização do quadro de veículos, composta de 150 unidades, todas Comil. “Estamos satisfeitos não só com a qualidade do ônibus, mas também com a excelência do pós-vendas que a marca oferece na região. Essa atenção especial que recebemos como cliente solidifica ainda mais a nossa parceria”, destaca Wagner Marinho.

O fechamento das vendas para estas três empresas pernambucanas resulta da atenção especial que a Comil dedica ao Nordeste brasileiro. Investimentos como o Shopping do Ônibus, estabelecimento comercial inaugurado em Recife no ano passado, reforçam a presença da marca gaúcha no estado, abrindo espaço para a conquista de novos negócios. Desse modo, o share local em emplacamento de ônibus zero km foi superior a 28% no final de 2012, segundo a Comil. “Em vistas do momento positivo na economia de Pernambuco, queremos estar mais perto dos nossos clientes, ampliando vendas e reforçando o nosso relacionamento com o mercado através do pós-vendas”, comenta Paulo Cordeiro, representante comercial da Comil na região, que projeta a comercialização de mais 100 ônibus em Pernambuco até o final deste ano. ■





Gran Via recebeu uma nova frente, novo jogo de faróis e a traseira foi remodelada

Mascarello reestiliza dois modelos

Para atender a novas necessidades do mercado, a montadora paranaense modernizou o design do Gran Via motor traseiro e do Gran Micro Urbano, aprimorando o espaço interno e o conforto para os usuários

■ AMARILIS BERTACHINI

A Mascarello atualizou dois modelos de sua linha de produção, o Gran Via motor traseiro e o Gran Micro Urbano, em relação ao design, espaço interno e conforto do usuário, com o objetivo de atender às necessidades que foram identificadas através de pesquisas de mercado.

O Gran Via versão motor traseiro – um modelo robusto com forte apelo por seu amplo espaço interno projetado para facilitar o fluxo de passageiros, proporcionando maior conforto aos usuários –, recebeu nova frente, novo jogo de faróis e uma traseira remodelada. A facilidade de movimentação dos passageiros ajuda

a diminuir o tempo de parada e permanência nos pontos, o que reduz o tempo total de viagem e possibilita aumentar a frequência. De acordo com a empresa, este é um modelo pronto para atuar nos corredores BRS (Bus Rapid System) das cidades brasileiras, contribuindo para essa nova gestão de mobilidade urbana.

Já o Gran Micro Urbano, cujos primeiros modelos da nova geração foram comercializados para o Chile, ganhou nova frente, novo painel, um novo conjunto de lanternas, maior visibilidade e redução de peso. O modelo tem assoalho em madeira com piso em playwood (compensado naval), ausência de caixa de roda,

iluminação em Led e poltronas modelo encosto alto

De acordo com Jacel Duzanowski, diretor comercial da Mascarello, a expectativa de vendas dos dois modelos para este ano é de 600 unidades do Gran Via, cujos principais mercados são os grandes centros e corredores BRS, e de 200 carros Gran Micro Urbano, que é direcionado para os transportes escolar e rural, grandes centros, e participa das exportações da empresa. “O Micro versão urbana parte do mesmo princípio do Gran Via que visa à agilidade do serviço de transporte e conforto do usuário”, diz Duzanowski.

COMEMORAÇÃO – Este ano a Mascarello comemora dez anos de atividade e deve atingir a marca de 16 mil unidades produzidas em sua fábrica de Cascavel (PR), onde fabrica ônibus urbanos e rodoviários. A encarroçadora já conquistou diversas certificações como a do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (INMETRO), a ISO 9001 e a Normativa R66.

A empresa adotou um sistema de verticalização da produção como forma de garantir seu padrão de qualidade e passou a fabricar suas próprias poltronas, janelas, portas, porta-pacotes, estruturas, componentes de fibra, componentes de termoplásticos e toaletes.

Atualmente a produção atinge 12 unidades por dia para os mercados interno e externo, englobando mais de 18 países, e conta com 1.850 colaboradores. “Chegar



O Gran Micro Urbano teve sua frente reestilizada e ganhou novo conjunto de lanternas

aos dez anos é um momento único para todos que acreditaram e acreditam neste sonho, um sonho que só está começando”, declara Duzanowski. Ele destaca que, com uma história de muito trabalho,

a Mascarello continua seguindo em busca de novos desafios, com a missão de desenvolver e produzir soluções inovadoras para o transporte de pessoas, com compromisso com a sustentabilidade. ■

Elevadores Veiculares de Acessibilidade

PALFINGER



O primeiro elevador veicular elétrico fabricado no Brasil!



Sobre o Grupo Palfinger

- Líder mundial em sistemas de movimentação de materiais e acessibilidade
- Um dos principais líderes na fabricação e tecnologia para movimentação de cargas
- 28 plantas produtivas em 130 países, com 4.500 pontos de vendas e assistência espalhados pelo mundo

O turismo rodoviário e os novos desafios do fretamento estarão na pauta de Foz do Iguaçu.

A FRESP realiza, de 29 de agosto a 01 de setembro, em Foz do Iguaçu, o 14º Encontro de Empresas de Fretamento e Turismo.

Com uma nova formatação, o evento evoluiu e busca firmar-se como um dos mais importantes eventos de negócios do setor.

O futuro do setor e suas perspectivas, a gestão de negócios e de pessoas, como agregar valor à marca, as oportunidades e desafios de 2013 e 2014, são apenas alguns dos temas que serão abordados durante o evento.





14º Encontro das Empresas de Fretamento e Turismo

FRESP 2013

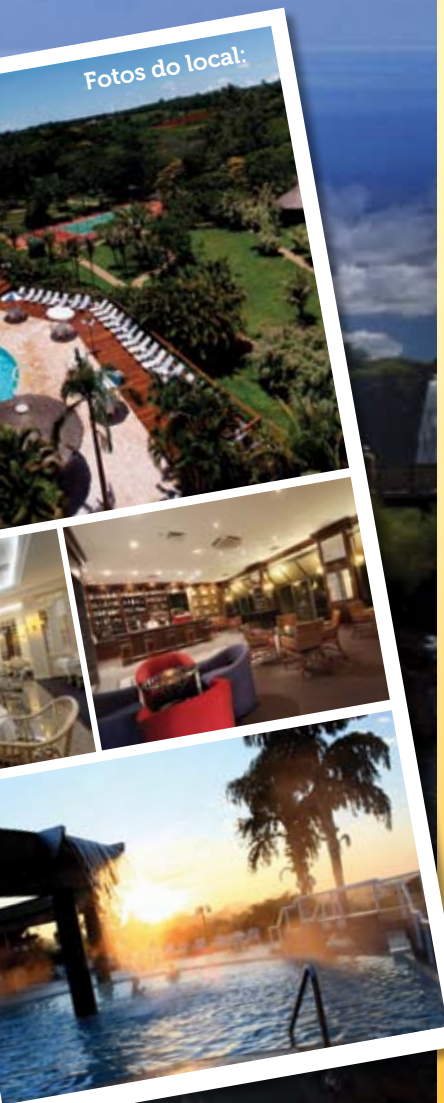
De 29|AGO a 01|SET

FOZ DO IGUAÇU | PR - HOTEL MABU

Mais informações:

Inscrições: 0800-7732060 – evento@fresp.org.br

Patrocínios: 11-5096.8104 – fresp@otmeditora.com.br



Fotos do local:

Realização:



Apoio Institucional:



Organização:



Apoio editorial:



Viação Itapemirim comemora 60 anos

Para marcar a data de fundação, a empresa voltou no tempo e colocou em operação na linha de Volta Redonda até Curitiba dois ônibus que lembram os modelos clássicos que fizeram sucesso na década de 50

■ SONIA MORAES

Dois ônibus estilizados com nova pintura que reproduz em detalhes os modelos antigos de maior sucesso na década de 1950 foram escolhidos para comemorar os 60 anos de fundação da Viação Itapemirim. Os veículos, modelo double decker com carroceria Marcopolo, já estão operando na linha de Volta Redonda até Curitiba.

Os veículos se diferenciam pelas cores e design. O modelo na cor azul e metálica, com o nome Viação estampado na lateral, relembra o primeiro ônibus a operar com o nome Viação Itapemirim em 1958, o número 15, como é conhecido. O segundo traz um layout diferente nas cores marrom, branca e amarela.

“A ideia é reviver as fases marcantes da Itapemirim, reproduzindo modelos dos veículos antigos que se transformaram em clássicos, seja pelo seu estilo, sucesso comercial, ou por ambos os motivos”, afirma Delamar da Cruz, gestor de comunicação da Viação Itapemirim.

Segundo o gestor de comunicação, o projeto prevê que sejam reproduzidos outros modelos, que mostrem os ônibus de décadas passadas e que irão rodar pelo Brasil. “Esses mesmos modelos estão sendo recriados em miniatura para colecionadores como forma de recontar a história da viação e marcar esta data tão importante para a empresa e seus clientes”, afirma Cruz.

Entre os modelos a serem reproduzidos estão os clássicos Ciferal, Tribus (o primeiro ônibus de três eixos fabricado no Brasil e de grande repercussão quando de sua lança-



Modelo relembra o primeiro ônibus a operar com o nome Viação Itapemirim em 1958



O segundo layout comemorativo remete a outra fase marcante da empresa

mento na década de 1980 por revolucionar o transporte brasileiro) e o Rodonave (serviço leito de muito sucesso entre os clientes até hoje). A linha que estes ônibus irão operar ainda está sendo definida pela empresa.

A Itapemirim é uma das maiores empre-






sas de transporte rodoviário de passageiros e um dos maiores grupos empresariais do Brasil. Fundada em 4 de julho de 1953 pelo empresário Camilo Cola, transporta em torno de 3,5 milhões de passageiros por ano em linhas de curta, média e longa distâncias. ■

O QUE É ATENDER O PASSAGEIRO PARA VOCÊ?



validador
dg smart



-  Facilidade no uso
-  Simplicidade na interface
-  Agilidade na passagem
-  Novas tecnologias
-  Design diferenciado

A Digicon pensou em tudo isso.

MAN inaugura parque de fornecedores no Rio de Janeiro

A MAN Latin America inaugurou em Resende (RJ) o seu parque de fornecedores. A estratégia da empresa é abrir espaço na fábrica para expandir a capacidade e acelerar a produção, com planos de chegar a 100 mil unidades por ano.

As atividades neste local começam com a operação da Meritor e da Suspensys. Até o início de 2014 a Maxion, Master e Rassini passarão a integrar este grupo de empresas.



“Nosso horizonte estratégico mira no longo prazo. Temos grandes planos para o Brasil e para os demais mercados em que a empresa atua. Até 2016, a MAN Latin America fará o maior investimento de

sua história para ampliar suas operações e o parque de fornecedores será uma das sustentações de nosso negócio para garantir a produtividade necessária”, afirma

Roberto Cortes, presidente da MAN Latin America.

Com a transferência da Meritor e da Suspensys para o novo local, a MAN conseguiu liberar cinco mil metros quadrados de área na unidade de Resende e

reduzir em 100% o estoque de eixos e molas na fábrica. A empresa também diminuiu o prazo para sequenciamento. O processo que antes deveria ocorrer com cinco dias de antecedência com a Meritor, agora passa para o limite de três horas, dando mais flexibilidade à produção de caminhões e ônibus.

A MAN informa que o seu parque de fornecedores é o único em que há total integração à montagem da empresa principal. Por isso, estão inseridos no regime especial do Consórcio Modular, simplificando o fluxo entre as empresas.

MWM International comemora 60 anos de Brasil



A MWM International, fabricante independente de motores diesel, comemorou em abril 60 anos de atividades no Brasil e contabiliza nestas seis décadas a produção de 4 milhões de motores. “É uma data marcante e muito relevante”, disse José Eduardo Luzzi, presidente

da companhia.

Nesta longa trajetória a empresa ampliou o seu portfólio de produtos e agregou modernas tecnologias aos propulsores. Hoje a empresa tem em sua linha motores de 2,5 a 13 litros e de 50 a 428 cavalos de potência que

atendem o setor automotivo, agrícola, de geração de energia, industrial e marítimo.

Diante da expectativa de crescimento da demanda em todos os setores que atua a MWM International projeta fabricar neste ano 140 mil motores, o que representará um crescimento de 25% sobre o fraco ano de 2012, quando foram fabricados 112 mil motores. Este volume também deverá superar os números da matriz nos Estados Unidos que planeja fabricar neste ano 100 mil propulsores.

A empresa começou o ano com resultados recorde e registrou em janeiro a venda de 10.697 motores, garantindo o melhor resultado da história com volume acima de 2010, que tinha sido o melhor janeiro quando faturou

10.644 unidades. “Vamos chegar ao mesmo patamar de 2010, quando foram produzidos 144 mil motores, porque 2011 e 2012 foram atípicos, com resultados extraordinariamente bom e extraordinariamente ruim”, disse Luzzi.

Em 2012 a MWM International investiu US\$ 76 milhões na fábrica de Santo Amaro (SP), de um investimento total de US\$ 345 milhões programado de 2010 a 2015. O montante foi para expandir a linha de produção dos motores MaxxForce 4.8H e 7.2H e ampliar as atuais instalações com modernas linhas de usinagem de blocos, cabeçotes e implantar alta tecnologia na linha de montagem para atender a demanda para os motores Euro 5.

panorama

BorgWarner transfere produção para nova fábrica



A BorgWarner inaugurou em Itatiba (SP) a sua nova fábrica de turbos e embreagens viscosas e transferiu toda a produção da antiga fábrica de Campinas (SP), que tinha limitações de expansão por estar localizada em área residencial.

Os investimentos totalizaram R\$ 70 milhões.

Neste novo complexo industrial de 20 mil metros quadrados de área construída, o dobro do antigo prédio, a empresa inaugurou também um centro de pesquisa e

desenvolvimento, com quatro salas de testes para motores, área de montagem de protótipos e outros equipamentos de criação. "Com este centro de pesquisa vamos ganhar agilidade no desenvolvimento dos produtos, pois conseguiremos acelerar os testes de validação por vários meses", disse Arnaldo Iezzi Jr., diretor geral da BorgWarner do Brasil. Antes os testes eram feitos na Alemanha e nos Estados Unidos.

A decisão de ampliar o complexo industrial no Brasil foi para aumentar a produção e atender à demanda do mercado brasileiro e da América do

Sul. "De um único cliente (a Daimler) que a empresa tinha em 1975 quando iniciou as atividades em Campinas (SP), a empresa cresceu muito nos últimos dez anos e hoje tem 55% do mercado brasileiro", disse Pete B. Kohler, vice-presidente da BorgWarner Inc. e gerente geral da divisão Thermal.

No ano passado a BorgWarner produziu 350 mil turbos na fábrica de Campinas. Em 2013, a previsão é de aumentar o volume entre 10% a 15%. Com as novas instalações, a empresa ampliou a capacidade para 500 mil unidades de turbos e 500 mil unidades de embreagens viscosas.

Contador Eletrônico de Passageiros

Rastreamento de Veículos (GPS/GPRS)

Check-In de Passageiros

Fiscalização de Passageiros e Operação dos Veículos

www.digicounter.com.br
55 51 3338 3988
vendas@digicounter.com.br

REHEM CLIMATIZAÇÃO DO BRASIL

TR-145s

Ar-Condicionado para ônibus Rodoviário • Urbano • Micro • Van

FABRICANTE • INSTALADORA • DISTRIBUIDORA
SUPORTE AO CLIENTE • PÓS-VENDA

ACEITAMOS CARTÕES BNDES

Amigável ao meio ambiente

100% Brasil Indústria

Rehem Climatização do Brasil

R. Cato João Fagundes Machado, 35
Pq. Novo Mundo - Cep: 02144-050 - São Paulo, SP - Brasil

www.rehem.com.br Tel: +55 11 2951-3139

f /RehemClimatizacaoDoBrasil
@RehemClima
in /RehemClimatizacao

Já estão abertas as inscrições para o 45º Concurso de Comunicação Visual e Pintura de Frotas



acesse www.otmeditora.com.br, consulte o regulamento e faça já sua inscrição.



BIENAL ANTP DE MARKETING 2012
COMEÇOU A ERA DAS REDES SOCIAIS

Apresentado o
regulamento
da Bienal ANTP
de Marketing 2014

Conheça no portal
da ANTP todas
as experiências
premiadas em 2012

No 19º Congresso
da ANTP, em Brasília,
será lançado o Caderno
Técnico de Marketing

Na era das relações 'online', a pressa e a busca de respostas imediatas são repercutidas nas redes sociais com impactos significativos no setor

Nesta entrevista, a presidente da Comissão de Marketing e coordenadora técnica da Associação Nacional de Transportes Públicos (ANTP), a arquiteta e urbanista Va-

leska Peres Pinto avalia a evolução do marketing no setor de mobilidade urbana no Brasil, considerando as experiências apresentadas na Bial ANTP de Marketing 2012.

Technibus – Em 2012, cumpriu-se o primeiro ciclo da Bial ANTP de Marketing nesta década. Como está o setor e como está o marketing do setor?

Valeska Peres Pinto – O setor em si ainda não superou os seus problemas. Ainda enfrentamos uma crise de mobilidade, de perda de produtividade, porém, temos que reconhecer que houve alguns avanços e que vivemos um momento que, politicamente, nos é mais favorável. Podemos dizer que ainda convivemos com problemas antigos, mas há certa predisposição e alguns novos instrumentos para superá-los. Quanto ao marketing, evoluiu no uso de seus instrumentos; já há exemplos que demonstram maior maturidade, porém, a disseminação da busca das soluções de marketing ainda é relativamente pequena.

Technibus – Avançou-se, mas não tanto?

Valeska Peres Pinto – Exatamente. É necessário reconhecer que vivemos uma situação nova na sociedade, no mercado, nas relações entre consumidores e empresas, e nas relações entre os consumidores e os prestadores de serviços – um elemento que decidimos colocar em relevo neste recente ciclo



da Bial ANTP de Marketing. Trata-se dessa ansiedade, dessa rapidez, dessa 'adrenalina' das relações 'on line'. Vivemos a pressa, a necessidade de respostas imediatas. Não há tempo nem para respirar. E essa situação afeta os jovens, repercute nas redes sociais, e começa a ter impacto no setor. O setor

está tendo que aprender a conviver com um ambiente que demanda respostas urgentes, como as redes sociais, e ainda é novo o uso dessas ferramentas, dessa maneira de dialogar. Mas precisamos colocar a questão da seguinte forma: como fazer dessa situação um instrumento para resolver problemas antigos?

Technibus – Trata-se de uma questão de maturidade?

Valeska Peres Pinto – Maturidade do marketing não quer dizer maturidade do setor. Porque se percebe que os casos bem-sucedidos ainda estão concentrados num grupo relativamente pequeno de empresas. São organizações que compreenderam que o primeiro agente do marketing é o principal dirigente da empresa. Ele é o primeiro ator do marketing e tem uma visão estratégica do seu papel. Conquistar o principal dirigente é o primeiro passo; depois, serão feitas as outras coisas: pesquisas, comunicações etc. Também temos de reconhecer que as organizações estão sendo chamadas a agir num ambiente mais complexo. Antes, aceitava-se que houvesse um chefe e todos esperavam que um dirigente tivesse a visão, olhasse as coisas e dissesse: "Façam!", e a cadeia de comando obedecia. Hoje não é mais assim. Hoje há mais autono-

mia. E o nosso cliente não é diferente dos clientes das lojas de móveis e de eletrodoméstico, daqueles que adquirem computadores, dos que consomem serviços de telecomunicações, ou que se matriculam em escolas, ou ainda dos que contratam planos de saúde. Ele é o mesmo cliente! Então, não podemos dizer: "consumidor, seja exigente, quando compra uma geladeira ou outro produto qualquer, mas seja leniente quando você entra em um ônibus, seja tolerante quando você entra no transporte público". Isso não dá mais!

Technibus – A senhora se refere à juventude?

Valeska Peres Pinto – Em grande medida, sim. A nova geração tem menos paciência e não fica esperando um comando. Ela consegue criar grupos de pressão. Ela se comunica, se organiza, não de forma permanente – não se trata de um sindicato, de uma associação, de um partido – mas se mobiliza por algumas horas, por alguns minutos, através de seus celulares, através da Internet, montando um grupo com uma causa. E isso às vezes deve ser motivo de preocupação das organizações. Pois estes grupos fazem de imediato as suas avaliações, que às vezes podem ser injustas, podem ter grandes consequências. As organizações, os serviços de todos os segmentos econômicos, estão sob o crivo não apenas de um grupo mais exigente, mas de um grupo um pouco mais informado e muito mais proativo.

Technibus – Como a senhora situa o transporte público em meio à crise de mobilidade?

Valeska Peres Pinto – Se a crise de

mobilidade prossegue, é sinal de que o transporte público ainda não tem a prioridade devida dentro das políticas públicas, dentro dos modelos de gestão, de forma que ele continua perdendo produtividade. O tempo gasto no transporte público devido aos congestionamentos continua sendo um fator que prejudica as pessoas e isso afeta a avaliação do serviço público, afeta a relação dos consumidores com os serviços. Ao mesmo tempo, ainda não conseguimos transformar todos os impactos negativos da mobilidade – congestionamentos, poluição, o grande número de vítimas no trânsito, entre outros – em alavancas para mudar a situação. Tais impactos negativos são decorrências de uma matriz de mobilidade na qual o transporte público não é valorizado, não é priorizado. Há esforços de operadores, dos seus sindicatos, de suas organizações, no sentido de melhor explorar isso. Sabemos por pesquisas que vários segmentos da sociedade estariam dispostos a trocar o uso veículo individual pelo transporte público, mas tal disposição tem sempre como condição uma exigência de qualidade à qual o setor não consegue responder.

Technibus – Presenciamos recentemente um fenômeno relativamente novo: o crescimento do uso das bicicletas. Qual a sua avaliação deste movimento?

Valeska Peres Pinto – De fato, cresce muito o segmento de bicicletas, do transporte não motorizado. Estamos vivendo o boom da bicicleta, que explora justamente os pontos fracos do transporte público coletivo. Primeiro, ele é rápido, dá autonomia a quem a usa, faz bem para a saúde e não polui. Veja que são atributos que também

deveriam ser garantidos pelo transporte público. Mas é claro que os ciclistas também sofrem com a insegurança, com a violência das relações no trânsito. Eu diria que ainda vivemos uma prática esquizofrênica – existe um discurso 'bom-mocista' em favor do transporte público, mas permanece, em geral, em todo o País, uma matriz de mobilidade que favorece o automóvel.

Technibus – De todo modo, não vale observar que o nível de investimento em transporte público no setor cresceu?

Valeska Peres Pinto – De fato, nos últimos anos, o PAC da Mobilidade e os investimentos em razão da Copa de 2014 suscitaram no setor a grande esperança de que os investimentos em sistemas estruturais – baseados em metrô, ou em Bus Rapid Transit – BRT (Transporte Rápido por Ônibus, com corredores exclusivos), ou mesmo em outros modos de transporte público – viessem mudar a matriz de mobilidade, o que ainda não aconteceu. Mas eu creio que esses investimentos sejam um bom legado da Copa de 2014 e dos grandes eventos programados para o Brasil nesta década. Ainda que as obras não estejam prontas, ainda que os sistemas não estejam em operação, os grandes eventos tiveram o condão de colocar o investimento do setor público nos orçamentos do governo federal e de agências fomento.

Technibus – E qual o papel do marketing nesse quadro?

Valeska Peres Pinto – Entendo que todas as ações de marketing devam dar especial atenção para os projetos, ações e programas que estão em andamento ou previstos como elementos

que aí estão para quebrar a inércia. A meu ver, toda essa situação continua sendo uma formidável oportunidade para o setor. Passados os eventos, teremos ainda um grande período de obras de implantação de sistemas, e o marketing tem que estar junto nesse processo. O marketing tem que colar nessas expectativas, explorá-las, e preparar as cidades para acolher esses sistemas.

Technibus – Outro novo fator a compor esse cenário entre as edições da Bienal de Marketing 2010 e de 2012 foi a entrada em vigor da Lei de Mobilidade Urbana. Como a senhora avalia isso?

Valeska Peres Pinto – A Lei de Mobilidade Urbana é outra oportunidade. Eu diria que é atualmente a grande oportunidade. Por quê? Ela vale para o País inteiro, conecta trânsito e transporte, e se apresenta como uma grande possibilidade de a sociedade repactuar a mobilidade urbana. As pessoas que vivem numa determinada cidade vão poder dizer como querem se locomover nessa cidade para realizar suas atividades com segurança. Vão poder escolher como compartilhar o espaço público, que é finito. Com a nova lei, temos um instrumento de ordenação de fatores dispersos. A lei traz uma responsabilização clara de quem faz o que; explicita direitos e deveres de usuários, de operadores e do setor público. Por outro lado, a crise econômica mundial, e a maneira como o Brasil está mantendo essa economia aquecida – pelo viés do consumo interno – gera também outro aspecto, que funciona como uma trava para o setor do transporte público. Eu me refiro ao fato de haver entre os produtos de consumo

que têm sido estimulados por isenções fiscais significativas e facilidade de crédito dois itens que estão na corrente do que eu estava falando antes: os automóveis e as motos. O quadro se apresenta da seguinte forma: há investimentos em transporte público, há uma nova legislação para o setor, o tema da mobilidade ganhou as campanhas eleitorais, a população está cada vez mais consciente da crise de mobilidade; porém, ao mesmo tempo em que tudo isso ocorre, encontramos uma política de proteção da economia interna diante de uma crise global baseada no estímulo ao consumo, inclusive daqueles itens que são os vilões da equação da mobilidade sustentável.

Technibus – Qual a saída?

Valeska Peres Pinto – Não adianta ter uma estratégia nossa, do setor da mobilidade, sem olhar também como os outros se manifestam. Eu creio que, ainda, o transporte público não pegou na mão algo que considero fundamental: a bandeira ambiental, a bandeira da sustentabilidade ambiental. Em 2012, tivemos no Brasil a Rio+20 – a conferência ambiental global convocada pela ONU –, um importantíssimo evento que aconteceu simultaneamente com as etapas intermediárias do 5º ciclo da Bienal ANTP de Marketing. Mas o transporte público, a mobilidade, foram temas quase que laterais nessa conferência mundial. A própria cidade foi um tema lateral. Encontramos enormes dificuldades para colocar o tema da mobilidade no documento final do encontro. Se nós quisermos construir cidades sustentáveis, temos que ter em mente que parte da equação da sustentabilidade, da cidade

sustentável, repousa sobre uma política de mobilidade sustentável.

Technibus – A senhora também tem defendido que o tema ambiental no transporte urbano tenha como base a diversificação da matriz energética?

Valeska Peres Pinto – Exatamente. A bandeira ambiental a que me referi não pode ser apenas a eletrificação. Quando eu digo que nós ainda não pegamos a questão ambiental na mão, é porque nós ainda estamos correndo para soluções fáceis, do tipo “vamos eletrificar tudo”, sem perceber que a eletricidade também é um bem finito e que temos um parque elétrico cuja utilização é objeto de disputa.

Technibus – A senhora poderia fazer uma colocação final sobre a próxima Bienal ANTP de Marketing?

Valeska Peres Pinto – Eu gostaria de ressaltar um aspecto que considero significativo: a Bienal ANTP de Marketing não tem como foco exclusivamente a prestação do serviço, abrindo-se também para realçar produtos industriais do setor. Neste ciclo, a categoria de Marketing de Produto destacou muito a questão de veículos com as novas alternativas de energia. Este é só um exemplo. Acredito que, tanto para destacar produtos como para colocar em relevo ações de responsabilidade social, a indústria encontrará um bom caminho na Bienal. Cada vez mais a Bienal se consolida como uma plataforma para que as indústrias apresentem suas contribuições para o sistema da mobilidade. E fazemos isso, confiantes de que o sistema de mobilidade sempre vai depender muito do avanço tecnológico e da melhoria dos produtos disponíveis.

É assim que a sua empresa enxerga quem utiliza os cartões de benefícios tarifários?

Então chegou a hora
de usar o Sigom Vision.



A utilização indevida dos benefícios tarifários ocorre em aproximadamente 25% das transações pagas por meio de cartões de gratuidade.

Para acabar com esse problema, operadores de transporte da Bahia, Ceará, Espírito Santo, Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Pernambuco e Rio de Janeiro já trabalham com o Sigom Vision. E você, o que está esperando para aumentar o seu faturamento utilizando tecnologia de ponta?

SIGOM VISION. A TECNOLOGIA DE RECONHECIMENTO FACIAL CONFIÁVEL
QUE FALTAVA PARA AS EMPRESAS DE TRANSPORTE PÚBLICO.

WWW.EMPRESA1.COM.BR
TEL.: 55 31 3516 5200

 **Empresa1**
Solução Integrada em Transporte

No Rio de Janeiro, seminário anunciou e premiou os 18 vencedores da Bienal ANTP de Marketing 2012



No dia 4 de outubro de 2012, foi realizado no Rio Centro, no Rio de Janeiro, o Seminário de Premiação da Bienal ANTP de Marketing 2012, com anúncio dos vencedores. O evento integrou a programação do 15º Etransport, congresso promovido pela Fettransport – Federação das Empresas de Transportes de Passageiros do Estado do Rio de Janeiro e da FettransRio, feira bienal de ônibus com expositores de todo o País. A solenidade de abertura do encontro teve a participação do presidente executivo da Fettransport, Lélis Marcos Teixeira, e do diretor da OTM Editora, Marcelo Fontana.

A Bienal ANTP de Marketing não an-

tecepa os resultados, reservando para o Seminário de Premiação o anúncio dos vencedores. Concorreram 68 experiências de marketing em seis categorias, desenvolvidas por organizações do setor de transporte público e trânsito. Foram premiadas 18 experiências e outras seis experiências obtiveram Menção Honrosa. Todos esses trabalhos estão disponíveis para livre consulta no Portal da ANTP (www.antp.org.br/website/), na seção Biblioteca.

A Banca de Juízes reuniu os especialistas César Cavalcanti, coordenador regional da ANTP no Nordeste; Cláudio de Senna Frederico, membro do Conselho

Diretor da ANTP; Eduardo Facchini, professor de pós-graduação da Universidade 9 de Julho, de São Paulo; Lula Vieira, diretor de marketing da editora Ediouro, do Rio de Janeiro; e Rodrigo Magalhães, diretor de marketing da agência DeBritto Publicidade, de Belo Horizonte.

OS PREMIADOS POR CATEGORIA – Os trabalhos premiados concorreram em seis categorias. Seguem os títulos das experiências vitoriosas e nas páginas seguintes os seus respectivos resumos.

Endomarketing – Campanha de Endomarketing da Metra “É no sorriso dos

nostros clientes” (Metra), Liga da Economia (Companhia Brasileira de Trens Urbanos – CBTU/BH), Revista Metrópolis, (Companhia do Metropolitano de São Paulo – Metrô).

Fortalecimento Institucional – Centro de Serviços Ambientais da Fetranspor (Federação das Empresas de Transportes de Passageiros do Estado do Rio de Janeiro – Fetranspor), Novo site Metrô – Só não mudou o endereço (Companhia do Metropolitano de São Paulo – Metrô). Rio ard Rock in Rio 2011: Um show de transporte por um mundo melhor (RioCard).

Produto – Agora é com a digital - Todos passam pela catraca (Sindicato das Empresas de Transporte de Passageiros do Município de Aracaju – Setransp), Bilhete Único Intermunicipal e Bilhete Único Carioca: Um novo paradigma da Mobilidade Pública (RioCard); BOM na Metra – Sistema Metropolitano de Transportes (Promobom/Autopass).

Promoção – Cartão de fidelidade, sor-



teio nas redes sociais e parcerias comerciais (Auto Viação Catarinense), Movimento Faixa Viva (Companhia de Engenharia de Tráfego de Santos – CET/Santos), Plano de Mobilidade Urbana de

Cachoeiro de Itapemirim-ES – “Conduzindo Boas Mudanças no Nosso Transporte” (Viação Flecha Branca).

Relacionamento – Il Prêmio Cidade de Teresina de Educação no Trânsito (Superintendência Municipal de Transporte e Trânsito de Teresina – Strans/Teresina), O Impacto das Redes Sociais Virtuais na Operação do Metrô de São Paulo (Companhia do Metropolitano de São Paulo – Metrô), Street Dance Terminal (ACTU).

Responsabilidade Socioambiental – Ônibus movidos a etanol (MobiBrasil), Programa Ecofrota (São Paulo Transporte S/A – SPTrans), Cartão Fetranspor Social (Federação das Empresas de Transportes de Passageiros do Estado do Rio de Janeiro – Fetranspor).

MENÇÕES HONROSAS – Por decisão da Banca de Juízes, dentro do que prevê o Regulamento, foram concedidas Menções Honrosas em quatro categorias. Seguem os títulos das experiências que receberam Menção Honrosa.

Endomarketing – Indo & Vindo – A Re-

Troféu da Bienal de 2012 homenageia o artesanato paraense, com o Ovo Marajoara

Os vencedores da Bienal ANTP de Marketing 2012 receberam como troféu um exemplar de Ovo Marajoara, do artesanato paraense. A escolha do ovo como símbolo da Bienal ANTP de Marketing se deu no início da mobilização para o segundo ciclo, concluído em 2004. A Comissão Técnica de Marketing da ANTP promoveu um seminário em 2003, em Recife, ocasião em que a definição de um símbolo permanente para a Bienal foi levantada e discutida. Partiu-se do conceito do ovo como “uma grande ideia e uma grande embalagem”.

O mesmo conceito seria aplicado aos troféus a serem entregues aos vencedores. E ficou definido que a cada ciclo a Comissão de Marketing convidaria um artista

plástico para desenvolver o ovo-troféu. O primeiro ovo-troféu, entregue na Bienal de 2006, foi criado pelo artista plástico pernambucano Francisco Brennand. Dois anos mais tarde, na Bienal de 2008, o ovo-troféu executado em de papel machê, foi de autoria de Argélio Novaes, artista plástico alagoano. Para a Bienal de 2010 o troféu foi criado utilizando o ovo de avestruz e técnicas mistas pelo artista plástico Nazareno Stanislaw Affonso.

SUGESTÕES PARA O NOVO TROFÉU – Em meio à preparação da Bienal ANTP de Marketing 2014, a Comissão Técnica de Marketing está recolhendo sugestões para definir o próximo troféu.



vista do Rodoviário (Federação das Empresas de Transportes de Passageiros do Estado do Rio de Janeiro – Fetranspor), Torneio Setransp de Futebol (Sindicato das Empresas de Transporte de Passageiros do Município de Aracaju – Setransp).

Fortalecimento Institucional – Nova identidade visual, posicionamento e campanha institucional (Auto Viação Catarinense).

Produto – Queima de Parada? Ninguém Merece! (Empresa Metropolitana),

Transporte Coletivo a Prova de Engarrafamento (Dataprom)

Relacionamento – Campanha “Vovô no trânsito mostra sua maturidade” (Companhia de Engenharia de Tráfego de Santos – CET/Santos).



No 19º Congresso da ANTP, Comissão lançará e debaterá conteúdo do Caderno Técnico de Marketing

Durante a realização do 19º Congresso Brasileiro de Transporte e Trânsito, que a Associação Nacional de Transportes Público (ANTP) promoverá de 8 a 10 de outubro de 2013, no Centro de Convenções Ulysses Guimarães, em Brasília, paralelamente à VIII INTRANS – Exposição Internacional de Transporte e Trânsito, a Comissão de Marketing da ANTP apresentará e debaterá o conteúdo

do Caderno Técnico de Marketing.

A publicação contará com o patrocínio da Fetranspor – Federação das Empresas de Transporte de Passageiros do Estado do Rio de Janeiro e da OTM Editora e ampliará a Série de Cadernos Técnicos da ANTP, iniciada em 2003, e que reúne títulos sobre os temas Bilhetagem Eletrônica, Sistemas Metroferroviários no Brasil, Panorama da Mobilidade

Urbana no Brasil, Integração nos Transportes Públicos, Acessibilidade Universal, Transporte e Meio Ambiente, Transporte Cicloviário, Sistemas Inteligentes de Transportes (ITS) e Transporte por Fretamento. Ainda no 19º Congresso da ANTP, a Comissão Técnica da Qualidade e Produtividade apresentará o Caderno Técnico Excelência na Gestão do Transporte e Trânsito.



Lélis Teixeira, presidente executivo da Fetranspor, e Marcelo Fontana, diretor da OTM Editora, garantiram apoio à edição do Caderno Técnico de Marketing

CONTEÚDO DA PUBLICAÇÃO – O projeto considera que Caderno Técnico de Marketing avaliará as experiências premiadas ao longo dos cinco ciclos da Bienal ANTP de Marketing – 2004, 2006, 2008, 2010 e 2012, oferecendo, dessa forma, um panorama do “estado da arte” deste tema.

Haverá um capítulo inicial de apresentação, a ser assinado pelo presidente da ANTP, Ailton Brasi-liense Pires. E um segundo capítulo introdutório, a cargo da presidente da Comissão de Marketing Valeska Peres Pinto, com um relato da trajetória de tratamento do assunto na ANTP e o papel da Bienal ANTP de Marketing.

Haverá outros três capítulos técnicos. Um deles tratará do tema Conceitos e Análise dos Cenários de aplicação do Marketing, que se destina a apresentação de conceitos bá-

sicos do marketing e sua aplicação no segmento de prestação de serviços, especificidades da prestação dos serviços públicos, relações entre marketing e comunicação social, as mudanças ocorridas nas mídias, relação entre mídias convencionais e internet, comunicação social e assessoria de imprensa, e está sendo organizado pelos especialistas Rodrigo Magalhães e Roberto Sganzerla.

Outro capítulo técnico tratará do tema “Como o marketing pode contribuir para o diagnóstico e solução dos problemas do setor”. A proposta é que este segmento apresente orientações de como fazer marketing, de como envolver os dirigentes e a organização, como capacitar equipes e como contratar serviços, planejamento de comunicação e marketing (etapas prévia, intermediária e posterior),

integração das mídias, e como avaliar resultados. Coordenarão este capítulo Suzy Balloussier, Silvio Ra- baça e Sergio de Carvalho.

No derradeiro capítulo do Caderno Técnico, o tema será Cenário futuro, desafios e oportunidades. O objetivo é identificar os conceitos do marketing na “era dos valores” – modo de vida urbano, a ‘colaboração X competição’ – e destacar os valores que podem ser relacionados a mobilidade urbana – sustentabilidade, respeito ao meio ambiente e responsabilidade social. Serão abordadas as oportunidades que se abrem pela implantação de Planos Municipais de Mobilidade Urbana, pela campanha da ONU de segurança viária e pela aplicação no Brasil da Convenção do Clima. Coordenarão este segmento Valeska Pinto, Mário Custodio, Lula Vieira e Cláudio de Senna Frederico.



Alta qualidade em peças para garantir sua segurança



Distribuição em todo território brasileiro

Entrega em até 24 hs na Grande S. Paulo

Central de Vendas: **(11)2636-2429**
Nextel **15* 2109**

Acesse stopbus.com.br e saiba mais

facebook.com/ONIBUSS

Rua Nova Trento, 328 - CEP 07241-040 - Pq. Ind. Cumbica - Guarulhos - SP

GELADEIRAS PARA ÔNIBUS




FUNCIONAMENTO BIVOLTS 12 E 24 VCC

BARES PARA VEÍCULOS GELADEIRAS, BEBEDOUROS, AQUECEDORES E TÉRMICAS



elber@elber.ind.br - www.elber.ind.br

Tecno Suporte

Suportes para Compressores de Ar Condicionado.

Atendemos toda a linha automotiva.



Tecnologia Segurança Rentabilidade Qualidade Garantia

Av. Mariland, 135 • B. Mariland • 95057-460 • Caxias do Sul • RS
Fone: 54 3229.5699 • www.tecnosuporte.ind.br



Encontro Nacional dos
Transportadores de Fretamento e Turismo



Brasil
Fret 2013

FRETAMENTO
UM MODELO DE SUCESSO

CONHECIMENTO | MOTIVAÇÃO | CAPACITAÇÃO



13 a 16
de junho
de 2013
PORTO DE GALINHAS | PE



UMA GRANDE EXPERIÊNCIA A SER COMPARTILHADA!

Você empresário é nosso convidado
para mais um memorável
ENCONTRO NACIONAL DA ANTTUR

VENHA COMPARTILHAR DESTA GRANDE EXPERIÊNCIA

e ainda acrescentar habilidades inovadoras
que contribuirão para o sucesso
renovado de sua Empresa!



Aproveite para
desfrutar do ambiente
de descontração e lazer
que Porto de Galinhas
oferece a seus visitantes.

Central de Reservas
Telefone: 81-3302.4446
E-mail: reservas@ponteshoteis.com.br
Informar o código de do evento:
BF SUMMER 2013



SETRANSP/ARACAJU

Gratuidades no sistema transporte de Aracaju contam com identificação biométrica por impressão digital

Em 2010, dois anos após instalar seu sistema de bilhetagem eletrônica, o Sindicato das Empresas de Transporte de Passageiros do Município de Aracaju (Setransp) iniciou a implantação do sistema Finger de identificação biométrica por impressão digital. O lançamento ocorreu juntamente com a implantação de novos cartões para gratuidade destinados a militares e a pessoas com deficiência – tanto as que conseguem como as que não conseguem passar pela catraca.

“O sistema abrange somente as pessoas que possuem algum tipo de gratuidade no serviço – seja total, caso dos idosos, trabalhadores do sistema de transporte urbano de Aracaju, carteiros, oficiais de justiça, policiais e pessoas com deficiência; ou parcial, no caso dos estudantes que pagam meia passagem”, explica o relatório do projeto.

Para a implantação do sistema foram traçados alguns objetivos, entre os quais: oferecer mais agilidade no embarque, dispensando a liberação da catraca por parte do cobrador; possibilitar ao beneficiário de gratuidade ocupar qualquer parte do ônibus e inibir fraudes dos cartões gratuitos, integrais ou parciais.

A introdução do sistema Finger no sis-

tema de bilhetagem necessitou do envolvimento de todos os setores e colaboradores do sindicato, além da cooperação de alguns parceiros. A empresa escolhida para implementar a nova tecnologia e dar o suporte técnico foi a APB Prodata, responsável pela bilhetagem eletrônica em Aracaju e que se responsabiliza pelos sensores que capturam as digitais.

CADASTRAMENTO E CAMPANHA – O processo de cadastramento dos usuários teve início em julho de 2010 na sede do sindicato, em escolas e em unidades do Centro de Referência de Assistência Social – CRAS. Em junho de 2011, todas as pessoas cadastradas passaram a utilizar o sistema.

Ao iniciar o cadastramento das digitais, o Setransp distribuiu, entre os usuários, manuais explicativos do novo procedimento. Foi produzida uma campanha composta por vídeos de 90 segundos de duração, veiculados por emissoras de televisão aberta e pelo sistema de televisão indoor da capital sergipana. Houve ainda a produção de cartazes fixados nos ônibus, escolas, hospitais e repartições públicas, e também de adesivos e panfletos.

O uso do sistema Finger foi amplamen-



te divulgado entre os usuários do transporte coletivo, usuários dos cartões Mais Aracaju. Já os novos cadastrados receberam uma cartilha explicativa como o passo a passo. A aceitação e utilização do sistema foi positiva, principalmente entre os estudantes, o que permite a conclusão de que a campanha foi bem compreendida pela população que, atualmente, utiliza o sistema sem a necessidade de novas campanhas informativas.

Atualmente, 100% dos estudantes que utilizam o cartão escolar fazem uso do sistema Finger no transporte público de Aracaju. “Em 2010, época da implantação do sistema, 16,26% dos passageiros transportados no mês de maio foram estudantes. No mesmo mês, no ano de 2012, o número baixou para 12,59%. Os números fazem supor que, atualmente, apenas o titular do cartão Escolar faz uso do benefício, o que não ocorria anteriormente”, destaca o relatório.

PROMOBOM AUTOPASS

O êxito da implantação do Cartão BOM no Corredor ABD, operado pela Metra

A Metra – Sistema Metropolitano de Transporte é a empresa responsável por operar as linhas do Corredor ABD, compreendendo o Corredor Metropolitano São Mateus/Jabaquara e sua extensão Diadema/Berrini, com 110 pontos de parada, nove terminais, frota de 260 veículos

e 5,5 milhões de passageiros/mês. A Promobom Autopass, empresa gestora do Cartão BOM, firmou uma parceria com a Metra para implantar a bilhetagem eletrônica nesse sistema.

Definida a parceria, foram instalados os validadores e houve o desencadeamen-

to da campanha denominada BOM na Metra, produzida pela agência Olé Brasil e aprovada com os responsáveis dos serviços: Metra, Autopass e Empresa Metropolitana de Transportes Urbanos (EMTU), órgão gestor do sistema, em nome do Governo do Estado de São Paulo.

A campanha BOM na Metra teve um pré-lançamento, visando criar expectativa no público alvo, e três fases de implantação, de modo a divulgar de forma ampla e efetiva as vantagens do Cartão BOM para os clientes e usuários do Corredor ABD, incentivando a utilização da bilheteagem eletrônica como forma de evitar as filas nos guichês de compra dos bilhetes magnéticos, meio de pagamento usado até então. Os objetivos da campanha foram: promover e incentivar o cadastro dos clientes Metra no Sistema BOM; associar a modernidade e eficiência do cartão com a mobilidade da Metra; ensinar aos clientes e usuários como é prático e fácil utilizar o cartão e orientá-los quanto aos prazos para cadastramento e validade dos bilhetes magnéticos.



A campanha foi veiculada nos terminais da Metra, em pontos de parada, na frota de ônibus da Metra e nas mídias: rádio e jornal impresso. O relatório assinala: "Para reforçar a comunicação, foram disparados e-mails marketing aos clientes, pessoas físicas e jurídicas. Foi criado para as mídias sociais um material de fácil entendimento chamado Infográfico, que mostra aos usuários como é fácil a utilização do Cartão BOM nos ônibus da Metra. O Trade mar-

keting utilizou quiosques e atendentes uniformizados para informar sobre o Cartão BOM, com distribuição de volantes, e a Metra disponibilizou as bilheteiras dos terminais do Corretor Metropolitano ABD para cadastramento e venda de créditos do Cartão BOM".

O investimento em comunicação e marketing da campanha foi da ordem de R\$ 143 mil e os resultados foram considerados positivos. Um relatório da Autopass registra 10 mil novos usuários do Cartão BOM no mês de janeiro de 2012, início da implantação do novo sistema na Metra, e 54 mil novos usuários do Cartão BOM no mês de junho de 2012. Em relação à utilização do Cartão BOM, o mesmo relatório indica 530 mil usos no mês de janeiro de 2012 e 2,5 milhões de usos no mês de junho de 2012.

RIOCARD

Impactos positivos do Bilhete Único Intermunicipal e do Bilhete Único Carioca

O Bilhete Único Intermunicipal e o Bilhete Único Carioca são produtos implantados com a tecnologia de bilheteagem eletrônica da RioCard Cartões, em parceria com os governos estadual e municipal, que fortalecem a inclusão social.

O relatório do projeto informa que o Bilhete Único Intermunicipal abrange toda região metropolitana do Rio e que o Bilhete Único Carioca é restrito ao município do Rio de Janeiro. Ambos possibilitam a utilização de dois veículos com uma mesma tarifa. Até a ocasião do registro do projeto, 2,22 milhões de pessoas haviam sido beneficiadas pelo uso destes cartões.

A RioCard Cartões é responsável por fazer toda a gestão operacional e transmitir as informações ao governo de modo a integrar os modais: ônibus, metrô, trem, barca e vans legalizadas intermunicipais. A empresa ofereceu sua estrutura para tornar possível a implantação e comercialização das duas modalidades do Bilhete Único: uma rede de 18 lojas próprias, dois postos de recarga e informações, dois sites, um 'callcenter' e 1,9

mil postos de recarga.

Toda a estrutura de venda online da RioCard Cartões foi canalizada para a comercialização dos Bilhetes Únicos – BU RJ e BU Carioca. Todos os trabalhadores cadastrados como usuários do RioCard Vale-Transporte foram automaticamente cadastrados nos Bilhetes Únicos, o que fez com que o produto entrasse no mercado com a marca de 1,7 milhão de cartões com acesso ao benefício tarifário.

No caso do Bilhete Único Intermunicipal, a RioCard Cartões foi corresponsável, juntamente com o Governo Estadual, pelas campanhas de lançamento e orientação à população, produzindo diversos serviços e peças dessas campanhas.

AValiação – O relatório do projeto enfatiza os impactos positivos da implantação do Bilhete Único Intermunicipal e do Bilhete Único Carioca nos transportes e na realidade socioeconômica regional, destacando os seguintes pontos: redução de custos para o usuário, com ampla inclusão

de passageiros e aumento da quantidade de deslocamentos diários de cada usuário; ampliação da utilização do transporte coletivo; aumento da diversidade de destinos; racionalização da oferta; apoio ao combate ao transporte informal; aumento da empregabilidade; redução de custos empresariais com o Vale Transporte; ampliação da atividade econômica; redirecionamento de gastos com transporte para outras necessidades familiares e contribuição à urbanização e combate à favelização.

Segundo o relatório, a diminuição dos custos das viagens ampliou a viabilidade do uso do transporte público de passageiros e cresceram as vantagens competitivas do sistema; foi fortalecida a inclusão social resultante da redução de custo das viagens, incluindo pessoas que não se deslocariam sem essas vantagens; promoveu-se a integração física, tarifária e de modais, trazendo largas possibilidades de racionalização do sistema como, por exemplo, a utilização de qualquer modal como linha tronco-alimentadora integrada a linhas locais do mesmo ou de outro modal.

STRANS/TERESINA

Prêmio buscou envolver estudantes, profissionais e empresas na busca de soluções para o trânsito

Em 18 de junho de 2010, foi desencadeado o projeto Vida no Trânsito, resultante de uma ação federal, interministerial, empreendida em parceria com a Organização Mundial da Saúde (OMS), a Organização Pan-Americana de Saúde (Opas) e a Bloomberg Philanthropies e que vem sendo desenvolvida em duas etapas até 2015. Foram selecionadas cinco cidades – entre as quais, Teresina (PI) – para realizarem experiências relacionadas ao trânsito e que possam ser reproduzidas por outras cidades brasileiras.

O II Prêmio Cidade de Teresina de Educação no Trânsito decorre do projeto Vida no Trânsito e responde “à necessidade de envolvimento maior de crianças, jovens e adultos, estudantes, profissionais de comunicação, escolas e empresas, com a problemática em que se encontra o trânsito na cidade de Teresina”.

O prêmio abrangeu as seguintes categorias: Escola (subcategorias: Escola Pública e Escola Particular), Aluno (subcategorias: Alunos do 1º ao 3º ano, Alunos

do 4º ao 6º ano, Alunos do 7º ao 9º ano, Alunos do Ensino Médio, Alunos do Ensino Superior.). Profissional da Comunicação (subcategorias: Profissional de Jornal, Profissional de Rádio, Profissional de TV e Profissional de Portal) e Responsabilidade Social no Trânsito (Subcategorias: Pessoa Física e Pessoa Jurídica).

A meta da iniciativa foi abarcar 150 instituições – o que foi alcançado –, e obter 500 inscrições, o que foi superado, pois ao final da ação, 667 trabalhos haviam sido inscritos.

Inicialmente houve a publicação do edital do prêmio. Num segundo momento, foram feitas visitas às instituições de ensino. O terceiro passo correspondeu às inscrições e finalmente houve o processo de análise dos trabalhos e a escolha dos vencedores em cada categoria.



O relatório do projeto destaca: “Para promover o prêmio, foi feito todo um trabalho de divulgação pela mídia com convite de participação do público, além da confecção de cartazes, folders e outdoors. Todo esse material foi distribuído antecipadamente às instituições que aderiram ao prêmio”.

O II Prêmio Cidade de Teresina de Educação no Trânsito teve a participação de 25 escolas municipais (ensino fundamental), 68 escolas estaduais (ensino fundamental e médio), 25 escolas particulares (ensino fundamental), 16 faculdades e universidade (ensino superior) e 17 empresas de comunicação. Foram inscritos 645 trabalhos de alunos, 2 de escolas, 15 de profissionais de comunicação e 4 referentes à categoria de Responsabilidade Social no Trânsito.

METRO-SP

O impacto das redes sociais virtuais na operação da Companhia do Metrô de São Paulo

A Companhia do Metropolitano de São Paulo – Metrô busca atender ao significativo crescimento das redes sociais virtuais e celulares (em especial, os smartphones), e percebe que esses recursos têm estabelecido novos desafios e oportunidades para as empresas e para a sociedade.

O relatório do projeto sobre o impacto das redes sociais virtuais na operação do

Metrô de São Paulo assinala: “Cresce a demanda por uma comunicação em tempo real, transparente e ágil, inclusive por tomadas de ações imediatas com o uso dessas novas ferramentas. O Metrô, além de fornecer informações de interesse público nas redes sociais, reformulou sua política de relacionamento de modo a atender prontamente às comunicações enviadas

pelos usuários tanto por estas plataformas como por torpedos via celular. Com o foco na interação com os usuários, para atender as suas necessidades por meio das mídias sociais, tal iniciativa também tem servido como apoio à operação do Metrô na melhoria da prestação do serviço”.

De acordo com a companhia, as primeiras experiências com o uso das redes

sociais no Metrô aconteceram ainda em 2009, quando, além de ativação dos perfis do Twitter e Facebook, foi desenvolvida a primeira versão do Widget (site do Metrô para celulares). Inicialmente o uso dessas ferramentas serviu para divulgar intervenções urbanas em função das obras de expansão, campanhas institucionais e eventos. Mais tarde, em maio de 2011, o foco foi deslocado para o relacionamento direto com o cliente. "Além disso, esse meio passou a veicular um conjunto de orientações para o uso do sistema metroferroviário e cidadania", destaca o relatório.

Um novo fluxo de processo foi elaborado de modo a atender imediatamente as comunicações enviadas pelos usuários via SMS ou através de redes sociais: respos-

tas aos problemas de segurança pública, limpeza e manutenção de trens e equipamentos de estação.

Entre as ações com as novas tecnologias está o SMS-Denúncia, serviço dedicado ao recebimento de mensagens via celular com o propósito de permitir a atuação imediata em casos de segurança pública. Houve a implantação do serviço Direto do Metrô, que informa a situação operacional das diversas linhas do sistema, disponível pela Web, Widget ou com o recebimento gratuito de SMS, mediante cadastramento prévio.

Houve ainda a aproximação com ativas, entusiastas do transporte sobre trilhos e demais questões ligadas à mobilidade urbana (ciclistas, urbanistas, 'metro-

fãs' etc.) e com os usuários mais ativos nas redes sociais. Foram convidados para participar de visitas técnicas e de reuniões regulares com gestores do Metrô, de modo a transmitir pessoalmente suas dúvidas, críticas e sugestões.

O relatório frisa ainda: "Também foi possível usar tais dados para a antecipação de tendências de comportamento, gerando inteligência competitiva no relacionamento com o usuário. Trabalhos foram desenvolvidos a fim de melhorar a identificação e classificação dos perfis dos usuários conforme seu poder de influência e também monitorar os 'hot-topics' ou seja, os assuntos com maior potencial de repercussão e impacto na imagem da marca Metrô".

ACTU - CRICIÚMA

Com o Street Dance Terminal, Criciúma ganha um novo palco de arte da rua

Ao se reunir para a formulação do calendário anual de ações, o Comitê de Marketing da Associação Criciumense de Transporte Urbano (ACTU), de Criciúma, Santa Catarina, verificou que havia sido realizada até aquela oportunidade uma ação especificamente direcionada aos treze mil estudantes cadastrados na entidade.

O relatório do projeto frisa: "A comunicação com este público resumia-se apenas nas campanhas semestrais de cadastramento e recadastramento dos cartões, tornando o relacionamento de certa forma frio e distante. O reflexo da falta de comunicação com este público era observado em períodos de cadastramento/recadastramento; antipatia, impaciência, incompreensão e comentários hostis sobre a associação pelos estudantes em redes sociais".

Para reverter essa situação e tendo como foco as qualidades da dança, a ACTU, em parceria com a Associação de Grupos de Danças de Criciúma e Região (ASCD) criou o projeto Street Dance

Terminal, definido como uma ação social de incentivo à dança na modalidade de Danças Urbanas.

As apresentações acontecem quinzenalmente na forma de 'showcases' individuais e de grupos, nas plataformas de embarque e desembarque, alternando entre os três terminais urbanos de integração de Criciúma e duram aproximadamente 40 minutos.

De acordo com a ACTU, "o objetivo principal do projeto é promover a arte, a cultura e o entretenimento junto ao público jovem e aos passageiros do terminal, divulgando e incentivando a integração social entre o público e os dançarinos adeptos da modalidade de Dança de Rua, e agregando valores e servindo de instrumento de transformação social".

Como objetivos específicos, o projeto relaciona: dar oportunidade de aprimoramento técnico dos participantes; viabilizar o intercâmbio de técnicas de dança;



incentivar a arte e dança; atrair novos adeptos à modalidade de dança, revelar talentos, e transmitir através da dança, mensagens de ordem, zelo ao patrimônio público, educação e respeito às pessoas.

O projeto é considerado um sucesso sob a visão de todos os envolvidos e sob a visão da comunidade. Um exemplo disso foi o lançamento, em parceria com a ASDC e Bistek Supermercados, do 1º Campeonato de Danças Urbanas de Criciúma denominado The Game – As Feras estão na Pista! "Surgido como um subprojeto do Street Dance Terminal. O campeonato tem como objetivo fomentar a cultura hip hop e proporcionar aos jovens um espaço para que possam apresentar sua arte e seus trabalhos em local e formato diferenciado e tempo aumentado. O evento recebeu este nome porque foi realizado no formato de um jogo", explica o relatório.

FETRANSPOR

Cartão Fetranspor Social, um projeto que visa incentivar a educação de jovens, garantindo a mobilidade urbana

O Cartão Fetranspor Social é um projeto de Responsabilidade Social da FETRANSPOR - Federação das Empresas de Transporte de Passageiros do Estado do Rio de Janeiro resultante de pesquisa com os sindicatos associados. A FETRANSPOR e os sindicatos acreditam que o transporte coletivo é a melhor solução para a mobilidade das pessoas, favorecendo a existência de cidades mais sustentáveis, com qualidade de vida e oportunidades para todos.

Incentivar a educação de jovens, garantindo a mobilidade urbana, é a meta dessa iniciativa. De modo estruturado, o projeto Cartão Fetranspor Social possibilita o acesso de jovens a ações educativas que tragam possibilidades de melhoria na qualidade de vida. Em 2011, foram emitidos mais de 6 mil cartões para programas parceiros, como: UPP Social, Oficina do Ensino, Villa-Lobos e as Crianças, Escola de Famílias e Justiça Cidadã. No primeiro semestre de 2012, foram quase 5 mil e a meta era atingir 15 mil cartões até o final daquele ano.

De acordo com o relatório apresentado ao Prêmio ANTP de Marketing, o projeto

Cartão Fetranspor Social foi concebido, em 2011, a partir de um minucioso trabalho, que teve como origem a própria estruturação da área de Responsabilidade Social da Fetranspor. "O projeto mantinha a tradição da Federação em promover a mobilidade urbana e a integração social por meio do oferecimento de passagem nos ônibus, mas trazia um diferencial muito importante para o que era feito até então – a sistematização dessas ações".

A FETRANSPOR deixou de atender a demandas de solicitações e passou a estabelecer critérios para sua participação, fixando como foco de sua ação principalmente projetos voltados à educação de jovens e à transformação social. Além de definir o público beneficiado e estabelecer a educação como objetivo, a entidade passou também a participar mais de perto dos projetos apoiados, desde a sua concepção, em alguns casos, até o acompanhamento das ações e a avaliação de seus resultados.

Por meio do Cartão Fetranspor Social, a Federação oferece transporte aos alunos

de educação profissional do programa SESI Cidadania que sejam moradores de comunidades com Unidade de Polícia Pacificadora (UPP). Outra iniciativa inserida no âmbito do projeto diz respeito ao Programa Oficina do Ensino, promovido pelo Instituto Jelson da Costa Antunes (IJCA). "Um dos projetos mais queridos da Fetranspor, também inserido no Cartão Fetranspor Social é o Villa-Lobos e as Crianças, da Academia Brasileira de Música, dirigido pelo presidente da instituição, Turíbio Santos. O Cartão Fetranspor Social" também contempla dois programas do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro: o Escola de Famílias e o Justiça Cidadã.

A Fetranspor afirma em seu relatório que além dos mais de 6 mil cartões emitidos, representando mais de 500 mil reais investidos no projeto; das 16 comunidades atendidas em 2011; e da meta de 15 mil cartões para 2012; a melhor forma de avaliação dos resultados do projeto estava nas afirmações de quem pôde contar com esse benefício, conforme apresentado no relatório.

METROPOLITANA (HOJE, MOBIBRASIL)

Operadora colocou em circulação na cidade de São Paulo a primeira frota de ônibus movidos a etanol no Brasil

No relatório do projeto intitulado "Ônibus movidos a etanol", mostra-se que, em maio 2011, a Viação Metropolitana (atual MobiBrasil) colocou em circulação na cidade de São Paulo a primeira frota de ônibus movidos a etanol no Brasil: 50 ônibus movidos a combustível não fóssil, resultantes de parceria entre a operadora,

a Prefeitura de São Paulo, Scania, União da Indústria de Cana-de-Açúcar (Única), Raízen e Centro Nacional de Referência em Biomassa da USP (Cenbio).

De acordo com o texto, um ônibus movido a etanol emite até 90% menos dióxido de carbono do que um movido a diesel. Assim, se os 15 mil ônibus movidos a die-

sel que atualmente circulam em São Paulo fossem substituídos por modelos a etanol, o impacto ambiental positivo seria equivalente a uma frota de somente 3 mil ônibus. "A grande vantagem do etanol é o ganho ambiental com a redução de emissões de poluentes. Além disso, proporciona uma série de benefícios, como a diversificação

da matriz energética e a utilização de um combustível nacional”.

A operadora frisa no relatório que a grande vantagem do etanol como combustível no transporte público urbano é o ganho ambiental com a redução de emissões de poluentes, mas há outros. “Ressalta-se que a disponibilidade e as perspectivas para a produção do etanol somadas às vantagens ambientais oferecem uma série de benefícios, como a diversificação da matriz energética no setor de transportes e a utilização de um combustível nacional, cuja infraestrutura de distribuição já existe”.

A empresa assinala estar consciente da importância do equilíbrio social para alimentar o tripé da sustentabilidade: pessoas, lucro e planeta. E que busca identificar e apoiar as necessidades da sociedade que tenham foco na educação, desenvolvimento infantil e inserção social do indivíduo na

sociedade. “Nossas principais ações são focadas nestes três aspectos, tanto na sociedade em geral, como nas comunidades vizinhas. Recebemos as solicitações por meio de reuniões com as comunidades, solicitações feitas diretamente na empresa, escritórios encaminhados pelas comunidades, solicitações por e-mail, SAC e buscamos, proativamente, identificar nas comunidades vizinhas projetos que venham ao encontro de nossos valores e nos quais há viabilidade de ajudarmos”.

No entender da operadora, a facilidade da replicação do programa depende da superação de um conjunto de desafios, entre os quais aponta a sazonalidade do etanol, fator que ocasiona a volatilidade do preço; a carga tributária, a falta de políticas públicas diferenciadas que incentivem a inovação no uso de energias limpas, condições especiais do BNDES para finan-

ciamento (taxas, prazos, linha); solução para criação de escala comercial nacional e para exportação, permitindo o aprimoramento da tecnologia e da competitividade no preço.

A Metropolitana assinala estar conscientes da importância de investir em sustentabilidade não somente com o objetivo para agregar valor ao negócio, mas de modo a contribuir com a melhoria da qualidade de vida de todo, e que, em razão disso, tem a meta de substituir gradativamente a frota. “É preciso repensar o sistema de transporte público urbano, principalmente com a proximidade de grandes eventos internacionais, como a Copa de 2014 e as Olimpíadas de 2016. O diferencial é apostar em um novo modelo de mobilidade urbana, que ofereça maior qualidade para a população, mais eficiência e menos poluição”.

SPTRANS

Programa Ecofrota evidencia que transporte de qualidade deve priorizar eficiência, economia e o meio ambiente

Programa Ecofrota – Sustentabilidade na Gestão do Transporte é o título do projeto com o qual a São Paulo Transporte S.A. concorreu na categoria Responsabilidade Socioambiental. Esse programa teve sua origem no objetivo de atender à Lei nº 14.933/09 de Mudanças no Clima do Município de São Paulo, segundo a qual o transporte público deverá operar com combustível renovável até 2018 e, a partir de 2009, reduzir progressivamente o uso de combustíveis fósseis em pelo menos 10% a cada ano.

Os tipos de tecnologias existentes na Ecofrota são diversos: biodiesel, etanol, diesel da cana-de-açúcar e elétrico, além das tecnologias em teste: híbrido, hidrogênio e bateria. Segundo o relatório, tal diversidade traz vantagens, como melhor distribuição da matriz energética, maior desenvolvimento das tecnologias, melhor opção de escolha em função do

custo/benefício/utilização e diminuição dos custos em função da concorrência.

De fevereiro de 2011 a fevereiro de 2012, a Ecofrota contava com mais de 1.600 ônibus, em 200 linhas, o que correspondia a 11% da frota total do município. Durante esse período, houve redução de 6,3% nas emissões dos poluentes e de 6,7% nas emissões de CO₂ pelos ônibus, isso considerando que o restante da frota estava utilizando diesel S50B54.

No entendimento da SPTrans, transporte de qualidade é aquele que prioriza a eficiência, a economia e o meio ambiente. O Programa Ecofrota é uma prova disso. Como resultado, apresentou, em apenas um ano, a redução das emissões de poluentes em 7%. A redução das 94 mil toneladas de gás carbônico que deixaram de ser emitidas nesse período, resultaram em uma melhoria signifi-

ca da qualidade do ar da cidade e qualidade de vida de seus habitantes. Segundo o professor e médico Paulo Saldiva, especialista em poluição atmosférica da USP, a redução de poluentes evitou 584 mortes por ano na Região Metropolitana de São Paulo.

O ganho em saúde pública, neste caso, é tão significativo como o de conscientização da população, pois programas como a Ecofrota possuem funcionalidades duplas: resultam tanto na preservação, como na educação ambiental.

Pensando nesta última medida, a SPTrans estabeleceu estratégias de marketing para que seu usuário pudesse entender o quanto sua opção pelo transporte coletivo ecologicamente sustentável – a Ecofrota – é significativo. Para transmitir a mensagem de forma eficiente e educativa para seu público alvo, desenvolveu diferentes peças de comunicação.

FETRANSPOR

Federação do Rio de Janeiro criou centro de serviços ambientais

Reunindo 10 sindicatos e 208 empresas que respondem por 81% do transporte público regular fluminense (20,6 mil ônibus e 240 milhões de passageiros por mês), a Fetranspor - Federação das Empresas de Transportes de Passageiros do Estado do Rio de Janeiro adotou em 2009 um conceito de gestão lastreado em Centros de Serviços que realizam o atendimento e prestam serviços gratuitos às empresas filiadas nas seguintes áreas: Meio Ambiente, Responsabilidade Social, Mobilidade, Gestão de Pessoas, Comunicação e Marketing. Para o Prêmio ANTP de Marketing 2012, a Fetranspor inscreveu o projeto referente a 24 meses de atuação do Centro de Serviços Meio Ambiente – CSA, o primeiro desse tipo no País.

Segundo o relatório do projeto, o CSA é “voltado para a adequação e gestão ambiental do setor e para o incentivo ao uso de combustíveis e tecnologias alternativas em ônibus, e vem promovendo a melhoria do desempenho ambiental do setor e estreitando laços com os órgãos públicos atuantes nesta área, de modo a melhorar a imagem do setor e fortalecê-lo junto à sociedade e o governo”.

Com atividades iniciadas em 18 de junho de 2009, o CSA teve como primeira

iniciativa a realização de uma pesquisa com as empresas filiadas à Fetranspor para o entendimento do panorama da gestão ambiental no setor com o objetivo de orientar a criação dos primeiros e mais importantes serviços ambientais necessários.

Com base nos aspectos identificados, foi realizado um planejamento na área de Meio Ambiente da Fetranspor visando atender e priorizar por meio do CSA as necessidades apontadas pelas empresas. O CSA passou a atuar tendo como foco de suas atividades em seis grandes temas de serviços, que são relacionados a seguir:

- Atendimento Legal – articulação com órgãos ambientais, assessoria jurídica em infrações ambientais, preparação de publicações técnicas ambientais, elaboração de perícia ambiental.
- Gestão Ambiental – disponibilização de lista de fornecedores de produtos e serviços ambientais; consultoria e apoio técnico para implementação de Sistema de Gestão Ambiental (SGA) para Certificação ISO 14001; realização de auditorias ambientais. Foram previstos para 2012 programas nas áreas de gestão e destinação de pneus usados, gestão susten-

tável de pneus, coleta seletiva e o serviço de gerenciamento de resíduos.

- Educação Ambiental – Inclui treinamentos em parceria com a Universidade Corporativa do Transporte (UCT) e curso modulado online de gestão ambiental em transportes.
- Responsabilidade Ambiental – Compreende consultoria e apoio técnico na implementação de projetos em compensação ambiental e para a realização de Inventários de Emissão de Gases de Efeito Estufa, em empresas de transporte rodoviário de passageiros.
- Eco eficiência – Abrange consultoria referente ao uso de combustíveis alternativos e à eficiência energética.
- Controle de emissões – Desenvolvimento do Programa de Controle de Ruídos, Convênio Selo Verde (medições e controle de emissão de gases poluentes) Programa Despoluir (gestão ambiental), Programa Economizar (redução do consumo de combustível).

De acordo com o relatório do projeto, além viabilizar a melhoria operacional dos serviços o Centro de Serviços Meio Ambiente – CSA tem resultado em uma redução de custos de aproximadamente R\$ 1,5 milhão por ano para o setor.

RIOCARD CARTÕES

Com o RioCard Rock in Rio 2011, “um show de transporte por um mundo melhor”

Trabalhando em parceria com a Fetranspor - Federação das Empresas de Transporte de Passageiros do Estado do Rio de Janeiro, a RioCard Cartões, empresa responsável pelo principal meio de pagamento do sistema de transporte

regular em todo o território fluminense, enfrentou o desafio de colaborar com um esquema especial de transporte fácil, rápido, seguro e confortável para os participantes do Rock In Rio 2011 – megaevento com grande impacto em toda a vida

da cidade do Rio de Janeiro. Para tanto, criou um cartão exclusivo para o evento, instrumento que ajudou a convencer boa parte do público a deixar automóvel em casa e utilizar os ônibus para se deslocar até o local do festival

O relatório do projeto assinala que todo o planejamento de marketing criado para o festival se baseava no slogan 'Por um Mundo Melhor', abraçando a causa da sustentabilidade. Dessa forma, como acontece em todas as cidades do mundo onde o show é realizado, os organizadores do evento e a Prefeitura Municipal do Rio de Janeiro decidiram que não seria permitida a circulação de carros no entorno do local do festival, a Cidade do Rock, situada na Barra da Tijuca. Para tal estratégia de acesso, foram estabelecidas novas rotas e houve mudanças no tráfego de forma a bloquear os acessos principais, permitindo apenas a entrada dos ônibus cadastrados e de alguns carros com credenciais, incluindo os veículos

de moradores.

Foram criadas duas modalidades dos cartões: o RioCard Cidade do Rock (para linhas regulares e circulares) e o RioCard Rock in Rio, responsável por 100% dos pagamentos nas Linhas Primeira Classe, que transportaram os espectadores até a Cidade do Rock a partir de pontos estratégicos, como aeroportos, rodoviária, shoppings e praças em todas as regiões do município.

Na campanha publicitária intitulada "Eu vou de ônibus", criada pela organização do Rock in Rio, o cartão RioCard Rock in Rio teve destaque. Apresentado ao público em outdoors, busdoors, matérias jornalísticas e filmes para a televisão, o novo cartão foi garantia de segurança e

facilidade na chegada e saída do evento. A FETRANSPOR e a RioCard asseguraram ao público a compra dos cartões especiais com antecedência, via site, para evitar tumultos de última hora durante os dias do evento.

No cômputo final, o público superou a estimativa de presença. Houve a participação de aproximadamente 100 mil pessoas por dia, totalizando um fluxo geral de 700 mil pessoas nos sete dias do evento, realizado entre o final de setembro e os primeiros dias de outubro de 2011 – metade dos quais visitantes de fora do Rio de Janeiro. As Linhas Primeira Classe propiciaram 106.197 viagens para os shows do Rock in Rio e entre tais clientes registrou-se 97% de aprovação do serviço.

METRÔ-SP

Um novo site, mais intuitivo e amigável e com ferramentas de consulta mais rápidas e seguras

No início de 2012, o site da Companhia do Metropolitano de São Paulo – Metrô estava em operação havia 16 anos e deveria ser atualizado. Buscando tornar a navegação desse recurso mais intuitiva e amigável, com ferramentas de consulta rápidas e seguras, e também procurando facilitar o acesso de seus usuários às informações, a Companhia decidiu investir em novas tecnologias da informação.

Levou-se em conta o fato de que o acesso ao site não se dá apenas via computadores, mas, também, para por meio de dispositivos como celulares (mobile site), 'tablets', totem e widget. "O site não é mais uma exclusividade do computador pessoal, ele tem que ser mutável, assim como os aplicativos que o acessam: celular ou 'tablets'.

"Foi proposto um site compatível com o modelo dual screen, que atende a mais de 85% dos usuários de internet, ou seja, a utilização de mais de uma tela ao mesmo tempo: TV+Telefone, TV+Tablet, PC+Smartphone", acentua

o relatório do projeto, acrescentando que além da revisão na arquitetura de informação e de usabilidade, também foi considerada a necessidade do site se manter acessível aos portadores de necessidades especiais.

Tendo em vista a necessidade de atender a um nível de exigência cada vez maior de seu público, foi definido ainda que na reformulação do site seriam disponibilizados aplicativos que orientassem os usuários a respeito das condições operacionais das linhas metroviárias, de forma que conhecessem qualquer anormalidade antes de entrar no sistema. De acordo com o relatório, o novo layout do site foi estabelecido com base nas experiências dos usuários, colocando os itens mais procurados em destaque, e traduz uma homenagem a São Paulo, com belas imagens de marcos e monumentos que caracterizam a cidade.

Por ocasião do lançamento do novo site, o sistema metroviário paulistano atendia a cerca de 4,4 milhões de usuários diariamente em cinco linhas: Linha

1 – Azul; Linha – Verde, Linha 3 – Vermelha e Linha 5 – Lilás, operadas diretamente pela Companhia do Metropolitano de São Paulo – Metrô, e a Linha 4 – Amarela, operada pela concessionária Via Quatro.

O relatório assinala que, como estratégia de divulgação, foram convidados alguns 'blogueiros' e usuários que avaliaram o portal, o 'mobile site' e o widget. A imprensa foi muito receptiva e a notícia do novo site e plataformas mobile foram amplamente divulgadas nos veículos de comunicação.

A Companhia do Metropolitano de São Paulo – Metrô assinala que as melhorias fizeram com que aumentasse o número de visitas ao site, em busca de informações sobre o sistema. O relatório do projeto informa que o número de cadastros para receber e-mails totaliza 77.035. Somente no mês de junho de 2012 mais de 348 mil pessoas acessaram o endereço eletrônico, tendo sido registradas quase quatro milhões de visitas às páginas do site, um aumento de 72%.

METRA

Campanha leva funcionários da Metra a refletirem sobre a importância de seu trabalho na vida dos clientes

A ideia central do projeto de Endomarketing desenvolvido pela Metra foi levar aos funcionários da companhia mensagens de agradecimento por boas atitudes no dia a dia do trabalho com o público. Para que se estabelecesse uma real empatia e houvesse reconhecimento por parte dos funcionários, optou-se pela utilização de imagens de clientes reais, com os respectivos nomes e o tempo que utilizam os serviços da empresa. "Houve a preocupação de escolhermos pessoas que realmente representassem a diversidade encontrada no universo de clientes que a empresa transporta mensalmente em suas 13 linhas: cerca de 7,5 milhões", assinala o relatório do projeto.

Para o desenvolvimento das peças, foram considerados os principais atributos que os clientes buscam no atendimento de empresa de transporte: gentileza, orientação, respeito, atenção e qualidade.

A proposta da campanha foi idealizada por um consultor na área de marketing do transporte -- Roberto Sganzerla -- e o seu desenvolvimento aconteceu de forma conjunta com a Assessoria de Comunicação e Marketing da Metra, sendo que a elaboração das peças contou com o trabalho da Agência de Publicidade Comtato.

De abril a dezembro de 2011, todos os setores da empresa e as áreas de convivência receberam cartazes com as mensagens e com os diversos personagens da campanha, ressaltando a importância para os clientes do serviço prestado pela Metra e por seus funcionários. No corredor de acesso às áreas administrativas e à Diretoria da empresa foram instalados painéis permanentes, apresentando o conjunto das peças desenvolvidas.

Todos os setores da empresa foram envolvidos em algum momento do desenvolvimento desta experiência. O

'brainstorming' inicial para estabelecer o conceito da campanha contou com a participação de um comitê de marketing formado pela diretoria e principais gerências, além de todos os integrantes da Assessoria de Comunicação e Marketing. A colocação de cartazes foi realizada pelos próprios funcionários em todas as áreas da empresa, incluindo as externas, como as bilheterias, as salas administrativas e refeitórios dos terminais.

BEM-ACEITA – O relatório revela que a campanha foi muito bem-aceita pelos funcionários, gerando empatia imediata e, muitas vezes até, o reconhecimento de clientes escolhidos para passar a mensagem. "Conforme relato de alguns funcionários, ficou nítido o papel que o transporte oferecido pela Metra tem na vida das pessoas e como o atendimento prestado influencia na percepção individual da qualidade".

CBTU-METRÔ-BH

Super-heróis da Liga da Economia entram na luta da CBTU-BH contra o desperdício

Para estimular o uso consciente de recursos, a CBTU-Metrô-BH criou a campanha intitulada Liga da Economia, organizando uma ação decidida a "abrir guerra" contra o desperdício habitual. A campanha foi baseada na utilização de quatro super-heróis que oferecem diferentes dicas de uso consciente dos recursos, naturais e materiais, valorizando também sugestões enviadas pelos empregados.

De acordo com o relatório do projeto, com essa iniciativa, buscou-se "incentivar os cerca de dois mil funcionários da companhia a adotar atitudes simples,

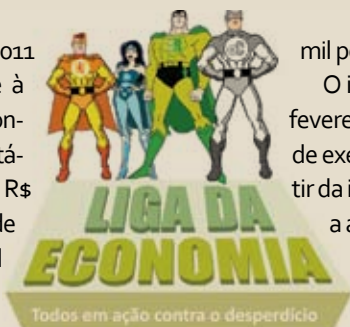
mas que podem render grandes ganhos ambientais e economia orçamentária para toda a empresa".

A idéia foi envolver as 48 coordenações e gerências da companhia em ações capazes de promover a sistemática mudança de hábitos nas rotinas e processos realizados pelo CBTU-Metrô-BH. Em consequência, buscou-se aproveitar o lado lúdico da ação, com a criação de uma cultura orientada para atitudes mais conscientes e estimulando hábitos rotineiros, como utilizar os dois lados do papel, apagar a luz ao deixar o ambiente,

usar caneca em vez de copos descartáveis, evitar o desperdício de água e descartar corretamente o lixo reciclável.

METAS – Houve o levantamento sistemático dos recursos utilizados em alguns processos, o que orientou as principais frentes de atuação dos personagens da Liga da Economia. Com base neste levantamento, a CBTU-Metrô-BH fixou metas de redução e vem atuando na sistematização de ações de controle que viabilizem seu cumprimento. As metas de redução de consumo tiveram por base o consu-

mo anual registrado em 2011 e visaram principalmente à diminuição de 80% do consumo de copos descartáveis (economia anual de R\$ 2.880,00), diminuição de 50% no consumo de papel (redução de gastos de R\$ 10 mil por ano), diminuição de 20% no consumo de água (economia de R\$ 225 mil por ano) e redução de 10% no consumo de energia elétrica (economia de R\$ 247,50



mil por ano).

O início da prática se deu em fevereiro de 2012, com previsão de execução permanente, a partir da implantação. Para garantir a adesão dos empregados, a campanha foi apresentada aos colaboradores das diferentes unidades da CBTU-Metrô-BH. Ao todo, foram realizadas 20 intervenções que contaram com a presença de animadores nas 19 estações e nas unidades

administrativas e nos Pátios de Manutenção São Gabriel e Eldorado.

Até a realização da Bienal ANTP de Marketing, a redução total promovida era uma evidência ainda não disponível; naquela ocasião, o resultado mais expressivo do projeto da CBTU-Metrô-BH havia sido a conquista do Prêmio Cidadania Corporativa, recebido durante o 1º Seminário "Eu consumo consciente", da Secretaria de Administração Regional Municipal Nordeste da Prefeitura de Belo Horizonte.

METRÔ-SP

Metrô-SP criou Metrópolis, uma revista impressa e digital que tem como tema central o universo dos metroviários

A Companhia do Metropolitano de São Paulo – Metrô criou a revista Metrópolis, publicação com versões eletrônica e impressa, que tem como tema central o universo dos metroviários: sonhos, iniciativas individuais e coletivas, trabalhos, hobbies, conquistas, carreira, saúde. Segundo o relatório, trata-se de "uma revista que tem por assunto exclusivamente o Metrô, porém, pela ótica de seus empregados, com matérias e fotografias profissionais e uma abordagem leve, curiosa e dinâmica, capaz de interessar aos funcionários de todas as áreas até fora do horário do expediente, valorizando o trabalho desses profissionais e fortalecendo seus laços com a companhia".

Na fase de concepção da publicação, foram definidos seus principais objetivos: demonstrar o apreço e a consideração que a Companhia tem por seus empregados; valorizar os empregados diante de seus colegas de trabalho e de seus familiares; fortalecer os laços entre metroviários e o Metrô-SP; aproximar o Metrô-SP das diferentes áreas, reconhecendo e valorizando as lideranças naturais, ou seja, "empregados que não tenham altos cargos na hierarquia da Companhia, porém que tenham alto valor grande voz diante de seus pares".

Outros objetivos: criar um novo canal de relacionamento, mais aberto e informal com os metroviários; conquistar a atenção da maior parte dos empregados de maneira espontânea, inclusive para iniciativas técnicas, tornando-as acessíveis a todas as áreas; possibilitar mensuração de interesse e 'feedback' dos diversos temas.

Na etapa de planejamento, foram definidas seções e colunas: Metrô (coluna institucional, com editorial), Memória (história da Companhia), Do Lado de Fora (mostra a cidade a partir das estações do Metrô), Metrô pelo mundo (sistemas de metrô de outros países), Minha estação (foco na vida pessoal do empregado), O que fui fazer lá fora (viagens profissionais dos metroviários), Próxima estação (novas estações programadas no processo de expansão), Por dentro do Metrô (projetos das diferentes áreas), Vou de metrô (depoimentos de usuários que valorizam metroviários), De bem com a vida (qualidade de vida), Linha do Meio Ambiente (ações sustentáveis), Ação Cultural (ações culturais), Olhar artístico (o Metrô-SP como tema artístico), Meu dinheiro (orientação financeira), Caminhos de sucesso (empregados contam como chegaram ao êxito), Fui, vi, gostei (dicas turísticas).

Foram produzidas edições tradicionais, impressas, com apenas 1.000 exemplares (número suficiente para a distribuição nas diversas áreas). Houve uma versão eletrônica, com espaço para comentários e ferramentas para mensuração de acessos e de popularidade das diferentes matérias. A versão eletrônica foi apresentada também em formato "folheável". A divulgação foi feita pelos canais já conhecidos na Companhia (peças para jornal mural, e-mail marketing e divulgação do site dentro das edições impressas). Foi criado um website simples, amigável e compatível com dispositivos móveis (celulares e 'tablets').

O envolvimento da organização teve como elementos a composição do conselho editorial e compromisso com a pauta; liberdade para o conselho editorial, o compromisso de que as informações serão sempre obtidas na fonte, relacionamento aberto com os leitores, monitoramento dos acessos, apresentação de resultados e proposta de melhorias a cada edição.

O relatório do projeto traz indicadores concretos às primeiras cinco edições da publicação evidenciando sua aceitação: 31.343 visitas com 90.991 páginas visualizadas, num total de 1.670 horas dedicadas à leitura.

AGENDE-SE

A Associação Nacional das Empresas de Transportes Urbanos (NTU) e a Marcelo Fontana Promoções e Eventos realizam em parceria o **Seminário Nacional NTU** e a **Feira Transpúblico**.

SEMINÁRIO NACIONAL NTU 2013 & TRANSPÚBLICO

MOBILIDADE SUSTENTÁVEL PARA UM BRASIL COMPETITIVO

3, 4 e 5 de Julho

Transamérica Expo Center
São Paulo - Brasil

www.eventosdantu.com.br/seminario2013

Realização



Organização



Apoio



PROGRAMAÇÃO PRELIMINAR

04/07 (QUINTA-FEIRA)

09h00 . Credenciamento

10h00 . Abertura

10h30 . Palestra “Saúde urbana e mobilidade sustentável”

Apresentação do doutor Carlos Dora, do Departamento de Saúde Pública e Meio Ambiente da Organização Mundial da Saúde (OMS).

11h30 . Debates

12h30 . Almoço

14h00 . Painel “Observatório da Copa das Confederações”

Apresentação e discussão com representantes do governo sobre o desempenho da mobilidade nas cidades-sede da Copa das Confederações.

15h30 . Debates

16h00 . Painel “Mobilidade urbana sustentável como fator de competitividade e produtividade”

Apresentação de cases e estudos internacionais e nacionais sobre o tema.

17h30 . Debates

18h00 . Encerramento

05/07 (SEXTA-FEIRA)

10h00 . Painel “Operando sistemas BRT com qualidade”

Apresentação de cases internacionais e nacionais sobre a operação de sistemas BRT.

11h30 . Debates

12h30 . Almoço

14h00 . Painel “Reflexos da mobilidade urbana no custo Brasil”

Mesa redonda com a participação de representantes da CNT, CNI, CNC, CNS e do Governo Federal.

15h30 . Debates

16h00 . Encerramento

Apoio Institucional



CATARINENSE

Ações de promoção para ampliar a percepção do valor da marca, fidelizar e clientes e divulgar produtos e serviços

Entre abril de 2011 e junho de 2012, a Auto Viação Catarinense investiu em ações de promoção para incrementar a percepção do valor da sua marca, fidelização de clientes e a divulgação de produtos e serviços.

O calendário de ações promocionais se iniciou com a divulgação da primeira campanha "Parcele sua passagem em 10x sem juros", divulgada em rádios, jornais, outdoor, busdoor, taxidoor, mídia digital, no metrô de São Paulo, no Terminal Tietê, entre outros.

No mês seguinte, maio de 2011, a empresa iniciou parceria com a organização Beto Carrero, associando a comercialização da venda da passagem ao passaporte para o parque nas agências da Catarinense. Ainda naquele mês de maio, foi realizada uma ação especial, com duração de um ano e grande repercussão: a Promoção Quero Mais, segundo a qual, a cada dez passagens utilizadas no mesmo trecho, o cliente ganhava uma grátis.

Em julho, a Catarinense abriu horários especiais para facilitar o acesso ao Festival de Dança de Joinville e à Festa do Pinhão, divulgando os serviços em jornais, flyers e em rádios. Em outubro de 2011, incenti-

vou a ida consciente à Oktoberfest, com o apelo de que "com a Catarinense sua única preocupação é a diversão", sorteando kits com ingressos, camisetas, caneca e tiara nas redes sociais.

No Dia das Crianças, aproveitando a parceria com a organização Beto Carrero, toda criança de até 12 anos acompanhada de um adulto ganhou o passaporte e uma passagem grátis.

Em novembro de 2011, a capital catarinense foi palco do Foliánópolis, evento que a empresa explorou através de panfletagem nas cidades de Curitiba, Balneário Camboriú, Blumenau e Joinville. Um mês depois foi iniciada a Campanha do Livro, que sorteou 10 mil exemplares em todas as linhas atendidas pela companhia.

No ano de 2012 houve o lançamento do Cartão de Crédito do Grupo JCA, que, além da Catarinense, reúne as empresas 1001, Cometa, Expresso do Sul, Macaense e Rápido Ribeirão. Trata-se de um cartão de fidelidade e benefício para os clientes que utilizam o transporte rodoviário. Ao aderir o cartão, o cliente participa automaticamente do Programa Contagiro,

acumulando pontos que podem ser trocados por viagens em qualquer das empresas que fazem parte do Grupo

Em abril, mês de aniversário da empresa, foi realizada a promoção Catarinense 84 anos: Seu Destino, Nosso Caminho, com o sorteio de 84 passagens. Nesse mês Florianópolis também foi palco de dois grandes eventos, o CarnaFacul e o show internacional de Paul McCartney. No primeiro, a empresa firmou parceria com a organização e sorteou ingressos no Facebook. No segundo, prestou serviço especial de traslado até o local do evento.

Em junho de 2012, mês dos namorados, a Catarinense desencadeou a promoção Meu amor merece viajar com o Novo iPad. O mês de junho ainda contou com o lançamento do aplicativo da Catarinense para Smartphones e Tablets, tanto na plataforma Android quanto iOS.

A Catarinense considera um bom investimento a verba destinada às ações promocionais. Além de proporcionar vantagens aos clientes, mantém a marca presente no mercado através de ações inteligentes e inovadoras.

CET-SANTOS

Em um ano, campanha Faixa Viva consegue reduzir a cerca de 1/3 o número de pedestres mortos e de feridos graves

A CET-Santos - Companhia de Engenharia de Tráfego de Santos desencadeou em 2011 a campanha Faixa Viva, um movimento permanente que visa defender a prioridade do pedestre nas faixas de travessia sem semáforos, idealizado para melhorar a convivência urbana. O rela-

tório do projeto explica o procedimento central da ação: "O pedestre sinaliza com o braço estendido a intenção de atravessar e os motoristas dão a prioridade". E mostra os resultados: "Em um ano, os óbitos de pedestres foram reduzidos em 64%; as vítimas graves em 67%. Pesquisa

mostrou que a ação é aprovada por mais de 90% das pessoas".

A CET-Santos explica que tais resultados foram alcançados por causa do apoio da população e de ações educativas nas ruas, escolas e Centros de Formação de Condutores (CFCs). Houve também ca-

pacitação de motoristas e adesão de sinalização especial.

Definido o foco da campanha – as faixas de pedestre sem semáforo –, a prefeitura santista e a CET-Santos planejaram as ações a serem desenvolvidas para que a cidade pudesse receber a campanha Faixa Viva. “Foram revitalizadas 800 faixas de travessia que estavam em mau estado de conservação, das 1.400 semaforizadas e das 1.800 não semaforizadas existentes na cidade. Nos primeiros meses da ação, uma equipe ficou totalmente empenhada na revitalização dessa sinalização”.

A campanha foi lançada em 10 de maio de 2011, no Salão de Convenções do Shopping Parque Balneário, reunindo representantes de segmentos ligados ao trânsito e ao Transporte Público da região. Produziu-se farto material publicitário. A ação foi

veiculada na mídia durante mais de três meses, totalizando 228 inserções pagas em TV, 2.646 em emissoras de rádio e 77 em diferentes jornais impressos. Dois vídeos foram produzidos – um comercial de 30 segundo e um vídeo desenvolvido para explicar a campanha Faixa Viva, e disponibilizado em palestras, cursos e escolas.

Também foram confeccionados e distribuídos milhares de adesivos, bottons, folhetos para pedestres e motoristas e banners para afixação nos Centros de Formação de Condutores. As crianças receberam luvas em formato de mão, as cancelas dos shoppings foram ade-sivadas com material da campanha e busdoors foram afixados nos ônibus da frota municipal (156 dos 305 veículos). Os folhetos explicavam passo a passo os procedimentos de pedestre e motorista

Portratar-se de ação que busca uma mudança cultural e comportamental, uma série de programações foi desenvolvida para atrair o público e engajá-lo no movimento: treinamento e distribuição de materiais, ações de conscientização no trânsito, interação com as crianças por meio da ação Faixa Viva na Escola, desenvolvimento de teatro de fantoches, o concurso cultural Projeto Cidadão (iniciativa do Jornal da Orla, gratuito, para estudantes da rede municipal). A CET-SP passou a adotar uma sinalização de solo diferente nas faixas sem semáforo, a Passagem sinalizada de pedestre. Houve ainda ações em postos de combustível, introdução do mascote oficial, serviço de orientação a turistas e uma campanha na ciclovia de 3,5 km em uma das principais avenidas da cidade, além de ações via Facebook.

VIAÇÃO FLECHA BRANCA

Introdução do Plano de Mobilidade Urbana em Cachoeiro do Itapemirim

Em Cachoeiro do Itapemirim, no Espírito Santo, a Viação Flecha Branca, em parceria com a Prefeitura Municipal e a Agência Municipal de Regulação dos Serviços Públicos Delegados (Agersa) montou o Plano de Mobilidade Urbana. A iniciativa teve como proposta central “reorganizar o transporte coletivo de passageiros, visando melhorar o sistema e assegurar a toda a população a prestação do serviço de forma adequada e eficiente, com flexibilidade para atender às necessidades de deslocamento das pessoas e dar sustentação ao desenvolvimento da cidade”.

O projeto compreendeu uma série de ações, que, segundo a empresa, exigiu planejamento, perseverança e visão de longo prazo. Foram desenvolvidas as seguintes ações: implantação do sistema de bilheteria eletrônica; padronização da frota de ônibus (com nova pintura e novo padrão visual); renovação da frota; ações visando à introdução de ônibus 100% acessíveis; o desenvolvimento do Programa Ir e Vir – Transporte Solidário; aprimoramento do sistema Passe Livre (transporte gratuito para a popu-

lação carente); ajuste de horários; melhorias radicais e significativas no trânsito e criação de faixa exclusiva para o transporte coletivo; contratação de estudo técnico para elaboração da planilha do preço da tarifa urbana; estabelecimento de tarifa diferenciada com desconto para o Cartão Melhor Cidadão e construção de novos abrigos e pontos de ônibus.

O Plano de Mobilidade Urbana integrou a campanha de imagem da empresa, desencadeada em três fases de quatro meses cada uma. A primeira fase trabalhou a campanha de imagem; a segunda, a campanha de endomarketing e a terceira correspondeu à divulgação da Campanha de Mobilidade, com ações de fidelização e relacionamento.

Foi realizado um Seminário de Mobilidade Urbana para apresentação da íntegra do plano às autoridades e à Sociedade Civil. Participaram do encontro o secretário estadual de Transportes, o prefeito, deputados estaduais, vereadores, representantes das associações de moradores da cidade, formadores de

opinião, imprensa e público em geral.

A empresa utilizou basicamente tais ações de comunicação: cartazes indoor, busdoor, folder, vídeo Institucional sobre o Plano de Mobilidade, mídia espontânea (divulgação nos jornais, rádio e TV local). Para o Seminário foram produzidos pasta, convites e o Jornal do Seminário

O Plano de Mobilidade Urbana tem outras ações planejadas para execução em futuro próximo: introdução da compra de créditos pela internet (Cartão Cidadão e Escolar) com recarga a bordo; reformulação do sistema de transporte de linhas diametrais para linhas radiais; integração temporal e tarifária (sem necessidade de Terminal); tarifa única nas linhas distritais; desenvolvimento da promoção Recarregou ganhou” (clientes que efetuam recargas ganham descontos ou passagens integrais aos domingos); convênios (rede de afinidade); introdução do Programa TV nos Ônibus, ônibus com ar-condicionado, renovação contínua da frota e novos pontos de recarga de créditos (Cartão Cidadão).

A Bienal é um evento promovido pela ANTP – Associação Nacional de Transportes Públicos e organizado pela sua Comissão de Marketing, buscando visibilidade e reconhecimento aos esforços destinados à promoção do transporte público e do trânsito e à melhoria das suas condições de concorrência no mercado de viagens urbanas.

Nesta 6ª edição da Bienal ANTP de Marketing cumpre destacar a contribuição do marketing para o sucesso da implementação da Política Nacional de Mobilidade Urbana, tal como definida da Lei nº 12.587/2012.

1. CATEGORIAS

1.1 As experiências podem ser inscritas e selecionadas em 6 (seis) categorias:

PROMOÇÃO – Ações de rua, de comunicação social, mídias sociais e/ou campanhas publicitárias destinadas à Promoção do Transporte Público (serviços regulares de Metrô, trens metropolitanos, ônibus, micro-ônibus, serviços seletivos, serviços especiais, transporte escolar, terminais), da Gestão do trânsito ou para Lançamento de novos serviços, programas e projetos.

FORTELECIMENTO INSTITUCIONAL – Ações destinadas ao fortalecimento da imagem e da marca das empresas e de órgãos gestores e também à propagação de novos conceitos e valores afetos ao tema transporte e trânsito, visando à disputa da opinião pública.

RELACIONAMENTO – Ações destinadas à melhoria do relacionamento com os públicos da organização - clientes, usuários, imprensa, acionistas, iniciativa privada, poderes públicos e comunidade em geral. Nesta categoria devem ser identificados: canais de comunicação – convencionais ou na internet, centrais de atendimento, ações de mobilização social, pesquisas ou sondagens permanentes, ações de fidelização.

ENDOMARKETING - Ações adotadas pelas organizações para ampliar a adesão dos colaboradores aos seus valores e projetos, visando ao melhor atendimento, capacitação, qualificação e satisfação do cliente interno. Podendo ser ações, políticas ou campanhas de comunicação ou de recursos humanos.

RESPONSABILIDADE SOCIOLAMBIENTAL - Ações destinadas à inclusão social e à melhoria da relação da empresa com os ambientes internos e externos por meio de iniciativas sustentáveis e de preocupação com o meio ambiente - mobilidade urbana sustentável, redução do consumo de energia, energias alternativas, materiais recicláveis, racionalamento do uso da água, separação e reciclagem do lixo,

A Lei da Mobilidade Urbana é uma grande oportunidade para que Autoridades e Sociedade discutam e aprovelem políticas e ações destinadas a promover a melhoria da qualidade de vida das cidades. Este processo também pode ser enriquecido pelas ações voltadas a redução de acidentes e à promoção de cidades seguras e amigáveis. Os instrumentos do marketing são indispensáveis no processo de difusão da lei e dos compromissos brasileiros com a campanha da ONU pela redução de acidentes, e são essenciais no processo de mobilização e construção das políticas e na execução posterior das mesmas.

uso consciente do papel, cuidado com a fauna e a flora etc.

PRODUTO – Produtos ou serviços criados a partir da identificação de necessidades dos usuários/clientes e pautados pela busca da inovação tecnológica e da qualidade.

1.2 Fica criada a categoria Destaque para experiências que apontem para a inovação, a critério da Banca de Juizes.

2. PARTICIPAÇÃO

2.1 Podem participar todas as organizações do setor, associadas ou não a ANTP;

2.2 Uma mesma experiência não pode estar inscrita em mais de uma categoria, ficando a Banca de Juizes autorizada a reclassificar a experiência em outra que a categoria escolhida pela candidata.

2.3 Cada organização poderá inscrever até 3 (três) experiências em cada categoria, respeitadas as seguintes condições:

2.3.1 Nas categorias - Promoção e Produto - a experiência deve ter sido implantada depois de janeiro de 2013 e seus resultados já tenham sido avaliados (pesquisa de opinião ou outro método de aferição – registro de manifestações de meios de comunicação ou de canais de comunicação abertos aos beneficiários);

2.3.2 Nas demais categorias - a experiência pode ter sido implantada anteriormente, desde que continue em funcionamento;

2.4 Uma experiência apresentada nas edições anteriores da Bienal, só poderá ser apresentada nesta edição da Bienal, caso se aponte melhorias e mudanças significativas, resultantes do processo de avaliação.

3. INSCRIÇÃO

3.1 Fase 1 - Cadastro da organização e interlocutor – até 05 de junho de 2014.

3.1.1 As organizações deverão se inscrever por meio do preenchimento do Formulário de Inscrição, pelo pagamen-

to da Taxa de Inscrição até 14 de junho de 2014

3.1.2 O Formulário de Inscrição deve ser preenchido para cada experiência, contendo os dados cadastrais da organização, identificando os responsáveis pela experiência e a categoria em que está sendo inscrito.

3.2. Fase 2 – Registro das experiências – de 05 de junho a 05 de julho de 2014.

3.2.1 As organizações cadastradas terão acesso – login e senha – a uma área onde poderão publicar o Relatório de Inscrição em elaboração assim como os arquivos anexo.

3.1.2 O Formulário de Inscrição deve ser preenchido para cada experiência, contendo os dados cadastrais da organização, identificando os responsáveis pela experiência e a categoria em que está sendo inscrito.

3.2.2 O Relatório de Inscrição deverá conter uma descrição da experiência que considere os seguintes aspectos:

DESCRIÇÃO DO CENÁRIO - Descrever o contexto, cenário ou desafio(s) da experiência, os principais dados da pesquisa realizada (caso tenha sido feita alguma), os objetivos e metas estabelecidos para a resolução do problema.

DESCRIÇÃO DA EXPERIÊNCIA – Descrever todas as etapas da experiência, relatando como foi o planejamento da sua concepção e execução; qual o perfil do público alvo – faixa etária, gênero, renda, residência e outros; quais foram os recursos tecnológicos utilizados; quais foram os recursos de mídia utilizados - se houve campanha de comunicação, como foi a sua veiculação, quantidade de peças produzidas. Devem ser anexadas ao relatório as peças que demonstrem a descrição da experiência - eventos, vídeos, publicidade, comerciais, folhetos, folder, cartazes, boletins etc.

ENVOLVIMENTO DA ORGANIZAÇÃO / PARCEIROS – Descrever o processo de engajamento dos gestores, equipe interna e contratados (terceiros) à experiência e de como se deu o envolvimento dos mesmos. Relatar como os diversos segmentos da organização participaram antes, durante e após a experiência e quais foram as estratégias adotadas com os parceiros.

AValiação DA EXPERIÊNCIA – Descrever os resultados da experiência e como foram obtidos, métodos de pesquisa, citando se a coleta de dados foi feita por pesquisa de opinião através de entrevistas, por adesão ao serviço ou produto lançado, via atendimento telefônico etc. Indicar o grau de satisfação do público-alvo e dos parceiros, grau de satisfação dos acionistas e impactos sobre o posicionamento da organização no mercado.

3.3. Fase 3 – Entrega das experiências – até 15 de julho de 2014.

3.3.1 Nesta fase a organização da por concluído o processo de inscrição e pública a versão final do Relatório de Inscrição e Anexos.

4. ANÁLISE E JULGAMENTO

4.1 As experiências inscritas serão submetidas a uma banca de juízes constituída para esta finalidade que concluirá seus trabalhos até 30 de setembro de 2014.

4.2 A Banca de Juízes será composta por especialistas, parte oriunda do setor de transporte público e trânsito, parte externa ao setor e com experiência nas diversas áreas de marketing e comunicação, que atuarão orientados pelos fundamentos da premiação e por normas e procedimentos a serem formulados pela Comissão de Marketing da ANTP.

4.3 As experiências serão avaliadas com base nos fundamentos teóricos que vem sendo construídos pela Comissão de Marketing da ANTP. Com base nestes fundamentos foram definidas exigências mínimas para o preenchimento do Formulário de Inscrição, que permitirão a Banca de Juízes analisar e selecionar as experiências mais relevantes.

4.4 Na avaliação da descrição da experiência serão levados em consideração como critérios para julgamento: apresentação do material, a contextualização da experiência (objetivo, desafio, desenvolvimento e solução), formas de pesquisa e levantamento de informação para desenvolvimento da experiência, pertinência da solução ao objetivo e resultados obtidos.

5. PREMIAÇÃO

5.1 Trata-se de uma premiação de caráter institucional e de reconhecimento público, de abrangência nacional.

5.2 A Banca de Juízes irá selecionar 3 (três) experiências em cada categoria, podendo conferir Prêmios Destaques e/ou Menções Honrosas para experiências ou organizações, em reconhecimento aos seus esforços de implantação da cultura do marketing.

5.3 Receberão Troféus e Certificados as organizações responsáveis pela experiências assim como as organizações ou pessoas responsáveis – equipes internas, agências de marketing, promotores – pela sua execução, desde que identificadas no cadastro da experiência.

5.4 As experiências inscritas e selecionadas receberão seus Certificados de Participação no Seminário Nacional de Premiação da Bienal ANTP de Marketing previsto para novembro de 2014 na cidade do Rio de Janeiro.

5.5 As experiências premiadas, seus responsáveis e parceiros serão anunciados no Seminário Nacional de Premiação da Bienal ANTP de Marketing, quando receberão os seus Troféus e Certificados.

5.6 Para dar maior visibilidade as experiências selecionadas, serão promovidas as seguintes ações: inserção das experiências na Webbiblioteca da ANTP e elaboração de publicação com a experiências para distribuição nacional.



Novas tecnologias e processos impostos pela rapidez do mundo digital mudam rapidamente parâmetros e conceitos, deixando velho o que há pouco tempo era novidade.

Só as mentalidades abertas a essas mudanças devem sobreviver em um novo ambiente de negócios impessoal e bastante profissionalizado, onde as novas gerações vão ditar os padrões de comportamento. Na área da gestão de frotas, as empresas têm de mudar a maneira no treinamento de seus motoristas, melhorar o planejamento a fim de resolver grandes gargalos da infraestrutura, permitindo assim que as frotas e as mercadorias cheguem cada vez mais rápido ao desti-

no, com o menor custo operacional e maior produtividade, sem esquecer com a preocupação que envolve o meio ambiente.

É com este objetivo que OTM Editora apresenta a sua sétima edição, do **Fórum de Gestão e Eficiência de Frotas**, conscientizando os profissionais da importância do gerenciamento humano e o acompanhamento dos avanços tecnológicos.

Estimamos um público de 400 executivos do setor de transporte e logística, que terão a oportunidade de promover a troca de conhecimentos e experiências em um ambiente de integração e network profissional.



Realização:



Organização:



Apoio editorial:



23 E 24
setembro
2013
AMCHAM | SP



FÓRUM DE GESTÃO E EFICIÊNCIA DE FROTAS



11 5096-8104

gestaodefrotas@otmeditora.com.br

www.otmeditora.com.br



Assine as publicações da OTM Editora e tenha o máximo de informação:

transporte
Todos os modais MODERNO

6 edições + 4 Anuários:
Anuário de Carga, Anuário de Logística,
Gestão de Frotas e Maiores & Melhores



TM é a mais tradicional publicação do setor de transporte de carga. Editada há 49 anos a revista tem conteúdo específico sobre as melhores formas de transportar, de otimizar equipamentos de transporte, e traz as últimas novidades sobre manutenção, caminhões, custos, peças e equipamentos, implementos, serviços e empresas, além de cases de sucesso recente no setor. Publicação especializada para transportadores, operadores logísticos, compradores de frete (embarcadores), e quem administra frotas em todos os modais de transporte de carga (rodoviário, ferroviário, aéreo, marítimo, fluvial) e de passageiros.

ASSINE JÁ

R\$ 180,00

TECHNI
bus
TRANSPORTE COLETIVO
E TRÂNSITO

6 edições + 4 Anuários:
Anuário do Ônibus, Transpúblico,
Gestão de Frotas
e Maiores&Melhores



Publicada há 21 anos, a Technibus aborda o transporte de passageiros urbano, rodoviário e fretamento e turismo por ônibus e circulará em 2011 com 6 edições. Seu conteúdo é específico sobre as melhores formas de otimizar o equipamento ônibus, traz artigos sobre sistemas de transporte público, operações de transportadoras, produtos e serviços, além das últimas novidades sobre manutenção, custos, equipamentos e de cases de sucesso recente no setor. Publicação especializada para quem atua no mercado, como gestores de frotas, empresários e executivos de empresas e transportadoras e técnicos de transportes.

ASSINE JÁ

R\$ 160,00

Para mais informações ligue:

11-5096-8104

ou pelo e-mail:

assinaturas: circulacao@otmeditora.com.br



Acesse www.otmeditora.com.br e faça já sua assinatura

CUSTOS OPERACIONAIS

VEÍCULO MERCEDES-BENZ SPRINTER VAN QUILÔMETRO/MÊS 4.000

CUSTOS FIXOS	R\$	R\$ / km	%
DEPRECIACÃO	784,45	0,1961	16,8
REMUNERAÇÃO CAPITAL	941,14	0,2353	20,2
LICENCIAMENTO	235,71	0,0589	5,1
SEGUROS	893,28	0,2233	19,2
SALÁRIO MOTORISTA			
SUB-TOTAL CF	2.854,58	0,7136	61,2
CUSTOS VARIÁVEIS	R\$	R\$ / km	%
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MO)	502,00	0,1255	10,8
PNEUS	210,00	0,0525	4,5
COMBUSTÍVEL	883,20	0,2208	18,9
LUBRICANTE MOTOR	10,40	0,0026	0,2
LUBRICANTE CÂMBIO	2,80	0,0007	0,1
LAVAGEM	200,00	0,0500	4,3
SUB-TOTAL CV	1.808,40	0,4521	38,8
CUSTO TOTAL NO MÊS	4.662,98	1,1657	100,0

VEÍCULO ESCOLAR VOLARE V6 QUILÔMETRO/MÊS 3.000

CUSTOS FIXOS	R\$	R\$ / km	%
DEPRECIACÃO	825,21	0,2751	18,6
REMUNERAÇÃO CAPITAL	1.107,26	0,3691	25,0
LICENCIAMENTO	262,90	0,0876	5,9
SEGUROS	396,15	0,1321	8,9
SALÁRIO MOTORISTA	0,00	0,0000	0,0
SUB-TOTAL CF	2.591,52	0,8638	58,5
CUSTOS VARIÁVEIS	R\$	R\$ / km	%
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MO)	456,90	0,1523	10,3
PNEUS	276,90	0,0923	6,3
COMBUSTÍVEL	851,70	0,2839	19,2
LUBRICANTE MOTOR	10,80	0,0036	0,2
LUBRICANTE CÂMBIO	1,80	0,0006	0,0
LAVAGEM	240,00	0,0800	5,4
SUB-TOTAL CV	1.838,10	0,6127	41,5
CUSTO TOTAL NO MÊS	4.429,62	1,4765	100,0

VEÍCULO MICRO-ÔNIBUS COM AR VOLKSWAGEN VW 9.850 - PIÁ QUILÔMETRO/MÊS 4.000

CUSTOS FIXOS	R\$	R\$ / km	%
DEPRECIACÃO	1.131,57	0,2829	12,6
REMUNERAÇÃO CAPITAL	1.508,81	0,3772	16,8
LICENCIAMENTO	326,75	0,0817	3,6
SEGUROS	539,81	0,1350	6,0
SALÁRIO MOTORISTA	2.445,23	0,6113	27,3
SUB-TOTAL CF	5.952,17	1,4880	66,4
CUSTOS VARIÁVEIS	R\$	R\$ / km	%
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MO)	990,40	0,2476	11,1
PNEUS	254,80	0,0637	2,8
COMBUSTÍVEL	1.324,80	0,3312	14,8
LUBRICANTE MOTOR	25,20	0,0063	0,3
LUBRICANTE CÂMBIO	13,60	0,0034	0,2
LAVAGEM	400,00	0,1000	4,5
SUB-TOTAL CV	3.008,80	0,7522	33,6
CUSTO TOTAL NO MÊS	8.960,97	2,2402	100

VEÍCULO FRETAMENTO MERCEDES-BENZ OF-1418 - MARCOPOLO IDEALE QUILÔMETRO/MÊS 5.000

CUSTOS FIXOS	R\$	R\$ / km	%
DEPRECIACÃO	1.455,67	0,2911	10,3
REMUNERAÇÃO CAPITAL	1.961,83	0,3924	13,9
LICENCIAMENTO	398,79	0,0798	2,8
SEGUROS	701,89	0,1404	5,0
SALÁRIO MOTORISTA	3.175,29	0,6351	22,5
SUB-TOTAL CF	7.693,47	1,5387	54,5
CUSTOS VARIÁVEIS	R\$	R\$ / km	%
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MO)	1.537,00	0,3074	10,9
PNEUS	630,50	0,1261	4,5
COMBUSTÍVEL	3.679,50	0,7359	26,1
LUBRICANTE MOTOR	48,50	0,0097	0,3
LUBRICANTE CÂMBIO	17,00	0,0034	0,1
LAVAGEM	500,00	0,1000	3,5
SUB-TOTAL CV	6.412,50	1,2825	45,5
CUSTO TOTAL NO MÊS	14.105,97	2,8212	100,0

VEÍCULO RODOVIÁRIO SCANIA K 380 - MARCOPOLO PARADISO 1550 QUILÔMETRO/MÊS 10.000

CUSTOS FIXOS	R\$	R\$ / km	%
DEPRECIACÃO	3.429,52	0,3430	11,4
REMUNERAÇÃO CAPITAL	4.560,14	0,4560	15,2
LICENCIAMENTO	811,94	0,0812	2,7
SEGUROS	1.450,22	0,1450	4,8
SALÁRIO MOTORISTA	3.175,29	0,3175	10,6
SUB-TOTAL CF	13.427,11	1,3427	44,7
CUSTOS VARIÁVEIS	R\$	R\$ / km	%
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MO)	6.718,00	0,6718	22,4
PNEUS	797,00	0,0797	2,7
COMBUSTÍVEL	7.948,00	0,7948	26,5
LUBRICANTE MOTOR	97,00	0,0097	0,3
LUBRICANTE CÂMBIO	26,00	0,0026	0,1
LAVAGEM	1.000,00	0,1000	3,3
SUB-TOTAL CV	16.586,00	1,6586	55,3
CUSTO TOTAL NO MÊS	30.013,11	3,0013	100,0

VEÍCULO URBANO MERCEDES-BENZ OF-1418 - MARCOPOLO TORINO QUILÔMETRO/MÊS 5.000

CUSTOS FIXOS	R\$	R\$ / km	%
DEPRECIACÃO	1.855,12	0,3710	11,0
REMUNERAÇÃO CAPITAL	2.021,92	0,4044	12,0
LICENCIAMENTO	404,69	0,0809	2,4
SEGUROS	874,10	0,1748	5,2
SALÁRIO MOTORISTA	4.988,86	0,9978	29,6
SUB-TOTAL CF	10.144,69	2,0289	33,8
CUSTOS VARIÁVEIS	R\$	R\$ / km	%
MANUTENÇÃO (PEÇAS E MO)	1.563,50	0,3127	9,3
PNEUS	631,00	0,1262	3,7
COMBUSTÍVEL	3.974,00	0,7948	23,6
LUBRICANTE MOTOR	48,50	0,0097	0,3
LUBRICANTE CÂMBIO	13,00	0,0026	0,1
LAVAGEM	500,00	0,1000	3,0
SUB-TOTAL CV	6.730,00	1,3460	22,4
CUSTO TOTAL NO MÊS	16.874,69	3,3749	112,4

Produção de chassis avança 52,6% no quadrimestre

As vendas de chassis de ônibus no mercado interno, no entanto, acumulam queda de 2,3% nos quatro primeiros meses do ano

■ SONIA MORAES



O mercado de ônibus fechou o mês de abril com uma produção de 3.691 veículos, um crescimento de 42,2% na quantidade de veículos que saíram da linha de montagem. No acumulado de janeiro a abril o aumento foi ainda mais impressionante, volume de chassis produzido cresceu 52,6% em comparação ao mesmo período de 2012 e atingiu 13.624 unidades, segundo resultado apurado pela Associação Nacional dos Fabricantes de veículos Automotores (Anfavea).

Entre os segmentos de aplicação, os modelos urbanos apresentaram um crescimento de 54,7% no quadrimestre com 11.239 veículos produzidos, ante 7.265 unidades fabricadas nos quatro meses de 2012. Os chassis de ônibus rodoviários acumularam uma produção de 2.385 unidades, 43,3% a mais que no quadrimestre de 2012, quando foram produzidos 1.664 veículos.

VENDAS – De acordo com os números divulgados pela Anfavea, o resultado das vendas ao mercado nacional ficou negativo. No primeiro quadrimestre as vendas de chassis de ônibus no mercado brasileiro totalizaram 10.405 unidades, volume 2,3% inferior às 10.647 unidades comercializadas no mesmo período de 2012.

Ao exterior as empresas enviaram 2.399 chassis de ônibus no acumulado de janeiro a abril deste ano, garantindo um crescimento de 20,6% sobre o quadrimestre de 2012, quando foram exportados 1.990 veículos.

Os modelos urbanos tiveram um aumento de 31,8% nas exportações no acumulado de janeiro a abril, com 1.549 unidades, ante 1.175 unidades enviadas ao exterior no quadrimestre de 2012. No segmento de rodoviários as vendas ao mercado externo cresceram 4,3% e atingiram 850 unidades.

RANKING – Entre as fabricantes a Mercedes-Benz, líder do mercado, entre janeiro e abril deste ano registrou queda de 33% nas vendas, com 3.581 ônibus comercializados, em comparação com 5.343 unidades emplacadas nos quatro meses de 2012.

A MAN, segunda colocada, obteve no quadrimestre aumento de 31% nas vendas, com 3.403 chassis de ônibus emplacados. A Agrale teve um aumento de 86,4% nas vendas e licenciou 2.235 chassis de ônibus. A Volvo registrou nos quatro meses do ano queda de 18,9% na comparação ao mesmo período de 2012, com o emplacamento de 490 chassis. A Scania teve no quadrimestre uma retração de 32,6% com a venda de 271 veículos. Já a Iveco reduziu o seu volume em

11,8%, de 475 unidades nos quatro meses de 2012, para 419 unidades neste ano.


CARROCERIAS – No segmento de carrocerias a produção de abril aumentou 5,6% em relação a março deste ano, de 2.595 unidades para 2.742 unidades, segundo dados divulgados pela Associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus (Fabus).

No acumulado de janeiro a abril a produção de carrocerias totalizou 10.330 unidades – 5.966 modelos urbanos, 2.195 rodoviários, 870 modelos intermunicipal e 1.299 micro-ônibus – volume 3,28% menor que no mesmo período de 2012, quando foram fabricadas 10.681 unidades.

Ao exterior as fabricantes de carrocerias enviaram de janeiro a abril 1.076 unidades, 49,2% superior às 721 unidades exportadas no quadrimestre de 2012.

No mercado de carrocerias, a Marcopolo junto com a sua controlada Ciferal lidera o setor com 4.185 unidades produzidas de janeiro a abril deste ano – 2.374 unidades da Marcopolo e 1.811 unidades da Ciferal. Na sequência aparece a Caio Induscar, com a produção de 3.208 unidades; a Neobus, com 1001 unidades; a Comil com 920 unidades, a Mascarello com 785 unidades e a Irizar com 231 unidades, segundo a Fabus.

A expectativa das montadoras é que o programa Caminho da Escola de aquisição de ônibus para transporte escolar, criado pelo governo federal, aqueça o mercado de ônibus ao longo de 2013. ■



Fabricar a melhor transmissão
é uma parte do nosso trabalho.
Continuar ao seu lado é outra.

Na Rede de Concessionárias ZF
você encontra a qualidade ZF.

Encontre a concessionária mais próxima
em www.zf.com/br/rede ou 0800 019 44 77



A ZF faz questão de continuar ao seu lado mesmo depois que o produto sai da fábrica. Por isso é a única a possuir uma Rede de Concessionárias própria. Onde você conta com peças originais, técnicos treinados, diagnósticos precisos e um ano de garantia*. Quando se trata da sua segurança e dos seus passageiros, contar com a melhor pós-venda é a certeza de rodar com segurança e tranquilidade. A ZF sabe disso.

*Consulte aplicações.



TRANSPORTE PÚBLICO DE QUALIDADE SE FAZ COM INTELIGÊNCIA.

QUALITY PUBLIC TRANSPORT IS ACHIEVED WITH INTELLIGENCE.



CCO - Belo Horizonte, MG, Brasil (3.100 ônibus e 42 companhias operadoras). *Operational Control Center - Belo Horizonte, MG, Brazil (3,100 buses and 42 operator companies).*

CITbus®

Soluções Integradas de ITS. *Integrated Solutions of ITS.*

CIT-SAO®.
INTELIGÊNCIA A SERVIÇO DO CONTROLE.
INTELLIGENCE AT THE SERVICE OF CONTROL.



Sistema de gestão do transporte público online, que monitora toda a operação em tempo real (GPS/GPRS). Informa a localização dos veículos, com dados de telemetria e alarmes, além de identificar eventos que podem influenciar na programação. Permite correções imediatas e redução de custos. Todas as funcionalidades de um CCO integradas em um só produto.

Online public transport management system, which monitors the entire operation in real time (GPS/GPRS). It informs the location of vehicles, with data on telemetry and alarms, as well as identifying events that may influence scheduling. It allows for immediate corrections and cost reduction. All the functionalities of a Operational Control Center integrated in one single product.

CIT-SIU®.
INTELIGÊNCIA A SERVIÇO DO USUÁRIO.
INTELLIGENCE AT THE SERVICE OF THE USER.

Tecnologia que oferece aos usuários a previsão de chegada dos ônibus. Nos pontos, estações e terminais, através de totens; e a qualquer hora e lugar, via Internet ou celular. E nos veículos, através de monitores, informa onde o ônibus se encontra, próximas paradas e outros dados relevantes. Um serviço que vai mudar a maneira como o transporte público é visto e utilizado.

Technology that offers users forecasts for bus arrivals. At the bus-stops, stations and terminals, through electronic signs; and at any time and place, via Internet or cell phone. And in vehicles, through monitors, it lets you know where the bus is, the next stops and other relevant data. A service that will change the manner how transport is viewed and used.



BUSZOOM®.
INTELIGÊNCIA A SERVIÇO DA SEGURANÇA.
INTELLIGENCE AT THE SERVICE OF SAFETY AND SECURITY.

Sistema de filmagem digital embarcado, com gravação contínua e georreferenciada. Com um grande diferencial: é indexada por eventos, o que facilita a obtenção das informações. Permite o registro de alarmes com envio instantâneo de dados e imagens fotográficas para uma central. Com BUSZOOM®, nada escapa.

It includes a digital filming system, with continuous, geo-referenced recording. With a significant difference: it is indexed by events, which facilitates the gathering of information. It allows for the registration of alarms with the instant forwarding of data and photographic images to central control. With BUSZOOM® nothing is missed.



ISO 9001:2008
SISTEMA DE GESTÃO DE QUALIDADE

mpsBr MELHORIA DO PROCESSO DE SOFTWARE BRASILEIRO

55 (31) 3348.1000 - www.tacom.com.br

TACOM