

TECHNI

**bus**

TRANSPORTE COLETIVO  
E TRÂNSITO

OTM [www.revistatechibus.com.br](http://www.revistatechibus.com.br)  
Ano 16 - Nº 77 - R\$ 15,00

Dubai:  
usuário  
de ônibus  
ganha  
conforto



# MANAUS MUDA PARA PRIVILEGIAR O PASSAGEIRO

Mercado de chassis  
explodiu

Volkswagen dá nova  
dimensão a Resende

Sprinter, versão luxo,  
transporta mais



Irizar: uma década de acertos



12, 13 e 14 de novembro de 2008



“Nosso ônibus já foi sucesso de público.  
Hoje é sucesso de multidão.”

Fábio Cançado – Auto Omnibus Floramar Ltda.



Mercedes-Benz, marca registrada do Grupo DaimlerChrysler.

# Aqui tem confiança de geração em geração.

## Aqui tem chassis urbanos OF-1418 e OF-1722 M.



► Quer fazer sucesso nas paradas?  
Use os chassis urbanos Mercedes-Benz.

► Qualidades estes chassis têm de sobra: durabilidade, economia, conforto, excelente desempenho do motor eletrônico e alto valor de revenda. Afinal, nem tudo na vida é passageiro: a confiança dos clientes na nossa

marca passa de geração em geração. Porque aqui tem Mercedes-Benz.

► Para mais informações sobre estes chassis de sucesso, acesse [www.mercedes-benz.com.br](http://www.mercedes-benz.com.br) ou ligue 0800 970 90 90.



Mercedes-Benz

## Uma fórmula justa

No último mês de outubro foram transportados por ônibus urbanos dentro da cidade de São Paulo 246,5 milhões de passageiros. Se cada usuário tivesse pago R\$ 2,30, preço estabelecido pela tarifa, o sistema teria arrecadado em torno de R\$ 567 milhões. Mas, não foi isso que aconteceu. A arrecadação na catraca somou R\$ 120,8 milhões.

Nem tanto à terra, nem tanto ao mar. O custo do sistema, segundo a SPTrans, gestora municipal do sistema, atingiu em outubro R\$ 355,8 milhões. Para pagar o custo, a SPTrans pegou a receita das catracas e adicionou a ela um subsídio de R\$ 235 milhões. Só assim mesmo para fechar as contas.

O balanço mostra que a Prefeitura de São Paulo, que controla a SPTrans, tem consciência de que para manter uma tarifa social precisa cobrir o custo.

Quem faz a gestão e, principalmente, paga os custos como se deve, tem o dever e o direito de exigir. A frota de ônibus, em São Paulo, de 15 mil ônibus, está sendo renovada aceleradamente por conta da exigência feita pela SPTrans em contrapartida ao complemento pago às operadoras privadas.

Uma das maiores cidades do mundo, São Paulo depende maciçamente do transporte coletivo para aliviar as agruras do pesado tráfego de veículos que não pára de crescer. O subsídio na tarifa é, pois, uma forma direta de compensar os custos das empresas e recompensar o passageiro que utiliza um sistema racional de transporte.

**DIRETOR**

Marcelo Ricardo Fontana  
marcelofontana@otmeditora.com.br

**SECRETÁRIA EXECUTIVA**

Maria Penha da Silva  
mariapenha@otmeditora.com.br

**FINANCEIRO**

Vidal Rodrigues  
vidal@otmeditora.com.br

**SEMINÁRIOS E CURSOS**

Sabrina Baialardi  
sabrina@otmeditora.com.br

**REDAÇÃO**

**Editor**

Eduardo Alberto Chau Ribeiro  
ecribeiro@otmeditora.com.br

**Colaboradores**

Sonia Crespo  
soniacrespo@otmeditora.com.br

Ramundo de Oliveira

raimundo.oliveira@otmeditora.com.br

**Projeto Gráfico**

Artworks Comunicação  
www.artworks.com.br

**EXECUTIVOS DE CONTAS**

Carlos A. Criscuolo  
carlos@otmeditora.com.br

Vito Cardao Neto

vito@otmeditora.com.br

Gustavo Feltrin

gustavofeltrin@otmeditora.com.br

Alcindo Fontana

fontal@otmeditora.com.br

**CIRCULAÇÃO**

Tania Nascimento  
tania@otmeditora.com.br

Representante Paraná e Santa Catarina

Gilberto A. Paulin

João Mário

Tel.: (41) 3027-5565

spala@spalamkt.com.br

Tiragem

8.000 exemplares

Assinatura Anual: R\$ 120,00 (seis edições e quatro Anuários).

Pagamento a vista através de boleto bancário, depósito em

conta corrente, cartão de crédito Visa ou cheque nominal à OTM

Editora Ltda. Em estoque apenas as últimas edições.

As opiniões expressas nos artigos e pelos

entrevistados não são necessariamente as mesmas da OTM

Editora



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

Av. Vereador José Diniz, 3.300 - 7º andar, cj. 705 Campo Belo

CEP 04604-006 - São Paulo, SP

Tel./Fax: (11) 5096-8104 (seqüencial)

www.revistatechnibus.com.br

**Atendimento ao assinante:**

0800 702 8104

otmeditora@otmeditora.com.br

Filial a:



www.anatec.org.br

■ **SUMÁRIO**

**INTERNACIONAL**

Governo de Dubai, integrante dos Emirados Árabes Unidos, se empenha em proporcionar conforto aos usuários de ônibus, como a instalação de pontos de parada com ar condicionado

**6**

**IRIZAR**

Empresa de origem espanhola comemora uma década de atuação no mercado brasileiro com produção acumulada de 3.683 ônibus dos modelos Century e Intercentury

**10**

**COMIL**

Encarçoadora de Erechim (RS) teve um crescimento de 19% nas vendas em 2007 e fechou o ano com faturamento de R\$ 300 milhões e 2,6 mil ônibus comercializados no País

**12**

**RODOVIÁRIO**

Dois ônibus fabricados pela Induscar-Caio, um modelo rodoviário Giro 3400 e um micro Foz Executivo, vão transportar os jogadores e a equipe técnica do clube São Paulo

**14**

**ENCARROÇADORAS**

A Ciferal se mantém no mercado brasileiro há mais de meio século e ostenta liderança no segmento de ônibus urbanos em estados como Minas Gerais, Rio de Janeiro e Espírito Santo

**16**

**TRANSPORTE URBANO**

Consórcio Transmanaus vai investir R\$ 30 milhões para, em dois anos, renovar a frota de 1,4 mil ônibus que operam no sistema de transporte público da capital do Amazonas

**18**

**FRETAMENTO**

A Rimatur Transportes, sediada em Curitiba, construiu uma história de sucesso, tendo as montadoras instaladas em São José dos Pinhais como principais clientes

**22**

**VOLKSWAGEN**

Montadora alemã anuncia investimento de R\$ 1 bilhão nos próximos cinco anos em suas unidades no Brasil: o dinheiro será usado para expansão da produção e novos produtos

**24**

**ESTRATÉGIA**

Discretamente, a italiana Iveco vem testando um modelo de chassi para ônibus de 12 metros de comprimento em ruas de Aracaju (SE), Porto Alegre (RS) e Canoas (RS)

**28**

**CHASSIS**

Venda de chassis para ônibus atinge recorde histórico de 23 mil unidades em 2007 e expectativa para 2008 é otimista. Produção total foi de 38.741 para o varejo e a exportação

**30**

**SEÇÕES**

**Editorial 3**

**Panorama 54**

**Custos Operacionais 57**

**SELO DE QUALIDADE**

Garagem da Viação Cometa na sede em São Paulo recebe certificação da IQA, que confere a qualidade dos serviços de manutenção prestados pela empresa

**32**

**FRESP**

Entidade que reúne empresas de fretamento do Estado de São Paulo estima em 8% o crescimento do mercado de fretamento em 2007 e prevê um bom 2008

**34**

**MOTOTÁXI**

Falta de regulamentação do exercício de mototáxi e motofrete e recordes nas vendas de motocicletas nos últimos anos provocam caos nas ruas de grandes cidades

**36**

**MAIORES & MELHORES**

Evento realizado pela OTM Editora em novembro do ano passado reuniu mais de 550 pessoas e homenageou as principais empresas dos setores de transporte

**40**

**TRANSPORTE ESCOLAR**

Atividade de transporte de estudantes no mercado brasileiro ainda é desconhecida e deficiente em regulamentação. Ninguém sabe o tamanho da frota, por exemplo

**44**

**PNEUS**

Há 80 anos no Brasil, a Michelin lançou no final do ano passado um inédito sistema de recapagem Refill que pode ser usado três vezes em pneus novos da marca

**46**

**AR CONDICIONADO**

Hispacold, empresa espanhola que produz aparelhos de ar condicionado para ônibus, inaugura no interior paulista sua primeira fábrica no Brasil

**49**

**TERMINAIS**

Maior administradora privada de terminais de ônibus, a Socicam teve um expansão de 20% em 2007 e busca ampliar sua atuação em aeroportos e grandes centros urbanos

**50**

**BILHETAGEM**

Federação das Empresas de Transportes de Passageiros do Rio de Janeiro (Fetranspor) lançou o RioCard Expresso para usuários que estão fora do sistema de vale-transporte

**52**

**CARROCERIAS**

Reflexo de renovações e ampliações de frotas urbanas, o crescimento de 15,5% na produção no ano passado superou as expectativas iniciais dos fabricantes de carrocerias

**58**

Shell Formula Diesel.  
Até 3% de economia,  
100% de satisfação.



No primeiro abastecimento com **Shell Formula Diesel** você já sente a diferença. Shell Formula Diesel não faz espuma e seus exclusivos agentes dispersantes e anticorrosivos mantêm o sistema de injeção de combustível limpo, permitindo uma queima mais rápida e mais eficiente. Com isso você consegue reduzir o consumo da sua frota em até 3%. E ainda obtém uma maior durabilidade das peças, o que significa menos gastos com manutenção. Escolha o melhor para a sua frota. Entre em contato com a nossa central de vendas e descubra como obter todas estas vantagens para a sua empresa.

[www.shell.com.br/transporte](http://www.shell.com.br/transporte) • [fale@shell.com](mailto:fale@shell.com) • 0800 728 1616



# Sonho que emergiu das areias do deserto

**Um dos emirados do Oriente Médio tem pressa em se tornar num país moderno que não dependa da receita petrolífera, o que significa também contar com um sistema de transporte eficiente**

■ EDUARDO RIBEIRO, DE DUBAI



*O hotel Burj al Arab tem diárias entre R\$ 3,5 mil e R\$ 24 mil e um almoço de frutos do mar ao lado de um enorme aquário sai por R\$ 400 por pessoa*

Com uma das maiores rendas per capita do mundo e uma população de 900 mil habitantes, o Dubai – um dos sete emirados que formam os Emirados Árabes Unidos, cuja principal receita provém do petróleo – concentra todos seus esforços na transformação do ex-porto sonolento às margens do Golfo Pérsico em um pólo econômico internacional.

Em uma geração os governantes de Dubai já converteram a pequena cidade de 20 mil habitantes em um dinâmico centro comercial, financeiro e turístico do Oriente Médio. Mas querem mais. E tem pressa. O objetivo é que a economia fique independente do petróleo, cujas reservas deverão se esgotar até o ano 2015 (hoje as modestas reservas petrolíferas são responsáveis por apenas 7% do Produto Nacional Bruto). Para isso, a cidade de Dubai, construída sobre as areias do deserto se transformou num imenso e frenético canteiro de obras. É o local com a maior concentração de grandes edifícios em construção no mundo. Em apenas dois quilômetros quadrados estão sendo erguidos mais de cem arranha-céus que servirão de centros comerciais, escritórios e residências, com previsão de término previsto para daqui a dois anos. Incluído nesse cronograma está Burj Dubai, o edifício mais alto do mundo, com 220 andares e 800 metros de altura. Na última contagem já estavam concluídos 160 andares, com a inauguração do espigão programada para o final deste ano.

Dubai é uma espécie de anomalia na

região e serve de exemplo a ser copiado pelos países árabes vizinhos. De fato, essa cidade-estado criou um dos ambientes econômicos mais dinâmicos do mundo.

Hoje a pequena Dubai atrai mais turistas do que toda a Índia, mais navios de passageiros e de carga do que Cingapura e mais capital estrangeiro do que muitos países europeus. Pessoas de mais de 150 países se mudaram para essa cidade para morar ou trabalhar.

Dubai abriga mais de 50 hotéis e resorts faraônicos que incluem o Burj al Arab, onde as diárias custam entre R\$ 3,5 mil e R\$ 24 mil e um almoço de frutos do mar ao lado de um enorme aquário colorido sai por R\$ 400 por pessoa. O hotel passou a ser um ícone da cidade é o mais alto hotel do mundo e suas linhas arquitetônicas assemelham-se a um torpeda apontado para o céu. A meca de turismo tem até conjuntos de ilhas artificiais – Palm Jumeirah, com formato de uma palmeira, e The World, com 300 ilhas em formato de mapa-múndi – para a construção de mansões e alojar os mais ricos.

**TRANSPORTE POR ÔNIBUS** – Para acompanhar a acelerada metamorfose da cidade, sua infra-estrutura de transporte e logística também está passando por renovação e expansão. Além de uma nova rodovia já implantada a alguns quilômetros paralelamente à existente anteriormente, estão sendo construídos novo aeroporto, novo terminal de cargas, novo porto, canal artificial, metrô, viadutos e vias expressas urbanas.

Também não foi esquecido o usuário de ônibus da nova Dubai. A medida mais recente divulgada pelas autoridades para beneficiar o passageiro de ônibus é a instalação de 500 pontos de ônibus com ar condicionado para driblar o sufocante calor que chega a ultrapassar os 50 graus Celsius no auge do verão. É uma ação inédita, que mostre a disposição do estado de prover ao cidadão todos os benefícios



*Quinhentos pontos de ônibus serão adaptados em "sala de espera" com ar condicionado*



*A frota de 504 ônibus transporta 250 mil passageiros por dia em 5.500 viagens*

na vida cotidiana. Não são apenas as autoridades e os expatriados das empresas estrangeiras que podem desfrutar da boa vida em uma cidade cercada pelas areias do deserto da Arábia. Até os recentes saltos dos preços dos imóveis, o custo de vida local era relativamente baixo e grande parte dos serviços públicos é bancada pelo governo.

A maior parte do trabalho prestado na

cidade é feita por estrangeiros, que superaram na proporção de oito para um os nativos. É para essa parcela da população e a dos cidadãos de baixa renda que o governo dirige agora sua atenção.

A locomoção dessas pessoas depende principalmente dos ônibus, que em Dubai oferecem serviço eficiente. O moderno sistema de transporte público é administrado pela Roads & Transport Authority (RTA).



Nos terminais um sistema computadorizado ajuda o usuário a achar a rota certa



Os veículos têm ar condicionado, bilhetagem e itinerários eletrônicos

São 62 linhas de ônibus que oferecem 409 viagens em horário de pico. Os veículos percorrem 168 mil quilômetros em média por dia. O sistema transporta diariamente cerca de 250 mil passageiros em 5.500 viagens. As rotas dos ônibus cobram uma área de 4.110 quilômetros quadrados. Há nove terminais e 1.600 pontos de parada, 500 dos quais estão sendo convertidos em uma espécie de "sala de espera" com ar condicionado com design em forma de quarto crescente. Estes pontos vão oferecer uma série de serviços, como caixas eletrônicas, máquinas automáticas para venda de jornais, chocolates e bebidas. Existem ainda recipientes para coleta de papel, vidro e metal para reciclagem. Os ta-

manhos dois pontos podem variar de 6 m a 25 m de comprimento, por 2,4 m de altura e 1,5 m a 2,0 m de profundidade. A temperatura interna será mantida em 24 graus. O contrato de construção foi orçado em US\$ 4,77 milhões.

A frota de ônibus é formado por veículos customizados de alta qualidade, com assentos individuais, ar condicionado, itinerários eletrônicos e equipamentos computarizados de cobrança de tarifa (que varia conforme a distância). A maioria dos ônibus tem capacidade para transportar 51 passageiros sentados e 10 em pé. Alguns veículos menores são usados nas linhas alimentadoras. São duas as garagens usadas para manutenção.

### SISTEMA DE ÔNIBUS DE DUBAI

Frota	504 veículos
Linhas	62
Viagens/dia	5.500
Km/dia percorridos	168.000
Passageiros/dia	250.000
Terminais	9
Pontos de parada	1.600
Paradas cobertas	153, mais 500 com ar condicionado em construção
Garagens	2
Sistemas eletrônicos	Itinerário e de cobrança de tarifas
Bilhetagem	Cartão sem contato, com três opções: passe mensal, pré-pago e estudante

Os passageiros dispõem do Planejador de Viagem. É um sistema computadorizado instalado pela RTA que oferece muitos serviços: calcula as tarifas da viagem, encontra o modo mais fácil e rápido de transporte para um determinado destino, informa ao passageiro sobre pontos de baldeação, provê também mapas de trajetos e dá todos os detalhes sobre a melhor opção para chegar a um determinado ponto. Todas as informações são fornecidas ao usuário, depois que este digitar onde se encontra e o destino desejado. Ele pode ainda escolher o destino pelo nome do ponto de parada, ou ainda um lugar como nome de hotel, biblioteca ou restaurante.

Como em todas as modernas cidades do mundo, o sistema de transporte de Dubai precisa continuar a crescer rapidamente para atender à demanda gerada pela explosão de negócios internacionais, expansão do turismo e aumento de população. O governo local já está realizando estudos para avaliar as soluções mais eficientes e de melhor custo-benefício para combater os congestionamentos e a poluição resultante.





Quando a gente pensa que conhece tudo sobre transporte urbano, a **Caio Induscar** chega com uma nova luz.

[www.caio.com.br](http://www.caio.com.br)

Com você aonde for  
**CAIO**  
INDUSCAR 



## Uma década de acertos

**Fabricante comemora dez anos no Brasil com mais de 3,6 mil unidades produzidas no período e detém participação de 6,5% no segmento de ônibus rodoviários**

■ SÔNIA CRESPO

Há exatos dez anos a encarroçadora Irizar Brasil S/A chegava ao Brasil para disputar com potenciais concorrentes do setor uma fatia do mercado de ônibus rodoviários e tornar-se uma das maiores fornecedoras de carrocerias para o País e a região. A década transcorreu permeada pelos altos e baixos provocados pelas diretrizes econômicas do governo, perfeitamente administrados pela empresa de origem espanhola que, tomando decisões acertadas ao longo do percurso, mostrou que veio para ficar. Nesse período foram produzidas 3.683 carrocerias, dos tradicionais modelos Century e Inter-century.

A decisão de implantar uma unidade no Brasil foi tomada em 1997 pela matriz Irizar na Espanha – fundada em 1889 e sediada na cidade de Ormaiztegi, no País Basco – objetivando atender a estratégia mundial de crescimento da

marca. Como está entre os maiores fabricantes de ônibus do mundo, o Brasil foi escolhido prioritariamente para um projeto de longo prazo. "Desde 1997, passando por turbulências de seguidas crises econômicas e cambiais, incertezas, concorrências de marcas consagradas no mercado há mais de 50 anos, que reagiram fortemente à chegada da Irizar ao mercado, podemos hoje avaliar que conquista-

mos a confiança de clientes, passageiros e fornecedores ao nosso entorno, preservando a estratégia inicial da empresa, de respeito às pessoas, ao mercado, praticando políticas éticas do ponto de vista comercial, técnico e social", comenta o gerente de Relações com o Mercado João Paulo Cunha Ranalli.

A Irizar Brasil conquistou clientes em mais de 30 países das Américas, África e Oriente Médio, e conta com uma rede de representação de vendas de carrocerias e peças de reposição e pontos de serviços autorizados pela fábrica que atendem todo território nacional, bem como os diversos países de destino dos produtos da marca. "Quando começamos a operar no Brasil geramos em algumas pessoas que não tinham conhecimento da marca o temor de que fôssemos mais uma dessas empresas estrangeiras que vêm para se



**Da linha de produção brasileira da Irizar saíram até agora 3.683 carrocerias**

aventurar neste mercado", lembra Ranalli.

O executivo conta que a encarroçadora conseguiu concretizar sua estratégia inicial de comercialização, realizando a produção de acordo com o planejado. "Nossa meta era começar com uma operação de pequeno volume, colocar unidades no mercado e conhecer seu desempenho e aceitação pelos operadores e seus clientes. Com esta atitude a Irizar conseguiu introduzir em seu produto as características das quais o mercado necessitava. Como fruto disto, a Irizar cresceu de forma contínua e consistente no mercado brasileiro e nos demais países atendidos", relata.

**MARCA CONSOLIDADA** – Dez anos de bons negócios geram expectativas de crescimento e de expansão para a fábrica, localizada na cidade de Botucatu, em São Paulo, que atualmente tem 39 mil m<sup>2</sup> de área e 22,5 mil m<sup>2</sup> de construção. Trabalham na unidade 325 funcionários. "Em termos comerciais o Brasil é o país mais importante da América Latina. É o mercado com maior volume de demanda de nossos produtos e no qual a Irizar tem grande potencial de crescimento", salienta Ranalli. O executivo conta que os planos futuros da encarroçadora são seguir crescendo de maneira planejada e consistente, mantendo os valores que tem consolidado a marca Irizar no mercado: inovação, alta qualidade, atendimento diferenciado permanente e uma rede de pós-vendas eficiente. As previsões de crescimento na demanda para os próximos anos já acionaram investimentos na planta, entre 2006 e 2007, que expandiram as instalações físicas e já possibilitam a produção de até quatro unidades/dia. Hoje a produção diária da encarroçadora é de duas unidades/dia e a capacidade instalada da fábrica brasileira chega a 1.000 unidades/ano. Também as vendas externas vão de vento em popa, relata o gerente. "Em 2007, nossas exportações representaram 71,5%



*Planta da empresa em Botucatu (SP), com 325 funcionários, produz 90 ônibus por mês*

das vendas totais, registrando aumento de 6,3% em relação ao ano anterior", diz.

Os produtos Irizar fabricados em todo o mundo, comenta o executivo, têm características semelhantes. "Os conceitos de projeto, processos de fabricação, materiais e critérios de qualidade são iguais em todas as sete plantas do mundo – Espanha, China, Marrocos, Brasil, México, Índia e África do Sul", diz. Os diferenciais dos produtos em relação aos concorrentes, aponta Ranalli, são as exigentes normas de segurança, a alta qualidade nos acabamentos interno e externo, preocupação com o grau de conforto oferecido ao motorista e aos passageiros, manutenção facilitada e a padronização dos componentes, que garante a otimização das peças de reposição.

A concorrência no mercado doméstico, diz o executivo, é muito grande. Quanto a uma provável ampliação da carteira de produtos oferecidos pela empresa, Ranalli explica que essa decisão depende da evolução das necessidades de seus clientes. "A carteira de produtos oferecidos depende daquilo que está sendo pedido pelo mercado. Os produtos Irizar são de classe mundial, ou seja, o que se produz na Europa é basicamente o mesmo produto fabricado no Brasil, com as adaptações requeridas

por cada mercado", avalia. "Hoje, no Brasil, nosso carro-chefe é o Century, com três padrões de acabamentos: Premium, Luxury e Semi Luxury. Por enquanto não temos previsão de expandir nossa gama de produtos, ainda que tenhamos, como opção, as carrocerias PB e I4, produzidas atualmente na Espanha".

A produção da Irizar Brasil sempre teve a maior fatia direcionada ao mercado externo. Porém, ao longo dos anos, as vendas ao mercado interno foram crescendo e, em 2007, o share doméstico da encarroçadora atingiu 6,5% do segmento de rodoviários, segundo dados da associação Nacional dos Fabricantes de Ônibus (Fabus). Cerca de 30% da produção da empresa destina-se ao mercado brasileiro. Ranalli conta que o mercado europeu demanda o modelo Century na mesma proporção que o brasileiro e, além desta carroceria, demanda o modelo superpremium PB, comercializado com grande sucesso naquele exigente mercado, obviamente com preço diferenciado do Century devido aos diversos conceitos inovadores e acessórios que foram incorporados ao seu projeto. "A fábrica brasileira tem plenas condições de produzir este modelo no momento em que o mercado assim o exigir", garante Ranalli. ■

# Comil acelera vendas

**No mercado interno a encarroçadora de Erechim registrou crescimento de 19% nas vendas e 13% no faturamento, após expandir sua capacidade de produção, mas no mercado externo teve uma pequena retração**

*Raimundo de Oliveira*

A Comil encerrou 2007 com um aumento de 19% nas vendas de carrocerias de ônibus em relação ao ano anterior e faturamento de cerca de R\$ 300 milhões, o que representa um aumento de 13% em comparação ao montante faturado em 2006. No ano passado, a Comil comercializou cerca de 2.600 veículos. De acordo com a empresa, os resultados obtidos em 2007 refletem, além do aquecimento no mercado automotivo em geral verificado, o aumento da capacidade de produção da fábrica e a reestruturação de suas áreas comercial e pós-venda. No ano passado, a Comil contratou 200 funcionários e fechou o ano com um quadro de trabalhadores acima de 2.000 pessoas.

Em 2006, a Comil vendeu 2.221 ônibus e registrou um faturamento de R\$ 265 milhões. Segundo a empresa, 1.614 veículos foram vendidos para o mercado interno, o que representou um aumento em relação às 1.271 unidades comercializadas em 2005. Em 2006, a encarroçadora fechou o ano com 9% de participação no mercado nacional.

A empresa informa que a estratégia em 2007 foi a de se preparar para atender ao aumento na demanda com a conjuntura positiva no mercado brasileiro de ônibus verificada desde meados do segundo semestre de 2005. No balanço feito pela empresa no início deste ano, 2007 foi con-



**A demanda de veículos para fretamento levou ao aumento de vendas**

siderado um ano bastante favorável. Para a empresa, os segmentos de veículos urbanos e microônibus foram considerados os de melhor performance no ano passado. No mercado interno, as vendas da empresa no segmento de ônibus urbanos tiveram crescimento acima de 40%. Segundo informações da Comil referentes aos nove primeiros meses de 2007, período que já teve o balanço consolidado, as vendas de ônibus urbanos do modelo Svelto somaram 921 unidades, o que representa um aumento de 42,6% em relação aos três primeiros trimestres de 2005.

Entre os principais motivos apontados pela empresa para a boa performance nas vendas de ônibus urbanos no ano passado

estão os investimentos na renovação de frotas por parte das empresas que atuam no setor em decorrência da maior oferta de crédito e do bom momento da economia. Outro segmento que contribuiu para a expansão das vendas da Comil em 2007 foi o de ônibus para viagens intermunicipais. De acordo com a empresa, o modelo Versatile, destinado a este nicho de mercado, ampliou as vendas em 35,7% entre janeiro e setembro do ano passado em relação ao mesmo período de 2006 e atingiu 175 unidades vendidas. Conforme a direção da Comil, a demanda por veículos por empresas do setor de fretamento, tanto no segmento de turismo de curta distância como no de transporte de trabalhadores em áre-

as urbanas, foi o principal responsável pelo crescimento nas vendas.

Nas exportações, a empresa fechou 2007 com cerca de 550 unidades vendidas, pouco abaixo dos 607 ônibus vendidos para o mercado externo em 2006. De acordo com a empresa, a retração nas vendas externas já havia sido verificada no primeiro semestre do ano passado por conta da valorização do real frente ao dólar, o que provocou queda na competitividade das empresas nacionais no mercado global de ônibus.

Para 2008, a expectativa da Comil é que a conjuntura favorável para o setor de ônibus se mantenha no mercado interno e a perspectiva é de crescimento nas vendas entre 5% e 7% em relação a 2007.

A empresa também criou um programa para fortalecer seu departamento de Pós-



**Comil ampliou o atendimento pós-venda para todas as regiões do País**

venda, o Comil Assist. O objetivo da empresa foi ampliar o atendimento a seus clientes e a visibilidade em relação a suas atividades de suporte. As equipes internas e externas de pós-venda passaram por treinamentos e houve ampliação da cobertura de atendimento para todas as regiões do País, informa a empresa. A intenção é ter

representantes em todas as capitais estaduais e cobertura em regiões com maior adensamento, além de garantir maior agilidade e aumento do volume de vendas de peças originais para seus modelos de carrocerias. Uma das medidas adotadas pelo programa foi a ampliação da frota de veículos para atendimento pós-venda. ■

# Conforto

para os passageiros

# Credibilidade

para sua empresa

Free Design

Todos os produtos estão disponíveis em 12/24 volts.



Bebedouros de água.



Aquecedor de líquidos 4,5 lts.



Aquecedor de líquidos 4 e 6,5 lts.



Aquecedor de alimentos.



Refrigerador (várias opções)



Conjugado • Refrigerador com cafeteira térmica.

# Jogadores do São Paulo viajam em ônibus Caio

**A Induscar-Caio, que acaba de fornecer dois ônibus ao clube de São Paulo, fabricou 6.710 veículos no ano passado e obteve fatia de 23,8% do mercado**

■ RAIMUNDO DE OLIVEIRA

Os jogadores e a equipe técnica do São Paulo Futebol Clube vão usar dois ônibus fabricados pela Induscar-Caio em viagens de curta e média distâncias para a participação em jogos e outros eventos. No caso de viagens de longa distância, o time utiliza transporte aéreo.

Os veículos, um modelo rodoviário Giro 3400 e um micro modelo Foz Executivo montados sobre chassis Mercedes-Benz, foram pintados com as cores do time, vermelho, preto e branco, tanto no acabamento externo como no interno. Segundo a empresa, foram apresentados seis modelos diferentes de pintura para os veículos fornecidos ao time e a direção do São Paulo escolheu o modelo que foi implantado nos dois ônibus. Os dois veículos foram entregues no final do ano passado. Enquanto o modelo Giro 3400 tem capacidade para transportar 40 pessoas, o micro Foz Executivo pode levar até 26 passageiros.

O modelo Giro 3400 tem como características o baixo ruído interno e externo, sanitário sem propagação de odor e cores dos revestimentos que oferecem maior bem-estar aos passageiros e o micro Foz Executivo oferece grande desempenho e conforto, além de exigir pouca manutenção, informa a Induscar. Os veículos fornecidos ao time do São Paulo não sofreram adaptações e somente as cores das pinturas externa e interna foram usadas para identificar o time. De acordo com a empre-



*O ônibus leva as cores do São Paulo, sem estampar o escudo do time*

sa, os veículos não estampam o escudo do time, pedido feito pelo São Paulo.

**PRODUÇÃO CRESCE** — A Induscar-Caio registrou um aumento de 12,5% na produção de carrocerias. No ano passado a empresa fabricou 6.710 veículos e no ano anterior a produção atingiu 5.964 unidades. De acordo com a empresa, o volume de produção no segundo semestre de 2007 atingiu 3.117 unidades, o que representa um aumento de 24,6% em relação aos 2.501 veículos produzidos no mesmo período do ano anterior. Em 2007, a Induscar-Caio registrou aumento de 12% nas vendas de seus modelos de ônibus urbanos, o segmento que mais cresceu no mercado da empresa. Em 2007, a Induscar-Caio lançou o modelo de ônibus

urbano Apache S22, que substituiu o Apache S21, um modelo de miniônibus, o Atilis, destinado aos segmentos de turismo, transporte urbano e escolar, e também o furgão Atilis, destinado para o transporte de cargas.

De acordo com a empresa, as vendas para o mercado externo tiveram em 2007 um aumento de 14% em relação ao ano anterior. Em 2006 as exportações somaram 721 unidades e no ano passado este número subiu para 820 veículos. Para garantir o atendimento na demanda em 2007 a empresa aumentou em cerca de 11% o número de funcionários, tanto fixos como temporários. Em 2006, o número de funcionários na fábrica da Induscar Caio foi de 2.618 pessoas e no ano passado a mão-de-obra da empresa foi de 2.921 trabalhadores. ■