



ACESSE
www.transportemidia.com.br,
 o portal de notícias da OTM

transporte 50

CTM

Todos os modais MODERNO

www.otmeditora.com.br Ano 50 - n° 463 - R\$ 20,00

16º ENCONTRO
 ANUAL DO TNC
 CIMA/TRANSFOR

AGENDE-SE
 20, 21 e 22
 Agosto
 EXPOMINAS
 BELO HORIZONTE



FÓRUM DE GESTÃO
 E EFICIÊNCIA DE FROTAS
 22 e 23
 setembro
 AMCHAM | SP



VOLVO ARRANCA NO MERCADO NACIONAL DOS SUPERCAMINHÕES

P. Schiemer já colhe resultados da estratégia da Mercedes-Benz para liderar vendas

Scania quer neste ano a mesma agressividade em vendas de 2013, o melhor de sua história

Ford reestrutura fábrica de São Bernardo para retomar a produção da Série F

Transportadora Flecha de Prata ajuda a moldar a linha de monitriho

Empresas aéreas se preparam para voos extras previstos na Copa do Mundo

Como os implementos da Truckvan vão ajudar a proteger as multidões nos megaeventos

O monitriho de São Paulo deve ter primeiro trecho inaugurado em março



ENTREVISTA: **Empossado, José Hélio Fernandes quer maior interação entre NTC e cadeias produtivas**

Transporte Responsável

um compromisso



Matriz
Av. Copacabana, s/n, Morada de Laranjeiras - Serra - ES
Cep.: 29.165-820 - Telefone: (27) 3241 0233

Centro Corporativo
Rua Marcella Eny Carpegim Loureiro, 90, Morada da Granja - Barra Mansa - RJ
Cep.: 27.335-170 - Telefone: (24) 3343 3752

www.transporteexcelsior.com.br - informativo@transporteexcelsior.com.br



O Brasil que surpreende

Num ano ainda de desconfianças quanto ao ritmo da economia, não deixa de ser surpreendente que a Volvo já tenha comercializado 20 unidades do caminhão mais potente do mundo, o FH16 750, e esteja em negociação com outros interessados, mesmo com seu agigantado porte e preço de R\$ 1 milhão.

Por isso mesmo, o Brasil é um país surpreendente e incompreensível para muitos especialistas. Num ano em que se professa menor desenvolvimento, o senso comum diria que o correto seria adiar compras. Mas muitos aqui enxergam oportunidades onde outros veem problemas.

Certamente, a confiança nas grandes obras estimula empreendedores a ousarem mais. A transportadora Flecha de Prata é uma das que participam de obras pelo Brasil, como a construção do monotrilho da linha Ouro do metrô em São Paulo e dá suporte à logística das obras da usina hidrelétrica de Belo Monte, no Pará. Por seu trabalho, a empresa foi selecionada pela Volvo para testar o caminhão superpesado FH16 750, importado da Suécia.

A indústria segue confiante na habilidade e capacidade de sobrevivência do transportador nacional. O presidente da Mercedes-Benz, Philipp Schiemer, acredita na pujança da economia brasileira, que, se tudo ocorrer como previsto, deverá ter um mercado de 150 mil caminhões neste ano – sem crescimento em relação a 2013, mas ainda assim um dos maiores e mais cobiçados do mundo.

Também acreditam num mercado forte a Scania e a Volvo, que bateram recordes de vendas em 2013 e reforçam suas estruturas para continuar triunfantes no mercado de pesados. Atrás também não ficam a MAN, Ford e Iveco e outras marcas, que apostam suas fichas no crescimento do Brasil, que ainda terá uma forte ampliação da frota em virtude de sua dimensão continental e do grande número de veículos de carga obsoletos em circulação.

MONTADORAS

CEO da Mercedes-Benz do Brasil, Philipp Schiemer, anuncia maior nacionalização do Actros, extrapesado que pode ser decisivo na estratégia de reconquistar a liderança 6

Scania reforça soluções completas de serviços e produtos para não perder o intenso ritmo de vendas de 2013, quando obteve índice inédito de 77,9% de crescimento 10

Volvo atinge recorde histórico de vendas de caminhões no Brasil em 2013, com o emplacamento de 20.731 unidades, o melhor resultado desde que chegou ao país 16

Com 20 unidades já vendidas do caminhão potente FH16 750, avaliado em R\$ 1 milhão, Volvo descortina um mercado que começa a ganhar destaque no Brasil 18

Mercado sulista reforça vendas da MAN, com encomendas de 61 VW Constellation, 52 MAN TGX e 47 Volkswagen para o transporte de distribuição e rodoviário 20

Renault amplia sua participação no mercado de comerciais leves brasileiro, com uma evolução do share de 11,7% em 2008 para 20% em 2013 22

Ford reestrutura fábrica de São Bernardo do Campo para retomar a produção da linha F, que deverá voltar inicialmente com o modelo F-4000 24

Iveco firmou acordo com o atacadista mineiro Martins para realização de testes do seu furgão Daily movido a gas natural veicular 26

ENTREVISTA

Novo presidente da NTC & Logística, José Hélio Fernandes quer aumentar o diálogo das empresas de transporte com todo o mercado 30

TRANSPORTADORAS

É durante as madrugadas que a Flecha de Prata transporta entre São Paulo e Cajamar as supervigas usadas na construção da linha Ouro do Monotrilho paulistana 36

Com mais de meio século no mercado brasileiro, Primax ganhar reconhecimento do mercado nas operações de remoções técnicas e transporte de cargas indivisíveis 38

MONOTRILHO

No final de março deverá entrar em operação o primeiro trecho do sistema de transporte em via elevada de São Paulo, com número reduzido de passageiros 40

LANÇAMENTOS

Volvo Construction Equipment prepara novidades para o mercado nacional com modelos de caminhões articulados para grandes obras 42

SEGURANÇA

Implementos desenvolvidos pela Truckvan para monitorar multidões em jogos da Copa do Mundo já estão em fase de testes em grandes eventos no país 44

AVIAÇÃO

Empresas aéreas estão readequando suas estruturas e preparando o pessoal para fazer o transporte de cerca de 4 milhões de passageiros durante a Copa do Mundo 48

Empresas de handling investem R\$ 10 milhões em equipamentos e mão de obra em antecipação ao esperado aumento de voos durante os jogos da Copa 52

INDÚSTRIA AERONÁUTICA

A Airbus considera que a atual frota brasileira deverá triplicar de tamanho para atender à demanda projetada para o período até 2032 54

TÁXI AÉREO

Empresas do setor querem ampliar número de viagens ao propor o helicóptero como alternativa a congestionamentos nas grandes cidades brasileiras 56

ROUBO DE CARGA

Governador de São Paulo, Geraldo Alckmin, a pedido dos empresários, sanciona artigo que cassa estabelecimento comercial apanhado com carga roubada 58

AUTOPEÇAS

Flutuação do câmbio afeta as empresas de autopeças nacionais, já que o dólar mais caro obriga as montadoras a substituírem componentes importados 60

SIMULADOR

A Secretaria de Segurança da Santa Catarina coloca em operação unidade móvel que reúne três simuladores virtuais de tiro para treinar policiais civis e militares 64

SEGUROS

Marsh e Pamcary se unem para oferecer soluções globais em corretagem e gerenciamento de riscos para o setor de transportes de cargas e logística 66

LOGÍSTICA

Com pouco tempo de atuação no Brasil, a FM Logistic se prepara para investir nos serviços de transporte e planeja a implantação de novas unidades 68

UITP

Secretário-geral da associação internacional de transporte público, antecipa temas que serão abordados na Bus Conference a ser realizada no Rio de Janeiro neste ano 70

BILHETAGEM

A espanhola Indra assina contrato de R\$ 3,83 milhões com o metrô de São Paulo, o primeiro da empresa na área de bilhetagem no Brasil 74

DISTRIBUIÇÃO

Com cadastro de 15 mil clientes, a Pacaembu Autopeças completa 50 anos de uma história familiar e sucesso empresarial 76

IMPLEMENTOS

Reticente quanto aos rumos da economia, Anfir projeta queda de 5,5% nas vendas em 2014 em relação ao ano anterior 82

REDAÇÃO

DIRETOR

Marcelo Ricardo Fontana
 marcelofontana@otmeditora.com.br

EDITOR

Eduardo Alberto Chau Ribeiro
 escribeiro@otmeditora.com.br

COLABORADORES

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

EXECUTIVOS DE CONTAS

Alcindo Fontana
 fontal@otmeditora.com.br

Carlos A. Crisculo

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

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 da edição:

11.000 exemplares auditada por PwC

Impressão

Elyon

Assinatura anual: TM R\$ 200,00 (seis edições e quatro anuários);

TB R\$ 180,00 (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. 707
 Campo Belo - CEP 04604-006 - São Paulo, SP
 Tel./Fax: (11) 5096-8104 (seqüencial)

otmeditora@otmeditora.com.br

Filiada a:



SEÇÕES

Editorial 3 Novas 75



Uma empresa
diversificada
como, nosso
país

A JSL tem a solução logística para atender você.
O nosso segredo? Entender a sua necessidade.

*Seja qual for o tamanho ou a área de atuação da sua empresa,
a JSL pode ajudá-lo com soluções logísticas personalizadas.*



Entender para Atender

www.jsl.com.br
Tel.: (11) 2377-7000



Philipp Schiemer: "Espero que, com um trabalho focado, possamos repetir o desempenho de vendas à frente da concorrência também em 2014"

Com Actros nacional, Mercedes-Benz ruma à liderança

Montadora reforça sua linha de produtos e aposta em seu caminhão extrapesado fabricado em Juiz de Fora para ampliar vendas

■ WAGNER OLIVEIRA

FOI UM PHILIPP SCHIEMER BEM MAIS DEScontraído que recebeu jornalistas na sede de Mercedes-Benz, em São Bernardo do Campo, para falar da crescente nacionalização do Actros, condição para que o extrapesado se credencie a uma maior fatia de financiamento do Finame, programa de financiamento do Banco Nacional do Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Em seu retorno ao Brasil em meados do ano passado para assumir a presidência da Mercedes-Benz do Brasil, o executivo chegou bem mais compenetrado em razão do desafio de retomar a liderança do mercado brasileiro.

O bom humor durante o encontro com a imprensa é um reflexo dos bons resultados já colhidos pela montadora em razão de decisões acertadas tomadas pelo antecessor de Schiemer. Mais agressiva e com uma linha bem mais azeitada, a montadora já vê em seu radar a liderança. De fato, a Mercedes-Benz chegou a ficar alguns meses no segundo semestre à frente da MAN, o rival a ser batido. Na contabilidade do final de 2013, foram cerca de 2 mil caminhões de diferença a favor da MAN — a menor nos últimos anos. De acordo com o relatório da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores

(Anfavea), enquanto a Mercedes-Benz cresceu 10% em 2013 em relação a 2012 e emplacou 38.137 unidades, as vendas da MAN recuaram 1,4%, o que deixou a montadora com um total de 40.834 unidades comercializadas.

Schiemer disse que a liderança não é perseguida loucamente — antes, é um resultado do trabalho bem-feito visando, em primeiro lugar, à satisfação do consumidor. "A liderança será uma consequência natural de um trabalho baseado em uma linha de produtos eficiente, rede bem integrada e com soluções que atendam a todas as necessidades dos nossos clientes. A gente

não se preocupa em retomar a liderança de qualquer jeito. Espero que, com um trabalho focado, possamos repetir o desempenho de vendas à frente da concorrência também em 2014”, reforçou Schiemer, bastante conhecedor do mercado brasileiro.

Schiemer chegou para consolidar as mudanças na Mercedes-Benz do Brasil, país que ele conhece bem por ter trabalho por mais de dez anos no comando do departamento comercial da montadora. Além de uma maior eficiência na linha de produção, onde a empresa persegue um aumento de produtividade em 2014 de 4%, a família de produtos ganhou reforço de equipamentos para melhorar a satisfação.

Entre os acertos da Mercedes-Benz, o maior deles foi a decisão de investir no caminhão extrapesado, cuja maior vitrine é o modelo Actros. Como o rodoviário de cargas foi obrigado a usar caminhões mais potentes no longo curso, em razão de restrições urbanas e aumento de custo com regulação da legislação trabalhista, o superpesado acabou criando uma brecha para montadora crescer.

Sem grandes novidades na maioria dos produtos da linha 2014, a Mercedes-Benz optou por uma estratégia pé no chão, mais perto da realidade do mercado. Foi por isso que promoveu um upgrade na linha de produtos para aumentar a competitividade dos veículos, melhorando performance e o conforto para os motoristas, sem que, por outro lado, as inovações provocassem aumento de custos para os operadores.

Agora com a maior nacionalização do Actros, a Mercedes-Benz diz dispor de uma linha que atende ainda mais a todos os requisitos das necessidades do transportador nacional. Produzido em Juiz de Fora (MG), o modelo Actros 2646 6x4 para aplicações rodoviárias já pode ser financiado pelo BNDES Finame.

“Esta novidade é fruto do programa de nacionalização do produto, que segue acelerado e com escopo ampliado em nossa



O modelo Actros 2646 6x4 para aplicações rodoviárias já pode ser financiado pelo Finame

fábrica de Juiz de Fora”, afirmou Schiemer, para quem o veículo também atenderá ao agronegócio brasileiro e ao setor de obras, segmentos que, na avaliação dele, podem sustentar um mercado de 150 mil caminhões em 2014. “Dadas as condições deste ano, de Copa do Mundo, obras e eleições, acreditamos que o mercado possa se estabilizar em torno das 150 mil unidades, que embora não registre crescimento em relação a 2013, é de bom tamanho em razão das atuais condições macroeconômicas”, acrescentou.

No ano passado, foram produzidas cerca de mil unidades do Actros em Juiz de Fora. Para este ano, existe o potencial de dobrar as vendas do extrapesado, já que a montadora está fazendo um trabalho para oferecer o caminhão a clientes em todo o Brasil — na Fenatran o Actros foi um dos destaques do estande da marca da estrela de três pontas.

De acordo com o Schiemer, a Mercedes-Benz busca antecipar o cronograma de nacionalização do modelo extrapesado. “A nossa previsão é que até o final deste ano,

o Actros atenda todos os requisitos do BNDES Finame, ampliando as facilidades e as vantagens para o cliente adquirir o seu caminhão”, destaca o executivo. Pelo programa do BNDES, o Actros pode ter até 80% do seu valor financiado pelo Finame.

Ainda nessa família de extrapesados, o Actros 2546 6x2 acrescentou a parcela disponível das condições do Finame. “A nacionalização do Actros é resultado da experiência e know-how de engenheiros brasileiros, bem como dos investimentos da empresa em desenvolvimento tecnológico”, destacou o presidente da Mercedes-Benz do Brasil.

De acordo com ele, a montadora realiza o “maior” plano de investimentos do setor no Brasil. São R\$ 2,5 bilhões entre 2010 e 2015, envolvendo, além da nacionalização do Actros, diversas outras iniciativas, como expansão da produção de caminhões para a unidade de Juiz de Fora, pesquisa e desenvolvimento de novos produtos e tecnologias, otimização de processos e modernização de áreas de produção, logística e serviços.



Os cavalos-mecânicos Actros 2546 6x2 e 2646 6x4 são equipados com motor V6 de 456 cv de potência

Segundo Schiemer, o programa de nacionalização do Actros é mais uma demonstração do quanto a Mercedes-Benz acredita e investe no Brasil. “Mais uma vez, estamos reafirmando a confiança do Grupo Daimler e o compromisso com o país. Somos otimistas e acreditamos no potencial do mercado brasileiro para continuar crescendo”, ressalta.

De acordo com o presidente da empresa, a nacionalização do Actros potencializa as vantagens da marca, que diz deter o “maior portfólio de caminhões do país”. “A Mercedes-Benz tem o caminhão perfeito para todo tipo de operação no Brasil. E há capacidade produtiva para atender às demandas futuras. Temos profundo conhecimento em transportes e experiência no mercado brasileiro”, observa.

A primeira etapa do programa de nacionalização progressiva do Actros, em 2013, envolveu elementos do quadro do caminhão, sistema de exaustão, rodas e pneus.

Atualmente, a segunda etapa do

programa está concluída, com foco em mais economia e conforto no transporte. Agora estão nacionalizados uma série de itens para componentes como a suspensão a ar, eixos Mercedes-Benz nacionais sem redução nos cubos, sistema pneumático de freio, bancos pneumáticos e sistema elétrico. Nesse contexto, devido ao alto grau de tecnologia eletrônica do veículo, a montadora implantou um novo processo de manufatura para o chicote modular que é pioneiro na produção de caminhões na Mercedes-Benz do Brasil.

A terceira e última etapa do programa de nacionalização progressiva do Actros, prevista para 2015, englobará a produção local do motor OM 457, do sistema de combustível e do sistema de direção hidráulica.

Os cavalos-mecânicos Actros 2546 6x2 e 2646 6x4, indicados para transporte rodoviário de carga, são equipados com motor V6 de 456 cv de potência. Eles são indicados para longas distâncias, permitindo a utilização de diversos

semirreboques, como graneleiros, carga seca aberta, furgão, sider, tanques de líquidos e gases, porta-contêiner e outros. Também são utilizados para tracionar multicomposições, como bitrem, bitrenzão e rodotrem.

A linha Actros de caminhões rodoviários é oferecida ao mercado em quatro versões de cabines: o cliente pode escolher entre leito teto baixo, leito teto alto, megaspace e megaspace segurança. Além disso, a Mercedes-Benz disponibiliza a cabine curta para o basculante fora de estrada.

De acordo com a montadora, a nacionalização do Actros exige grande investimento e testes em razão das condições de uso no Brasil. “Enquanto na Europa este caminhão roda com peso máximo de 40 toneladas de cargas, aqui é o dobro, sem contar as duras condições das estradas e do clima”, disse Schiemer, acrescentando que o Actros brasileiro será exportado para outros países com condições de uso semelhantes às do Brasil.

DRUGOVICH

Qualidade em primeiro lugar



Peças para Scania, Volvo,
Volkswagen, Mercedes e Iveco



Maringá PR
(44) 2101-8000

Maringá PR Via Emilia
(44) 3343-8080

Cambé PR
(43) 3711-2200

Cascavel PR
(45) 3411-8000

Ponta Grossa PR
(42) 3311-8000

Curitiba PR
(41) 3302-8080

Guarapuava PR
(em construção)

Aracatuba SP
(18) 2103-8100

Ourinhos SP
(14) 3512-1500

Campinas SP
(19) 3202-8200

Ribeirão Preto SP
(16) 3211-8080

S. J. do Rio Preto SP
(17) 3355-8000

Brasília DF
(61) 3421-8080

Canoas RS
(51) 3515-8080

Caxias do Sul RS
(54) 2991-8500

Estrela RS
(51) 3712-1011

Contagem MG
(31) 3878-8080

Uberlândia MG
(em construção)

Itajaí SC
(47) 2103-8800

Tubarão SC
(48) 3301-8300

Rondonópolis MT
(66) 3302-0888

www.drugovich.com.br

Scania reforça estrutura para manter expansão

Com maior atenção para a sua equipe de vendas, montadora delinea planos para continuar na liderança e manter o market share no mercado de caminhões

■ SONIA MORAES

A SCANIA SEGUE FIRME PARA MANTER A dianteira da sua marca no mercado brasileiro de caminhões pesados. Depois de um resultado histórico em 2013, com aumento de 80,9% na venda de modelos pesados, o que lhe garantiu 32% de participação, e o destaque no mercado total, com crescimento de 77,8%, a montadora sueca prepara para este ano um reforço maior no seu modelo de atendimento com pacote de serviços que contenha uma solução mais adequada aos seus clientes. “A companhia quer repeti o mesmo market share do ano passado. Sabemos que não vai ser fácil, mas a rede de concessionária está disposta a trabalhar para manter este resultado, pois temos produto, gente e solução”, afirma Roberto Leoncini, diretor-geral da Scania do Brasil.

Para não perder o foco no atendimento diferenciado, a empresa concentrará maior

atenção na sua equipe de vendas. “Vamos fazer isso para não cair no pecado mortal de discutir somente produto com o cliente”, diz Leoncini. “É preciso ter uma firmeza de propósito para não perder o horizonte e o horizonte é discutir solução.”

Leoncini admite que para atingir os resultados esperados, é preciso fazer a lição de casa. “Temos que ter o melhor produto, com menor consumo de combustível, mas temos também que discutir a solução, o programa de manutenção, o treinamento do motorista, ter o feedback do motorista para ver o que ele está fazendo depois de ser treinado e ajudá-lo a usar o caminhão da melhor forma. É preciso manter o caminhão, se possível, do mesmo jeito que ele saiu da linha de produção e isso se faz com manutenção preventiva e preditiva para ter o menor índice de parada”, explica o diretor-geral da Scania.

É esta forma de olhar para o mercado que Leoncini acredita ter ajudado a Scania a colher os resultados positivos no mercado brasileiro. “Hoje a empresa vem sofisticando as suas ações de acordo com as necessidades do operador e o operador vem se sofisticando de acordo com o tipo de carga que transporta”, explica o diretor. “Há uma diferença no nível de maturidade e de capacidade dos clientes. Pode ser até que o tipo de carga seja o mesmo, só que a exigência logística em alguns pontos do país é totalmente diferente, por isso estamos monitorando e acompanhando as mudanças do mercado para criar ações específicas para cada região.”

Dentro das estratégias nacionais de marketing a Scania concentra 70% das suas ações em programas regionais e locais junto com as concessionárias. “A rede é o nosso parceiro e é o que mais conhece o



O maior desafio para a Scania em 2014 será manter o que fez em 2013, diz Roberto Leoncini

cliente Scania”, declara Leoncini. “Eu não vendo caminhão para a rede de concessionária, eu não transfiro estoque, eu não produzo um caminhão se não tiver um cliente por trás.”

Então o veículo sai de fábrica de acordo com o perfil do cliente? “Sim. Na fábrica é capaz de ter hoje 20 modelos do caminhão R 440 saindo da linha de produção na configuração 6x4 e 6x2, mas um não é igual ao outro na especificação. Pode ter uma caixa de câmbio, um equipamento interno e vários itens diferentes. Isso exige uma flexibilidade fantástica da área industrial”, explica Leoncini.

Este conceito modular de produção, segundo Leoncini, é adotado há muito tempo pela Scania. “Mas só agora nota-se a importância deste sistema que é atender cada vez mais à sofisticação do cliente”, comenta.

DESAFIO – O maior desafio para a Scania em 2014, segundo Leoncini, será manter o que fez no ano passado, quando aumentou a força de vendas para 500 profissionais – quase o dobro de 2011 – com o objetivo de prestar atendimento aos clientes de semipesados, investiu na segmentação de mercados e passou a olhar o tipo de carga e a aplicação para fornecer uma solução adequada. “Não vamos tirar o pé do acelerador”, avisa o diretor-geral da Scania. “É evidente que vamos ter alguns percalços porque temos bons concorrentes no mercado com produto de nível tecnológico bastante satisfatório e eles vão reagir. Só que vender caminhão é uma coisa e vender solução é outra. Isso exige uma equipe preparada.”

Dentro da estratégia de ampliar o seu pacote de soluções a Scania pretende aumentar o número de atendimento com os serviços executados na garagem dos



“ Não vamos tirar o pé do acelerador. É evidente que vamos ter alguns percalços porque temos bons concorrentes ”

transportadores. “A nossa experiência no segmento mais severo, como o de mineração, cana e madeira, nos deu um grande know-how para ir também dentro das oficinas dos clientes”, afirma Leoncini. “Vamos cuidar da frota de caminhões Scania e porque não cuidar da frota de outra marca.”

Leoncini afirma que a empresa está preparada para oferecer uma ampla cobertura aos seus clientes e manter a liderança no mercado de caminhões. Hoje a Scania tem 112 pontos de atendimento que cobrem 100% o território nacional. “Já temos planos firmados com a rede para aumentar para 134 pontos de vendas em dois anos”, diz o diretor.

O investimento que será aplicado na rede é de R\$ 130 milhões e inclui a realocação e a abertura de novas casas. A pretensão da Scania é ter pontos de vendas mais perto das rodovias para facilitar e agilizar a operação dos clientes. “Estamos entrando agora na distribuição e com os caminhões semipesados iremos para dentro das cidades e com os pesados vamos para fora das cidades. Tudo é um aprendizado e quando a gente começa a entrar em novos nichos começa a entender como tem que operar.”

Com os investimentos, a Scania irá ampliar o espaço nas concessionárias para receber o motorista que precisa descansar. “Temos algumas casas que estão



O Scania R440 foi o caminhão mais emplacado em 2013, segundo a montadora

preparadas para recepcionar os clientes, mas devido à nova legislação (a lei do descanso para o motorista) as futuras casas vão precisar ter uma estrutura diferente”, afirma o diretor-geral da Scania. “Estamos mapeando junto com a rede de concessionária e olhando os movimentos para que os novos projetos sejam contemplados com uma área maior de parada.”

O segmento de pesados foi o que mais cresceu nos últimos cinco anos. A tendência é de continuar crescendo? “A participação dos pesados vai continuar crescendo enquanto a intermodalidade não for uma realidade no país. O Brasil, nos últimos cinco anos, mudou muito o eixo de consumo. Antes estava mais concentrado no Sul, Sudeste e talvez uma parte na costa do Nordeste. Agora você tem uma classe média muito maior, com quase 60 milhões de pessoas, espalhadas pelo país e esta distribuição de consumo tem de ser coberta pela logística.”

Na região norte e nordeste são raros os centros logísticos, segundo Leoncini. “Por

este motivo, o caminhão pesado começa a trabalhar muito mais para fazer a transferência e até para fazer uma parte da distribuição dos produtos e o médio está perdendo espaço cada vez mais por causa dessa nova distribuição.”

Na avaliação de Leoncini o mercado de pesados vai continuar crescendo pelo tempo que demorar a ter uma malha logística ou uma capacidade de distribuição de armazenagem nestes eixos de consumo. “A hora que começar a funcionar a intermodalidade, com novos eixos de escoamento é evidente que o aproveitamento da frota existente será bem melhor porque os caminhões vão ficar menos tempo nos portos”, diz o diretor.

“Mas o caminhão médio ficará cada vez mais restrito para algumas aplicações, como construção, transporte de lixo e um baú refrigerado, enquanto o semipesado por ser muito flexível chegará a quase ao tamanho dos pesados, que representam atualmente um terço do mercado. O leve também vai ocupar um espaço cada vez

maior no mercado brasileiro. “No Brasil eu vendo um caminhão que é de distribuição na Europa”, conta Leoncini. “Lá este veículo roda 300 km e aqui 2.000 km porque ele é o estoque e a distribuição ao mesmo tempo, um negócio impensável no mercado europeu.”

MERCADO – Como ficará o mercado total de caminhões? “Igual ao ano passado em segmentação de modelos (de 154.549 veículos vendidos 55.886 foram pesados, 47.943 semipesados, 13.065 médios, 32.162 leves e 5.594 semileves). Essa é a tendência, mas é preciso entender o que vai acontecer em virtude das distribuições e das restrições. Isso é a legislação que vai comandar. Com a restrição de circulação do pesado, o semipesado vai chegar à borda dos grandes centros de consumo e a distribuição será feita pelos caminhões leves”, prevê Leoncini.

Com relação ao volume de vendas Leoncini estima que, por causa do atraso entre a publicação e a regulamentação do PSI/Finame (o aumento da taxa de juros para 6% ao ano para o financiamento de veículos foi anunciada pelo governo em 11 de dezembro de 2013, mas a regulamentação das condições do programa ocorreu dia 24 de janeiro) o mercado de caminhões não fique do mesmo tamanho do ano passado. “Eu acredito que o que foi perdido em janeiro dificilmente será recuperado durante o ano e o resultado de vendas deve ficar igual ou 5% menor que o de 2013”, calcula o diretor-geral da Scania.

“Mas isso não é um resultado ruim”, afirma Leoncini. “É preciso olhar o que era o Brasil há cinco e sete anos. Nós faturávamos 6 mil caminhões por ano e em 2013 faturamos 19 mil, são quase um quarto dos 86 mil caminhões vendidos pela Scania no mundo no ano passado.”

Segundo Leoncini, há condições de aumentar esse patamar de vendas de caminhões. “Mas existem algumas barreiras

estruturais, como a falta de infraestrutura, as condições das rodovias e a escassez de motorista, que desmotivam o empresário a comprar mais caminhões, porque linha de crédito, carga para transportar e empreendedorismo têm no Brasil.”

Que balanço você faz do Brasil? “Acho que o Brasil fez no momento certo a opção de incentivar o consumo com a distribuição da renda. Só que não adianta ter só um programa de distribuição de renda, é preciso estar conectado com a educação, com saúde, para tentar mudar as pessoas de patamar de consumo e mudar também a economia do país. Não adianta ter gente consumindo e não ter gente capacitada para trabalhar para prestar serviço”, afirma Leoncini. “Mesmo assim ainda acho que o Brasil ainda é um porto seguro para investimentos.”

Apesar dos problemas estruturais, Leoncini acha que o Brasil está no caminho certo, mas a capacidade de fazer os investimentos aterrissarem nos grandes projetos ainda é um problema. “Temos recursos destinados, mas não consegue gastar o recurso da maneira correta. O recurso não vira ponte, não vira estrada, não vira mobilidade urbana. Vira depois de muito desgaste e não no tempo correto.”

Leoncini acrescenta que, embora o evento da Copa do Mundo esteja próximo, existe cidade-sede que ia fazer 50 km de VLT e não conseguiu fazer 20 km. “É a incapacidade de fazer o recurso transformar em projeto, porque cai no despreparo da educação, na falta de mão de obra, na burocracia e outros problemas.”

Sobre o desempenho econômico do Brasil, Leoncini diz que analisa o Produto Interno Bruto (PIB) quando vai fazer projeção de mercado. “Mas não posso considerar somente o PIB para o negócio de caminhão, tenho que levar em conta o que está dentro do PIB. Se o agronegócio vai bem, por exemplo, indica que vamos ter uma safra talvez 10% maior que em 2013

e isso é um fator relevante para a venda de caminhões”.

Como está a capacidade da Scania atender a demanda? Com o sistema modular a Scania tem uma área industrial bem flexível, capaz de suportar altos e baixos do mercado. “Em 2013 tivemos dois meses seguidos de produção de 2.000 caminhões. Conseguimos sair de um patamar de 1.000 unidades em 2012 para 2.400 caminhões em alguns meses. Isso mostra a flexibilidade tanto da área comercial quanto da área industrial, trabalhando no final de semana, com horas extras as vezes em outros turnos. A nossa capacidade está conectada com a capacidade da cadeia de fornecimento”, diz Leoncini. Na fábrica de São Bernardo do Campo (SP) são produzidos 90 caminhões diariamente.

“ Não posso considerar somente o PIB para o negócio de caminhão, tenho que levar em conta o que está dentro do PIB ”

Para atualização da fábrica, a Scania investe anualmente cerca de R\$ 100 milhões no Brasil. Hoje o seu principal projeto no país é a construção de uma nova linha de pintura de cabines.

Nesta unidade que ocupa uma área de 8 mil metros quadrados dentro do complexo industrial de São Bernardo do Campo, estão sendo investidos R\$ 75 milhões e a

previsão é que as obras sejam concluídas em março deste ano. “Com a nova linha de pintura será possível atender mais rapidamente as diferenciações de cores solicitadas pelos clientes”, diz Leoncini.

RESULTADOS DE 2013 – O crescimento expressivo que a Scania obteve nas vendas em 2013, segundo Leoncini, foi decorrente de vários fatores. “Foi uma associação de iniciativas e acontecimento que começou em 2011 na Fenatran, quando a Scania decidiu que não iria mais falar de caminhão Euro 3, mas somente Euro 5”, explica o diretor. “Por este posicionamento perdemos vendas em 2012, mas recuperamos em 2013, quando decidimos disponibilizar o Arla (aditivo para o motor Euro 5) para todas as concessionárias.”

Leoncini atribui o bom desempenho também ao produto. “O caminhão R440 foi o mais emplacado em 2013 e se posicionou bem no mercado brasileiro no transporte de grãos, em composição graneleiro, porque tem baixo consumo de combustível.”

No mercado de pesados a Scania teve um aumento de 80,9% nas vendas em 2013, com 17.983 unidades, ante os 9.942 veículos emplacados em 2012 e uma participação de 32,2%, segundo dados divulgados pela Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea). O destaque da empresa neste segmento foi o caminhão R440, que teve de janeiro a dezembro 10.508 unidades emplacadas, garantindo uma participação de 18% e a liderança na categoria.

No mercado total de caminhões a Scania aumentou as suas vendas em 77,8%, com 19.698 unidades emplacadas e a sua participação chegou a 19% em 2013.

No segmento de semipesados a Scania obteve expansão de vendas de 51% em relação ao ano anterior, passando de 1.136 para 1.715 unidades emplacadas. O modelo mais vendido na categoria foi o P 310, com 1.232 unidades.

★ ★ ★ ★ ★
**CARGO
816**

O LÍDER
EM VENDAS DA
CATEGORIA.

**UM CAMINHÃO
QUE JÁ RODOU
POR TODO O
BRASIL COM VOCÊ,
AGORA CHEGA
AO TOPO
DA LIDERANÇA.**

FACEBOOK.COM/JVTRASIL



CARGO 816. O LÍDER EM VENDAS DA CATEGORIA.

0800-703 FORD
3 6 7 3



Respeite os limites de velocidade. www.fordcaminhoes.com.br



FORD CARGO 816



LINHA LEVES FORD CAMINHÕES.





Volvo: o melhor resultado desde que chegou ao Brasil

A Volvo alcançou um recorde de vendas de caminhões no país em 2013, atingindo a marca histórica de 20.731 unidades emplacadas, 30,6% a mais que os 15.878 caminhões no ano anterior

COM UM DESEMPENHO BEM ACIMA DO crescimento de 18,8% da indústria, a Volvo registrou seu melhor ano em vendas de caminhões em 2013, chegando ao total de 20.731 caminhões comercializados, 30% superior ao do ano anterior, com 15.878 unidades, para conquistar pela primeira vez desde que se instalou no Brasil a

terceira posição em market share no mercado total de caminhões, apesar de atuar apenas nos segmentos de pesados e semipesados. O resultado é superior ao registrado em 2011, o melhor ano da história do setor de caminhões no país, quando a Volvo emplacou 19.069 unidades. Na Argentina, Peru e Chile, três importantes

mercados latino-americanos para o Grupo Volvo, a empresa também teve desempenho positivo.

“Temos o melhor portfólio de veículos comerciais do país”, afirma Roger Alm, presidente do Grupo Volvo América Latina. “Veículos robustos, com alta produtividade e baixo consumo de combustível

asseguram maior rentabilidade para os transportadores. E ainda temos uma rede de concessionárias totalmente comprometida em atender com grande qualidade”, complementa o presidente.

O presidente do Grupo Volvo América Latina anunciou também o investimento de US\$ 320 milhões em suas operações no Brasil nos próximos anos. O valor será destinado a novos produtos que devem ser trazidos ao país, à ampliação da capacidade de produção, ao aumento do conteúdo local dos produtos e à rede de concessionárias, que atualmente é de 90 lojas e será ampliada para 100 neste ano.

“Nossa estratégia é continuar a expandir a rede de distribuição e elevar os investimentos na fábrica de Curitiba”, ressaltou Roger Alm. Segundo ele, a nacionalização do conteúdo dos veículos produzidos no Brasil terá destaque neste novo ciclo de investimentos, já que quase a totalidade das vendas depende da linha de crédito Finame do BNDES, com os juros mais baixos.

Para 2014 a Volvo projeta um mercado de 105 mil caminhões acima de 15 toneladas de pbt, praticamente igual ao do ano passado. “No caso dos caminhões pesados, nos próximos anos teremos uma expansão de 3% ao ano, enquanto o segmento vinha crescendo 10% nos últimos anos no país”, afirmou Sérgio Gomes, diretor de estratégia da Volvo América Latina.

“Mesmo diante de uma economia com crescimento baixo, 2013 foi um excelente ano para o negócio de caminhões do Grupo Volvo”, diz Bernardo Fedalto, diretor comercial de vendas e de marketing de caminhões Volvo no Brasil. Estabilizar as vendas no segmento de pesados e crescer nos semipesados é a meta da Volvo em 2014, segundo o executivo. “Para isso, tudo que a Volvo faz está focado no cliente, para que ele tenha o menor custo por tonelada transportado”, acrescenta.

“O resultado de 2013 mostra que nossos caminhões estão ganhando ainda mais espaço no setor de transporte brasileiro.



Roger Alm: estratégia é expandir a rede de distribuição e elevar os investimentos na fábrica

Nossa oferta de caminhões e de produtos de pós-venda nunca foi tão grande, com modelos de veículos que atendem a todas as necessidades dos transportadores em diferentes segmentos”, complementa Sérgio Gomes.

Segundo ele, a frota de caminhões de marca Volvo em circulação com até dez anos de idade no país é de 100 mil.

EXPANSÃO EM SEMIPESADOS — A Volvo aumentou ainda mais sua participação de mercado nos segmentos de pesados e semipesados, alcançando 20%, um substancial aumento de 1,8% ante os 18,2% de market share do ano anterior e de 8% em 2008. “A cada cinco caminhões destas categorias vendidos no Brasil, um é Volvo”, comemora Fedalto. A linha de caminhões semipesados VM é a grande responsável por esta evolução. Em 2013, foram emplacados 5.752 VM, 23,9% a mais que as 4.643 unidades de 2012. “Atingimos um market share inédito de 12% no segmento de semipesados. O VM conquistou o transportador”, observa Fedalto. No ano anterior, o modelo VM tinha 10,1% do

mercado nesta categoria.

O Grupo Volvo comercializou em 2013 um total de 29.518 caminhões (Volvo, Mack, Renault e UD) na América Latina, 25% a mais que as 23.589 unidades vendidas no ano anterior. Para esta região está previsto um mercado total de 150 mil caminhões acima de 16 toneladas neste ano.

Na Argentina, foram emplacados 1.607 caminhões (Volvo e Renault), uma expansão de 7,8% em comparação com 2012. No Peru, onde a Volvo é líder no segmento de pesados, a marca registrou 20,1% de market share. No Chile, o grupo comercializou 1.551 veículos pesados Volvo, Mack e Renault, aumentando seu market share para 26,1%, isto é, mais de um quarto do mercado local.

“Estes excelentes resultados que tivemos em 2013 são fruto dos contínuos investimentos que o Grupo Volvo tem feito no Brasil e de uma rede de concessionárias forte e comprometida”, observa Alm. “Além disso, ampliamos nosso parque fabril para podermos atualizar nossa linha de produtos”, finaliza o executivo. ■



A Flecha de Prata testou o modelo FH 16 de 750 cavalos por um mês para transportar vigas nas obras do monotrilho de São Paulo

A estreia no Brasil do caminhão mais potente do mundo

Transportadora Flecha de Prata utilizou o superpesado Volvo FH16 750 para carregar vigas de até cem toneladas entre a região metropolitana e o canteiro de obras na zona sul de São Paulo

■ WAGNER OLIVEIRA

DESDE O LANÇAMENTO NA FENATRAM 2013, a Volvo já vendeu 20 unidades do supercaminhão FH16 750 para empresas brasileiras que atuam no transporte de cargas indivisíveis – geralmente acima de 100 toneladas. Ao custo de R\$ 1 milhão, a comercialização do veículo surpreendeu positivamente a direção da montadora sueca no Brasil. “Realmente foi uma boa surpresa”, afirmou Bernardo Fedalto, diretor comercial da Volvo Latin America. “Vários

operadores nos procuraram durante e após a feira demonstrando interesse no produto. Além das unidades já vendidas, estamos em negociação com mais empresas”, afirmou.

De acordo com o executivo, as unidades já vendidas serão entregues a partir de maio. Com capacidade para transportar cargas de até 250 toneladas, o FH16 750 está em fase de homologação junto aos órgãos nacionais competentes. Segundo

Fedalto, a versão trazida para o Brasil já atende às necessidades brasileiras, tais como a necessidade de se posicionar o eixo direcional próximo ao eixo traseiro para aumentar a capacidade de carga. Com isso, a Volvo elimina a necessidade de testes para uma eventual tropicalização. “Já tínhamos pensado em trazer a versão que melhor atendesse ao Brasil”, disse.

Lançado em setembro de 2012 no Saal de Hannover, o extrapesado da Volvo

chegou ao Brasil um ano depois de ter sido apresentado na Europa. “Durante a última Fenatran, ficamos muito contentes com a repercussão positiva do modelo, que foi alvo de muitas fotografias de vários operadores, mesmo aqueles que não operam com cargas indivisíveis. Pelo seu porte e poder de tração, o veículo acabou virando uma das referências da última feira nacional do transporte”, afirmou.

O FH16 750 testado pela empresa Flecha de Prata, que usou o caminhão no transporte das vigas do monotrilho de São Paulo, também poderá ser emprestado a outros operadores que tenham interesse em comprar o modelo superpesado.

Segundo Fedalto, toda a rede da Volvo terá capacidade para fazer a manutenção do veículo. Em caso de alguma necessidade especial, a montadora vai orientar o operador a buscar a concessionária mais apta a atender uma determinada ocorrência. “Este é um veículo que não pode quebrar nunca, pois causa um grande transtorno em uma estrada, por exemplo. Mas, às vezes, pode acontecer algum imprevisto, que tem de ser solucionado com muita rapidez”, destacou.

Com 16 litros, o motor do extrapesado FH produz 750 cavalos e 2.800 Nm de torque a 900 rpm, após o qual a curva de torque aumenta acentuadamente e atinge



Bernardo Fedalto: “Este é um veículo que não pode quebrar nunca, pois causa um grande transtorno em uma estrada”



seu nível máximo de 3.550 Nm a 1.050 rpm, depois se nivela a 1.400 rpm. Isto torna possível manter uma velocidade alta até mesmo nas mais difíceis subidas.

O motor foi desenvolvido para disponibilizar força a partir de baixas rotações no transporte de uma carga pesada, gerando menos tensão sobre o motor e diminuindo o gasto de combustível.

O Volvo FH16 750 é destinado tanto para tarefas de transporte realmente pesados e para tarefas que exigem velocidade média alta rodando em estradas acidentadas ou muito montanhosas. Embora a média nessas operações não passa da velocidade de 30 km/h, o FH pode ultrapassar os 60 km/h.

Para a maioria dos clientes do FH16 750, o foco está em como transportar o maior número de toneladas possível no menor tempo possível. No entanto, muitos clientes também precisam transportar rapidamente bens de elevado valor através de longas distâncias com diferentes topografias e entregar em tempo.

Pela atuação na complexa obra de engenharia — e de muita visibilidade na capital paulista —, a Flecha de Prata foi escolhida pela Volvo para testar o caminhão FH 16

750, o mais potente construído pela marca sueca. Normalmente, os modelos usados pela Flecha de Ouro na operação do monotrilho em São Paulo têm 520 cavalos de força.

A Flecha de Prata teve a oportunidade de usar o veículo por um mês. “O caminhão é realmente fantástico. Facilitou muita nossa operação, já que existe potência de sobra”, afirmou Jhon Ferraza, diretor comercial da empresa, reforçando que a transportadora tem interesse em comprar unidades do FH 16 750, cuja viabilidade de importação é analisada pela Volvo.

No atual estágio da obra, a Flecha de Prata já transportou mais de 300 vigas das 550 previstas para o primeiro trecho do monotrilho que ligará o aeroporto de Congonhas à estação Luís Carlos Berrini da Companhia Paulista de Trens Metropolitanos (CPTM), num total de 7,7 quilômetros.

Pelos serviços prestados, Ferraza disse que a Flecha de Prata também se credencia a participar dos outros trechos do monotrilho (ainda não licitados), que terá um total de 17,7 quilômetros de extensão até o bairro do Morumbi. Na fase seguinte da obra, está previsto o transporte de cerca de 1.000 vigas para o monotrilho. ■



Caminhões Delivery são entregues sob medida, com pintura da Vonpar e o terceiro eixo reforçado para bebidas

MAN amplia vendas de caminhões na região sul

Com a Reiterlog o negócio envolveu 113 caminhões, incluindo 61 modelos VW Constellation e 52 MAN TGX, e com a Vonpar o contrato é de fornecimento de 47 caminhões Volkswagen desenvolvidos sob medida

■ SONIA MORAES

A MAN LATIN AMERICA FECHOU CONTRATO de vendas com duas empresas da região sul, a Reiterlog, uma das maiores transportadoras de Porto Alegre, e a Vonpar Bebidas, distribuidora oficial das marcas Coca-Cola e Heineken no Rio Grande do Sul e em Santa Catarina.

O contrato com a Reiterlog envolveu a compra de 113 caminhões – 61 modelos VW Constellation e 52 MAN TGX – e o investimento totalizou R\$ 35 milhões. Segundo Vinícius Pilz, proprietário da Reiterlog, os veículos foram adquiridos para suprir a demanda dos setores de bens de

consumo, frigorífico, alimentício e produtos de higiene.

Os caminhões foram adquiridos por meio do Consórcio Maggi e a venda foi intermediada pela concessionária TransRio, que ofereceu treinamento aos motoristas. O primeiro lote, com 89 unidades, já foi entregue.

Do total de caminhões adquiridos pela Reiterlog, 61 modelos são Constellation 25.390 6x2; 16 são TGX 28.440 6x2 e 36 TGX 29.440 6x4. Os dois primeiros modelos, com três eixos espaçados ou conjugados, rodarão o país transportando carga frigorífica. Já o TGX 6x4, com implemento bitrensão, ficará restrito à rota entre Rio Grande do Sul e São Paulo

Segundo a MAN, esta é a maior transação fechada com a Reiterlog desde 2008, quando a transportadora gaúcha adquiriu o primeiro veículo da marca. É também uma das maiores vendas do caminhão TGX no país em um único lote. Além da qualidade dos produtos, o atendimento no pós-venda e as condições comerciais diferenciadas pesaram na escolha dos veículos da MAN.

“Investimos bastante em nosso portfólio para ter sempre a solução sob medida que o mercado busca, mas sabemos também que a qualidade do atendimento após a venda faz a diferença para o cliente adquirir novos produtos nossos. E é isso que esse negócio com a Reiterlog comprova”, afirma Antonio Cammarosano, diretor de vendas nacionais da MAN Latin America.

BEBIDAS – A compra da Vonpar é de 47 caminhões Volkswagen, abrangendo 4 Delivery 8.160; 19 Delivery 9.160 6x2; 1 Worker 13.190; 15 Constellation 17.190; 1 Constellation 24.280 6x2 e 7 Constellation 23.280 8x2. Segundo a MAN, todos os caminhões foram desenvolvidos sob medida para atender o cliente, desde a cor até modificações estruturais. No caso do Delivery de 9 toneladas, o terceiro eixo de fábrica possibilita carregar até o limite de peso com o comprimento total do veículo, dentro da legislação. A montadora destaca que os caminhões VW Worker e VW Constellation dispensam o uso de Arla 32, o que facilita a implementação, além de diminuir os custos do cliente. Segundo Nelson Luiz Argenton, gerente corporativo de frota da Vonpar, os caminhões rodarão uma média de 1.800 quilômetros por mês.



Entre os 113 caminhões comprados pela Reiterlog, destaca-se o caminhão MAN TGX 6x4

Para que toda a demanda de veículos customizados seja atendida com total garantia ao cliente, a MAN mantém a parceria exclusiva com a BMB, o primeiro centro de modificações do Brasil. A empresa está ao lado da montadora e prevê investimento de mais de R\$ 20 milhões até 2014 que serão aplicados na melhoria de processos. No local são montados componentes como o segundo eixo direcional, tomada de força para equipamentos compactadores, escapamento vertical, ônibus com piso baixo e outros.

Com a aquisição, a Vonpar passa a ter mais de 50% de seus veículos de frota com a chancela Volkswagen. Segundo Ricardo Alouche, vice-presidente de vendas, marketing e pós-vendas da MAN Latin America, atender clientes sob medida faz parte do DNA da empresa. “Nosso dia a dia é buscar soluções inteligentes aos clientes. Estamos atentos aos segmentos vocacionais, que cresce a cada ano, como o transporte de bebidas. Temos relacionamento muito estreito com nossos clientes, o que fortalece nossas parcerias e contribui para futuros projetos” destaca Alouche.

LIDERANÇA – A MAN fechou 2013 na liderança de mercado pelo décimo primeiro

ano consecutivo, com 40.834 caminhões emplacados e uma participação de 26,9%, segundo dados divulgados pela Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea). Para Roberto Cortes, presidente e CEO da companhia, os resultados mostram a força e a qualidade dos produtos vendidos pela empresa, que se mantiveram no topo em um ano de recuperação para a indústria.

“O ano de 2013 foi um momento de respiro após a forte queda em 2012, por conta da troca de motorização dos produtos. Para 2014, com os novos cavalos-mecânicos que estamos lançando para o segmento extrapesado, que é o que mais cresce, queremos aumentar ainda mais a nossa participação e retomar os níveis de 2011”, afirma Cortes.

Para o presidente da MAN, o crescimento de 11% da indústria de caminhões em 2013, com o total de 154.549 veículos emplacados, foi garantido pelas compras de veículos feitas pelo governo, pelas taxas atrativas do Finame PSI, além dos programas de incentivo à renovação de frota. “Não podemos esquecer as obras de infraestrutura e a safra recorde, que alavancaram o segmento extrapesado”, diz Cortes. ■

Renault amplia participação no mercado brasileiro

Com apenas dois modelos, Master e Kangoo, a montadora aumentou em 210% as vendas de comerciais leves no Brasil nos últimos cinco anos



Na Europa, onde lidera o segmento de comerciais leves há 15 anos e em 2013 vendeu 224,8 mil unidades, a Renault tem bem mais de dois produtos para competir. Sobre a possibilidade de ampliar a oferta de utilitários no Brasil, Palomo diz: "Não vou revelar nossa estratégia de lançamentos, mas é claro que vemos aqui diversas oportunidades para outros produtos. A intenção é ter veículos globais com adaptações locais, com lançamentos de modelos atualizados que cada mercado exigido."

A PARTICIPAÇÃO DA RENAULT DO BRASIL no mercado de comerciais leves na faixa em que atua evoluiu de 11,7% em 2008 para 19% em 2012 e 22% em 2013. Considerando que a empresa só oferece dois modelos no segmento, a multivan Kangoo e a Master que pode ter configuração de furgão, van ou receber diversos implementos, impressiona o crescimento de 210% nas vendas da empresa nos últimos cinco anos. A comercialização avançou de 6,8 mil unidades em 2008 para 21,2 mil no ano passado.

"Vemos que há potencial e as perspectivas são de crescimento contínuo nos próximos anos", afirma Juan-Jose Palomo, vice-presidente mundial da divisão de comerciais leves da Renault, que visitou recentemente o Brasil para, segundo ele, "aprender mais sobre os clientes locais."


Quanto à concorrência dos produtos chineses, Palomo descarta a hipótese de lançar produtos de baixo custo para competir com marcas chinesas, que vêm tentando explorar o mercado brasileiro com modelos pequenos e baratos. "Não queremos competir com produtos bem inferiores em qualidade. Se um dia introduzirmos um modelo low cost, será um projeto europeu", ressalta o vice-presidente, segundo o qual a Renault poderá lançar uma picape pequena. "Teremos uma picape, mas ainda não sei dizer exatamente quando", diz.

Em 2013, enquanto o mercado brasileiro de automóveis caiu 2,4%, o de comerciais leves cresceu 2,8%, para 533 mil unidades. Nesse cenário, a Renault aproveitou melhor o avanço, com um aumento de quase 10% nas vendas de Kangoo e Master em comparação com 2012.

Segundo Gustavo Schmidt, vice-presidente comercial da Renault do Brasil, a receita desse sucesso é calcada num tripé de fatores: "Temos capacidade produtiva (de 60 mil unidades/ano na fábrica de comerciais de São José dos Pinhais), renovamos a linha de produtos e expandimos muito a rede", enumera. De fato, o número de concessionárias da marca no país passou de 175 em 2010 para 275 em 2013, com meta de chegar a 294 pontos este ano e assim atingir 90% de cobertura nacional. Além disso, no ano passado a empresa lançou as lojas Renault Pro+, especializadas nas vendas de comerciais leves e manutenção direcionada a esses veículos.

"Já existem 53 concessionárias Pro+ e deveremos chegar a 63 este ano", relata Schmidt. Segundo ele, existem mais concessionários na fila do que licenciamentos disponíveis para a operação exclusiva de comerciais leves da Renault. Todas as lojas no País podem vender esse tipo de veículos, mas as credenciadas como Pro+ ganham mais por unidade vendida, porque são obrigadas a fazer investimentos para criar espaços exclusivos para a atividade.

A divisão de veículos utilitários da Renault produz veículos atualmente em sete fábricas no mundo todo (incluindo duas na América do Sul, uma no Brasil e outra na Argentina). Em 2013 as vendas globais de comerciais leves da marca somaram 400,5 mil unidades, com expansão de 7,8% sobre 2012. A participação de mercado caiu um pouco, para 14,5%, o suficiente para manter a Renault como líder global no segmento, segundo a montadora. ■



**Agora dá pra
parcelar o
Seguro DPVAT
de motos,
vans, ônibus e
micro-ônibus,
usados.**

Se você tem um veículo usado, como: moto, van, ônibus ou micro-ônibus, prepare-se para uma boa notícia. Agora você pode parcelar o pagamento do Seguro DPVAT. Ficou mais fácil manter seu veículo regularizado e garantir a indenização para vítimas de acidentes de trânsito.

Saiba mais em:
dpvatsegurodotransito.com.br

SAC DPVAT 0800 022 12 04



**Seguro
DPVAT**
Seguradora Líder

Ford reestrutura fábrica do ABC para produzir modelos da Série F

Montadora ainda não definiu quando vai voltar a comercializar família descontinuada em 2012 por causa da introdução da tecnologia Euro 5

■ WAGNER OLIVEIRA

O MERCADO AINDA CONTINUA ESPERANDO um anúncio mais detalhado da Ford sobre o retorno da família de caminhão da Série F, descontinuada em 2012 por incompatibilidade, segundo a direção da empresa na época, com a introdução da tecnologia Euro 5 naquela altura. A decisão, que se mostrou um erro, levou a montadora a perder pontos importantes no mercado de caminhões.

Como prometido pela direção da empresa durante a última Fenatran, realizada no final do ano passado, a família F deverá reestrear em meados deste ano. Mas o retorno ainda está envolvido em muito segredo, deixando muitas especulações sobre o produto.

Ainda não está decidido, por exemplo, se a família terá a mesma estrutura da antiga família ou se será baseada na versão da linha que é atualmente vendida nos Estados Unidos, que possui uma tecnologia renovadora, além de uma sofisticada eletrônica de bordo — é provável que a família realmente chegue renovada ao Brasil.

Para dar alguns indicativos, a Ford Caminhões anunciou o reforço de sua estrutura operacional e de produção para a nova fase da Série F. A empresa vem adequando a linha de montagem de São Bernardo do Campo, com novos equipamentos e equipes nas áreas produtivas e operacional, visando à expansão dos negócios nos segmentos de caminhões semileves, leves, médios, pesados e extrapesados.

Na área administrativa, a Ford Caminhões criou uma nova Gerência Nacional de Vendas e Marketing. Para ocupar esse novo cargo foi nomeado Antonio Baltar Jr., que desempenhou várias funções na área de marketing e vendas em 18 anos de carreira na Ford, com experiência nos mercados brasileiro e americano.

“A Ford Caminhões está expandindo a sua linha de produtos e criando novos programas nas áreas de vendas, marketing e serviços. Paralelamente, reforçamos as nossas equipes de manufatura para atender aos desafios no competitivo mercado de caminhões”, diz Guy Rodriguez, diretor de Operações de Caminhões da Ford América do Sul.

Segundo Guy Rodriguez, a meta é fortalecer a operação na América do Sul e desenvolver cada vez mais o negócio de caminhões da Ford, com novos produtos globais e serviços para os clientes. “Vamos lançar veículos com a conhecida robustez, confiabilidade e qualidade, agregando cada vez mais tecnologia e design. Temos um ciclo de produto moderno e completo”, afirma.

NOVOS PRODUTOS — Além da Série F, com os caminhões F-350 e F-4000, a Ford Caminhões deve lançar a Nova Linha Transit global, complementando uma das famílias mais abrangentes de veículos comerciais. Entre os lançamentos recentes, estão o novo Cargo 816, que recebeu um novo design e um novo interior de cabine, o

Cargo 1119, modelo inédito de 11 toneladas, e os extrapesados Cargo 2042 e Cargo 2842.

“A indústria de caminhões tem uma dinâmica própria e exige uma estrutura forte e diferenciada. O setor é muito disputado e a Ford tem alta competitividade em todos os segmentos desse mercado, com um time de profissionais preparado para enfrentar os seus desafios”, diz Antonio Baltar.

F-150 EM ALUMÍNIO — A Ford apresentou no último Salão de Detroit, realizado em janeiro deste ano, a nova F-150 — o modelo mais vendido dos Estados Unidos nos últimos anos. Versão mais robusta e versátil, o veículo estabelece um novo padrão para a picape. A F-150 da linha 2014 traz materiais que aumentam a durabilidade e evitam a corrosão, processadores mais rápidos para aprimorar a dirigibilidade e soluções inovadoras de transporte de carga e reboque.

“A Ford F-150 é conhecida como Picape Raça Forte. Agora, além de força, ela ficou inteligente”, diz Mark Fields, chefe de operações (COO) da Ford. “A nova F-150 redefine o futuro das picapes e é mais um exemplo de como o plano One Ford está levando aos consumidores veículos com o melhor compromisso de qualidade, economia de combustível, segurança, design inteligente e valor.”

A F-150 faz parte da Série F, a linha de picapes mais vendida da América do Norte

Nova picape F-150: com o uso de ligas de alumínio foram eliminados 700 kg do veículo



há 37 anos consecutivos e veículo mais vendido dos Estados Unidos há 32 anos. Ao projetar a nova F-150, a Ford aprimorou o chassi em formato de escada, uma de suas assinaturas. Totalmente novo, ele traz uma quantidade inédita de aço de alta resistência, mais forte e leve.

Ligas de alumínio de alta resistência, de uso militar e também aplicadas na indústria aeroespacial e no transporte comercial e energia, foram introduzidas pela primeira vez em toda a carroceria da F-150, aumentando a resistência a torção e impactos, com economia de peso. No total, foram eliminados cerca de 700 kg do veículo, aumentando a capacidade de carga da F-150, assim como a sua capacidade de aceleração e frenagem, com ganho de eficiência.

Usuários da F-150 nas áreas de construção, mineração e serviços públicos também ajudaram a testar a sua caçamba em

liga de alumínio de alta resistência. A nova Ford F-150 também correu disfarçada na Baja 1000 e completou com êxito os seus mais de 1.400 km, resultado que outros veículos desenvolvidos especialmente para a competição não conseguiram.

A F-150 recém-apresentada conta com quatro opções de motores para atender praticamente a qualquer necessidade de utilização. O novo EcoBoost de 2.7 litros com Auto Start-Stop de série e o V6 de 3.5 litros com duplo comando de válvulas independente e variável se juntam aos conhecidos EcoBoost de 3.5 litros e V8 5.0 Ti-VCT. O motor EcoBoost 2.7 litros, de design leve e compacto, tem a mesma potência de alguns V8.

A tecnologia Auto Start-Stop ajuda a economizar combustível. Ao contrário de soluções semelhantes usadas em outros veículos, essa tecnologia – desenvolvida especialmente para os clientes de picapes

– desliga o motor para economizar combustível quando o veículo está parado, a não ser que ele esteja com reboque ou tração nas quatro rodas. O motor religa em milissegundos quando o freio é liberado.

A nova F-150 chega ao mercado americano no final deste ano, mantendo a tradição de oferecer a mais ampla gama de opções de acabamento no segmento de picapes grandes. Os cinco acabamentos principais são: XL, XLT, Lariat, King Ranch e Platinum. Há também pacotes de aparência Chrome para a XL, XLT, Lariat e King Ranch e pacotes de aparência esportivos monocromáticos para a XL, XLT e Lariat.

O pacote off-road FX4 pode ser adicionado à maioria dos modelos 4x4, melhorando o desempenho em trilhas com bloqueio eletrônico do eixo traseiro, protetores e amortecedores off-road. ■



Grupo Martins testa Iveco Daily movido a GNV

O veículo está sendo utilizado para entregas rápidas de produtos leves na cidade de Belo Horizonte e a avaliação, que começou em dezembro do ano passado, tem duração de seis meses

■ SONIA MORAES

O GRUPO MARTINS JÁ COMEÇOU A TESTAR o furgão Iveco Daily movido 100% a Gás Natural Veicular (GNV) na cidade de Belo Horizonte. O veículo está sendo utilizado para entregas rápidas de produtos leves e a avaliação, que começou em dezembro do ano passado, tem duração de seis meses. Comparado a um veículo diesel

Euro 3, o Iveco Daily a GNV tem redução de 84% da emissão do NOx, 25% menos CO² e 96% menos material particulado. O acordo firmado entre a Iveco e o maior atacadista do Brasil foi oficializado durante evento de comemoração dos 60 anos do Martins, em Uberlândia, quando também foi entregue um Hi-Way usado para

tracionar a carreta-escola itinerante da Universidade Martins de Varejo e celebrada a marca de 1.000 caminhões Iveco na frota do atacadista.

A expectativa da empresa é realizar aproximadamente 20 entregas, num total de 100 quilômetros por dia. "Em um cenário de competitividade, atualizar e

desenvolver é uma questão de sobrevivência, por isso temos uma área atuante de projetos e desenvolvimento”, afirma Walter Faria, diretor geral do atacadista distribuidor Martins.

O teste do protótipo desenvolvido pela Iveco tem a parceria da BHTrans (empresa de transporte e trânsito de Belo Horizonte), Fetcemg/Setcemg (Sindicato das Empresas de Transporte de Carga do Estado de Minas Gerais) e a Gasmig (Companhia de Gás de Minas Gerais).

O protótipo movido a GNV faz parte do projeto de redução de emissão de gases de efeito estufa do Grupo Martins, que mantém em sua frota de 1.200 veículos 66% de modelos Iveco. “Mudamos o perfil da frota e implantamos a gestão online, que prevê uma redução de 8% na emissão de CO², e optamos por testar o Daily GNV, principalmente, por questões ambientais e de custo”, diz Faria.

A tecnologia de combustível alternativo está sendo testada em várias cidades brasileiras. Além do Grupo Martins, seis empresas de São Paulo, selecionadas pelo Sindicato das Empresas de Transportes de Carga de São Paulo e Região (Setcesp), estão avaliando desde janeiro deste ano o Daily chassi cabine. Por meio de parceria fechada com a Companhia de Gás de São Paulo (Comgás) e a Truckvan, o veículo vai rodar durante seis meses no estado, sendo um mês de teste para cada empresa.

Estas não são as primeiras avaliações e parcerias realizadas com o Daily GNV. Entre julho de 2012 e novembro de 2013, o veículo foi testado pela Patrus Transportes, que conseguiu realizar até 36 entregas por dia, registrando uma média de 20 entregas diárias no período. O veículo rodou 29.000 quilômetros na região metropolitana de Belo Horizonte.

Para Julio Delfim, gerente de manutenção da Patrus, o furgão Iveco movido a GNV atendeu bem às expectativas e gerou

uma economia de 12,7 % nas despesas com combustível, se comparado com veículos de mesma capacidade com motor a diesel, numa situação similar de operação durante os 17 meses de teste. “Com esta economia, conseguimos transportar 17,5% a mais em peso no período, mantendo o mesmo desempenho em veículos semelhantes movidos a diesel”, afirma Delfim.

Na ocasião, o acordo entre a Iveco e a Patrus integrava o projeto LOG/BH, da BHTrans, com a finalidade de avaliar melhorias da mobilidade e da qualidade do trânsito da capital mineira, especialmente em relação às entregas urbanas. As medições do desempenho, consumo de combustível, resistência e performance do Iveco Daily GNV foram feitas pelo Núcleo de Transporte da Escola de Engenharia (Nucletrans) da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

MERCADO – Embora esteja em testes no Brasil, o Daily movido a GNV é um veículo com grande êxito comercial na Europa, atestando a excelência da Iveco no desenvolvimento de soluções movidas a energias alternativas. “No ano passado, as vendas no mercado europeu superaram 900 veículos, quase o dobro do volume comercializado em 2011. Além disso, de 2008 a 2012, já somamos 3.397 Daily vendidos somente na Europa, um número bastante expressivo para o segmento”, afirma Karina Esteves, gerente de portfólio de produto da Iveco.

Atualmente, a América Latina concentra a maior frota de veículos equipados com a tecnologia GNV. Somente na Venezuela, mais de 130 Daily (importados da Europa) e 100 Eurocargo (produzidos na Argentina) estão rodando pelo país em serviços para transporte de passageiros.

A Iveco é a maior fabricante mundial de veículos comerciais movidos a GNV. Até hoje, mais de 12 mil unidades do caminhão movido a gás natural, de diferentes

modelos, foram comercializadas em diversos países. São milhares de veículos em vários tipos de aplicações. Boa parte da frota de caminhões para coleta de lixo em Madri (Espanha), por exemplo, é formada por veículos Iveco Stralis movidos por este tipo de combustível.

DEMAIS PROJETOS – A Iveco coordena outros projetos dedicados à tecnologia de combustível alternativo. Um deles é o teste com o Tector GNV, em parceria com a Sulgas, Revita/Solvi, DLMU Porto Alegre e PUC-RS, que começou em março do ano passado e teve a duração de seis meses. “O veículo rodou 18.000 km na coleta de resíduos em Porto Alegre”, afirma Fábio Nicora, gestor de inovação da Iveco.

Para aplicação no setor canavieiro, um protótipo do Trakker Bi-Fuel, primeiro caminhão diesel-etanol do mundo, segundo a Iveco, rodou durante a safra de cana de 2011, em parceria com a empresa Raizen, e conseguiu reduzir o custo operacional do veículo em 6%, comparado com o mesmo veículo movido a diesel, ao operar com a mistura de 40% do diesel com etanol. Segundo Nicora, o objetivo agora é aumentar a taxa de substituição etanol vs. diesel para reduzir ainda mais o custo operacional relacionado com o diesel.

Ainda no campo da motorização alternativa, a Iveco desenvolve o projeto minibus Elétrico que foi apresentado na Transpúblico 2013 no ano passado. O projeto tem seis linhas de pesquisa, sendo que uma delas é específica para estudar o impacto dos veículos elétricos na rede de distribuição de energia elétrica da Cemig (Companhia Energética de Minas Gerais). Os testes durarão 12 meses.

“Ainda temos outros testes em andamento em São Bernardo do Campo (SP), Curitiba (PR) e São Paulo (SP) e outras empresas já demonstraram interesse nos veículos da Iveco movidos a GNV”, diz o gestor da Iveco.

LÍDER
HÁ
11
ANOS



* Pesquisa realizada em 2012. Imagens meramente ilustrativas.





Ser líder pelo 11º ano consecutivo é um reconhecimento por cada dia de trabalho sob medida para você.

Veja alguns dos motivos para a MAN Latin America ser a marca mais desejada, premiada e líder há 11 anos consecutivos:

- 24.280, o caminhão mais vendido do Brasil. Potente, econômico e que dispensa o uso de ARLA.
- A melhor Rede de Concessionárias do país. Mais de 150 revendas distribuídas estrategicamente por todo o país.
- O melhor pós-venda do Brasil segundo pesquisa da TNS – empresa de pesquisa de mercado.*
- Empresa sustentável, engajada com o futuro do planeta, promovendo a inclusão social (Programa Novos Horizontes), e uma das melhores empresas para se trabalhar, segundo Great Place to Work.

MAN Latin America, fabricante dos Caminhões e Ônibus Volkswagen e Caminhões MAN.
www.man-la.com

MAN 
**Caminhões
Ônibus**



A nova gestão da NTC

■ AMARILIS BERTACHINI

O novo presidente da NTC&Logística exibe um currículo com experiências ímpares para uma fórmula de sucesso na liderança dos empresários do setor: conhecimento empresarial adquirido na administração de sua própria empresa, vivência como articulador nos diferentes cargos que já ocupou em entidades do setor e incomparáveis 12 anos na função de vice-presidente da entidade.

Aos 61 anos, José Hélio Fernandes assumiu o novo cargo em janeiro deste ano com o entusiasmo de quem está começando

um negócio promissor, porém repleto de desafios. Tem pela frente a expectativa de consolidar ações iniciadas por seu antecessor, Flávio Benatti, como a manutenção da desoneração da folha de pagamento do setor, mas tem também a intenção de grafar sua própria assinatura em projetos como a revitalização das câmaras setoriais para estreitar o diálogo entre as empresas do setor e o mercado como um todo.

A tarefa exigirá grande esforço. A NTC congrega, além das cerca de 3,5 mil

empresas diretamente associadas, mais de 50 entidades patronais (federações, sindicatos e associações especializadas), representando perto de 10,5 mil empresas que operam uma frota superior a 1,5 milhão de caminhões e criam mais de um milhão de postos de trabalho. Além disso, são empresas que movimentam cerca de 60% da carga transportada por todo o país.

Logo no início de seu mandato, José Hélio Fernandes traça suas expectativas à frente da NTC&Logística.

TRANSPORTE MODERNO — *Quais foram as principais conquistas da NTC ao longo desses 12 anos em que o senhor ocupou a vice-presidência da entidade?*

José Hélio Fernandes — Eu acho que tive o privilégio de participar dessas duas gestões trabalhando com dois grandes presidentes: Geraldo Vianna e Flávio Benatti. Foram dois presidentes de grandes realizações e que retomaram alguns temas da entidade que em algum momento haviam ficado fora de pauta. Uma das principais questões foi recolocar a NTC em um plano nacional com a realização dos eventos itinerantes, levando a NTC às bases, para que tomassem conhecimento e debatessem os grandes temas de interesse, regionais e nacionais, em parceria com as demais entidades, federações e sindicatos. Isso foi algo de extrema importância e que ajudou na consolidação de outros temas importantes como a própria discussão da Lei nº 12.619 e outros assuntos recorrentes como roubo de

carga, renovação de frota e abastecimento de grandes centros.

TM — *Quais os principais trabalhos que a NTC vai desenvolver durante sua gestão?*

José Hélio Fernandes — Vamos continuar tratando desse temas permanentes do setor e acompanhar e discutir os projetos de modernização da infraestrutura do país. Acho que agora não há como ficar de lado o problema da modernização e ampliação da infraestrutura, do ponto de vista logístico é algo que tem que acontecer. Uma coisa importante que queremos fazer, e já iniciamos, é a reestruturação de nossas câmaras técnicas dentro da NTC. São 13 câmaras técnicas e algumas estavam paralisadas. Queremos reativá-las e reestruturá-las para que possamos discutir os assuntos específicos de cada uma. Isso dará à diretoria as diretrizes para que possamos colaborar com cada um desses segmentos. Isso é fundamental e vai nos possibilitar dialogar com o mercado no

sentido de mostrar o novo cenário em que as empresas estarão atuando, principalmente em virtude de marcos regulatórios, como a própria Lei nº 12.619, conhecimento e manifesto eletrônico e uma série de outras coisas que estão sendo implementadas. Isso vai evidentemente impactar no mercado e vai fazer com que as empresas possam melhorar suas margens, que têm sido extremamente apertadas, dificultando a atuação dessas empresas. Acho que chegou o momento de travarmos esse diálogo, buscando o entendimento.

TM — *Entre esses temas relevantes, quais o senhor destacaria como mais importantes para este ano?*

José Hélio Fernandes — Acho todos bastante importantes, mas entendo que a questão das câmaras técnicas e esse diálogo com o mercado são os principais porque tratam diretamente com o negócio das empresas, com aquilo que é a razão de ser das empresas, que é a sua atuação

e o seu resultado. Vamos dar ênfase nesse trabalho e esperamos poder contribuir para que as empresas consigam essas melhorias. Quero também intensificar e fortalecer a atuação da nossa Comjovem (Comissão de Jovens Empresários e Executivos). Entendo que a Comjovem é o pulmão da nossa entidade no aspecto de renovação, de ampliação, de novas ideias; vem arejar realmente nossa entidade e quero valorizar muito esse trabalho. Os eventos itinerantes realizados com a marca da Comjovem têm sido extremamente importantes porque têm criado uma sinergia entre todas as regiões do país, e isso é muito importante para conhecermos as particularidades de cada região. Outra questão relevante é que vamos trabalhar bastante para manter a desoneração da folha de pagamento do setor, que foi importante para as empresas, e procurar reduzir a carga tributária do setor, entendemos que há margem para isso e vamos trabalhar bastante nessa direção.

TM – *Além do segmento rodoviário, onde tradicionalmente a NTC tem forte atuação, quais serão as principais questões a serem tratadas pela entidade em relação a outros segmentos, como o ferroviário, o portuário e o aeroportuário?*

José Hélio Fernandes – Vamos acompanhar de perto, junto a outras entidades, a implementação dos projetos de logística do país, quer seja o problema das concessões de rodovias, da implementação das



José Hélio Fernandes, presidente da NTC&Logística

ferrovias, da área do fluvial, das melhorias de portos, porque tudo isso acaba impactando também no setor rodoviário. Isto porque mesmo com os demais modais ampliados, em algum momento a carga terá que passar pelo rodoviário e, portanto, todos eles têm a ver também com o nosso setor e pretendemos acompanhar o andamento de todos esses projetos.

TM – *Considerando o mercado como um todo, qual será a questão central para o setor em 2014?*

José Hélio Fernandes – Acho que a principal preocupação é que tenhamos

desenvolvimento, que o país cresça e com ele possa vir a melhoria das empresas no aspecto das suas atuações. Uma coisa que nós queremos – embora ainda haja muita discussão sobre o assunto porque não houve uma definição e há um projeto de flexibilização – é o acompanhamento e a discussão da Lei nº 12.619. Nós entendemos que essa lei teve um impacto grande na atividade porque quebra paradigma, mexe com o mercado como um todo. Nós queremos acompanhar o projeto de flexibilização e também discutir o assunto dentro das entidades do nosso setor, para que a lei seja, da melhor forma possível, compreendida e implementada. Entendemos que ela será benéfica. Sabemos que a sua implementação não será fácil em vários aspectos; um deles é a própria ampliação do número de motoristas, mas em médio prazo

isso será implantado e a lei trará os benefícios que dela esperamos.

TM – *A entrada em vigor da lei que regula a profissão de motorista no ano passado representou aumento de custos para as transportadoras, com pagamento de horas extras e contratação de novos condutores. Houve repasse desses custos para o frete? Que balanço o senhor faz desse novo capítulo da história do setor?*

José Hélio Fernandes – Acho que houve algum repasse sim, mas não na totalidade e, por isso, houve o impacto nas margens das empresas. O impacto desse



custo deu-se de forma diferenciada, de acordo com a operação de cada empresa. Algumas até nem repassaram o aumento de custo, talvez porque já operassem em um esquema em que não sofreram impacto. Mas aconteceu o que acontece sempre: nosso segmento tem uma dificuldade muito grande de repassar esses custos para o mercado. Por isso, o que temos que fazer agora é travar um grande diálogo com o mercado e com as próprias empresas para que elas entendam esse novo cenário e que esse repasse, se tiver que acontecer, seja feito para que as empresas não tenham a saúde econômico-financeira abalada por não repassar esses custos.

TM – *As transportadoras estão respeitando essa nova lei? Que dificuldades ainda estão sendo enfrentadas para os transportadores se adaptarem às novas regras?*

José Hélio Fernandes – As dificuldades são várias. Primeiro não se discutiu muito antes o aspecto da própria estrutura, ponto e paradas, e outro é a questão da falta de motorista no mercado e esse problema não é apenas decorrente da lei. Nos últimos anos houve uma venda média de 150 mil caminhões por ano e nós temos certeza de que não entrou para o mercado da atividade de motorista uma quantidade equivalente de novos profissionais para suprir toda essa entrada de veículos. Isso não aconteceu até em razão de ser uma profissão bastante comprometida com o problema da segurança e da carga horária de trabalho. Outra dificuldade é que a lei quebra paradigma e os próprios motoristas têm dificuldades para cumprir as obrigatoriedades, como escrever um relatório de bordo, seguir determinadas normas ligadas à questão de rastreamento, marcação de ponto, eles mesmos não gostaram de imediato de tudo isso. Este é um trabalho de

catequese que as empresas vêm fazendo, mostrando a necessidade, a importância, e acho que em médio prazo todos entenderão e a lei acabará sendo implementada e trazendo os benefícios que nós esperamos que ela traga.

“Mesmo com os demais modais ampliados, em algum momento a carga terá que passar pelo rodoviário”

TM – *E a carência de mão de obra capacitada, melhorou ou se agravou com a nova lei?*

José Hélio Fernandes – Agravou sim porque em longas distâncias as empresas acabam usando dupla de motoristas, têm necessidade de dois turnos. Mas acho que a própria lei será um instrumento para atrair novos profissionais para o mercado assim que essa profissão deixar de ser mal vista ao saberem que agora tem uma carga de trabalho normal, que há maior segurança nas rodovias, que a infraestrutura é melhor para exercer a sua atividade, tudo isso contribuirá para que novos profissionais venham para essa profissão.

TM – *O ano passado fechou com uma alta de 11,1% nas vendas de caminhões, refletindo a atividade aquecida do mercado interno. Que balanço o senhor faz do desempenho do setor de transporte em 2013?*

José Hélio Fernandes – Tem havido

uma grande preocupação com o escoamento da safra agrícola e entendo que o segmento tem comprado bastante caminhão nos últimos oito anos, o que reflete a determinação do setor de não ser o vilão para a retomada desse crescimento econômico. Principalmente em relação ao agronegócio, temos percebido o aquecimento das vendas de caminhões extrapesados, e a maioria absoluta é destinada ao agronegócio. E isso tem o lado positivo de que, com todas as críticas que sofre o transporte rodoviário, foi ele que deu, e continua dando, suporte a esse magnífico crescimento do nosso agronegócio, que nos enche de orgulho da capacidade de nossos produtores e que nós queremos que continue crescendo. O setor de transporte rodoviário continuará investindo e fazendo sua parte. Porém, nós precisamos que aquilo que não está sob nosso domínio, ou seja, a infraestrutura rodoviária, a segurança nas rodovias, o problema de capacidade dos portos, que tudo isso possa também acompanhar esse movimento, para que o setor não seja impactado negativamente.

TM – *Um estudo da NTC apurou que o custo do transporte rodoviário de carga cresceu 7,6% em 2013. O que mais contribuiu para esse aumento e o que representa essa alta de custos para o setor? Como os empresários pretendem compensar essas despesas?*

José Hélio Fernandes – É também por isso que precisamos rever toda a nossa estrutura de custos dentro das empresas, um trabalho a ser feito justamente dentro das câmaras técnicas, porque os impactos são realmente grandes. Alguns setores foram mais atingidos do que outros, mas houve um impacto médio que queremos rever para tentar melhorar essa questão para as empresas. Esses impactos vêm de várias

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



"Além da segurança das nossas informações e da agilidade, o Globus nos ofereceu procedimentos importantes para o nosso negócio, como o cálculo direto do valor do frete, sem necessidade de consultas frequentes às tabelas. Os dados ficam armazenados no software que permite a integração de todas as despesas como 'contas a pagar' e 'contas a receber'. Assim, podemos ter o controle exato sobre a nossa receita. Já chegamos a mensurar 20% de economia sobre os custos operacionais."

*Filipe Reis
Guifi Transportes*

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



COMPLETO, ABRANGENTE
E ESPECIALISTA

Com o Globus tudo se torna mais eficiente e simples.



formas, é o problema da nossa infraestrutura que afeta bastante a nossa atuação. Hoje as empresas que lidam com a carga fracionada têm problemas muito grandes na mobilidade para a coleta e entrega de produtos nos grandes centros urbanos, ou seja o impacto nos custos, na verdade, tem vindo de todos os lados e de todas as formas e esse é o grande diálogo a que me referi: nós temos que esclarecer de vez ao mercado e às próprias empresas para que todos conheçam melhor o cenário atual da atividade do transporte rodoviário.

TM – *A Copa do Mundo, bem ou mal, contribuiu para que muitos projetos saíssem do papel. Qual o balanço que o senhor faz dos investimentos em obras para os grandes eventos esportivos?*

José Hélio Fernandes – O que estamos vendo de imediato, e que podem contribuir um pouco mais para o período da Copa são os projetos dos aeroportos que, de uma forma ou de outra, estão andando. Em termos das rodovias, acho que o andamento continua dentro do parâmetro que vinha acontecendo e essas novas concessões, do final do ano passado, não terão impacto nenhum em função da Copa do Mundo. Acho que o evento, no aspecto das cidades, poderá trazer alguma contribuição na mobilidade urbana, no transporte coletivo, o que já é uma melhoria para todos nós.

TM – *Analisando o nível de investimentos dos últimos anos no setor de transportes e as perspectivas de investimentos para os próximos anos, em que deveriam ser aplicados os recursos?*

José Hélio Fernandes – Eu costumo dizer o seguinte. Acho que a Lei nº 12.619 teve um aspecto interessante que foi pausar o setor de transporte na mídia, no legislativo, no executivo e eu diria até no judiciário, na área trabalhista. Acho que o setor

agora tem a interlocução. Acredito que todos perceberam agora o que já vínhamos falando nos últimos 15 ou 20 anos, mostrando o problema do déficit de motoristas, avisando que se o país crescesse nós não quereríamos ser os vilões porque haveria problemas. E foi isso o que aconteceu. Agora todo mundo quer saber o que vai acontecer. Acho que o lado positivo é que as medidas que vêm sendo tomadas com concessões de rodovias, nos aeroportos, em todas as regiões, não poderão ser

“ A Lei nº 12.619 será um instrumento para atrair novos profissionais para o mercado, assim que a profissão deixar de ser mal vista ”

paralisadas. Isso pode não vir na rapidez e velocidade que gostaríamos, mas com certeza não serão mais interrompidas, o que será bom para todos nós. Vimos nas últimas concessões de rodovias, rodovias extremamente importantes, principalmente para o agronegócio. Podemos citar a BR-163, que pega todo o Mato Grosso e Mato Grosso do Sul; a BR-060, a 050, a 040, acho que são rodovias que atingem, sobretudo, o Centro-Oeste que hoje é uma grande região produtora e acho que será beneficiada para escoar essa produção no momento que essas rodovias melhorarem e, principalmente, triplicarem.

TM – *Que outros pleitos o setor tem para*

o governo para tornar mais eficiente o transporte rodoviário de carga?

José Hélio Fernandes – Acho que uma das coisas é continuar fazendo o programa de renovação de frota para melhorar a idade média e, conseqüentemente, o desempenho da frota brasileira. Uma coisa importante, embora seja um assunto tão desgastado, mas que continua importante porque não vemos diminuição, é o problema do roubo de cargas. Em São Paulo acabou de ser aprovada uma lei extremamente importante, uma lei que nós gostaríamos que fosse aprovada em outros estados, em nível nacional, que foca o problema da receptação. Isso será um grande instrumento para ajudar. Muita gente não entende que o problema não é somente a carga roubada, mas que isso carrega para as estruturas das empresas um grande número de atividades e custos para que as empresas, cada vez mais, possam tentar diminuir a incidência do roubo. E isso agrava o valor do seguro, agrava o custo com rastreamento, gerenciamento de risco, e, o que é pior, a gente acaba descobrindo que não reduz tanto assim o roubo; o pessoal continua roubando, criando cada vez mais custos para as empresas nessa área.

TM – *Que efeito o fim da carta-frete causou ao setor e porque ainda há tanta dificuldade no cumprimento pleno da lei?*

José Hélio Fernandes – O problema da carta-frete é correlato ao da Lei nº 12.619. Criou-se no mercado essa figura, esse documento que era um meio de pagamento operacionalmente muito fácil para as empresas, e daí vem toda a dificuldade na implementação. Mas, da mesma forma, acho que vem sendo implementada aos poucos e acho que, vagarosamente, esse assunto também será resolvido e será bom para todo mundo.



Uma marca –
todas as opções



Peças de reposição para caminhões, trailers e ônibus



DT® Spare Parts – Genuine Quality. Durable Trust.

Visite-nos!

Descubra DT® Spare Parts – a marca para todas as aplicações

Sejam bem-vindos ao estande da DT® Spare Parts na feira líder da indústria de veículos comerciais da América Latina – Automec Pesados & Comerciais em São Paulo.

www.dt-spareparts.com

dt® – a marca registrada da DIESEL TECHNIC AG, Alemanha – www.dieseltechnic.com

AUTOMEC
Pesados & Comerciais

01 a 05 de abril de 2014

São Paulo/Anhembi • Estande K270

Marque agora a sua visita:

automec@dieseltechnic.com



DIESEL TECHNIC GROUP



www.dt-web.tv

Nas madrugadas, uma 'operação de guerra'

Transportadora Flecha de Prata carrega vigas de até cem toneladas entre a região metropolitana e o canteiro de obras na zona sul de São Paulo

■ WAGNER OLIVEIRA



Vigas transportadas pela Flecha de Prata para a Linha Ouro do monorail de São Paulo são içadas a uma altura de até 25 metros

UMA VERDADEIRA “OPERAÇÃO DE GUERRA” é realizada durante as madrugadas entre Cajamar e São Paulo. Na calada da noite, são deslocadas superestruturas de vergalhão e concreto entre os mais de 50 quilômetros que separam as duas cidades da região metropolitana de São Paulo, mobilizando batedores da Polícia Rodoviária Estadual que represam o trânsito na movimentada via Anhanguera.

O transporte das vigas elevatórias utilizadas na Linha Ouro do monorail de São Paulo exige sofisticada operação logística – e muita paciência por partes das pessoas envolvidas diretamente na construção da obra que deve melhorar a mobilidade na caótica zona sul de São Paulo. Montadas fora da capital pelo consórcio vencedor do leilão

para a linha metroferroviária suspensa, as estruturas têm extensão que variam de 42 a 55 metros e pesam de 80 a 100 toneladas.

Para transportar essa pesada e delicada estrutura são necessárias carretas com conjuntos de até 80 pneus, que, quando somadas ao cavalo-mecânico, ultrapassam os 60 metros de comprimento. Por isso, a empresa responsável pelo transporte, a Flecha de Prata, estuda cada detalhe da operação para minimizar riscos. Tudo tem de ser calculado para evitar que um fato inesperado acabe causando reflexos que podem tumultuar a vida dos habitantes de uma das maiores metrópoles do mundo.

“Nossos motoristas são treinados para esse tipo de operação complexa, feita

quando a cidade dorme”, afirmou Jhon Ferraza, diretor comercial da Flecha de Prata, empresa que nasceu há 25 anos no Estado do Mato Grosso e atualmente está sediada em Piracicaba (SP). “A Flecha de Prata vem se especializando nesse trabalho ao participar de grandes obras no Brasil.”

A transportadora foi contratada pelo consórcio da Linha Ouro do Monorail, formado pelas empreiteiras Scomi, Andra de Gutierrez, CR Almeida e Montagens e Projetos Especiais (MPE). Contou para a escolha da Flecha de Prata sua qualificação no mercado de cargas superpesadas e indivisíveis – a transportadora também atua no transporte de máquinas agrícolas e industriais, além da carga geral, onde se destacam commodities.

Na operação do monotrilho, a Flecha de Prata utiliza quatro cavalos Volvo FH 520 com tração 8x4. A cada 24 horas são realizadas duas viagens, de modo que duas carretas fiquem com a carga no canteiro de obras, na avenida Roberto Marinho. A partir das 3 horas, um guindaste inicia a operação de içamento das grandes vigas. Após o descarregamento, um dos caminhões é liberado para voltar ao depósito – retornando só na madrugada seguinte. O guindaste eleva a viga até seu ponto de fixação, numa altura que pode chegar até 25 metros – caso a linha do monotrilho tenha que estar elevada acima de um viaduto.

Às 23 horas de todos os dias úteis da semana, uma das quatro carretas Volvo sai do pátio onde as vigas são fabricadas, numa área de 50 mil metros quadrados pertencentes ao consórcio na cidade de Cajamar. Com até 200 toneladas de carga, a composição (que transporta duas vigas em cada viagem) ocupa as duas faixas de rolamento da Anhanguera, rodovia que serve faz ligação entre Cajamar a São Paulo.

Por isso, existe a necessidade do acompanhamento de batedores da Polícia Rodoviária, além de equipes da concessionária CCR, que administra a via. Só com pedágio, a Flecha de Prata gasta cerca de R\$ 6 mil em cada viagem na única praça entre São Paulo e Cajamar.

Até chegar ao seu ponto final, são cerca de 3 horas de viagem, já que a carreta não desenvolve mais do que 20 km/h. De acordo com Ferraza, o único perigo durante o transporte das vigas seria o tombamento da estrutura, mas o risco é diminuído em razão de as carretas serem equipadas com suspensão que corrige o desnível da pista. Ao sair da Anhanguera, a carreta passa pela Marginal Pinheiros, sobe a Ponte do Morumbi e segue até a avenida Roberto Marinho.

De acordo com Ferraza, o transporte de cargas superpesadas representa 10% da



Empresa também transporta estruturas das torres para geração de energia eólica

receita da Flecha de Prata, que tem ainda 40% do faturamento em cargas indivisíveis e 50% na carga geral, onde se sobressai o transporte de máquinas agrícolas entre a concessionária e a fazenda. “Na estrada, a Flecha de Prata é mais conhecida como a ‘cegonheira da máquina agrícola’. Fazemos a distribuição das máquinas para grandes fabricantes, como a CNH New Holland e John Deere”, disse o diretor comercial.

Segundo Ferraza, é na carga geral que a transportadora vê maior possibilidade de crescimento, principalmente, em materiais commodities como cobre, metal e alumínio. A empresa trabalha em operações para a Usiminas e Arcelor Mittal, entre outros clientes de peso. “Já participamos da construção de algumas grandes obras no país. Como não há muita coisa nova para sair, consideramos que o nosso crescimento está direcionado para a carga geral”, afirmou.

De olho no potencial de mercado desse mercado, a empresa estava prestes a anunciar a compra de um lote de 50 novos caminhões, com a disputa entre a Iveco e Volvo. “Nossa decisão de compra leva em conta

não só o preço final, mas também o serviço de pós-venda, já que não fazemos manutenção em casa. Também levamos em conta depreciação e melhor revenda”, disse. A frota da Flecha de Prata é composta por cerca de 300 caminhões – 100 terceirizados. A idade média dos veículos é de três anos.

Segundo Ferraza, a Flecha de Prata também pretende enviar interlocutores ao exterior para comprar implementos de fornecedor alemão ou belga em um valor estimado de 100 mil euros cada equipamento por achar que as carretas importadas atendem melhor suas necessidades.

Além de ser uma das maiores na distribuição das máquinas agrícolas, a Flecha de Prata se credenciou junto a empreiteiras por seu trabalho na usina hidrelétrica de Belo Monte, para onde já levou de fábricas do Sudeste mais de 1.000 máquinas de construção utilizadas na gigantesca obra no Norte do Brasil. Também foram seus motoristas que deslocaram de São Paulo cerca de 600 caminhões comprados da Mercedes-Benz pelo consórcio que constrói a usina. ■

Segurança e equipe especializada valorizam a Primax

Dedicada a transporte pesado, remoções técnicas e engenharia industrial, transportadora paulista é uma das referências do mercado

■ WAGNER OLIVEIRA



Transporte de superestruturas é uma das vocações da Primax, empresa que opera há mais de meio século no Brasil

EXISTEM OPERAÇÕES QUE MUITAS VEZES não parecem ser da competência do transporte. Quem diria que por trás da instalação de uma grande montadora estaria uma transportadora, que, além do leva-e-traz de máquinas, faz a remoção e instalação de sofisticados equipamentos para a produção de automóveis. Isto é uma das especializações da Primax, empresa que nas últimas cinco décadas se especializou no transporte pesado, remoções técnicas e engenharia industrial.

Atualmente, a empresa tem a competência reconhecida pelo mercado. As remoções técnicas representam 60% do faturamento da Primax Transporte Pesados, que virou

referência, principalmente, no setor automobilístico. Entre seus clientes no setor, constam marcas como a Toyota (montadora da qual participou ativamente da construção da nova fábrica em Sorocaba, SP), General Motors e Honda.

Entre as atribuições da Primax está, por exemplo, transporte e a instalação de toda as máquinas utilizadas numa linha de montagem de uma empresa automobilística. Além disso, faz remoções do maquinário em caso de ampliações, reformas ou mudanças. “Desenvolvemos um alto grau de especialização, com a participação de um quadro de profissionais altamente qualificados, onde se destacam engenheiros e técnicos de transporte”,

afirmou o sócio-diretor da empresa Antonio Luiz Leite, também conhecido como um dos mais ativos militantes sindicais dos empresários de carga.

Além de remoções industriais, a empresa ainda realiza a movimentação de cargas complexas e opera guindastes. Também faz parte de suas atividades o transporte nacional e internacional (Mercosul); transporte em regimes aduaneiros, içamento, preparação e execução de logística porta a porta, transferência de unidades em regime turn-key e adequação de layout. A empresa tem uma das mais modernas frotas de caminhões extrapesados – 65 caminhões próprios e 120 equipamentos. Trabalha com 300 funcionários, entre técnicos,



Além de remoções técnicas principalmente para montadoras, Primax é acionada para aplicações especiais, como esta de transporte de avião

engenheiros e transportadores.

“Apenas para um funcionário entender o grau de risco que o trabalho envolve leva quatro anos”, afirmou Leite. “É uma atividade altamente complexa que exige alto grau de comprometimento dos funcionários, que, por isso mesmo, são muito bem valorizados. Além disso, a maior parte do pessoal passa grande parte do tempo fora de nossa base em viagens por diversos canteiros de obras e empresas”, assegurou.

De acordo com Leite, as empresas nacionais de transportes extrapesados vêm desenvolvendo métodos de trabalho baseados nas oportunidades de mercado advindas das necessidades dos clientes. “Com o crescimento econômico brasileiro, o mercado acompanha”, disse.

A Primax pega carona na fase de expansão do crescimento econômico para obter crescimento de receita acima da média das empresas de transporte, aumentando seu faturamento em cerca de 15% ao ano. Para Leite, os transportadores brasileiros acompanham a tecnologia e visitam vários países do mundo para que atendam a todas as necessidades dos clientes.

Como lida com estruturas complexas, a Primax se pauta por uma forte política de segurança nas suas atividades, além de proporcionar bem-estar para seus funcionários.

Esta cultura é aprimorada a partir da capacitação, reciclagem e treinamento dos seus colaboradores aliados a uma frota de equipamentos novos.

“Todo serviço da Primax é planejado pelo seu corpo técnico, utilizando-se de alta tecnologia para que os trabalhos sejam executados sem imprevistos indesejáveis” disse Leite. Segundo o executivo, a Primax possui ainda profissionais dedicados ao acompanhamento integral dos trabalhos, focados em aprimorar a cultura de segurança da empresa e melhoria dos seus processos.

A preocupação com a segurança é reconhecida pelo mercado. Após a execução de vários trabalhos de grande complexidade na construção da nova fábrica da Nissan, a transportadora foi reverenciada por realizar suas atividades em prol da integridade física durante a obra. Em homenagem à equipe que participou dos trabalhos, foi entregue à empresa um certificado de reconhecimento, em meio a centenas de prestadores de serviços que trabalharam no projeto da montadora japonesa no Estado do Rio de Janeiro.

Outro dos muitos cases de sucesso da Primax foi registrado em 2013, ano em que completou 50 anos de atividades. A empresa foi contatada para fazer a descarga e movimentação interna de um rotor de turbina no aeroporto de Viracopos, em Campinas.

A operação, que começou às 4 horas, seria simples não fosse à alta complexidade da movimentação acontecer em um dos aeroportos mais movimentados em cargas do Brasil, o Viracopos, em Campinas.

A carga foi monitorada desde o seu traslado aéreo, em despacho ocorrido no Oriente Médio, com escala em Fortaleza e desembarque no aeroporto do interior paulista. A operação contou com a mobilização de várias equipes do aeroporto e a utilização de equipamentos da transportadora, que deixou o terminal às 6 horas.

Para movimentar a peça com peso aproximado de 25 toneladas foi necessário um estudo de Rigging e a disponibilização de um guindaste de 90 toneladas. Também foi utilizada uma linha de eixo com pescoço hidráulico que precisava adaptar-se à aeronave e ao local de retirada da peça.

Toda a operação não poderia exceder três horas, tempo determinado para a aeronave permanecer no pátio de desembarque. Para que os requisitos e especificidades do serviço fossem alcançados, a empresa contou com uma completa equipe treinada para atingir alto desempenho em todas as etapas, além de modernos equipamentos para que a operação fosse finalizada com êxito dentro do prazo estipulado pelo cliente. ■



Monotrilho começa a operar

Depois de testes de avaliação dos trens no começo do ano, a linha do monotrilho de São Paulo, no trecho Vila Prudente-Oratório, será aberta ao público no fim de março em operação experimental

São Paulo será a primeira cidade do mundo a receber o monotrilho de alta capacidade. A frota contará com 54 trens, com capacidade para atingir velocidade máxima de 80 km/h e circular com intervalos mínimos de 75 segundos entre as composições, segundo técnicos do Metrô e da fabricante.

Quando totalmente concluída, a linha ligará a Vila Prudente à Cidade Tiradentes, com uma extensão de 24 km e 17 estações. Cada trem tem capacidade para transportar mil passageiros, em média, e para atender uma demanda de até 48 mil usuários por hora, por sentido.

A primeira parte do sistema, de Vila Prudente até o Oratório, já em construção, tem inauguração prevista para o final de 2013. O trecho seguinte, até São Mateus, deve entrar em funcionamento em 2014. A chegada à Cidade Tiradentes, última etapa do percurso, está prevista para acontecer em 2016.

O sistema monotrilho atende às práticas sustentáveis em todas as etapas de construção e é uma opção ecologicamente limpa, por produzir menor impacto visual, ambiental e sonoro. Por ser um transporte elétrico, o modal não emite gases poluentes na atmosfera, e por rodar sobre pneus

torna-se um veículo silencioso. Com recursos de direção totalmente automatizados, o veículo também é muito mais seguro e confiável.

Debaixo da via elevada do monotrilho, está previsto um programa de tratamento paisagístico no entorno da linha, com áreas verdes e ciclovias, para tornar o ambiente harmonioso, agradável e completamente integrado à vida da população.

CONCURSO – Uma maquete em tamanho real do monotrilho, novo sistema de transporte público do Metrô de São Paulo que irá compor a Linha 15 – Prata, é um dos

destaques da feira “Negócios nos Trilhos”. No evento, os visitantes podem conhecer a arte vencedora do concurso “Tá Pintando um Novo Metrô”, que estampará o monotrilho moderno que circulará na cidade.

O vencedor do concurso, o designer JP Passos, foi apresentado pelo Secretário de Transportes Metropolitanos, Jurandir Fernandes, e o vice-presidente de sistemas da Bombardier Transportation, empresa responsável pela produção do carros, Serge Van Themsche, durante o evento. O artista terá sua arte circulando na Zona Leste de São Paulo, entre as estações de Ipiranga e Hospital Cidade Tiradentes.

“A iniciativa do concurso foi muito inteligente e admirável. Trazer a arte para a rua e para tão próximo da população é mostrar que cultura pode estar em qualquer lugar. Criei meus próprios traços, e o modo de construir as formas foi inspirado sempre nas diferentes culturas da sociedade. Meu objetivo é mostrar um conceito de arte acessível a todas as pessoas e a todos os lugares” afirma JP.

SISTEMA – O novo meio de transporte vai permitir que a população faça em 50 minutos um trajeto que hoje leva mais de duas horas. O monotrilho significa eliminação de poluição e ruído, além menor tempo e custo de construção.

O Monotrilho é fabricado pela empresa Bombardier em Hortolândia, São Paulo, que atualmente acolhe o centro de excelência mundial de produção de monotrilhos. A maquete, que poderá ser visitada pelo público da feira, é a réplica real de um dos 54 trens que vão compor a frota do Expresso Monotrilho Leste. A Linha 15-Prata, 24 km e 17 estações, está sendo construída pelo Consórcio Expresso Monotrilho Leste (CEML), que inclui as construtoras Queiroz Galvão, OAS e a Bombardier.

Segundo André Guyvarch, presidente da Bombardier no Brasil, a construção do Expresso Monotrilho é uma marco para



O primeiro trecho, entre as estações Vila Prudente e Oratório, com 2,9 km de extensão, será entregue ao público, em visita controlada, em março



Cada trem tem capacidade para transportar mil passageiros, em média, e para atender uma demanda de até 48 mil usuários por hora, por sentido.

o transporte público brasileiro e mundial. “O novo monotrilho de alta capacidade que estamos construindo para São Paulo vai mudar as regras do jogo. Ele oferece muitas vantagens, tem uma capacidade de transporte semelhante a do Metrô, além de uma infraestrutura leve e elegante que

reduz pela metade tanto o preço da construção como os prazos de implantação. Temos certeza de que, uma vez iniciada a operação desta linha, este sistema será reconhecido em todo o mundo como uma das melhores soluções de transporte público metro-ferroviário jamais construídas.”

Volvo CE prepara lançamentos



Apesar de uma queda de 11% nas vendas para a América Latina no ano passado, a empresa comemora o aumento na participação de mercado e prepara lançamentos para fortalecer seus negócios na área de equipamentos para construção rodoviária

■ AMARILIS BERTACHINI

A LINHA DE CAMINHÕES ARTICULADOS da Volvo Construction Equipment – uma das três principais linhas de produtos da empresa, direcionada às áreas de mineração e construção, que representam 82%

das vendas da empresa no Brasil – conquistou uma significativa fatia de mercado em 2013, subindo de 29% de market share em 2012 para 44,3% no ano passado, quase a metade de todas as vendas desse

segmento no mercado. “A Volvo inventou o conceito do caminhão articulado. Somos um dos principais players desta categoria”, diz Afrânio Chueire, presidente da Volvo Construction Equipment Latin America.

Com exceção das retroscavadeiras, cujo market share foi praticamente mantido – baixou de 4% para 3,8% – todas as principais linhas de equipamentos da marca ganharam participação de mercado no ano passado. “Apesar de uma economia que não correspondeu às expectativas iniciais, registramos crescimento em vários segmentos”, comenta Chueire. O segmento de carregadeiras, que representa 34% das vendas totais da Volvo, passou de 10,3% em 2012 para 11,8% em 2013; as escavadeiras, que equivalem a 29% das vendas da marca, pularam de 10,9% para 12,8% de market share no mesmo período.

MERCADO – Na soma de todas as categorias de máquinas da Volvo CE, foram comercializadas no ano passado na América Latina 3.751 unidades, um número 11% inferior às 4.244 máquinas vendidas no exercício anterior. O Brasil representou 71% das vendas para a região, ou 2.656 unidades.

Para 2014, a previsão de Chueire é de um resultado semelhante ao do ano passado,

Afrânio Chueire: a Volvo vai reforçar seus negócios na área de equipamentos para construção rodoviária

com base em uma série de aspectos conjunturais, entre eles uma previsão de maior atividade no segmento de mineração e o lançamento de produtos neste ano.

ESTRATÉGIA – Segundo Chueire, a Volvo CE planeja reforçar seus negócios na área de equipamentos para construção rodoviária e, para tanto, prepara um conjunto de ações e lançamentos no mercado em 2014. Entre eles, dois modelos de vibroacabadoras (ABG5820 E ABG2820); um compactador de asfalto com dois cilindros, de quatro toneladas (DD38) e um compactador pneumático, de 24 toneladas (PT220). A empresa também passará a oferecer toda sua linha de motoniveladoras com operação por joystick e mantendo o volante.

Entre as ações para fortalecer a marca junto ao cliente, a empresa está montando uma equipe de técnicos e executivos especializados e apresentará ao mercado



o Road Institute, que funcionará anexo ao atual centro de treinamento da empresa em Curitiba (PR). No local será construída uma pista de 200 metros para teste e treinamento de operadores de vibroacabadoras e compactadores de seus clientes, projetada em curvas com elevação para simular operações reais de pavimentação.

A empresa consolida também este ano seu investimento na produção nacional de itens que eram fabricados no mercado mexicano. “Transferir a linha de retroscavadeira do México para o Brasil foi uma transição importante para nós”, declara o executivo, anunciando que as primeiras retroscavadeiras produzidas na fábrica de Pederneiras, no interior de São Paulo, sairão da linha de produção já neste mês de março.

Sobre a compra do negócio de caminhões off-road da Terex Corporation, que inclui a fábrica da empresa em Motherwell, na Escócia, o executivo diz que a empresa aguarda a aprovação das autoridades e que a marca Terex continuará por algum tempo junto com a Volvo no mercado. Ele explica que a intenção neste negócio foi oferecer uma gama maior de produtos para os clientes e obter sinergia entre componentes e peças.



Modelo de vibroacabadora que será um dos lançamentos deste ano



Os veículos são equipados com um sistema de monitoramento de imagens de médio alcance, composto por 14 câmeras

Plataformas da Truckvan vão monitorar a Copa

Fabricante paulista de implementos desenvolveu veículos especiais, com mastros de vigilância que chegam a 15 metros de altura, para monitorar áreas públicas e multidões

■ AMARILIS BERTACHINI

AS 12 CIDADES-SEDE DOS JOGOS DE FUTEBOL da Copa do Mundo terão um reforço de segurança com a assinatura da Truckvan. A implementadora entregou à Secretaria Extraordinária de Segurança para Grandes Eventos (Sesge), do Ministério da Justiça, 22 equipamentos especiais chamados de Plataforma de Observação Elevada (POE). Serão usadas duas unidades em cada uma das 12 cidades-sede, com exceção de Cuiabá (MT) e Natal (RN), que contarão

com unidades móveis padrão.

“Nós entendemos que as POEs serão um dos grandes legados da Copa do Mundo porque vão permanecer no Brasil e poderão ser usadas pelas polícias em eventos, manifestações e datas comemorativas”, afirma Alcides Braga, sócio-diretor da Truckvan.

As POEs são equipadas com um sistema de monitoramento de imagens de médio alcance, composto por 14 câmeras com

tecnologia de reconhecimento de face e com alcance de até três quilômetros de distância. “É um veículo extremamente tecnológico”, declara Alcides Braga Neto, gerente de suprimentos da Truckvan.

O sistema de observação é instalado em um mastro telescópico de 15 metros de altura. A tecnologia embarcada opera com redes wi-fi e mesh (via rádio), que permitem a visualização das imagens em um raio de até 500 metros de distância e o envio

de dados em tempo real para os Centros Integrados de Controle e Comando Regional (CICCR), através de equipamentos de tecnologia móvel, como tablets ou telefones celulares. Para garantir o funcionamento ininterrupto, as unidades contam com uma infraestrutura elétrica que inclui um gerador UPS (no break) e um rack de automação.

Na parte de trás do veículo fica o ambiente de monitoramento que é composto por uma bancada de dois lugares, poltronas, monitores de 42 polegadas e comandos para que os operadores consigam visualizar e operar todos os recursos da unidade, como o acendimento de luzes, subida do mastro, acionamento do ar-condicionado e da sirene de emergência. O conjunto possui também um rack de tecnologia da informação (TI) amparado por servidores, roteadores, PCs, impressora e armários.

O acesso aos ambientes é feito por escadas aviônicas do tipo semi-automáticas que dão maior agilidade na abertura e no fechamento da POE nos locais de operação. O sistema de nivelamento também é totalmente automático: as quatro sapatas estabilizadoras podem ser acionadas com apenas um comando. O nivelamento é feito por um sensor que informa ao sistema o momento exato de acionar ou não as sapatas, individualmente. Essa tecnologia diminui o tempo de montagem e desmontagem dos veículos.

NICHO – A Truckvan estreou no mercado de equipamentos para as áreas de defesa e segurança produzindo a POE com o objetivo de monitorar áreas públicas e multidões nas cidades-sede da última Copa das Confederações e já mirando a Copa do Mundo deste ano.

Ainda na área de defesa e segurança a empresa tem o Shelter, um veículo que obedece às normas militares e é usado como abrigo de telecomunicações pelo Exército nacional. Segundo Braga Neto,



Alcides Braga: as POEs serão um dos grandes legados da Copa do Mundo

o modelo foi desenvolvido especialmente para o Exército e se destina a monitoramento de fronteiras. Tem um mastro de oito metros de altura que serve para a comunicação entre os veículos que estão na fronteira e as centrais de comando do Exército que estão mais distantes. Também possui gerador e UPS. A empresa ganhou licitação para fornecer 29 unidades ao Exército brasileiro, sendo que dez foram entregues no ano passado e 19 deverão ser entregues até março.

“Achamos que essas unidades são apenas o começo porque o Brasil tem 17 mil quilômetros de fronteiras não marítimas e essa licitação envolveu somente os primeiros 800 quilômetros de fronteiras. Acreditamos que é um mercado que ainda vai crescer muito em todo o país. É muito bacana que essa licitação do exército tenha privilegiado empresas nacionais. O Exército sempre foi acostumado a trazer coisas de fora porque tínhamos carência de indústrias que fizessem o que eles precisavam aqui mesmo. Nós identificamos esse nicho e estamos trabalhando forte nisso

para poder atender a essa expectativa do exército de utilizar um produto nacional”, declara Braga Neto.

A cabine do Shelter é a de um caminhão Marruá, da Agrale, que já é de uso do Exército. Segundo Braga Neto, a Truckvan adquiriu o veículo e colocou o implemento sobre ele. O veículo é desmontável do chassi e é travado por meio de parafusos no chassi, de forma a permitir que, caso haja algum problema, os operadores consigam tirar o Shelter daquele veículo e colocá-lo em outro para seguir viagem.

CUSTOMIZAÇÃO – Além dos veículos de segurança, a empresa mantém aquecida a fabricação de unidades móveis customizadas para diferentes aplicações. No ano passado a empresa bateu seu recorde e produziu 133 carretas e veículos sob encomenda – 43 unidades a mais do que em 2012 – dos quais 45 para a área de treinamento, 36 para o segmento de defesa e segurança, 24 para a área de saúde, 15 para serviços e 13 para eventos. “Por serem customizadas de acordo com



Carroceria do Shelter é montada sobre chassi do Agrale Marruá

a necessidade e os sonhos de cada cliente, as unidades móveis são usadas como clínicas médicas, escolas de capacitação profissional, backstage para artistas e eventos, e uma série de possibilidades que trazem mais mobilidade e rapidez na execução do serviço oferecido”, afirma Alcides Braga.

A Truckvan faz a carroceria e toda a integração interna, incluindo a mobília das unidades. “A carroceria é bem versátil e se adapta a qualquer montadora. Depois que ganhamos o contrato, analisamos para ver qual o melhor caminhão para o tipo de adaptação a ser feita, levando em conta o perfil de operação”, explica Braga Neto.

A empresa também trabalha com o aluguel de unidades; fornece um motorista exclusivo e fica responsável por toda a logística e manutenção da carreta, incluindo a montagem e desmontagem da unidade no local do evento e seu deslocamento de um lugar para outro. “Designamos um motorista específico para cada operação, treinado para aquele projeto. É muito difícil porque o país é muito grande e mandamos unidades para todos os cantos do Brasil. Precisamos estar sempre preparados para

atender à demanda de maneira qualitativa”, explica Braga Neto, calculando que a empresa tem atualmente cerca de 40 motoristas contratados.

Um dos destaques no estande da empresa na última Fenatran, realizada em outubro do ano passado, foi o modelo apelidado Food Truck, que atende à demanda de uma tendência nacional na área de gastronomia, chamada de comida de rua. “São unidades com porte menor do que estamos habituados a fazer, que se adaptam ao estilo de um pequeno comércio de comidas e bebidas”, relata Braga Neto. Ele aposta nessa tendência também em vista dos grandes eventos esportivos que atrairão um número maior de pessoas às ruas. Foi colocada em exposição na feira uma carroceria transformada em estúdio do chef Edu Guedes, com uma cozinha completa, a qual ele utiliza para levar aulas de culinária até comunidades carentes.

Outro destaque do estande da empresa foi o Camarim Móvel, direcionado a clientes que trabalham com shows e eventos. Segundo informações da Truckvan, essa unidade já foi usada pelo cantor americano John Mayer, em sua primeira apresentação

no Brasil, e já apoiou artistas nacionais e bandas de rock no festival Monsters of Rock.

MERCADO – A Truckvan trabalha com uma perspectiva um pouco diferente de mercado, fazendo produtos que não são de escala, que têm maior valor agregado e alto índice de customização. “São obras de arte, então temos tido um crescimento anual constante, de 30% a 40% ao ano, mas não podemos imaginar crescer um patamar desses todos os anos, fica cada vez mais difícil manter esse nível. Mas imagino que tenhamos em 2014 um cenário de manutenção ou pequena melhora”, declara ele, destacando que um dos motivos dessa aposta de crescimento é a atual estrutura da empresa que ganhou corpo em agosto passado com a expansão da fábrica. “Vamos trabalhar os 12 meses de 2014 com a fábrica expandida, então teremos um pouco mais de capacidade anualizada, deverá ser um bom ano”, complementa.

Em maio de 2013 a empresa iniciou o processo de expansão de sua unidade fabril da rodovia Fernão Dias – a empresa tem outra fábrica na rodovia Dutra – e a partir de agosto começou a trabalhar a plena carga. A obra aumentou em 60% a capacidade de customização das unidades, segundo Alcides Braga. “Também já temos um novo terreno adquirido na região de Cumbica de mais seis mil m², onde planejamos expandir ainda mais nossas operações”, revela Braga Neto. Em 2013 o faturamento da empresa foi de R\$ 138 milhões, um aumento de 81% em relação a 2012.

Outro ponto que deve impulsionar os negócios da Truckvan em 2014, na visão de Alcides Braga, é a expectativa de continuar com um volume de negócios expressivo na área de defesa e segurança, para o Exército e para a polícia.



Os líderes juntos.

Duas vezes mais vantagens
na gestão de frotas ou fretes.



A solução mais
completa do mercado.

COMPARE E COMPROVE!

Ticket Car®
4003.9000*
www.ticketcar.com.br

Repom
11 4166.7530
www.repom.com.br

*De capitais e regiões metropolitanas.

De outras localidades, digite o código de sua operadora local e o DDD da capital do seu Estado.

camtabop.com.br



O chute inicial dos voos na Copa

Anac recomendou às companhias aéreas e operadores aeroportuários que reforcem suas equipes para atender à demanda prevista para o período da Copa do Mundo

■ AMARILIS BERTACHINI



COM PREVISÕES SUPERLATIVAS DE UM fluxo de quase quatro milhões de passageiros durante os 40 dias em que ocorrerão os jogos de futebol da Copa do Mundo, as companhias aéreas tentam adequar suas estruturas e reforçar as equipes para atender ao aumento da demanda.

Segundo informação da Agência Nacional de Aviação Civil (Anac), órgão que

regulamenta a aviação civil, foram solicitados para o período de 6 de junho a 20 de julho mais de 160 mil slots (horários de chegadas e partidas), o que representa, aproximadamente, 80 mil voos incluídos ou alterados para o período e também 1.973 novos voos. Nos períodos antes e após o mundial continuará em vigor a malha aérea atual. As rotas mais solicitadas pelas companhias

foram: Galeão/Ezeiza(Argentina); Brasília/Guarulhos Fortaleza/Guarulhos; Santos Dumont/Viracopos e Galeão/Aeroparque (Argentina).

A redefinição da malha de voos regulares no período do mundial definida pela Anac foi feita nos 25 aeroportos coordenados pela agência, dos quais 12 estão nas cidades-sede e 13 localizados até 200

MELHORIAS EM ANDAMENTO OU JÁ CONCLUÍDAS NOS AEROPORTOS DA REDE INFRAERO LOCALIZADOS NAS CIDADES-SEDE DA COPA

CONFINS

Reforma, modernização e ampliação do terminal de passageiros e adequação do sistema viário

- Início das obras: setembro de 2011
- Previsão de término: abril de 2014 (escopo Copa)
- Status: até dezembro de 2013, 41% haviam sido executados
- Investimento PAC 2 (2011-2014): R\$ 260,04 milhões
- Melhorias:

Dados Operacionais	2011	2014
Terminal de passageiros (m²)	60.305	67.675
Capacidade (passageiros/ano)	10,2 milhões	17,1 milhões*
Demanda (passageiros/ano)	9,5 milhões	14 milhões

* Atual (10,2) + TPS (1,5) + Terminal 3 (5,3) = Total (17,1)

CUIABÁ

Reforma e ampliação do terminal de passageiros, adequação do sistema viário e construção do estacionamento

- Início das obras: abril de 2012
- Previsão de término: abril de 2014
- Status: até dezembro de 2013, 44,5% haviam sido executados
- Investimento PAC 2 (2011-2014): R\$ 98,68 milhões
- Melhorias:

Dados Operacionais	2011	2014
Terminal de passageiros (m²)	7.200	13.200
Capacidade (passageiros/ano)	2,5 milhões	5,7 milhões

Demanda (passageiros/ano)	2,6 milhões	3,3 milhões
Estacionamento de veículos (m²)	9.450	13.785

CURITIBA

Ampliação do terminal de passageiros e sistema viário

- Início das obras: maio de 2013
- Previsão de término: maio de 2014 (escopo Copa)
- Status: até dezembro de 2013, 13,4% haviam sido executados
- Investimento PAC 2 (2011-2014): R\$ 239,14 milhões
- Melhorias:

Dados Operacionais	2011	2014
Terminal de passageiros (m²)	46.000	64.800
Capacidade (passageiros/ano)	7,9 milhões	8,5 milhões
Demanda (passageiros/ano)	6,9 milhões	7,9 milhões

FORTALEZA

Reforma e ampliação do terminal de passageiros, pátio de aeronaves e adequação do sistema viário

- Início das obras: junho de 2012
- Previsão de término: março de 2014 (escopo Copa)
- Status: até dezembro de 2013, 26% haviam sido executados;
- Investimento PAC 2 (2011-2014): R\$ 311,32 milhões
- Melhorias:

Dados Operacionais	2011	2014
Terminal de passageiros (m²)	38.500	49.000

Capacidade (passageiros/ano)	6,2 milhões	6,5 milhões
Demanda (passageiros/ano)	5,6 milhões	6,8 milhões
Pátio de aeronaves (m²)	134.766	163.245

GALÉÃO

Reforma do terminal de passageiros 1

- Início das obras complementares: setembro de 2008
- Início das obras: agosto de 2012
- Previsão de término: Setor A: abril de 2014. Setores B e C: reforma será reavaliada em conjunto com o novo concessionário; esse fato não afetará as operações durante a Copa
- Status: até dezembro de 2013, 45% haviam sido executados
- Investimento PAC 2 (2011-2014): R\$ 198,36 milhões
- Melhorias: A reforma do terminal 1 ampliará em 12,8 milhões a capacidade do aeroporto.
- Reforma do terminal de passageiros 2
- Início das obras: novembro de 2008
- Previsão de término: abril de 2014
- Status: até dezembro de 2013, 65,9% haviam sido executados
- Investimento PAC 2 (2011-2014): R\$ 156,39 milhões
- Melhorias: A reforma do terminal 2 ampliará em 13 milhões a capacidade do aeroporto.

Dados Operacionais	2011	2014
Terminal de passageiros 1 (m²)	147.834	147.834
Terminal de passageiros 2 (m²)	132.847	182.149

quilômetros de distância dessas cidades.

Ainda havia a possibilidade – até o fechamento desta edição – de novos slots serem solicitados, sempre de acordo com a capacidade dos aeroportos. As companhias fizeram seus pedidos de horários à Anac, informando a rota (aeroporto de origem/destino) e a agência avaliou as solicitações considerando o número de alterações apresentadas por companhia e a capacidade de pista, de pátio e de terminal dos 25 aeroportos. No final de junho será aberto prazo para solicitação de slots para voos não regulares para a fase eliminatória, uma vez que a definição desses jogos depende da fase anterior.

A Anac, segundo informações de sua assessoria de imprensa, solicitou às companhias aéreas e operadores aeroportuários que reforcem suas equipes para atender à demanda projetada para a Copa. A decisão sobre o aumento no número de aeronaves da frota durante o período da Copa do Mundo cabe às companhias aéreas.

Em relação às obras nos aeroportos para a Copa, a Anac considerou a capacidade dos aeroportos somente com as obras que



Para o período da Copa a TAM adicionou 750 voos na sua malha aérea doméstica

já estão na fase final. Se outras obras forem entregues antes da Copa, a agência poderá avaliar a possibilidade de liberar mais voos para esses aeroportos.

Pelas expectativas divulgadas pelo Ministério do Turismo, são esperados para o período dos jogos cerca de 600 mil turistas estrangeiros, além dos três milhões de brasileiros que devem viajar dentro do país durante o Mundial.

TAM – Depois de avaliar as aprovações concedidas pela Anac, a TAM alterou sua malha aérea doméstica para o período de 10 de junho a 15 de julho de 2014 e incluiu

mais de 750 novos voos dentro do Brasil. Segundo dados da companhia, ela vai efetuar mais de 22 mil voos dentro do país durante a competição e deverá manter a atual média diária total de 800 voos, com cerca de 640 operações domésticas por dia.

A companhia investirá mais de R\$ 50 milhões para colocar em operação a sua nova malha aérea. “A nossa operação estará muito focada no desafio logístico de cruzar um país continental, dia e noite, em voos sincronizados com o calendário das partidas. Vamos oferecer conectividade e transportar grande parcela dos torcedores de todo o mundo. Por isso, estamos

Capacidade (passageiros/ano)	17,4 milhões	30,8 milhões
Demanda (passageiros/ano)	14,9 milhões	18,9 milhões

MANAUS

Reforma, modernização e ampliação do terminal de passageiros e adequação do sistema viário

- Início das obras: novembro de 2011
- Previsão de término: abril de 2014 (escopo Copa)
- Status: até dezembro de 2013, 83,69% haviam sido executados
- Investimento PAC 2 (2011-2014): R\$ 444,46 milhões
- Melhorias:

Dados Operacionais	2011	2014
Terminal de passageiros (m ²)	39.483	97.258
Capacidade (passageiros/ano)	6,4 milhões	13,5 milhões
Demanda (passageiros/ano)	3,0 milhões	4,0 milhões

PORTO ALEGRE

A obra de reforma e ampliação do terminal de passageiros do Aeroporto Internacional de Porto Alegre será entregue em duas etapas:

- Até maio de 2014 (escopo Copa): reforma e ampliação do piso térreo de desembarque, com duas novas esteiras de restituição de bagagens.

Atualmente o Aeroporto de Porto Alegre tem capacidade para 13,1 milhões de passageiros ao ano. Para 2014, a demanda

prevista é de 10,7 milhões de embarques e desembarques. Com a conclusão das obras referentes ao “escopo da Copa” o terminal ampliará sua capacidade para 16,3 milhões de passageiros/ano.

- Até janeiro de 2016: (escopo pós-Copa): ampliação do terminal, 2º e 3º pavimentos, com elevadores, escadas rolantes, e duas pontes de embarque, conexão da ampliação com o terminal existente.

Reforma e ampliação do terminal de passageiros 1 (1ª fase)

- Início das obras: setembro de 2013
- Previsão de término: maio de 2014 (escopo Copa)
- Status: até dezembro de 2013, 1,85% haviam sido executados
- Investimento PAC 2 (2011-2014): R\$ 246,3 milhões
- Melhorias:

Dados Operacionais	2011	2014
Terminal de passageiros (m ²)	37.600	41.502
Capacidade (passageiros/ano)	13,1 milhões	16,3 milhões
Demanda (passageiros/ano)	7,8 milhões	10,7 milhões

Ampliação do sistema de pátios e pistas de táxi

- Início das obras: setembro de 2013
- Previsão de término: abril de 2014 (escopo Copa) e novembro de 2014 (escopo pós-Copa)
- Status: até dezembro de 2013, 10,47% haviam sido executados
- Investimento PAC 2 (2011-2014): R\$ 89,31 milhões
- Melhorias:

Dados Operacionais	2011	2014
Pátio de aeronaves e pistas de táxi (m ²)	157.930	207.930

RECIFE

O Aeroporto Internacional do Recife já está preparado para atender à demanda esperada para a Copa. Atualmente, o Guararapes tem capacidade para receber 16,5 milhões de embarques e desembarques. Para 2014, a demanda prevista é de 8,7 milhões de passageiros.

Dados Operacionais	2011	2014
Capacidade (passageiros/ano)	16,5 milhões	16,5 milhões
Demanda (passageiros/ano)	6,3 milhões	8,7 milhões

SALVADOR

Reforma e adequação do terminal de passageiros

- Início das obras: janeiro de 2013
- Previsão de término: abril de 2014 (escopo Copa)
- Melhorias:

Dados Operacionais	2011	2014
Terminal de passageiros (m ²)	69.750	69.750
Capacidade (passageiros/ano)	13 milhões	13 milhões*
Demanda (passageiros/ano)	8,3 milhões	10,8 milhões

* Este empreendimento tem como objetivo recompor o nível de conforto do aeroporto.
Fonte: Infraero

totalmente comprometidos com o sucesso dos jogos”, afirma Claudia Sender, presidente da TAM Linhas Aéreas. “Esta nova malha é necessária e começamos a planejá-la no último ano. Ela não é resultado de um aumento da demanda geral por voos no período do torneio, mas reflete a nossa capacidade de adaptar as operações aéreas a uma dinâmica de viagens totalmente diferente e específica”, acrescenta a executiva.

Com essas alterações, 81% dos voos domésticos da TAM serão operados em aeroportos das cidades-sede durante a competição, com uma média diária de 43 voos domésticos nessas localidades. A oferta total da empresa, em junho e julho deste ano, será de sete milhões de assentos em todo o país.

A companhia afirma que 80% das passagens aéreas domésticas já comercializadas para o período do evento foram vendidas por preços abaixo de R\$ 500 e que 50% dos bilhetes domésticos ainda disponíveis para venda estão sendo oferecidos abaixo deste valor e 30% estão sendo comercializados por menos de R\$ 200.

Se somadas as operações da TAM às da LAN as empresas do grupo Latam Airlines vão realizar mais de 300 novos voos internacionais com destino ou origem no Brasil nos meses de junho e julho de 2014. Os países com maior aumento de voos com destino ao Brasil nesse período são Argentina, Chile e Inglaterra. Juntas e com voos próprios, TAM e LAN ligarão o Brasil a um terço dos países classificados para a competição e, por meio de alianças e acordos com outras empresas, a companhia acredita que será possível conectar o Brasil a todas as nações participantes do torneio.

A TAM informou que pretende realizar novas solicitações durante o evento, após a definição da segunda fase dos jogos, e nos próximos meses trabalhará no ajuste e aprovação de uma pequena parcela remanescente dos pedidos de voos. As empresas do Grupo Latam também solicitaram à Anac a autorização para efetuar até

201 voos internacionais fretados durante o evento.

GOL — Já a GOL (a transportadora oficial da Seleção Brasileira de Futebol em aeronaves personalizadas com as cores da seleção) terá uma oferta de 4,5 milhões de assentos com destino às cidades-sede da Copa do Mundo, o que corresponde a 85% da capacidade total dos estádios nos jogos da primeira fase. “A aprovação de novos voos para o período da Copa permite atendermos à demanda prevista durante o mundial, mantendo o nosso modelo tarifário, que pressupõe a maior oferta de assentos a baixo custo, em qualquer tempo”, afirma Paulo Kakinoff, presidente da GOL.

A companhia divulgou que enviou à Anac, em dezembro do ano passado, a solicitação de 953 operações das quais 80 foram validadas exatamente nas datas e horários solicitados; 298 ainda passarão por ajustes e 575 voos, que já integram a malha regular da GOL, serão ajustados ao longo dos próximos meses.

Para fazer frente ao aumento da demanda previsto durante o mundial, nos aeroportos das cidades-sede, a GOL contará com um efetivo adicional de 1.100 profissionais, incluindo temporários e deslocados de bases menores. A companhia afirma que profissionais trilingües estarão nos aeroportos e nos principais destinos turísticos, devidamente identificados, para atender e orientar os estrangeiros. “Além disso, nossa tripulação possui comissários fluentes em idiomas de outros países participantes do torneio, como francês, japonês, coreano, italiano, alemão e russo, que serão escalados de acordo com o perfil dos voos”, afirma Kakinoff.

Recentemente a companhia adotou uma nova identidade visual em seus balcões de check-in, totens e lojas com o objetivo de oferecer mais conforto e rapidez para os clientes por meio de informações mais claras, sinalização mais assertiva e ícones de fácil entendimento. “Temos 150 totens de

autoatendimento, em três idiomas, distribuídos nos aeroportos das cidades-sede”, informa Kakinoff.

INFRAERO — A Infraero está investindo R\$ 4,8 bilhões em melhorias em 21 dos 63 aeroportos de sua rede, dos quais dez estão localizados nas cidades-sede da Copa. Os recursos são aplicados em diferentes empreendimentos como ampliações e reformas de terminais de passageiros, ampliação de pátio e de pista e construção de torres de controle.

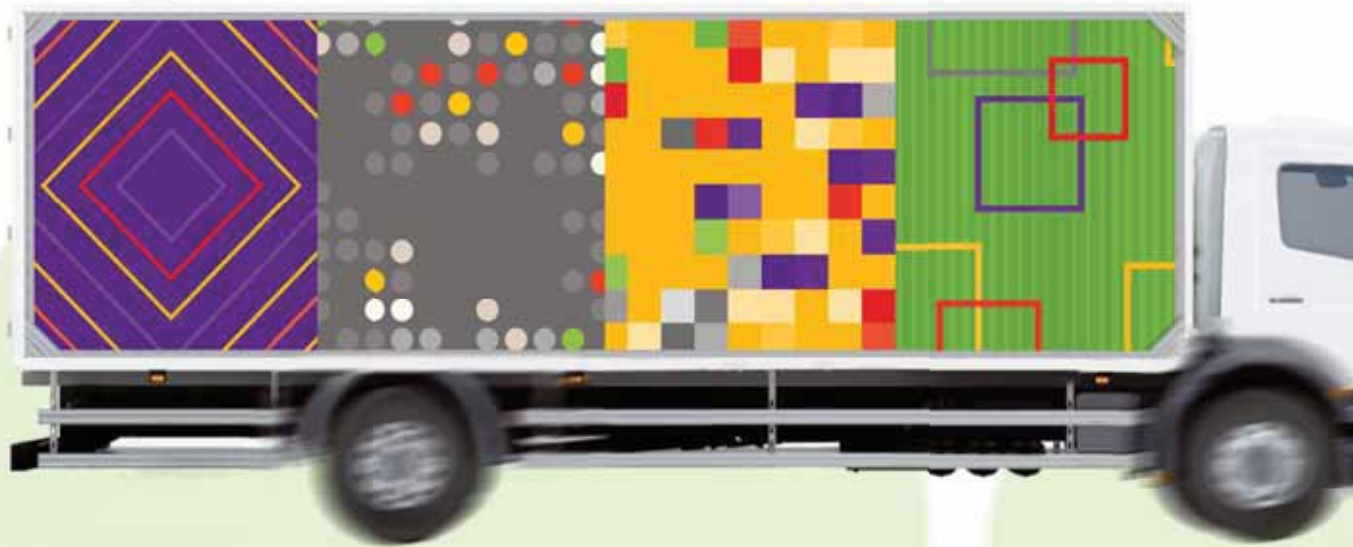
Em nota, a Infraero informa que, além das obras em andamento, ou já concluídas, está promovendo cursos de capacitação em idiomas estrangeiros para os funcionários que trabalham nas lojas comerciais dos aeroportos das cidades-sede da Copa, em parceria com o Ministério do Turismo e com o Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac). Os cursos acontecem por meio do Programa Nacional de Acesso ao Ensino Técnico e Emprego (Pronatec) e vão qualificar cerca de 1.200 trabalhadores para que eles possam auxiliar os visitantes estrangeiros durante os jogos.

“Em relação à infraestrutura, os aeroportos da Rede Infraero estarão preparados para as necessidades no período. Somando às melhorias em andamento, a Infraero conta com um planejamento — definido juntamente com os demais órgãos do setor aéreo — que determina os fluxos dos diversos públicos esperados durante o evento (torcedores, delegações, VIPs da Fifa etc.) de forma que o trânsito desses usuários ocorra da melhor maneira possível”, informa a Infraero, em nota oficial. Além disso, a empresa traçou uma programação de remanejamento de equipes durante a Copa para reforçar os aeroportos mais procurados.

No ano passado, 134,7 milhões de passageiros embarcaram e desembarcaram nos 63 aeroportos da Rede Infraero (que não inclui os terminais concedidos de Guarulhos, Viracopos e Brasília).



PRONTO EM
APENAS
15 MINUTOS



Instalação rápida feita para quem
não tem tempo a perder.

Neoband|w e **Traxx™** o sistema inovador que
revolucionou o conceito de mídia externa.

Praticidade, eficiência e qualidade no mesmo produto.

Perspectiva altamente lucrativa para quem
explora a propaganda móvel.



vendas@neobandw.com.br

(11) 2199 1256

neobandw.com.br



Empresas de handling investem R\$ 10 milhões para a Copa

Com o grande número de voos extras previsto para o período do grande evento esportivo, o setor de serviços de apoio aeroportuários irá adquirir novos equipamentos e contratar mão de obra

■ MÁRCIA PINNA RASPANTI



AS EMPRESAS DE HANDLING, OU ESATAS (Empresas de Serviços Auxiliares de Transporte Aéreo) vão investir R\$ 10 milhões em equipamentos e já começaram o processo de pré-seleção de candidatos para as novas vagas de trabalho que serão abertas. Os dados são da Abesata (Associação Brasileira das Empresas de Serviços Auxiliares de Transporte Aéreo), entidade criada no ano passado e que reúne as maiores empresas do setor que atuam no mercado nacional.

As empresas de handling ou Esatas prestam uma série de serviços de apoio às aeronaves, como embarque e desembarque de passageiros, despacho e controle de bagagem, carregamento de carga e malas postais, limpeza dos aviões, abastecimento de combustíveis e de alimentação, entre outros. De acordo com Ricardo Miguel, presidente da Abesata, as nove empresas associadas à entidade atenderam,

no ano de 2013, o montante de 80 milhões de passageiros.

Os investimentos já começaram a ser feitos e incluem a aquisição de modernos tratores elétricos, não poluentes, que ainda não são utilizados no mercado brasileiro. “Os aportes serão empregados principalmente na compra de novos equipamentos, como tratores elétricos, ‘loaders’ e carretas, que são usados na movimentação de bagagens, de cargas aéreas e das próprias aeronaves”, explica Miguel.

Desde janeiro de 2013, as companhias aéreas podem optar entre recolher 20% sobre o valor da folha de pagamento ou 1% do faturamento. O benefício, entretanto, não foi estendido às Esatas. Com a mudança na lei pleiteada pelo setor, a redução de impostos seria de R\$ 49,5 milhões ao ano, valor que seria reinvestido em modernização dos serviços.

Em termos de vagas a ser abertas, a associação ainda não tem um número exato de postos de trabalho. Somente em uma das empresas associadas pesquisada, serão 300 novos postos de trabalho para 2014, informa a Abesata. “Cerca de 15% das vagas serão para o serviço administrativo. Mas a maioria para o serviço de rampa, como operadores de equipamentos e mão de obra na triagem e manuseio de bagagens”, afirma Miguel.

Com a Copa do Mundo haverá um grande aumento no número de voos. “São dois mil voos extras autorizados, mas precisamos da definição da malha aérea para organizarmos a operação, sem isso não é possível saber as rotas e nem os horários para ampliarmos a equipe e remanejarmos a operação. As linhas aéreas regulares e de charter ou fretamento são propostas pelas empresas aéreas e são aprovadas pela Anac. Somente com esta definição poderemos saber as localidades de origem e destino dos voos comerciais. E de posse das localidades as Esatas podemos organizar o ‘esforço’ para o referido apoio aéreo”, disse Miguel. A expectativa é de que a malha seja definida em breve.

A Abesata possui nove sócios e busca representatividade de um segmento que é essencial para a aviação no país. As empresas associadas são Orbital, ProAir, RM, Swissport, Vit Solo, CrossRace, InSolo, RP AATA e TriStar – juntas, estas companhias detêm 85% do mercado de ground handling service no Brasil.

Agende-se

22 e 23
setembro
AMCHAM | SP



FÓRUM DE GESTÃO E EFICIÊNCIA DE FROTAS

ÔNIBUS | CAMINHÕES | VANS | UTILITÁRIOS | AUTOMÓVEIS | MOBILIDADE

Na gestão de frota, a inovação está ao alcance de todos. No entanto os profissionais precisam estar bem preparados para executarem com competência a gestão de seus departamentos e a liderança de suas equipes, não importa o tamanho da frota. Não há mais lugar para amadores.

A figura do gestor de frotas assume cada vez mais a obrigação de ser um profissional antenado com toda a evolução tecnológica que o segmento vem absorvendo e, acima de tudo, alguém capacitado para inovar no dia a dia.

Segundo o conceito mundialmente mais aceito, a inovação é a im-

plementação de algo novo, ou significativamente melhorado, que gera aumentos de produtividade e competitividade. Os embarcadores exigem, cada vez mais, processos seguros e amplamente confiáveis: serviços feitos com profissionalismo.

E para acompanhar o elevado grau de profissionalização que OTM Editora tem procurado a cada ano, abordando os principais assuntos em seu Fórum de Gestão e Eficiência de Frotas, trazendo informações pertinentes e direcionadas.

► Públicos de interesse

Gestores e executivos com poder de decisão, que participam da cadeia de valor de frotas e logística. Encarregados, gerentes, diretores e profissionais do mercado.

► Tipo do evento

Palestras com apresentação das melhores práticas, inovações e tendências do mercado de gestão de frotas, através de palestrantes contratados e profissionais e executivos de empresas compradoras ou vendedoras de produtos e serviços para frotas e logística.

www.otmeditora.com.br
[11] 5096-8104

Realização:



Organização:



Apoio editorial:



ANUÁRIO DE
Gestão de frotas



O triplo de aeronaves até 2032



A Airbus, que no ano passado ultrapassou suas metas comerciais com a entrega recorde de 626 aeronaves, estima que a atual frota brasileira deverá quase triplicar para poder suprir o aumento de demanda projetado até 2032

■ AMARILIS BERTACHINI

ESTUDO REALIZADO PELA AIRBUS MOSTRA que o número de aeronaves no mercado brasileiro deverá quase triplicar até 2032, passando da atual frota de 480 aeronaves para 1.324 aviões. O aumento da frota deverá atender às exigências crescentes do transporte aéreo de passageiros, internacional e doméstico, do Brasil. Ainda de acordo com o estudo, a composição da frota ficará em 896 aviões de corredor único, 353 de dois corredores e 75 aeronaves na categoria aviões muito grandes (VLA-Very Large Aircraft), como o A380.

O Brasil é o maior mercado para o segmento na América Latina e representa 35% do tráfego aéreo da região. Apenas três aeroportos brasileiros, incluindo o Aeroporto Internacional de Guarulhos, em

São Paulo, concentram mais de 40% de todo o tráfego de longa distância da América do Sul.

O vice-presidente executivo da Airbus para América Latina e Caribe, Rafael Alonso, defende que o uso de aeronaves VLA, como o A380, seria uma forma de aliviar o tráfego aéreo de cidades com alta densidade porque conseguem transportar mais passageiros em um número menor de voos, ao mesmo tempo em que atendem aos requerimentos internacionais de tráfego aéreo necessários para oferecer voos de longa distância para Europa e América do Norte. "Com quase metade do tráfego de longa distância da região passando pelo Brasil, o A380 poderia aliviar o congestionamento em aeroportos movimentados,

como Guarulhos que representa 25% do tráfego internacional total na América Latina", diz Alonso. "O A380 também apoiaria os enormes fluxos de turismo esperados com a Copa do Mundo e os Jogos Olímpicos", complementa.

Porém o A380 ainda não recebeu autorização para operar no Brasil durante a Copa do Mundo, porque no acostamento da pista do Aeroporto Internacional de Guarulhos – onde foram reservadas e adaptadas seis posições no novo terminal para esse "superjumbo" – foram encontradas pequenas pedras que apresentam risco de serem sugadas pela turbina da aeronave. Por essa razão a Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) não aprovou a certificação do A380 na inspeção feita em



meados de fevereiro.

O trabalho Previsão de Mercado Global (GMF), feito pela Airbus, baseou-se em uma previsão de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) de 4% ao ano, acima, portanto, da média mundial de 3,1%, e em indicadores socioeconômicos que preveem que a economia brasileira mais que duplicará nos próximos 20 anos. A análise deduz que o tráfego aéreo brasileiro deverá acompanhar esse ritmo, com crescimento anual a uma taxa de 6,8% até 2032, acima da média mundial de 4,7%.

Desde 2000 o tráfego aéreo brasileiro mais que dobrou de volume enquanto o tráfego internacional cresceu 87% no período. O mercado de tráfego doméstico

cresceu 2,4 vezes no país desde 2000, consolidando a posição do Brasil como o quarto maior mercado doméstico do mundo até 2032, somente atrás da China, dos Estados Unidos e da Índia.

FROTA – De acordo com a Airbus, as companhias aéreas no Brasil operam alguns dos aviões mais modernos e eficientes do mundo. A frota nacional tem idade média de sete anos, 34% inferior à média mundial. Atualmente, a idade média da frota em serviço na América Latina é de 9,5 anos, 42% menor desde 2000.

Para a América Latina, a Airbus prevê para os próximos 20 anos uma demanda de mais de 2.307 novas aeronaves, incluindo 1.794 unidades de corredor único, 475 de dois corredores e 38 muito grandes (VLA), com valor estimado de, aproximadamente, US\$ 292 bilhões. Globalmente, o estudo prevê que até 2032 serão necessários cerca de 29.230 novos aviões de passageiros e de carga no mercado, estimados em quase US\$ 4,4 trilhões, para atender à futura demanda.

MERCADO – No ano passado a Airbus atingiu um novo recorde com a entrega de 626 aeronaves (493 da

Rafael Alonso,
vice-presidente
executivo da Airbus
para América Latina
e Caribe



família A320, 108 do modelo A330 e 25 unidades do A380) para 93 clientes, dos quais 15 são novos na carteira da empresa. Além disso, a companhia registrou recorde também no número de encomendas com 1.619 pedidos brutos.

De acordo com a empresa, as entregas de aviões em 2013 cresceram pelo décimo segundo ano consecutivo, o que lhe garantiu uma participação de 51% no mercado de aeronaves com mais de 100 assentos.

Como o perfil de compra dos clientes passou para aviões maiores, em todos os segmentos (A321, A330-300, A350-1000 e A380), o resultado foi positivo também para a receita, complementando a liderança da Airbus nos mercados de aeronaves de corredor único e widebody (fuselagem larga, com dois corredores).

O ano passado foi ainda marcado pelo primeiro voo do A350 XWB. Segundo informações da empresa, os voos de teste estão progredindo bem com as duas aeronaves que já realizaram mais de 800 horas de voo. A certificação poderá ocorrer no terceiro trimestre de 2014 e a entrada em serviço está prevista para o último trimestre deste ano. Já a Airbus Military entregou no ano passado 31 aeronaves, incluindo sete A330 MRTT e dois A400M para a Força Aérea Francesa.

“Agradeço às equipes da Airbus por essas grandes conquistas. A nossa transformação em uma empresa mais simples, ágil e rápida está claramente tomando forma. Estamos produzindo aeronaves em um ritmo maior do que nunca e vendendo nossos produtos líderes de mercado em níveis recordes”, diz Fabrice Bregier, presidente e CEO da Airbus. ■

Vá de helicóptero



Empresas de táxi aéreo intensificam a divulgação do transporte por helicóptero como uma alternativa para ganhar tempo e fugir do trânsito das cidades

■ AMARILIS BERTACHINI

COM A ATUAL SITUAÇÃO DO TRANSPORTE coletivo de passageiros, urbano e rodoviário, colocando em dúvida se a mobilidade nas principais cidades brasileiras fluirá com sucesso durante os jogos de futebol da Copa do Mundo, alguns passageiros já tratam de se prevenir optando por alternativas menos convencionais. É nesse contexto que os helicópteros surgem como uma saída para o trânsito caótico das rodovias e as empresas de táxi aéreo aproveitam para intensificar a divulgação de seus serviços para quem quiser evitar as vias congestionadas das principais cidades e garantir uma viagem mais rápida e aventureira.

Segundo Jorge Bitar Neto, proprietário e

comandante da Helimarte e diretor de táxi aéreo da Associação Brasileira de Táxis Aéreos (ABTAer), além de uma demanda sazonalmente maior pelo transporte de helicóptero durante o Carnaval, já é possível prever um significativo aumento no volume de viagens durante os 40 dias dos jogos de futebol da Copa do Mundo. "A procura tem sido intensa, estamos recebendo solicitações há mais de um ano e meio para grandes grupos e, provavelmente, estaremos com toda nossa frota voando nesse período", declara Bitar Neto.

Hoje São Paulo é a cidade com o maior número de helicópteros no mundo – são cerca de 420 helicópteros – e também com o maior movimento diário de helicópteros.

Além da rapidez da aeronave, os passageiros encontram a bordo serviços especiais com snacks, sucos, água e refrigerantes, mas o custo de todas essas vantagens pode ser percebido na tarifa. Enquanto uma passagem de ônibus de São Paulo para o Rio de Janeiro fica em torno de R\$ 100 em um ônibus executivo ou ao redor de R\$ 150 em um ônibus leito, uma viagem de São Paulo a Angra dos Reis custa, aproximadamente, R\$ 5.400 para três passageiros, ou cerca de R\$ 1.800 por pessoa.

O tempo de viagem entretanto, é o grande atrativo e diferencial. O trajeto de São Paulo para Angra dos Reis, de carro, tem cerca de cinco horas de duração, enquanto que, considerando o helicóptero

mais lento, o trajeto é feito em uma hora e trinta minutos, segundo cálculo de Bitar Neto. Ele prevê que durante a Copa os preços das viagens de helicóptero de São Paulo para cidades como o Guarujá, por exemplo, estarão em torno de 15% mais caras.

De acordo com o executivo, o litoral paulista é a opção mais procurada durante o Carnaval, quando a demanda por esse tipo de serviço cresce até 20%. “Os grandes congestionamentos que se formam no Carnaval fazem com que muitas pessoas percam paciência e tempo. Por isso, aqueles que querem aproveitar a festa sem aborrecimentos optam pelo fretamento de aeronaves, que, apesar do que muitos imaginam, tornou-se um meio de transporte acessível”, afirma Neto. Os destinos mais procurados são: Ilha Bela, Parati, Angra, Guarujá, Búzios e Florianópolis.

Ele compara as vantagens das viagens de helicóptero também em relação aos voos em aviões comerciais. “O grande volume de passageiros nos aeroportos deixa o ambiente lotado, barulhento, falta até lugar para sentar, as informações são desconstruídas e até as longas filas nas lanchonetes deixam os usuários irritados e descontentes. Não há nada como a exclusividade. Um atendimento Vip, com serviço de bordo especialmente preparado para quem realmente quer desfrutar os feriados a partir do primeiro minuto. Todos estes fatores contribuem para que as pessoas prefiram investir em um voo exclusivo, o que aumenta a procura pelo táxi aéreo”, afirma o comandante.

Segundo informações da Agência Nacional de Aviação Civil (Anac), dos 26 helipontos privados de todo o litoral paulista, 18 estão no litoral norte e no Guarujá. Desse número, nove foram registrados em 2013, o que pode indicar uma tendência de crescimento nesse tipo de deslocamento. Cinco dos helipontos privados registrados em 2013 ficam no Guarujá.

De acordo com Bitar Neto, os trajetos



No Carnaval, a demanda de transporte por helicóptero para o litoral paulista cresce até 20%

mais requisitados a partir de São Paulo são para o Guarujá, Ilha Bela e Maresias, e um pouco menos, porém também com boa demanda, estão os destinos Caraguatatuba, Paraty, Angra dos Reis, Santos, Ubatuba, Juquehy e Riviera de São Lourenço. “Nestes casos não temos somente helipontos e aeroportos nos quais podemos operar, mas muitas vezes deixamos os passageiros no próprio terreno de sua propriedade, o que aumenta, e muito, o número de locais de operação que, somados, giram em torno de 30 locais”, comenta.

Entre 2010 e 2011 esse mercado apresentou um bom crescimento; de 2012 para 2013 houve uma expansão mais contida e a expectativa para 2014 é de um mercado novamente em ascensão, principalmente pela demanda da Copa do Mundo.

Em relação a questões de segurança, Bitar Neto afirma que não há problemas com segurança em helipontos em São Paulo. “São todos bem equipados e bem administrados pelos seus proprietários, então isso não será um problema para a segurança na Copa do Mundo. Na verdade os helipontos são a solução, pois, com o trânsito caótico de São Paulo, a opção de embarque fora dos aeroportos é muito importante”, defende. O comandante diz que para minimizar os riscos desse meio de transporte é preciso oferecer treinamento de tripulantes e manutenção séria e

bem fiscalizada pela Anac. Ele também dá uma dica importante: contratar aeronaves somente de empresas homologadas pela Anac, para ter certeza de estar a bordo de aeronaves seguras, bem mantidas e com pilotos profissionais exaustivamente treinados. “A forma de saber se está lidando com uma empresa habilitada a fretamentos é solicitando o Cheta – Certificado de Homologação de Empresa de Transporte Aéreo”, explica Bitar Neto.

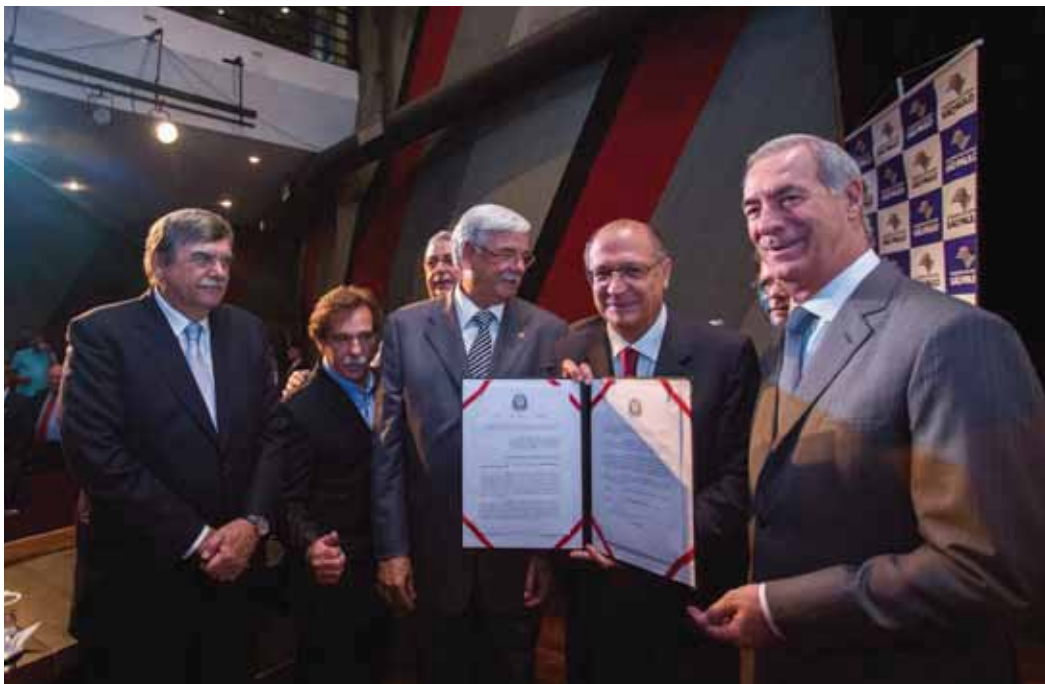
Além de manter suas aeronaves com tripulação disponíveis para seus clientes 24 horas por dia, a Helimarte também oferece o serviço Door to Door para buscar seus passageiros onde estiverem, em uma luxuosa van, cujo custo pode até sair como cortesia, dependendo do voo escolhido. Os preços variam de acordo com o destino e o modelo da aeronave solicitada. Por exemplo, o fretamento de um helicóptero Robinson 44, que acomoda até três pessoas, custa em torno de R\$ 1.800 a hora.

A Helimarte ocupa um hangar próprio no Campo de Marte, em São Paulo e presta serviço para executivos em viagens de negócios, faz passeios panorâmicos pela cidade e fornece aeronaves para coberturas jornalísticas e inspeções aéreas. A empresa conta com uma frota de dez helicópteros, com capacidade de até seis passageiros, e quatro aviões, com capacidade para entre quatro e nove passageiros. ■

O golpe fatal no roubo de cargas

Governador Geraldo Alckmin sanciona lei que cassa estabelecimento comercial apanhado com cargas roubadas em São Paulo

■ WAGNER OLIVEIRA



Ao lado de personalidades do transporte, governador Geraldo Alckmin sanciona lei

SE TUDO OCORRER COMO OS TRANSPORTADORES esperam, o roubo de cargas terá uma queda vertiginosa neste ano. O governador de São Paulo, Geraldo Alckmin (PSDB), sancionou lei que fecha o estabelecimento comercial apanhado vendendo carga roubada. O Sindicato das Empresas de Transporte de Cargas do Estado de São Paulo (Setcesp) avalia que a medida poderá diminuir em até 80% o roubo de cargas no estado mais desenvolvido do Brasil.

“É em São Paulo que ocorre a metade dos roubos no Brasil, país onde são registradas cerca de 14 mil ocorrências por ano”, disse Manoel Sousa Lima Jr., presidente do Setcesp e um dos articuladores da lei. De acordo com ele, dos 7.000 roubos verificados em São Paulo, mais de 70% se concentram na Zona Norte, em bairros como Vila Guilherme, Parque Novo

Mundo, Jaçanã e na cidade de Guarulhos, onde opera a maioria das transportadoras com sede em São Paulo

Para fechar ainda mais o cerco contra os criminosos, Sousa já tem a promessa do governador de instalar um posto avançado da Polícia Civil dentro da sede do Setcesp, que também está localizada no bairro de Vila Maria, às margens da rodovia Presidente Dutra e próximo à Marginal do Rio Tietê.

Sancionada em janeiro na sede do Setcesp pelo governador Geraldo Alckmin, a Lei de Roubo de Carga prevê cinco anos de cassação da inscrição da empresa no cadastro de contribuintes do ICMS, em casos de aquisição, transporte, estoque ou revenda de quaisquer bens de consumo, gêneros alimentícios ou outros produtos industrializados, advindos de ação

criminosa.

“Quando um caminhão é roubado, um representante da transportadora tem de se deslocar até uma delegacia mais próxima e esperar o atendimento do delegado de plantão, que, na maioria das vezes, não está disponível para um registro imediato da ocorrência. Com um funcionário da polícia dentro do Setcesp, o transportador pode vir aqui, registrar a ocorrência para rapidamente a queixa ‘cair’ no sistema da polícia, diminuindo o tempo de fuga para o

bandido”, reforçou Sousa.

O presidente do Setcesp disse que também pediu uma integração do sistema do sindicato aos das polícias rodoviárias federal e estadual, além das concessionárias de rodovias do Estado de São Paulo. “Já tive uma resposta das autoridades competentes de que isso é perfeitamente viável e compatível, podendo realmente ser um golpe contra o crime organizado que atua no roubo de cargas”, afirmou Sousa.

Outra proposta do Setcesp feita ao governo paulista é a instalação de quatro núcleos de combate ao roubo de carga nas cidades de Santos, Campinas, Ribeirão Preto e São José dos Campos para um pronto atendimento das ocorrências. Além da capital, é na região que envolve estas quatro cidades que são registrados os maiores roubos de carga.

O Setcesp não tem um levantamento do valor das cargas roubadas, mas estimativas apontam que elas ultrapassem R\$ 1 bilhão por ano no Brasil. As cargas mais cobiçadas pelas quadrilhas são produtos eletroeletrônicos, calçados, gêneros alimentícios, cigarros e farmacêuticos em razão de sua fácil pulverização em pontos do varejo. Dos caminhões roubados com as cargas, 70% são recuperados.

Antonio Luiz Leite, integrante da diretoria do Setcesp e sócio-proprietário da Primax, disse que a tecnologia disponível no mercado para se evitar o roubo de carga não consegue deter os criminosos. "A contratecnologia é muito forte. Quando um novo aparelho é desenvolvido para se rastrear cargas e veículos, quadrilhas especializadas já têm recursos para neutralizá-lo. Além disso, o crime organizado cerca-se de informações privilegiadas para cometerem

roubos, o que, de certa forma, limita a tecnologia", afirmou.

O Setcesp acredita que a lei aprovada em São Paulo irá incentivar outros estados a também adotar legislação semelhante. "São Paulo sempre é uma vitrina para outros estados. Temos certeza de que a lei que é adotada aqui vai virar tendência pelo duro golpe que dará ao roubo de cargas", disse Sousa.

A Lei do Roubo de Cargas é semelhante à legislação criada em São Paulo para fechar postos flagrados com combustível adulterado. Uma vez comprovada a fraude, o estabelecimento é fechado, a licença estadual é cassada, o proprietário responde a processo, há uma pesada multa e o ponto nunca mais é reaberto.

"Essa lei é extremamente importante porque ela age em cima do receptor. A maneira mais eficiente, mais eficaz de

reduzir o roubo de carga, é não permitir a ação do receptor. Nós estabelecemos uma legislação em que o receptor, aquele que vender carga roubada, produto roubado, além de pagar uma multa duas vezes o valor do produto, tem a inscrição, o cadastro do ICMS cassado, não podendo operar no Estado de São Paulo", disse o governador Geraldo Alckmin.

O valor da multa será investido no combate ao roubo e furto de cargas. Alckmin ainda destacou ação similar, promovida pelo governo paulista para o setor de combustíveis. "Nós tínhamos muito posto de gasolina vendendo combustível adulterado, fraude volumétrica, fraude fiscal e não adiantava multar porque eles eram laranjas, não pagavam as multas. A hora que cancelou a inscrição moralizou o setor", completou o governador. ■

MAIS AUTONOMIA, MAIS ECONOMIA.



"110 Tanques Igasa instalados em nossa frota de caminhões de longo curso. Ganhamos a autonomia que precisávamos, a segurança de um Arla puro. E grande economia, pois acabou a necessidade de abastecimento durante o trecho. A Fontanella recomenda."

Valdir Fontanella.



Os caminhões Euro 5 tem sido uma grata surpresa aos frotistas pela economia e performance que oferecem. E o Tanque Extra de Arla Igasa (Pat. Req.) de 170 lts. é um sucesso de vendas por que é o único que não toma lugar atrás do cavalo, pois aproveita os espaços vazios entre as longarinas. É a solução definitiva que alia autonomia, economia e espaço.

IGASA S/A - INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE AUTO PEÇAS

Rua Pedro Alves da Rocha, 1685 - Jd. Itália. CEP: 83020-360 / São José dos Pinhais - PR. Fone: (0xx41) 3382-1012 / Fax: (0xx41) 3382-1291.

www.igasa.com.br

igasa
INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE AUTO PEÇAS



Indústria começa a reduzir as importações

Com a alta do dólar as empresas estão trocando os fornecedores estrangeiros por nacionais na compra de matérias-primas para evitar o aumento dos custos de produção

■ SONIA MORAES

A INDÚSTRIA DE AUTOPEÇAS COMEÇA A traçar novas estratégias para diminuir as importações e aumentar a compra de materiais no Brasil com o objetivo de reduzir custos de produção por causa da alta do dólar. A Meritor, que fornece eixos e cardãs para as montadoras de caminhão, avalia a possibilidade de substituir os fornecedores estrangeiros pelos brasileiros. “Nosso departamento de compras já começou a mudar a base de fornecedores”, afirma Luis Marques, gerente de marketing e vendas.

Para abastecer a linha de montagem da fábrica de Osasco (SP) e de Resende (RJ),

a Meritor mantém a estratégia de compras globais, adquirindo matérias-primas de 150 fornecedores (80 no Brasil e 70 no exterior).

Apesar de o dólar estar favorável para a aquisição de componentes no mercado brasileiro, mudar a fonte de abastecimento da indústria de autopeças de materiais importados por nacionais não é um processo fácil, segundo o diretor de marketing da Meritor, e pode levar até 18 meses. “Além da política industrial do setor automotivo, ainda dependemos da aprovação das montadoras nos processos de engenharia para substituir um produto importado por

nacional”, explica Marques.

Ao analisar os dois mercados que a Meritor abastece – o de reposição (que tem 8% de representatividade nos resultados) e o original (que tem 92%) – Marques afirma que nas vendas diretas para as montadoras a empresa está trabalhando para ampliar o índice de nacionalização dos seus produtos não somente devido à alta na taxa cambial, mas para atender também as exigências do programa Inovar-Auto. “Tem ainda o Finame/BNDES que exige que o veículo tenha no mínimo 60% de conteúdo nacional para ser vendido por meio de financiamento”, diz Marques. “Com relação ao mercado de reposição a dinâmica é outra, pois não é preciso ter aprovação dos testes de montadoras, já que as decisões dependem do comportamento do mercado e de ações para enfrentar a forte concorrência”.

Na opinião do diretor de marketing da Meritor, o Inovar-Auto está impulsionando a volta da produção local e o câmbio ajudando as empresas no aspecto financeiro.

Na sua unidade industrial a Meritor produz eixos para caminhão de 6 até 45 toneladas (os extrapesados). “Um eixo contém 400 tipos diferentes de peças e cada um tem a sua particularidade de produção, mas o índice de peças nacionais deste componente é de 60%”, afirma Marques.

Em suas ações adotadas para ampliar a quantidade de componentes nacionais dos seus produtos a Meritor deu início à produção local de eixos diferenciais 17X e 18X, que antes eram importados da Europa. “Vamos produzir no Brasil a nova geração de eixos com soldagem a laser. É uma tecnologia de última geração que elimina fixações com parafusos na caixa do diferencial, diminui o atrito e aumenta a capacidade de carga e a eficiência com relação ao consumo de combustível. Este produto já está sendo utilizado pela Volvo, Ford e DAF nos caminhões lançados em 2013”, explica o gerente de marketing da Meritor. Esta nova linha será inaugurada em maio deste ano.

A TMD Friction, fabricante de lonas e pastilhas de freio da marca Cobreq, procura manter o equilíbrio entre a importação e as compras locais de matéria-prima para a fabricação dos seus produtos. “A empresa sempre adotou como estratégia de produção a importação entre 15% e 20% de produtos. Com o câmbio favorável passamos a importar 30% e agora estamos voltando ao índice de 20%”, declara Feres Macul Neto, diretor geral da TMD Friction do Brasil.

Macul explica que a decisão de manter a flexibilidade na compra de matéria-prima é para não perder a parceria com os fornecedores brasileiros e estrangeiros, já que no Brasil não existe um ambiente seguro com relação à cotação do dólar. “A TMD

Luis Marques, da Meritor: departamento de compras já começou a mudar a base de fornecedores

Silvio de Almeida, da Dayco: com a alta do dólar, empresa prevê aumento das exportações

procura não cortar totalmente os seus fornecedores, apenas diminui o volume de compras no Brasil quando o dólar está favorável e faz o mesmo no exterior quando a situação se inverte”, esclarece o diretor.

“Por questões técnicas de qualidade e pelo fato de não ter um produto similar no Brasil, alguns componentes continuamos importando, mas quando esbarramos nas dificuldades logísticas para trazer um determinado item do exterior optamos por prestigiar o fornecedor brasileiro”, diz.

Para a produção de lonas e pastilhas de freio, a TMD Friction depende de várias fontes de suprimentos e importa matérias-primas dos Estados Unidos, Alemanha, Itália, Inglaterra, China e África do Sul. O maior volume é proveniente da Alemanha e da Ásia. “Compramos no exterior os estampados de aço (plano e perfilado), pois têm o mesmo comportamento com relação ao prazo de validade. Também importamos alguns materiais cerâmicos, quando as condições estão favoráveis, ou então adquirimos no Brasil”, explica Macul.

A Eaton, fabricante de válvulas, embreagens e transmissões, sempre manteve em sua estratégia a aquisição local de componentes para abastecer a linha de produção das suas fábricas no Brasil, garantindo mais de 70% de índice de nacionalização para os seus produtos.



Para não ter impacto negativo nos custos de produção, a Eaton analisa a melhor forma de driblar a alta do dólar para alguns componentes que traz do exterior por não ter um produto similar no Brasil. “Estamos avaliando se é vantagem pagar mais caro pelos materiais importados ou comprar estes produtos de fornecedores brasileiros”, afirma Ricardo Dantas, diretor de vendas e marketing da divisão de veículos da Eaton para a América do Sul.

De todos os componentes que a Eaton produz no Brasil são as transmissões para veículos pesados que contém maior volume de peças importadas, como as carcaças e os itens eletrônicos. A empresa também importa rolamentos que têm uma quantidade pequena de aplicação. “Essas peças são caras e precisam de um grande volume para ser viável a produção local”, explica Dantas.

Os componentes importados que abastecem a linha de produção da Eaton no Brasil são provenientes da Ásia e dos Estados Unidos. “Temos importação direta e indireta feita pela matriz, nos Estados Unidos, que compra uma grande quantidade de itens em



Ricardo Dantas, da Eaton: empresa mantém mais de 70% de índice de nacionalização

vários mercados e envia para as suas filiais”, esclarece o diretor da Eaton.

A desvantagem da importação, segundo Dantas, é que, além da demora de 45 dias para o produto chegar ao Brasil, ainda é preciso fazer um estoque maior para evitar a falta de componente para a produção. “Também enfrentamos todas as dificuldades logísticas no Brasil e o risco de greve dos agentes portuários”, observa.

Dantas explica que, por causa das indefinições do câmbio no mercado brasileiro, o departamento de compras da Eaton mantém constante negociação com os fornecedores. “A meta da empresa é que os seus produtos tenham 70% de nacionalização. A partir deste índice, o trabalho é mais de administração para avaliar se é viável adquirir componentes no Brasil ou no exterior.”

Com os pedidos firmes a Eaton vem mantendo o ritmo de produção conforme havia programado, trabalhando em dois turnos e em algumas linhas em três expedientes.

A Dayco, que produz tensionadores e polias de correias automotivas, tem como filosofia atender aos mercados com produtos fabricados localmente. A empresa está presente em todos os continentes e faz o caminho inverso das

demais empresas de autopeças, fornecendo a partir do Brasil componentes para a sua fábrica da China para complementar o portfólio de produtos que são destinados exclusivamente ao mercado chinês.

Com a alta do dólar, a Dayco já traçou novas estratégias e prevê um aumento das exportações. “Mas para produzir os efeitos deverá estabilizar neste patamar durante algum tempo”, afirma Silvio Ricardo Alencar de Almeida, diretor comercial da Dayco na América Central e América do Sul. De todos os mercados que a empresa envia os seus produtos a América do Sul é o principal, com destaque para o Brasil.

O diretor comercial da Dayco explica que a empresa tem operações na América do Sul que se complementam, importando e exportando entre as unidades, o que garante a compensação das variações cambiais.

Para suprir a linha de produção, a Dayco utiliza em boa parte commodities que são materiais sujeitos aos movimentos econômicos internacionais. “No caso da borracha e metais, principalmente, os efeitos de altas e baixas são comuns à maioria das indústrias do setor e a busca de alternativas é uma constante”, explica Almeida. “Temos fornecedores mundiais e locais e o ajustamento das variações de preços são previstos e administrados.”

O diretor da Dayco ressalta que, quando



Transmissão automática da Eaton

o dólar sobe, não apenas os produtos importados sofrem reajuste, mas também os insumos nacionais que de certa forma, com maior ou menor intensidade, têm os seus custos afetados também. “Não podemos esquecer que grande parte das importações de autopeças é feita pelas montadoras e há uma grande quantidade de novas marcas que ingressaram no mercado recentemente e ainda não dispõe de itens fabricados aqui. Quando se traça uma estratégia, ela não pode ser tão volátil”, afirma Almeida.

A Dayco, que tem sua capacidade ajustada à demanda atual do mercado, está fazendo investimentos para ampliar a capacidade de produção diante das metas de crescimento esperado para os próximos anos. “O Brasil é a sede da América do Sul e agora também da América Central”, diz Almeida.

PREVISÃO – Mesmo com o cenário de instabilidade, as fabricantes de autopeças estão otimistas com relação a 2014. “Não será um ano ruim e nem bom, ficará igual a 2013”, prevê o gerente de marketing da Meritor. “A produção de veículos deve acelerar no início do ano para se antecipar ao evento da Copa do Mundo e no segundo semestre pode ocorrer uma instabilidade por causa das eleições.”

O diretor da TMD Friction também avalia que o ano de 2014 seja nem melhor e nem pior que 2013. “O crescimento do mercado será menor, mas a empresa terá avanços em novos produtos



Eixo MS 18V da Meritor



Feres Macul Neto, da TMD Friction:
flexibilidade para não perder fornecedores

e em novos mercados”, afirma Macul.

O diretor da TMD também projeta um crescimento entre 15% e 20% nas exportações com a valorização do dólar. “As vendas ao exterior estão começando a voltar e já estamos recebendo várias consultas”, diz Macul.

A estimativa do diretor da Eaton é que 2014 seja um ano bom para a indústria. “O fato de ser um ano de eleições estimula o consumo e aquece a economia. Temos ainda a Copa do Mundo que também provoca um grande movimento de compras em todo o país, mas o que preocupa é a elevação da taxa de juros que pode interromper o ciclo de crescimento”, analisa Dantas.

Para manter a trajetória de crescimento, a TMD está investindo R\$ 92 milhões no Brasil, montante que inclui a transferência da fábrica para Salto (SP), que fica 15

DÉFICIT DAS AUTOPEÇAS CHEGA A US\$ 9,9 BILHÕES

A indústria brasileira de autopeças fechou 2013 com déficit de US\$ 9,9 bilhões, 62% superior ao ano de 2012, quando o saldo da balança comercial ficou negativo em US\$ 6,1 bilhões. Este resultado é decorrente do avanço expressivo das importações e da queda nas exportações.

Segundo o Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores (Sindipeças), a quantidade de componentes importados provenientes de 165 países cresceu 18,3% no ano passado em relação ao ano anterior e totalizou US\$ 19,74 bilhões. Já o embarque de peças para 184 países caiu 6,9% e somaram US\$ 9,85 bilhões.

O maior volume de componentes importados veio dos Estados Unidos, Alemanha, Japão e China. A Coreia do Sul, que ocupa o quinto lugar no ranking das importações, apresentou um crescimento de 50,8% no ano passado, com o total de US\$ 1,64 bilhão.

Na lista das exportações estão Argenti-

na, Estados Unidos, México e Alemanha. Para os Estados Unidos os embarques caíram 14,1% e para a Argentina 3,75%.

O salto positivo na balança comercial das autopeças foi mantido até 1996. A partir de 1997 o volume de componentes importados começou a crescer e o déficit chegou a US\$ 613 milhões em 2002. Mas a indústria de autopeças conseguiu reverter este resultado enviando mais componentes ao exterior, garantindo um saldo comercial positivo no período de 2003 a 2006.

A partir de 2007 as importações começaram a ganhar força e o déficit do setor atingiu US\$ 152 milhões. Com a crise mundial, que eclodiu em 2008, o Brasil tornou o destino certo para as autopeças e automóveis produzidos em outros países, como Alemanha, China e Coreia. Somou-se a isso a valorização do real ante o dólar, o que provocou a perda de competitividade do produto brasileiro e fez o déficit saltar para US\$ 5,8 bilhões em 2012.

quilômetros de Indaiatuba, onde está instalada a sede atual da empresa.

Em Salto a TMD construirá uma moderna linha de produção, com layout e equipamentos mais modernos em termos de ergonomia e saúde ocupacional. As obras vão começar neste ano e serão concluídas

no final de 2016.

O diretor da Dayco prevê que, do ponto de vista econômico, 2014 será muito parecido com 2013, com crescimento do PIB em torno de 2%. “A nossa meta de crescimento se baseia em ganhos de mercado e aumento da oferta de produtos”, explica Almeida. ■

transporte
Todos os modais MODERNO

Visibilidade para seus produtos e serviços.

11-5096.8104

ABASTECIMENTO MONITORADO
GT Frota
Acabe com os desvios e desperdícios de combustível de sua frota.
Com o sistema GT Frota 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

EXCELbr

Tiro certo

Secretaria de Segurança de Santa Catarina coloca em operação unidade móvel que reúne três simuladores virtuais de tiro para treinamento de policiais civis e militares

■ AMARILIS BERTACHINI

UM FORD CARGO 1719, COM BAÚ FEITO pela Athos Brasil, foi transformado em uma unidade móvel de simulação virtual de tiro com três equipamentos para treinamento de policiais civis e militares. Considerada a primeira do mundo a reunir três simuladores virtuais em uma única carroceria, a unidade pertence à Secretaria de Segurança de Santa Catarina e permite desde a realização de um simples treino de tiro ao alvo até operações mais complexas como invasões de cativeiro com reféns e interceptação de assaltos.

Juntos, os três simuladores permitem que até 12 pessoas possam treinar ao mesmo tempo, o que possibilita um alcance maior do programa estadual. O equipamento reproduz com o máximo de fidelidade todos os efeitos de uma arma real, até mesmo os sons do disparo e das cápsulas caindo no chão, preservando a precisão dos tiros. O ambiente inclui estande com imagem em 3D e alvos em diferentes sequências e distâncias para criar cenários de ocorrências policiais onde o atirador pode testar seu poder de decisão e reflexos.

“Portar uma arma é de extrema responsabilidade. Com o equipamento, podemos fortalecer os conceitos de repetição, associação e regularidade, que são fundamentais para a polícia, além de triplicar o número de tiros que um policial dá em treinamento”, declara o tenente-coronel Ricardo Freitas, da Polícia Militar de Santa Catarina, acrescentando que o equipamento é fundamental no ensino e na

aprendizagem das polícias.

Para a licitação aberta em Santa Catarina, a Athos Brasil fechou parceria com a Federal Defender BR, com a Taurus e com a Roncat Soluções. Segundo Márcio de Castro, sócio-diretor da Federal Defender BR, a unidade móvel é resultado do desenvolvimento de um software iniciado há cerca de seis anos pela empresa que aguardava o momento apropriado para comercializar a solução. “Nosso simulador leva o nome da Taurus, que além de usar nosso equipamento para demonstrações de seu próprio produto, colocou a marca Taurus no produto para venda e distribuição”, explica Castro.

A redução do custo de treinamento é outra vantagem da versão virtual. Castro calcula que, enquanto um milhão de tiros custam R\$ 3 milhões, esse mesmo número de disparos no simulador custa R\$ 980 porque não usa munição e computa apenas o custo da recarga de ar comprimido. A unidade móvel também elimina gastos com deslocamento, munição e alojamento, reduzindo o custo do treinamento a apenas 1% do valor de um programa convencional.

Para acomodar os simuladores, a Athos Brasil desenvolveu a carroceria com isolamento acústico e térmico. O baú foi devidamente estruturado e revestido com chapas de alumínio. Tem 2,6 m de largura, altura de 2,5 m e comprimento de 11 m. O implemento tem abertura lateral com porta palco dupla, com batente removível para possibilitar a expansão do avanço lateral da



cápsula que acomoda os estandes de tiro. Com a lateral expandida, a carreta passa de 2,6 m para 4,6 m de largura, somente nesse trecho da cápsula que tem 9 m de comprimento. O espaço interno é duplicado pela expansão lateral das paredes por sistema hidráulico e o acesso ao veículo é feito por uma porta aviônica.

O baú suporta mastros com acionamento elétrico e recebeu acabamento para que não haja nenhuma entrada de luz na unidade ou reflexo que interfira no simulador, conforme explica o superintendente da Athos Brasil, Antonio Osmar Musembani



Modelo Ford Cargo 1719 pode levar simulador de tiros a clientes em várias localidades

Filho. O simulador possui também dois geradores que garantem ambiente totalmente climatizado, circuito interno de TV e todas as facilidades de um escritório, como mesas, cadeiras, armários e frigobar. “A Athos Brasil foi pioneira em realizar a primeira unidade no mundo com três cabines de tiro”, destaca Musembani Filho.

O caminhão Ford Cargo 1719 tem peso bruto total homologado de 16.000 kg, capacidade máxima de tração de 27.000 kg e motor Cummins Euro 5 ISB 4.5, de 189 cv.

O software desenvolvido pela Roncat

viabiliza que tudo o que aconteça dentro da unidade móvel possa ser transmitido para a Secretaria de Segurança via internet, em tempo real. Além disso, explica Castro, é possível fazer o acompanhamento do desempenho de cada aluno ao longo dos meses, sem precisar ir até o caminhão. O equipamento virtual possibilita a repetição de treinamento até que o policial atinja a pontuação ideal e elimina a probabilidade de acidente.

Castro destaca também o benefício de preservação ambiental do treinamento virtual que evita a contaminação do meio

ambiente por chumbo e outros elementos químicos presentes nas munições. Enquanto as cápsulas reais acabam contaminando o solo, no caso desta unidade a poluição ambiental é zero. Ele conta que a Federal Defender está interessada em participar de uma licitação semelhante que deverá ser aberta em Minas Gerais e adianta que a empresa já trabalha em novos projetos. “Hoje sabemos que podemos colocar simuladores em uma van até em uma carreta de 15 m, com quatro simuladores em lugar de três. Já temos o projeto pronto”, revela. ■

Marsh e Pamcary anunciam parceria

O setor de transportes de cargas e logística passa a contar com os serviços e a experiências das duas empresas, que se unem para oferecer soluções globais em corretagem e gerenciamento de riscos

■ MÁRCIA PINNA RASPANTI

A MARSH, EMPRESA ESPECIALIZADA EM corretagem de seguros e soluções de risco, e a GPS Pamcary, corretora de seguros que lidera os serviços de corretagem de seguros e gerenciamento de riscos para transportes no Brasil, dão início a uma parceria estratégica para oferecer novos serviços e produtos para o mercado de transportes e logística. Se considerarmos as duas empresas juntas, elas dominam 20% do mercado de seguro de transportes. Em três anos, a expectativa é aumentar o market share para 30% a 40%.

A parceria de negócios não envolve nenhum tipo de participação, por meio de ações ou cotas, nem de fusão. “Cada empresa continua com sua estrutura organizacional. A ideia é juntar especialidades para oferecer soluções globais para as empresas do setor. Temos certeza que a parceria trará melhores resultados, do que temos agora, com cada uma atuando sozinha. Hoje, os produtos são muito segmentados e atendem a fases específicas do transporte de cargas. Queremos trazer uma visão única dos seguros para a cadeia

de transportes”, afirma Eduardo Marques, diretor executivo da Marsh Brasil.

De acordo com Marques, as duas empresas podem ser parceiras porque possuem complementaridade na carteira de clientes. “Nossos clientes não se sobrepõem. A Pamcary atua mais junto aos transportadores, oferecendo

gerenciamento de risco e seguros; enquanto a Marsh está mais voltada para os embarcadores. Por isso, podemos trabalhar juntos, reunindo todos os clientes envolvidos e oferecendo um produto único, que cubra as diferentes fases do processo”, explica.

Artur Santos, vice-presidente operacional da Pamcary, destaca que 85% dos clientes da sua empresa são transportadores, enquanto 95% dos clientes da Marsh são embarcadores. “Podemos oferecer um plano de gerenciamento de risco, por exemplo, com um seguro conjunto. Isso vai favorecer o segurado, que não terá de enfrentar os problemas e contratar diferentes seguros para cada etapa do processo. Vamos mudar o mercado de seguros que, atualmente, oferece os mesmos produtos, o que diferencia as empresas é o preço praticado. A nossa proposta é disponibilizar algo totalmente diferente.”

MENOS CUSTOS – A combinação no portfólio de transportes de ambas as empresas é traduzida em conhecimento no mercado de seguros, tanto no Brasil, quanto na região, impulsionando a inovação na



Eduardo Marques: a ideia é juntar especialidades para oferecer soluções globais às empresas de transporte

prevenção de riscos aos clientes. Segundo Eugenio Paschoal, presidente e CEO da Marsh Brasil, o crescimento econômico do país e a transformação de seu mercado de seguros e resseguros nos últimos anos têm aumentado a demanda por conhecimento especializado e soluções integradas que possam trazer mais eficiência e um serviço de maior qualidade. "É uma grande satisfação saber que os clientes de ambas as companhias terão agora acesso a novos produtos e serviços que os ajudarão a gerenciar e reduzir seus custos totais em transportes", diz.

Ricardo Miranda, CEO da GPS Pamcary, também acredita no potencial da parceria. "Formamos com a Marsh a mais poderosa força comercial e operacional em seguros de cargas da América Latina, com o propósito de oferecer a

nosso clientes soluções inovadoras com foco no aumento da eficiência da cadeia logística. Esse nosso diferencial competitivo, que agrega inteligência e tecnologia, promete estabelecer um novo patamar na oferta de produtos e serviços pelo mercado."

ATUAÇÃO MUNDIAL – A Marsh conta com cerca de 27 mil colaboradores, espalhados em mais de 100 países. A empresa pertence ao grupo Marsh & McLennan Companies, uma companhia global de serviços profissionais, que oferece a seus clientes consultoria e soluções nas áreas de riscos, estratégia e capital humano. "Poderemos trazer diferentes soluções e experiências que a Marsh possui no exterior para o Brasil. Isso irá favorecer bastante os nossos clientes", explica Artur Santos, da Pamcary.

Uma das primeiras empresas a atuar na oferta de soluções integradas em gestão de riscos e logística, assistência 24 h, seguros de transporte e meios de pagamento de frete, a GPS Pamcary tem presença nacional e conta com uma estrutura tecnológica voltada para gerenciamento de riscos no transporte de cargas. A empresa tem como missão o aumento da eficiência da cadeia logística, de acordo com os princípios da responsabilidade socioambiental. A companhia é responsável, direta ou indiretamente, pela intermediação ou operação de cerca de 15 % do volume de prêmios de seguros nacionais de cargas no Brasil, com uma carteira de clientes da ordem de cinco mil empresas, composta por embarcadores, transportadores e operadores logísticos, comunicando-se com mais de 1 milhão de caminhoneiros. ■

LIDER NO NOME LIDER NA QUALIDADE

TANQUES PARA | LEITE | ASFALTO | QUÍMICOS | CORROSIVOS | COMBUSTÍVEIS

A Lider Implementos Rodoviários tem a força do Grupo Lider e atua no mercado há 40 anos, com qualidade em produtos, atendimento e negociação. Faça como nossos grandes parceiros. Tenha também produtos Lider.



Desenvolvemos projetos personalizados. Consulte-nos.
Acesse o site e confira nossa linha de tanques.
www.lidersa.com.br

Conheça a linha em Aço Carbono e Inox



Lider Viaturas e Equipamentos Industriais Ltda.
Rua Antenor Mazonque Sobrinho, 300
Barra - Muriaé - MG

(32) 3729-3555

Expertise francesa

Com poucos meses de atuação no Brasil, a FM Logistic se prepara para investir mais fortemente nos serviços de transporte e planeja a implantação de novas unidades

■ MÁRCIA PINNA RASPANTI

A FM LOGISTIC, UMA EMPRESA FRANCESA especializada em cadeia de suprimentos e com atuação em doze países, iniciou suas operações no mercado brasileiro em setembro de 2013, com a aquisição da subsidiária brasileira da McLane. Atualmente, conta com 28 clientes (cinco deles conquistados após a compra da McLane) e quatro unidades operacionais no país, que, juntas, somam mais de 200 mil metros quadrados e contam com 1,3 mil funcionários. A companhia atua principalmente nos segmentos de alimentos, cosméticos, higiene e limpeza, eletroeletrônicos, automotivo, brinquedos.

Segundo Michèle Cohonner, diretora geral da FM Logistic no Brasil, a decisão de vir para o Brasil ocorreu após três anos de pesquisas em diferentes mercados, como Colômbia, Turquia e Índia. "Acreditamos no potencial do país, que conta com uma população grande, cujo nível de vida tem melhorado sensivelmente nos últimos anos. Há dificuldades, sobretudo devido à falta de infraestrutura de transportes, mas temos certeza que há muito espaço para crescer. Nossa estratégia é oferecer serviços completos para os clientes, com qualidade e flexibilidade para driblar os obstáculos", diz.

Para 2014 a expectativa da FM Logistic é a ampliação dos serviços disponibilizados no Brasil, principalmente no segmento de transportes. "Até o momento, estamos oferecendo a nossa excelência para serviços de supply chain. Neste ano, queremos implementar opções de transporte e co-packing", afirma Michèle. Outra novidade prevista para o próximo ano é o início da

construção da planta de Cabreúva, em São Paulo, que deve começar no primeiro semestre deste ano e deve estar concluída até 2015. "Faltam algumas licenças e a liberação da documentação", explica. A unidade

será uma plataforma multiclientes, com 145 mil metros quadrados.

A empresa já possui duas unidades em São Paulo, uma no Rio de Janeiro e outra no Rio Grande do Sul. De acordo com Cohonner, a planta de Cabreúva não será a única



A empresa já possui unidades em São Paulo, Rio e Rio Grande do Sul

a ser implantada pela FM Logistic. "Temos planos de investir em outras regiões. O nosso objetivo é atuar fortemente em todo o país. O Nordeste é outra região que temos bastante interesse", explica. A empresa prefere não divulgar os investimentos destinados à construção de novas unidades.

A empresa tem dado um foco diferenciado a sua planta de Resende, no Rio de Janeiro, onde se concentram os serviços prestados para as indústrias de bens de consumo, automotiva e eletrônica. A área de 150 mil metros quadrados é formada por quatro armazéns, que totalizam 40 mil metros quadrados de armazenagem, com 40 mil posições para paletes. Com 150 colaboradores, a unidade de Resende é responsável por atender aproximadamente dez grandes clientes com atuação em praticamente todo o Brasil.



Michèle Cohonner: estratégia é oferecer serviços completos para crescer no Brasil

PARCERIAS – Entre os clientes da FM Logistic está a MAN Latin America. A montadora possui duas operações junto à companhia em Resende. A primeira é de armazenagem e transporte de pneus, com um volume de 25 mil unidades por mês.



Para 2014, a expectativa da FM Logistic é a ampliação dos serviços oferecidos no Brasil. “Nesta operação, os fornecedores entregam na FM Logistic e a mesma nos envia os pneus sequenciados, de acordo com a necessidade diária. Existe também um acompanhamento diário dos volumes estocados”, explica Márcio Barbosa, analista de Planejamento Logístico da montadora.

A outra operação é de armazenagem de peças plásticas, como grades, tetos e outros. “Ocupamos cerca de cinco mil metros quadrados de área com as peças. Já faz três anos que fazemos esta parceria (antes com a McLane e agora com a FM Logistic). Sempre fomos atendidos a contento e praticamente não tivemos ocorrências na produção. Além disso, sempre que realizamos inventários no armazém, a precisão sempre foi próxima a 100%”, explica Barbosa.

O grupo Philips também utiliza os serviços da FM Logistic como operador

logístico. “Já utilizamos também outros serviços como distribuição e gerenciamento de transporte, porém atualmente o foco é para os serviços de recebimento, armazenagem e expedição de produtos da Philips Lighting”, explica Emiliano Quintela, gerente de Distribuição e Armazenamento do grupo Philips para América Latina.

A operação envolve cerca de 13 mil metros cúbicos entre luminárias, lâmpadas econômicas, incandescentes, fluorescentes tubulares e também as mais modernas lâmpadas LED, entre outras. “O armazém na Rodovia Anhanguera, em São Paulo, abriga produtos Philips da linha de iluminação, como lâmpadas e luminárias de consumo, que são posteriormente distribuídos para todo o Brasil”, explica Quintela.

Segundo Quintela, os serviços da empresa francesa têm sido bastante satisfatórios. “Desde que assumiu as operações no Brasil da McLane, a FM Logistic

tem revigorado seus esforços em ações de melhoria contínua de suas operações, trazendo interessantes práticas de outras localidades no mundo onde sua presença já é consolidada. Esse modelo operacional mais próximo do cliente tem permitido corrigir falhas, além de atuar de forma mais efetiva em um dos maiores desafios enfrentados pelos provedores de serviços logísticos que é a falta de flexibilidade nesse tipo de operação. Os resultados dessas ações tem sido positivos e consolidam a já estabelecida parceria entre Philips e FM Logistic”, disse.

Quintela afirma também que o grupo pode aumentar os negócios com a FM Logistic no futuro. “A parceria estabelecida permite uma futura expansão das operações tanto no Brasil quanto em diversos outros países onde a Philips está presente e a FM tem estrutura de armazéns e operação logística”, diz.



Crescer com o transporte público, tema da Bus Conference da UITP no Rio

A 8ª edição da Bus Conference da UITP (Associação Internacional de Transporte Público), organização sediada em Bruxelas, Bélgica, será realizada no Rio de Janeiro, em novembro deste ano, paralelamente à feira

FetransRio, a mais importante do setor de ônibus. Alain Flausch, secretário-geral da UITP, em entrevista exclusiva para Transporte Moderno, antecipa os tópicos que serão abordados por especialistas internacionais

ligados à atividade de transporte público durante o evento, com a participação esperada de mais de 500 delegados do mundo todo. Alain Flausch também analisou as tendências para o setor a médio prazo.

TRANSPORTE MODERNO – *Qual foi o motivo da escolha da cidade do Rio de Janeiro para sediar a Conferência do Ônibus, a primeira a ser realizada na América do Sul?*

Alain Flausch – A UITP vem realizando sua Conferência Internacional do Ônibus desde 1994 e será a primeira vez que a América do Sul sediará o evento. A América do Sul é a escolha natural, já que é um continente de ônibus por excelência, um verdadeiro berço da tecnologia de BRT (Bus Rapid Transit). Rio de Janeiro ficou especialmente entusiasmada em sediar essa conferência que colocará o sistema BRT da cidade em destaque internacional. Rio é um exemplo interessante de um sistema de ônibus gerenciado pela iniciativa privada, não subsidiado, e é um que os delegados internacionais terão muito interesse em conhecer melhor, estou certo. O evento será a oportunidade ideal não apenas para ressaltar a importância da inovação sul-americana para o setor de transporte público mundial, mas também servir como uma tribuna para o resto do continente

TM – *Qual será o tema central da conferência que será realizada em novembro próximo?*

Alain Flausch – O tema norteador da conferência será “Crescer com o Transporte

Público por Ônibus”, calcado na campanha da UITP “Crescer com o Transporte Público”. A partir disso desenvolveremos vários subtemas baseados em diferentes aspectos da campanha “Crescer”. Por exemplo, faremos um exame aprofundado dos e-buses (ônibus elétricos) e as estratégias de eletrificação junto com os mecanismos de propulsão elétrica que demonstrarão o papel ativo que o transporte público está adotando no modo de oferecer soluções de mobilidade de reduzida energia, sem agredir o ambiente. Outras sessões examinarão as soluções operacionais e tecnológicas inéditas e inovadoras.

TM – *Dentro dos temas a serem abordados, existem alguns relacionados à América do Sul?*

Alain Flausch – Abrimos a inscrição de trabalhos a serem apresentados em janeiro e em breve poderemos revelar mais detalhes a esse respeito. Os associados ainda podem submeter seus trabalhos acessando a plataforma MyUITP via UITP.org. O que posso dizer por ora é que haverá uma sessão focalizada nas economias em desenvolvimento do Bric e na importância econômica crescente de suas grandes cidades com um foco especial no Brasil.

TM – *Serão apresentados resultados de estudos de mobilidade urbana que*

forneirão recomendações de política de transporte voltadas especificamente para as cidades brasileiras?

Alain Flausch – A UITP divulgou recentemente, em parceria com a AD Little, o relatório “Futuro da Mobilidade Urbana 2.0”, que apresenta uma classificação detalhada de 84 cidades (incluindo Rio de Janeiro, São Paulo e Curitiba) em termos de desempenho da mobilidade e maturidade bem como 25 imperativos a considerar para o futuro. Se o mundo não mudar seus hábitos de mobilidade, o futuro do nosso planeta parece decididamente sombrio. Até 2025, o efeito estufa mundial relacionado com o transporte deverá ficar 30% acima dos níveis de 2005.

TM – *Estão previstos anúncios oficiais de medidas resultantes de estudos e debates da Comissão de Ônibus durante a conferência no Rio?*

Alain Flausch – A Comissão do Ônibus da UITP vai se reunir antes da conferência do Rio assim como o Grupo de Trabalho de Trólebus, que acontecerá em São Paulo. Durante a última Conferência Internacional do Ônibus em Istambul, em 2012, emitimos a Declaração do Ônibus de Istambul reforçando a importância do transporte por ônibus para concretizar o objetivo estratégico da UITP de dobrar a participação do transporte público no mundo até

2025. É cedo demais para dizer que forma o anúncio oficial assumirá neste ano, mas fiquem atentos!

TM – *Quais serão os temas dos grupos de trabalho previstos para o ano de 2014?*

Alain Flausch – Um dos principais tópicos deste ano serão as questões operacionais. Examinaremos exaustivamente o papel da TI fora e dentro do ônibus; por exemplo, no caso de interrupção de serviço ou gerenciamento de incidente, avaliaremos como é a melhor forma de informar aos passageiros. É mais um foco nos procedimentos da empresa que na própria tecnologia. Analisaremos o desenvolvimento de modelos padrão de operação e comparações de desempenho para a Comissão do Ônibus. Nosso Observatório de Sistemas de Combustível e Tração ficará atento à adoção da tecnologia híbrida em todo o mundo durante 2014.

TM – *Qual o papel que a UITP poderá desempenhar na América Latina a partir de agora, com uma representação fortalecida na região?*

Alain Flausch – Uma representação mais forte na região é sem dúvida um objetivo, especialmente no setor de ônibus. Existe um grande número de operadores de ônibus na América Latina, muitos dos quais são da iniciativa privada que fazem parte indiretamente da UITP por meio de sua participação em associações locais. Gostaríamos de ter mais associados da área de ônibus na região para repartir sua expertise com os nossos outros membros do mundo todo. A região tem verdadeira experiência em operações de larga escala de ônibus e de BRT no continente e beneficiaria a todos compartilhar essa experiência de um maior número de associados com a comunidade mundial de transporte público.



Alain Flausch, secretário-geral da UITP

TM – *Com a crescente ocupação das vias públicas por transporte individual nas últimas décadas, qual foi o impacto na operação do transporte por ônibus nas grandes cidades?*

Alain Flausch – A UITP possui evidência para mostrar que a crescente ocupação das vias públicas por modos motorizados privados tem um impacto negativo sobre as velocidades comerciais do ônibus. Quanto à ferrovia, o transporte público precisa de apoio de política de alto nível para assegurar que receba a infraestrutura dedicada de direito de passagem para poder manter um serviço eficiente e atraente para os passageiros. Apresentaremos soluções que as cidades europeias e asiáticas implementaram para combater essa tendência na Conferência no Rio.

TM – *Existem tendências perceptíveis para as operações de transporte por ônibus para o médio prazo na Europa e no resto do mundo e quais são as que já se tornaram realidade e melhoraram a eficiência do transporte público e a sustentabilidade?*

Alain Flausch – O que notamos tanto na Europa como em outros lugares, é um crescente reconhecimento e consideração do transporte por ônibus como um “sistema” e não simplesmente um veículo na estrada. Isso significa levar em consideração todo o sistema desde a configuração das linhas, paradas e pontos de transferência até a infraestrutura dedicada e informação ao passageiro. Isto está no contexto mais amplo da integração do transporte por ônibus com tendências mais novas em mobilidade urbana e o desenvolvimento de novos serviços de mobilidade. Também estamos vendo a gradual adoção da eletrificação de propulsão de ônibus, principalmente na Europa, auxiliada pelo recente lançamento do projeto ZeEUS (Sistema de Ônibus Urbano de Emissão Zero), coordenado pela UITP.

TM – *Na sua opinião, quais são as tendências que podem se tornar em realidade para melhorar a eficiência do transporte público? E para melhorar a sustentabilidade?*

Alain Flausch – Especialmente com relação ao transporte público existe a opção de diferenciar os serviços de ônibus para atender às necessidades específicas de mobilidade. O transporte público precisa fazer mais para permanecer em sintonia com os comportamentos volúveis das pessoas e os hábitos de estilo de vida em evolução. Onde a demanda é baixa, os ônibus podem ser substituídos por serviços que reagem à demanda e vice-versa, onde a demanda é significativa, a frequência precisa ser aumentada, evidentemente junto com a infraestrutura de faixas de ônibus exclusivas. Outras soluções para alcançar a eficiência incluem a reconfiguração das linhas de ônibus, como aconteceu em Barcelona há pouco tempo, para se buscar ativamente a exigida mobilidade linha por linha, bairro por bairro.



16º ENCONTRO
MINEIRO DO TRC
MINASTRANSPOR
2014

**CONSTRUINDO NOVOS CAMINHOS
COM SUSTENTABILIDADE
ECONÔMICA, AMBIENTAL E SOCIAL.**

Iniciativa:



FETCEMG
Federação das Empresas de Transportes
de Carga do Estado de Minas Gerais

Patrocínio Gold:



Apoio:



SETCEMG
Sindicato das Empresas de Transportes
de Carga do Estado de Minas Gerais



SETTRIM
Sindicato das Empresas de Transportes
de Carga do Triângulo Mineiro



S.E.T.C.-J.F.
Sindicato das Empresas de Transporte
de Cargas de Juiz de Fora



SETSUL
SINDICATO DAS EMPRESAS DE TRANSPORTES
DE CARGAS DO SUL DE MINAS GERAIS

AGENDE-SE

**20, 21 e 22
Agosto**

**EXPOMINAS
BELO HORIZONTE**

O 16º Encontro Mineiro dos Transportadores Rodoviários de Carga e MINASTRANSPOR 2014 já têm data marcada.

Com foco na sustentabilidade econômica, ambiental e social, o 16º Encontro Mineiro dos Transportadores de Carga debaterá temas de alta relevância para o setor.

A formação profissional nas empresas, o controle das emissões de poluentes e a renovação da frota de caminhões são alguns dos assuntos a serem abordados.

Junto com o Encontro, realiza-se também a MINASTRANSPOR, uma das maiores feiras de relacionamento e negócio do Transporte Rodoviário de Carga realizada no país. Em sua 5ª edição, desempenha um papel fundamental na consolidação da cadeia produtiva do transporte rodoviário de cargas, estimulando o desenvolvimento das empresas num ambiente propício para network.

O evento é um grande momento de troca de experiências na busca de soluções compartilhadas e na produção de conhecimento, facilitadas pelas apresentações de renomados palestrantes.

Agende-se e junte-se a nós na construção de novos caminhos para o TRC.



Apoio editorial:

Organização:

Indra fecha contrato de R\$ 3,83 milhões para controle de acessos em estações

Empresa espanhola vai implantar os sistemas de controle de acessos e validação de bilhetes para as 11 estações da extensão da Linha 5-Lilás

■ SONIA MORAES

A INDRA, ESPECIALIZADA EM TECNOLOGIA, venceu a licitação da Companhia do Metropolitano (Metrô), de São Paulo, para instalar o sistema de controle de acessos e validação de bilhetes para 11 estações da extensão da Linha 5-Lilás. O contrato de R\$ 3,83 milhões é o primeiro que a empresa espanhola de tecnologia fecha no Brasil na área de bilheteria eletrônica.

Os sistemas permitirão processar e gerenciar simultaneamente tanto os bilhetes magnéticos quanto os cartões sem contato (contactless) do Bilhete Único e os cartões da área metropolitana (BOM), garantindo a intermodalidade entre metrô e ônibus nas áreas urbanas e metropolitanas de São Paulo.

A previsão do Metrô é passar dos 74 quilômetros de redes atuais para 338 quilômetros em 2030. Segundo a Indra, esta forte expansão da rede exige a necessidade de novas soluções de controle, segurança, telecomunicações e bilheteria.

O Brasil é o principal mercado internacional para a Indra depois da Espanha, com representatividade de mais de 35% nas vendas da América Latina. No território brasileiro, onde está presente desde 1996, a empresa mantém 18 escritórios, cinco laboratórios de softwares, entre os quais um centro de excelência mundial para tecnologias energéticas que está instalado em Campinas (SP), e emprega mais de 7.500 profissionais. Oferece diferentes soluções e serviços de alto valor agregado para os setores financeiros, de energia, telecomunicações, administração pública e saúde, indústria, transporte, tráfego e segurança e defesa.

Na área de infraestrutura brasileira a

empresa faz o controle de operações portuárias e de tráfego aéreo, com a execução de serviço no aeroporto de Natal (RN).

MUNDO — No mercado mundial a Indra é uma das empresas líderes no serviço de bilheteria, com referências no metrô de Madrid, Barcelona, Valência, Lisboa, Calcutá e Xangai; o monorail e o metrô de Mumbai; o monorail e o metrô rápido de Kuala Lumpur, na Malásia; o trem suburbano da Cidade do México; o metrô rápido de Austin (Texas) e o trem rápido de Saint Louis, nos Estados Unidos.

Na área de gestão do transporte público a empresa gerencia mais de 13.500 ônibus em todo o mundo, com destaque no Brasil, Colômbia, México, Argentina, Polônia, Marrocos, Portugal e Espanha.

Os últimos projetos que a Indra está desenvolvendo em cidades como Kuala Lumpur e Medellín avançam a partir de modelos de transporte intermodal, nos quais se integra a gestão dos diferentes modos de transporte.

A empresa também é uma das líderes mundiais no controle de tráfego aéreo e sua tecnologia está implantada em mais de 100 países, como a Alemanha, Argentina, Peru, Espanha, Índia e China.



Sede da Indra em Alcobendas, Madrid

Para o controle de tráfego ferroviário, a Indra desenvolveu, junto com os clientes espanhóis, a tecnologia para orientar não apenas os trens convencionais, mas também o metrô e o trem de alta velocidade, com destaque para Meca-Medina, na Arábia Saudita, o maior trem que já atravessou um deserto. Este equipamento já está implantado em vários países, como os Estados Unidos, México, Colômbia, China, Índia e Malásia.

A Indra tem mais de 25 anos de experiência em desenho e desenvolvimento de sistemas de vendas de bilhetes de transporte e controle de acessos.

Com 42 mil funcionários e clientes em 128 países, a empresa registrou em 2012 vendas globais de quase 3 bilhões de euros, sendo 60% no mercado internacional. A inovação é a base do seu negócio e nos últimos três anos investiu 500 milhões de euros em pesquisa e desenvolvimento. ■



Volvo Bus inicia serviço de remanufatura de motores no Chile

A Volvo Bus Latin America iniciou a operação de remanufatura de motores de ônibus no Chile. O departamento Reman da Volvo Bus chilena realiza desde 2008 serviços de remanufatura de caixas de câmbio para os operadores do Transantiago, como é conhecido o sistema de BRT de Santiago.

Com a nova operação, os clientes locais passarão a contar com peças e componentes genuínos da marca, mão de obra especializada, aumento do tempo de vida útil do motor, economia no consumo de combustível e um ano de garantia.

“Este é um serviço de pós-venda que garante que os veículos Volvo continuem circulando com sua máxima performance e disponibilidade até o final de sua vida útil”, afirmou Luis Carlos Pimenta, presidente da Volvo Bus Latin America. A Volvo informou que também vai disponibilizar motores de reserva aos clientes enquanto o equipamento estiver em processo de remanufatura.

“Ao passar por este processo, componentes danificados adquirem a mesma condição de uma peça nova. São benefícios que contribuem para aumentar a segurança e a rentabilidade da operação, já que diminuem os custos de manutenção”, explicou José Antonio Margalet, gerente comercial de ônibus da Volvo Chile.

Nissan e Fedex testam furgão 100% elétrico no Rio de Janeiro



Depois do modelo Leaf, a Nissan vai testar outro veículo 100% elétrico no Brasil, o furgão e-NV200. Os testes acontecerão no Rio de Janeiro, em parceria com a FedEx Express. Esta será a primeira vez que o modelo rodará no continente americano. Até então, os testes com o veículo haviam sido feitos no Japão, no Reino Unido e em Cingapura.

A Nissan vai fornecer uma unidade do e-NV200 que será usada como veículo de entrega pela

FedEx Express por cerca de um mês. Após esse período, as empresas avaliarão o potencial do modelo para a entrega de cargas. Os resultados obtidos serão usados para o desenvolvimento da versão de produção em série do modelo, que começará neste ano na fábrica da Nissan em Barcelona, na Espanha.

“A oportunidade de testar o e-NV200 no Brasil é uma prova de que veículos 100% elétricos são também uma opção viável

no mercado local”, disse François Dossa, presidente da Nissan do Brasil.

O furgão tem o mesmo motor elétrico do modelo Leaf e é alimentado por uma bateria de íons de lítio. O e-NV200 tem tração dianteira, sistema de telemática avançada e a fonte de alimentação no compartimento de carga que permite ligar equipamentos externos. Além disso, 80% da capacidade total da bateria podem ser rapidamente carregados em 30 minutos.

A FedEx possui atualmente 167 veículos elétricos e 365 híbridos elétricos nos Estados Unidos, França, Alemanha, Itália, Japão, China e Brasil. De 2005 a 2012, a introdução desses tipos de carro na frota fez com que a companhia economizasse aproximadamente 2,4 milhões de litros de combustível.

Ferroeste retoma transporte de farelos até Paranaguá

A Estrada de Ferro Paraná Oeste (Ferroeste) anunciou a retomada das operações de transporte de farelos até o porto de Paranaguá, após sete anos. O retorno dessa atividade foi viabilizado pelo acordo comercial firmado entre a Ferroeste, a cooperativa Agrária — dona da carga — e a América Latina Logística (ALL), concessionária do trecho ferroviário entre Guarapava (PR) e o terminal portuário.

A expectativa é que a operação ferroviária reduza custos e possibilite um novo fluxo



de cargas durante a entressafra de grãos. Antes do acordo, a Ferroeste limitava-se à movimentação de fertilizantes, via importação. “Agora conseguiremos completar o ciclo dos vagões na entressafra, por meio da linha da ALL, com a exportação

de farelos ao porto de Paranaguá”, explicou Rodrigo César de Oliveira, diretor de operações da Ferroeste. A companhia informou que novos contratos já estão em andamento, o que permitirá mais investimentos na infraestrutura ferroviária do Paraná.

Recentemente, a Ferroeste adquiriu duas locomotivas próprias, em um investimento de R\$ 2,2 milhões. A aquisição vai permitir que a empresa amplie em 50% a capacidade de transporte em 2014.



Volkswagen registra recorde nas vendas de comerciais leves



Saveiro, com 72.373 unidades emplacadas. Na sequência, aparecem a Kombi, com 25.219 unidades, a Amarok, com 24.194 unidades, o Tiguan, com 5.599 unidades e, por fim, o Touareg, com 253 unidades comercializadas. Em 2013, a Volkswagen também comemorou a marca de 2.500.000 de comerciais leves produzidos em 60 anos de atividades no Brasil.

A Volkswagen do Brasil bateu o recorde histórico de vendas de veículos comerciais leves no mercado nacional em 2013. De janeiro a dezembro, a montadora comercializou 127.642 unidades, volume 9% superior em relação a 2012. No mesmo período, a indústria cresceu 4,3% neste segmento.

O destaque em 2013 foi a

“O sucesso da Amarok incrementou as vendas da Volkswagen no segmento de comerciais leves. Um modelo

com apenas três anos de mercado e que tem apresentado um crescimento contínuo, principalmente após a chegada da versão com transmissão automática de oito marchas e da cabine simples”, destacou Jutta Dierks, vice-presidente de vendas e marketing da Volkswagen do Brasil.

Em 2013, as vendas da picape apresentaram um aumento de 20% em relação ao ano anterior. No segmento de picapes médias, a Amarok foi um dos modelos que mais cresceu, ampliando sua participação no mercado para 13,4% e conquistando a terceira posição no ranking de vendas.

Açúcar liderou movimentação no porto de Santos em 2013

As exportações pelo porto de Santos cresceram 10,5% durante 2013, enquanto as importações tiveram alta de 6,2%. Com isso, o porto superou a marca de 114 milhões de toneladas movimentadas. O açúcar foi o principal produto embarcado no ano, totalizando mais de 19 milhões de toneladas, o que representou um aumento de 15% em relação ao ano anterior. Na sequência aparece o complexo de soja, com 15,8 milhões de toneladas, e milho, com mais de 11 milhões de toneladas.

Nas exportações, os destaques foram a gasolina (alta de 25,6%) e o óleo diesel e gasóleo (alta de 10%). Nas importações, os maiores crescimentos

foram de gás liquefeito de petróleo e trigo. O movimento de carga containerizada aumentou 8,7%, atingindo um total de 3,4 milhões TEU ou 36 milhões de toneladas.

Apesar do ganho na movimentação, o número de atracções no porto santista registrou nova queda, totalizando 5.251 navios durante todo o ano de 2013. O volume é 6% inferior ao anotado em 2012, quando foram recebidas 5.595 embarcações. A retração é reflexo das operações com navios de maior porte em Santos, com consignação média de 22,8 mil toneladas por navio, aumento de 15,5% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Na balança comercial do período, o porto de Santos teve participação de 25,4% (US\$ 122,5 bilhões). Com pequena margem, as exportações (US\$ 61,3 bilhões) superaram as importações (US\$ 61,1 bilhões), com uma participação de 25,3% nas remessas brasileiras ao exterior, enquanto que as descargas provenientes de outros países somaram 25,5%.

Os principais destinos das exportações foram a China (US\$ 8,7 bilhões), os Estados Unidos (US\$ 5,9 bilhões) e a Argentina (US\$ 4,1 bilhões). As importações tiveram como principais origens a China (US\$ 10,5 bilhões), os Estados Unidos (US\$ 9 bilhões) e a Alemanha (US\$ 5,9 bilhões).

Embraer obtém R\$ 1,4 bilhão do BNDES para projetos



O Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) aprovou um financiamento de R\$ 1,4 bilhão destinado a projetos de inovação tecnológica da Embraer, que incluem o desenvolvimento da aeronave executiva de médio porte Legacy 500 e da segunda geração da família de jatos comerciais E-Jets.

O dinheiro será viabilizado por meio das linhas de financiamentos do programa BNDES de Sustentação do Investimento (BNDES PSI) e da linha BNDES Proengenharia. O projeto desenvolvido na planta industrial de São José dos Campos (SP) deverá trazer benefícios relacionados a reduções no consumo de combustível, nas emissões de gases, nível de ruído e custo de manutenção das aeronaves fabricadas pela empresa.

A Embraer estima que mais de 1,8 mil empregados sejam envolvidos no projeto até 2018, incluindo profissionais provenientes do programa que a companhia mantém em parceria com o Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA).

Receita da Marcopolo cresce 8,6% em 2013

Mesmo em um ano em que o negócio do ônibus enfrentou grandes desafios, a Marcopolo S.A., maior encarregadora do Brasil, conseguiu bons resultados em seu balanço durante o exercício de 2013. Sediada em Caxias do Sul (Serra Gaúcha), a empresa alcançou crescimento de 8,6% em sua receita líquida consolidada, que somou R\$ 3,659 bilhões ante os R\$ 3,369 bilhões do exercício de 2012.

De acordo com informações divulgadas pela empresa, o resultado é proveniente do aumento de produção, especialmente de modelos rodoviários e de veículos Volare. As vendas para o mercado interno geraram receitas de R\$ 2,509 bilhões — 68,2% da receita líquida total (68,2% em 2012). As exportações, somadas aos negócios no exterior, atingiram a receita de R\$ 1,15 bilhão (31,4% do total) — crescimento de 7,5% em relação a R\$ 1,07 bilhão do exercício anterior.

De acordo com José Rubens de la Rosa, diretor-geral da Marcopolo, 2013 caracterizou-se como um

ano de novos desafios e turbulências para a indústria de ônibus e carrocerias no Brasil, principalmente ao longo do segundo semestre. “Em junho, as manifestações populares, que iniciaram em decorrência do aumento anunciado das tarifas de ônibus e que depois se somaram a outras reivindicações, exigiram a redução das tarifas e melhorias no transporte público por parte dos gestores municipais. Como consequência, algumas prefeituras decidiram por congelar tarifas, o que resultou em menor demanda por ônibus urbanos”, disse de la Rosa.

O executivo também afirmou que existe um ambiente de incerteza entre os empresários que operam o rodoviário de passageiros. Ele lembrou que a publicação pela Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) do edital de licitação das linhas interestaduais trouxe incertezas também para o mercado de ônibus rodoviários, afetando a entrada de novos pedidos. “A despeito do cenário mais desafiador, a receita líquida da

Marcopolo cresceu em comparação ao ano anterior, assim como a produção no Brasil, que aumentou 5%, e a produção mundial consolidada, com elevação de 4% no mesmo período.”

No mercado externo, a receita advinda das exportações a partir do Brasil foi beneficiada pela desvalorização do real frente ao dólar norte-americano e pelo Regime Especial de Reintegração de Valores Tributários (Reintegra), válido até o final de 2013. Em relação às unidades controladas da Marcopolo no exterior, o destaque foi a Volgren, na Austrália, cuja produção aumentou 21,6% em 2013 em relação a 2012. No total, as operações da Marcopolo no exterior contribuíram com um volume de 2.154 unidades em 2013.

Para a direção da Marcopolo, o cenário de incertezas em relação ao mercado brasileiro de ônibus, que se iniciou na segunda metade do ano passado, ainda persiste neste início de 2014. Contudo, em razão da proximidade da Copa do Mundo a demanda por ônibus nos segmentos de turismo e de transportes

intermunicipais cresceu, e pedidos de BRTs, já em carteira, estão compensando em parte o arrefecimento nos demais segmentos.

No mercado externo, a desvalorização do real em relação ao dólar segue impulsionando as exportações, especialmente a partir do quarto trimestre do ano passado. Além dos mercados tradicionalmente importadores, a Marcopolo vislumbra negócios importantes de exportação para países na América Central e África, em sua maioria voltados à implementação de novos projetos de BRTs e mobilidade urbana nessas regiões.

Em relação às unidades controladas da Marcopolo no exterior, a empresa destaca o lançamento, no final de 2013, dos modelos da Geração 7 de ônibus rodoviários no México, totalmente nacionalizados, que tiveram excelente receptividade pelos clientes locais. Na África do Sul, a MASA obteve êxito em dois importantes lotes para a renovação dos sistemas de BRTs em Johannesburgo e Pretória, cujas entregas começaram no ano passado e se estenderão até 2015.



Acervo Digital OTM - acesse

A história dos últimos 50 anos do transporte no Brasil.

1963

www.acervodigitalotm.com.br

2013



Uma cinquentona bem-sucedida

Com nada menos do que 15 mil clientes ativos, a Pacaembu Autopeças completou 50 anos de uma história de empenho familiar e sucesso empresarial

■ AMARILIS BERTACHINI



Luiz Cassorla, fundador da empresa: “O mercado de peças para linha pesada tem uma relação muito próxima com a variação do PIB”

A PACAEMBU AUTOPEÇAS COMEMOROU no ano passado seus 50 anos com o vigor de uma jovem empresa. Especializou-se na distribuição de peças para veículos comerciais – ônibus e caminhões – e tem atualmente uma estrutura de 23 centrais de distribuição em 15 estados, conta com nada menos do que 15 mil clientes ativos e um estoque de, aproximadamente, 45.000

itens que cobrem todas as montadoras de veículos pesados.

Para alcançar essa estrutura, a Pacaembu investiu intensamente ao longo dos últimos anos na capacitação de pessoas – hoje conta com cerca de 830 funcionários –, em melhoria de processos e gestão em tecnologia da informação e em estrutura física das unidades para manter a qualidade

de atendimentos aos clientes. “Desta maneira, podemos entregar, juntamente com os produtos de qualidade que distribuímos, um nível de serviço diferenciado ao mercado. Um dos grandes valores da nossa empresa é a transparência e a ética que sempre permearam nossas relações comerciais com clientes e fornecedores”, declara Luiz Cassorla, fundador da empresa.

A carteira de clientes da Pacaembu é composta, principalmente, por frotistas, varejistas de autopeças e grandes aplicadores de produtos para veículos comerciais. Os cerca de 250 fornecedores garantem uma grande variedade de itens disponíveis para venda, incluindo os de alta demanda, como os produtos ligados ao desgaste dos veículos, entre eles peças para motor, filtros e material de atrito. Os produtos são armazenados em 45 mil m² de área de estocagem.

Na avaliação de Cassorla, 2013 foi um ano difícil, mas de conquistas interessantes. “Crescemos acima da inflação e investimos em frentes importantes que vão nos ajudar nos próximos anos. O ano de 2013 foi um ano estável, mas de consolidação de algumas filiais novas. O mercado de peças para linha pesada tem uma relação muito próxima com a variação do PIB (Produto Interno Bruto) por atender às necessidades básicas da economia, ou seja, transporte de pessoas e mercadorias. Quando a economia tem um bom desempenho, o mercado de linha pesada cresce mais; se a economia se mantém estável, com um PIB discreto, isto também afeta nosso mercado. Em 2013 tivemos um desempenho acima do PIB”, conclui.

Para 2014, a expectativa do empresário é “otimista, porém conservadora”, com a projeção de crescer de forma estável e paulatina nos próximos anos.

Muita coisa mudou ao longo desses 50 anos de uma exitosa trajetória, mas Cassorla destaca que entre as mudanças mais importantes dessas cinco décadas está a complexidade atual em administrar a grande diversificação de veículos e de montadoras que hoje estão no mercado. “Esta realidade implica diretamente nossa estratégia de produtos, o capital investido, a capacitação da equipe de vendas e a capacidade de administrar toda esta informação internamente”, declara o empresário.

HISTÓRIA — A Pacaembu Autopeças abriu suas portas pela primeira vez no dia 25 de abril de 1963, na capital paulista. A empresa nasceu do desejo de seu fundador, Luiz Cassorla, de ter o próprio negócio, e de sua vontade de prestar serviços diferenciados para um mercado que se expandia e precisava de especialistas. Naquela época as montadoras de veículos pesados começavam a se instalar no Brasil e traziam seus principais fornecedores de peças e componentes.

Cassorla tinha experiência anterior no segmento porque aos 14 anos de idade já trabalhara em uma concessionária na cidade de Londrina (PR). Ele conta que desde cedo se interessou por conhecer peças e entender seus códigos, a forma de armazenamento, a reposição de estoque, a precificação e também dava atenção especial ao que chamou de arte de atender bem.

Quando retornou a São Paulo, em 1959, conseguiu um emprego como balconista em uma loja do mercado independente de reposição. Ele relembra que seu conhecimento técnico dos produtos e sua dedicação cativaram os clientes de tal maneira que muitos passaram a comprar na Pacaembu Autopeças logo após sua inauguração.

Ele se sentia, então, preparado para dar aquele passo maior em sua vida profissional. Trabalhava muitas horas por dia durante a semana, e ainda tinha disposição para atender quem precisasse de produtos fora do horário comercial. “Nossa prioridade era atender o cliente. Então eu não podia deixá-lo esperando com o veículo parado”, conta o empresário.

Uma das dificuldades do início dos anos 60 era conseguir fornecedores para o mercado de reposição independente e, diante disso, o jovem empresário encarou o desafio de descobrir torneiras mecânicas e oficinas que pudessem fabricar os produtos, com base nas amostras que ele carregava embaixo dos braços. Eram peças que seus clientes precisavam, mas que tinham

dificuldade de encontrar no mercado. “Foi dessa forma que nasceram algumas fábricas no Brasil,” revela.

Com persistência e muito trabalho, começou a abrir filiais em cidades onde havia concentração de revendedores varejistas e frotistas, entre elas Sorocaba, onde a empresa abriu a primeira nos anos 80. A partir dessa ação, ganhou experiência e começou a se estruturar para avançar em busca de novos mercados, oferecendo ao cliente uma cobertura nacional de atendimento, com várias filiais instaladas em diferentes estados.

Um grande passo da Pacaembu rumo à sua consolidação na distribuição aconteceu em 1980, quando Cassorla adquiriu a distribuidora Pimentel. “Esse negócio agregou à empresa grandes marcas e um portfólio de produtos mais completo e interessante ao mercado consumidor e revendedor de linha pesada”, assinala.

Outro grande impulso em seu crescimento foi a entrada da família no negócio, quando seus filhos começaram a trabalhar na empresa, a partir do início da década de 1990. Hoje a Pacaembu continua sendo uma empresa familiar, sob o comando de seus quatro filhos na diretoria: Ana Paula, na área de marketing e compras; Luis Alexandre, vendas e novos negócios; e Sandra, administrativo e financeiro. A empresa conta ainda com Eduardo Camargo, diretor de tecnologia da informação e vendas. “Mantemos a mesma filosofia que deu origem à empresa, que é a de estar perto do cliente, atendendo às suas expectativas”, declara Ana Paula.

Para Luiz Cassorla, a determinação é um dos principais valores que tornam uma pessoa realizada. “É preciso adquirir conhecimento e ser um verdadeiro profissional naquilo que se faz. Ter persistência, coragem e transparência para se dedicar ao trabalho”, diz, afirmando que essa foi, e continua sendo, a receita da Pacaembu Autopeças.

Carretas-móveis facilitam atendimento de saúde em São Paulo

Cinco veículos equipados com mamógrafos e aparelhos de ultrassom percorrerão várias cidades paulistas para fazer 60 mil exames gratuitos por ano nas mulheres com idade entre 50 e 69 anos

■ SONIA MORAES

O GOVERNO DO ESTADO DE SÃO PAULO utiliza caminhões para ampliar o atendimento na área da saúde. Por meio de veículos equipados com mamógrafo e aparelhos de ultrassom que vão percorrer vários bairros da capital paulista, cidades da região metropolitana e do interior, a Secretaria da Saúde de São Paulo incentiva as mulheres com idade entre 50 e 69 anos a realizarem exames de mamografia pelo Sistema Único de Saúde (SUS). O objetivo é fomentar o diagnóstico precoce do câncer de mama para reduzir gradativamente o índice de mortalidade em todo o Estado de São Paulo.

Segundo a Secretaria da Saúde, é a primeira vez que o governo de São Paulo utiliza unidades móveis para realizar exames preventivos nas mulheres. Para este programa, denominado Mulheres de Peito, foram adquiridos cinco caminhões Volkswagen Constellation 19.330 – quatro carretas e um veículo adaptado. O investimento totalizou R\$ 14 milhões.

As carretas têm 15 metros de comprimento, 4,10 metros de altura e, quando abertas, 4,90 metros de largura. Cada veículo está equipado com mamógrafo, aparelho de ultrassom, conversor de imagens analógicas em digitais, impressoras, antena de satélite, computadores, mobiliários e sanitários.

Para o atendimento nestas unidades móveis, foram escalados oito funcionários, entre técnicos em radiologia, auxiliares de enfermagem, funcionários administrativos e um médico ultrassonografista. Estas equipes farão o revezamento de horário para garantir o atendimento sem

interrupções.

Todos receberão vales para fazer as refeições em restaurantes próximos ao local de estacionamento da unidade móvel. Nas cidades mais distantes será disponibilizado aos funcionários serviço de hotel para repouso ao final do expediente.

Os exames de mamografia poderão ser feitos de segunda a sexta-feira, das 9 h às 20 h, e aos sábados das 9 h às 13 h. As imagens captadas pelos mamógrafos são encaminhadas para o Serviço Estadual de Diagnóstico por Imagem (Sedi), serviço da secretaria que emite laudos à distância, na capital paulista. O resultado sai em até 48 horas após a realização do procedimento.

Caso seja detectada alguma alteração no exame, as pacientes serão contactadas pela secretaria para a realização de biópsia guiada por ultrassom ou outros exames complementares. Havendo sinais de câncer, a paciente será encaminhada a um serviço de referência do SUS para fazer o tratamento. A estimativa da Secretaria da Saúde é que cerca de 60 mil mamografias a mais sejam realizadas por meio das unidades móveis.

A primeira carreta iniciou o período de testes em dezembro na zona sul de São Paulo e ficou estacionada até fevereiro, no bairro de Santo Amaro. Outras duas carretas estão prestando atendimento na região do ABC, nas cidades de Diadema e de Santo André.

A Secretaria da Saúde está definindo os locais onde outra carreta-móvel irá prestar



VW Constellation equipado para exames médicos

atendimento. Já o caminhão adaptado irá oferecer estrutura similar ao das carretas e será usado em municípios menores e de difícil acesso no interior.

Segundo o David Uip, secretário de Estado da Saúde, os principais objetivos desta ação são suprir os locais que possuem demanda reprimida e espera para a realização de mamografia, assim como estimular o rastreamento e diagnóstico precoce do câncer de mama, que tem alto índice de mortalidade. “Quanto mais cedo o diagnóstico, maior a chance de sucesso no tratamento”, afirma Uip.

Uip enumera diversos fatores que podem levar as mulheres a não realizarem o exame preventivo, como a falta de tempo, medo de dor e constrangimento durante o exame e, em alguns casos, distância a se percorrer para se chegar a um serviço com mamógrafo. “Por isso esse programa de rastreamento contínuo, aliado às carretas-móveis, é tão importante”, afirma o secretário de Estado da Saúde de São Paulo. ■

AGENDE-SE

20e21 Agosto 2014

Brasília | DF VI Brasil nos Trilhos

VI Brasil nos Trilhos

BRASÍLIA | DF - 20 E 21 | AGOSTO | 2014



AGENDA 2020

Desafios e Oportunidades Cargas e Passageiros

Mais informações: www.antf.org.br | eventos@antf.org.br | (61) 3212-8906



Realização:

Apoio:



Organização:



Retração do mercado será de 5,5% em 2014

As paradas do Carnaval, a Copa do Mundo e as eleições poderão reduzir o ritmo de vendas e desviar o foco das empresas

■ SONIA MORAES

DEPOIS DE APRESENTAR UM DESEMPENHO positivo em 2013 que levou a um crescimento de 10,9% com o total de 177.876 unidades vendidas no mercado brasileiro, a indústria de implementos inicia 2014 com pouca euforia e perspectiva de retração de 5,5% nos negócios, reduzindo as vendas totais (incluindo as exportações) de 183.300 unidades para 173.230 unidades, segundo previsão de Alcides Braga, presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Implementos Rodoviários (Anfir). "Além da alta na taxa de juros do Programa de Sustentação ao Investimento (PSI) criado pelo Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), temos os eventos ao longo do ano, como o Carnaval e a Copa do Mundo, e as eleições", afirma Braga. "Estamos preocupados com as interrupções, pois estes eventos reduzem o ritmo e desviam o foco das empresas."

O presidente da Anfir esclarece que a indústria de implementos não está tendo fuga de negócios e nem cancelamento de pedidos. "Ocorre que aumentou a nossa preocupação, pois a atividade econômica pode não responder adequadamente e a indústria ter o seu desempenho comprometido", diz Braga.

No mercado total de implementos o maior impacto, segundo o presidente da Anfir, ocorrerá no segmento de pesados (reboques e semirreboques), chegando a uma queda de 10,9% neste ano, o que reduzirá os volumes para 62.500 unidades, ante as 70.176 unidades vendidas em 2013.

Já o segmento leve (carrocerias sobre chassis) poderá fechar 2014 com uma retração de 2,64% e contabilizar o emplacamento de 104.850 unidades, ante 107.692 unidades vendidas em 2013. "A linha leve é mais dinâmica e tem a chance de recuperar os negócios por causa do crescimento nas vendas de produtos eletrônicos e de bebidas", diz Braga.

RESULTADOS – No primeiro mês do ano o desempenho de reboques e semirreboques foi negativo com queda de 3,17% nas vendas para 4.851 unidades em comparação a 2013 quando foram vendidas 5.010 unidades.

O segmento de carroceria sobre chassis também apresentou um resultado fraco

em janeiro deste ano com queda de 9,75% nas vendas que totalizaram 7.787 unidades, ante 8.628 unidades vendidas no mesmo mês de 2013.

Esta retração, segundo o presidente da Anfir, ocorreu por causa da demora entre a publicação e a regulamentação do PSI/Finame. "O atraso afetou os negócios, pois a comercialização de implementos depende da linha de crédito do PSI", explica Braga.

Uma das alternativas para reverter a retração esperada para o setor de implementos rodoviários neste ano, segundo o presidente da Anfir, é a facilidade ao acesso ao crédito para o caminhoneiro autônomo. "Isto tem uma interferência maior do que o próprio desempenho da economia", diz Braga.

Em 2013 o segmento de reboques e semirreboques registrou a venda de 70.176 unidades. Esse resultado, que a Anfir considera ser histórico, ficou 33,56% acima de 2012 (52.543 unidades) e 18,06% superior a 2011 (59.441 unidades) e foi impulsionado pelo crescimento dos negócios no setor agrícola, que teve safra recorde, e pelas condições estáveis de financiamento do PSI/Finame.

Já o mercado de carrocerias sobre chassis vendeu no ano passado 107.700 unidades, volume 0,16% abaixo de 2012 (107.871 unidades) e 18,03% inferior a 2011 (131.382 unidades). No ano passado a indústria de implementos exportou 5.432 reboques e semirreboques, volume 6,51% inferior às 5.810 unidades que foram embarcadas em 2012



Alcides Braga: cresce a preocupação com a reação inadequada da atividade econômica



PneuShow

Recaufair

11ª Feira
Internacional
da Indústria
de Pneus

Lançamentos | Equipamentos | Manutenção | Reforma | Reciclagem



TODOS OS
CAMINHOS
DO PNEU

Feira Simultânea

Expobor

11ª FEIRA INTERNACIONAL DE TECNOLOGIA,
MÁQUINAS E ARTESFATOS DE BORRACHA

expobor.com.br

23-25 | Abril | 2014

14 às 21h

EXPO CENTER NORTE
São Paulo • SP

www.pneushow.com.br

SAV

Serviço de Atendimento ao Visitante
(11) 2226-3100 • sav@francal.com.br

PROMOÇÃO / ORGANIZAÇÃO



PARCEIRA



COLABORAÇÃO



APOIO



PONTADORIA OFICIAL



OPERADORA DE VOZ/SEM



COM. AÉREA



MÉLHADA À



LOCAL DE REALIZAÇÃO





DMS 19

Quando você produz chassis de ônibus, tem que pensar no coletivo.

Respeite os limites de velocidade.



Os chassis de ônibus urbanos e rodoviários Mercedes-Benz ajudam você a ir além. São mais resistentes para enfrentar o trânsito pesado das grandes cidades e rodovias, proporcionando rentabilidade e eficiência. Além disso, são equipados com a exclusiva tecnologia BlueTec 5, que garante mais desempenho, economia, respeito ao meio ambiente e durabilidade para o motor. Tudo para quem tem estrela brilhar ainda mais.

www.mercedes-benz.com.br
CRC: 0800 970 90 90



Mercedes-Benz
A marca que todo mundo confia.

Mercedes-Benz, marca do Grupo Daimler.