



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

transporte 50

Todos os modais MODERNO

www.otmeditora.com.br Ano 51 - n° 469 - R\$ 25,00



05 e 06
outubro
FÓRUM DE GESTÃO
E EFICIÊNCIA DE FROTAS
AMCHAM | SP

SEMINÁRIO
NACIONAL
NTU 2015
TRANSAMÉRICA EXPO CENTER, SÃO PAULO (SP)

1 a 3
SETEMBRO
2015

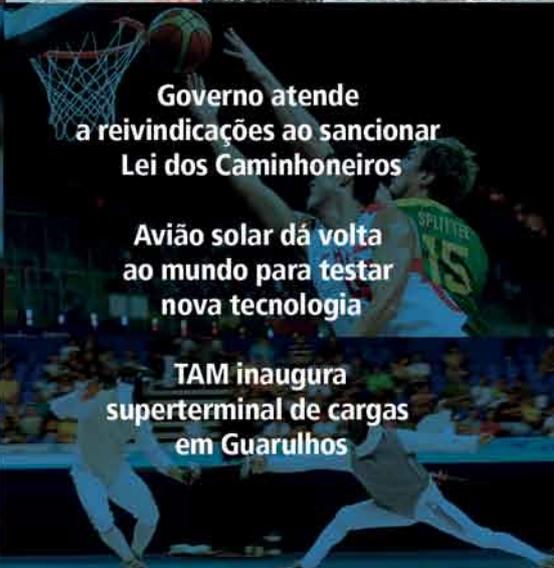
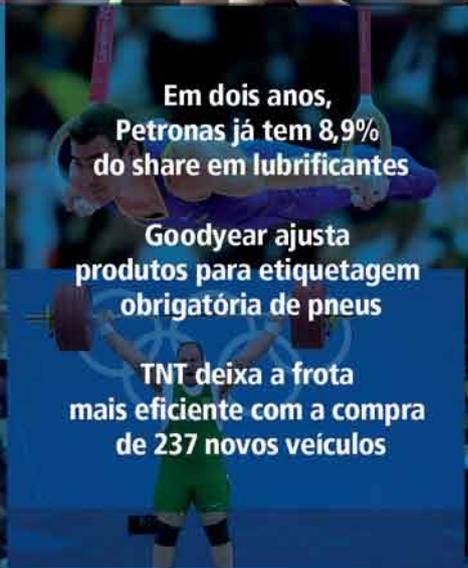
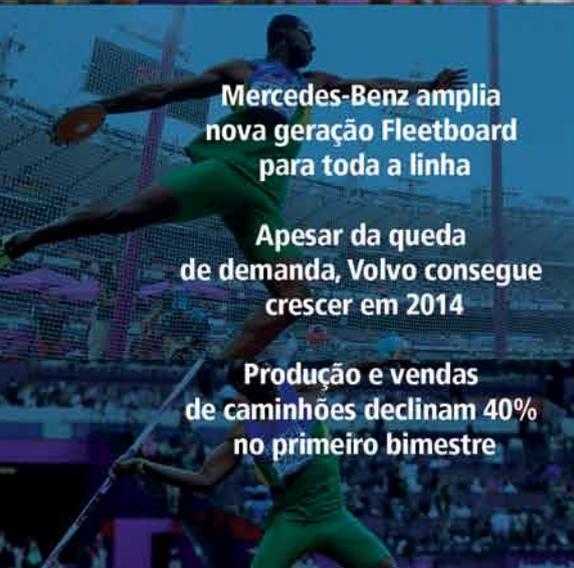
TRANSPÚBLICO
2015
TRANSAMÉRICA EXPO CENTER, SÃO PAULO (SP)

1 a 3
SETEMBRO
2015



LOGÍSTICA É OURO NOS JOGOS OLÍMPICOS DE 2016

Correios vão movimentar desde bolas a exames antidoping



Mercedes-Benz amplia
nova geração Fleetboard
para toda a linha

Apesar da queda
de demanda, Volvo consegue
crescer em 2014

Produção e vendas
de caminhões declinam 40%
no primeiro bimestre

Em dois anos,
Petronas já tem 8,9%
do share em lubrificantes

Goodyear ajusta
produtos para etiquetagem
obrigatória de pneus

TNT deixa a frota
mais eficiente com a compra
de 237 novos veículos

Governo atende
a reivindicações ao sancionar
Lei dos Caminhoneiros

Avião solar dá volta
ao mundo para testar
nova tecnologia

TAM inaugura
superterminal de cargas
em Guarulhos



Inovação: é o que faz
cada uma de nossas estrelas
brilharem cada vez mais.

Uma marca do Grupo Daimler.



CRC: 0800 970 9090
www.mercedes-benz.com.br



Na cidade somos todos pedestres.



A Mercedes-Benz inventou o primeiro veículo movido a motor. E mesmo pioneira, ano após ano ela revoluciona o mercado trazendo novas tecnologias que fazem toda a diferença na vida das pessoas. Hoje, seu portfólio conta com uma linha completa de veículos que se adequam perfeitamente aos desafios das cidades, promovendo a mobilidade do país. Porque na Mercedes-Benz a inovação vai além do que você imagina.



Mercedes-Benz



SUMÁRIO

JOGOS OLÍMPICOS RIO 2016

Operadores nacionais e estrangeiros começam em abril trabalhos de preparação para as Olimpíadas no Rio 6

TELEMÁTICA

Mercedes-Benz amplia para toda a linha de caminhões o sistema de gestão de frota FleetBoard 10

INDÚSTRIA

Apesar do mercado declinante em 2014, a Volvo conseguiu aumentar vendas no seu segundo melhor ano no Brasil 14

MERCADO

Vendas e produção desabam no primeiro bimestre, num prenúncio de um dos piores anos para a indústria de caminhões 18

COMERCIAIS LEVES

Aumento de aplicações ajuda furgões e vans a perder menos vendas que o conjunto da indústria automobilística 20

MARCAS

DAF muda presidente e faz ações de marketing para ampliar vendas do seu extrapesado XF 105 22

Em evento na China, Shacman confirma produção brasileira de caminhões em fábrica no interior de São Paulo 24

Após deixar Iveco, Alcides Cavalcanti, diretor de vendas e marketing da Foton, faz campanha em Ceasas do país 25

LUBRIFICANTES

Pelo terceiro ano consecutivo, Petronas avança no mercado brasileiro e chaga a 9,8% de market share 26

PNEUS

Goodyear apresenta testes para conseguir certificação pelo Inmetro dentro do Programa Brasileiro de Etiquetagem 28

De olho em um mercado que movimenta R\$ 5 bilhões por ano no Brasil, Continental lança banda de recapagem 30

LOGÍSTICA

• Octogenária, Bandeirantes passa a oferecer serviços de door delivery para manter tradição inovadora no setor 32

• Martin Brower cresce no Nordeste e prepara CD no Rio com uma área 80% maior que a antiga instalação 34

• Trabalho de motivação a empregados leva DHL a conquistar certificação Top Employer entre 26 concorrentes de peso 36

• Com restrições, Cade aprova fusão da ALL-Rumo para dinamizar transporte de commodities por ferrovia 37

TRANSPORTADORA

Com a compra de 237 novos veículos, TNT busca ampliar qualidade nos serviços e reduzir impacto ambiental 38

AÉREO

• TAM inaugura em Guarulhos um superterminal de cargas para ampliar negócios no Brasil e no exterior 40

• Além do Brasil, a executiva Donna Hrinak vai comandar negócios da Boeing em toda a América Latina 42

• Duas aeronaves Boeing 787 Dreamliner passam a fazer voos diários na rota São Paulo-Bogotá da Avianca 44

• Nave experimental, Solar Impulse dá volta ao mundo usando apenas a luz do sol para alimentar motores 46

• Primeiro voo do cargueiro militar brasileiro KC-390 é realizado com sucesso pelos técnicos da Embraer 48

• Petrobras Distribuidora investe na expansão da frota de caminhões de abastecimento em aeroportos 50

• Com dois anos de atraso, Guarujá deve realizar este ano licitação para instalação de aeroporto comercial 52

IMPLEMENTOS

Vendas ruins no primeiro bimestre levam o setor a buscar exportação com a desvalorização do real 54

EQUADOR

Entraram em operação 40 ônibus articulados Mercedes-Benz no sistema BRT de Quito 57

ÔNIBUS

Miniônibus Access é a resposta da Volare para melhorar a acessibilidade dos usuários nos pontos de parada 58

INVESTIMENTOS

A Alstom inaugurou fábrica na cidade paulista de Taubaté para produzir veículos leves sobre trilhos (VLT) 60

INDÚSTRIA NÁUTICA

Em ano de crise econômica, estaleiros adotam cautela em 2015 após bons resultados no ano passado 62

FLUVIAL

Mais de 700 mil estudantes utilizam lanchas do programa Caminho da Escola para ir à escola 68

FERROVIAS

Leilão de seis novos trechos rodoviários depende de mais estudos para definir viabilidade econômica 72

LEGISLAÇÃO

Após onda de protestos, governo aprova Lei dos Caminhoneiros com vários benefícios a profissionais 74

SEÇÕES — Editorial 5 Novas 65

REDAÇÃO

DIRETOR

Marcelo Ricardo Fontana
marcelofontana@otmeditora.com.br

EDITOR

Eduardo Alberto Chau Ribeiro
ecribeiro@otmeditora.com.br

COLABORADORES

Amarilis Bertachini, Márcia Pinna Raspanti,
Sonia Moraes, Wagner de Oliveira

EXECUTIVOS DE CONTAS

Carlos A. Criscuolo
carlos@otmeditora.com.br

Gustavo Feltrin
gustavofeltrin@otmeditora.com.br

Vito Cardaci Neto
vito@otmeditora.com.br

FINANCEIRO

Vidal Rodrigues
vidal@otmeditora.com.br

EVENTOS CORPORATIVOS/MARKETING

Maria Penha da Silva
mariapenha@otmeditora.com.br

Vanessa Rodrigues
vanessa@otmeditora.com.br

Glenda Pereira
glenda@otmeditora.com.br

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

Impressão

Elyon

Assinatura anual: TM R\$ 250,00 (seis edições e quatro anuários);
TB R\$ 225,00 (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:



Por uma agenda positiva

Foi de Alcides Braga, presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Implementos Rodoviários (Anfir), a proposta de se tentar impor uma “agenda positiva” para os negócios saírem do imobilismo, que marca o primeiro trimestre de 2015.

Vendas e produção registram queda média de 40% tanto na indústria automobilística quanto na de veículos rebocados, deixando todo o setor atônito.

“Precisamos incentivar nossos clientes a voltar comprar”, afirmou Braga, na coletiva em que a Anfir apresentou projeções do setor para 2015. “Embora nossas projeções sejam negativas para 2015, não podemos ficar dominados pelo pessimismo. É hora de fazer a economia voltar a andar.”

Muitos setores, no entanto, já estão sentindo os bons ventos. É o caso da logística, por exemplo. Transportadores e operadores, como os Correios, já se preparam para brilhar nos Jogos Olímpicos de 2016 no Rio de Janeiro.

O planejamento do maior evento esportivo do mundo requer atuação dos transportadores pelos 16 meses antes do início da competição, que só será realizada em agosto do ano que vem.

Quanto mais perto dos Jogos Olímpicos, mais o transporte e a logística vão ampliar oportunidades para geração de novos negócios e criação de postos de trabalhos em várias fases pré e pós-evento.

Apenas sob a supervisão dos Correios, que ganharam contrato logístico de R\$ 180 milhões junto ao Comitê Olímpico, serão movimentados cerca de 30 milhões de itens desde a preparação até a desmobilização total do evento. Até dezembro de 2017, delegações de mais de 200 países que participarão de 42 modalidades esportivas ainda terão equipamentos no Brasil a serem devolvidos.

Com a inauguração de um moderno centro de cargas no aeroporto de Guarulhos, a TAM também já está no espírito da agenda positiva. A TNT, que renovou a frota com 237 veículos também não se deixa abater pelo cenário eventualmente negativo.

Esta edição ainda está recheada de muitos outros exemplos positivos. Com o sucesso no teste do cargueiro militar KC-390, a Embraer, por exemplo, dá um grande passo para ampliar empregos e negócios no Brasil com as encomendas que já estão na carteira da companhia brasileira.

São exemplos assim que dão confiança aos brasileiros, apesar dos escândalos que atrasam nosso desenvolvimento. Que as boas cabeças do país nunca desistam de aposta na agenda positiva.



Jogos Olímpicos do Rio já começaram para os operadores

Um dos maiores parceiros do Comitê Organizador, os Correios buscam catapultar imagem ao exterior com o maior evento esportivo do planeta

■ WAGNER OLIVEIRA

SE NÃO FOR A MAIOR MOVIMENTAÇÃO logística, com certeza é uma das mais visíveis do planeta. Os cerca de 10.500 atletas que estarão reunidos no Rio de Janeiro entre 5 e 21 de agosto de 2016 para realização dos Jogos Olímpicos vão exigir a movimentação de pelo menos 30 milhões de itens, entre materiais e equipamentos

de suporte para a competição de 42 modalidades esportivas.

Todo esse trabalho começa a ser intensificado a partir de agora – embora agosto de 2016 pareça ainda um tanto distante. Com canteiro de obras por todas as partes, a logística dá os primeiros passos no Rio de Janeiro para garantir o “espírito

olímpico” a partir de modalidades-teste e a viagem da tocha olímpica por todas as regiões do país.

No total, 45 eventos-teste serão realizados até maio de 2016, três meses antes do início dos Jogos. Os eventos são divididos em três blocos: o primeiro, que conta principalmente com esportes ao ar livre,



acontece entre julho e outubro deste ano; o seguinte, focado em esportes em ambientes fechados, entre novembro de 2015 e fevereiro de 2016; e o último, de março a maio de 2016, finalizando a preparação.

Alguns dos destaques entre os eventos-teste programados para este ano são as competições de remo e hipismo, que acontecerão na Lagoa Rodrigo de Freitas e no Centro Olímpico de Hipismo, respectivamente, na semana de comemoração do marco de um ano para os Jogos Olímpicos, em agosto, além do torneio de tênis, que marcará a abertura do Parque Olímpico da Barra, em dezembro.

Participar da elaboração e realização desse trabalho eleva a reputação de profissionais e companhias. A escolha dos colaboradores é feita por meio de licitações de alcance internacional, com comprovada capacidade para dar suporte a delegações de 205 países que vão fazer do Rio de Janeiro o centro do planeta em agosto de 2016.

Para dar conta deste suporte, a logística será usada em toda a sua plenitude. Os equipamentos serão movimentados por terra, ar e mar, exigindo o melhor da tecnologia para evitar erros, desvios e roubos em meio a um cenário de competições



A logística será bastante exigida no transporte de pelo menos 700 barcos

onde não pode haver vacilo.

Uma das empresas envolvidas na operação logística dos Jogos Olímpicos são os Correios, estatal que já assinou acordo com o Comitê Organizador dos Jogos Rio 2016. Por um contrato de R\$ 180 milhões, a estatal será responsável por grande parte da logística. Entre outras coisas, a estatal vai realizar mais de 17 mil entregas e 1 milhão de encomendas durante os 16 dias de Jogos Olímpicos.

Caberá aos Correios o planejamento, gerenciamento e operação de transporte

e armazenagem de materiais esportivos, eletrônicos e de mídia, além de utensílios, acessórios, e bagagens dos atletas, móveis e peças das vilas e outros. A empresa também será responsável pela entrega postal e por projetos especiais (como medalhas, amostras de antidoping, achados e perdidos, pontos de vendas de ingressos). Só não fará a logística de alimentos, bebidas e transportes de pessoas.

Ao longo da competição, serão servidos 11 milhões de refeições, 18,6 mil quartos serão limpos, 40 mil camas arrumadas, além de 480 mil toalhas lavadas. Além dos Correios, o Comitê Olímpico vai contar com a colaboração de mais de 2.500 prestadores de serviço para atender os esportistas, que ficarão hospedados nos 31 prédios da Vila dos Atletas, na Barra da Tijuca.

Pelos números até agora calculados, só os Correios vão movimentar nos locais de competição e na Vila dos Atletas 980 mil partes de equipamentos esportivos, 120 mil cadeiras, 30 mil camas, 30 mil colchões, 25 mil mesas, 18 mil sofás, 36 mil bagagens de atletas. Também serão responsáveis por transportar 8,6 mil custódias (amostras de antidoping) e 300 quilômetros de barreiras (alambrado), para citar alguns exemplos da



O transporte de 320 cavalos das equipes de hipismo envolve uma grande operação logística

JOGOS OLÍMPICOS EM NÚMEROS
EQUIPAMENTOS E ARTIGOS A SEREM MOVIMENTADOS

	<p>Mais de 1.000.000 de encomendas</p>	<p>980.000 partes de equipamentos esportivos</p>	<p>120.000 mesas</p>	<p>18.000 sofás</p>
		<p>60.000 cabides</p>	<p>80.000 mesas</p>	<p>8.600 custódias (amostras antidoping)</p>



Furgões serão utilizados no apoio logístico das competições durante os Jogos do Rio

complexidade da operação.

Para dar conta de todo esse arcabouço, a estatal já reservou três grandes armazéns no Rio de Janeiro – um ao lado do aeroporto do Galeão, em Duque de Caxias, outro no centro, e também em Deodoro, onde se dará a disputa com cavalos. Ao todo são 100 mil m² para armazenar todos os tipos de equipamentos e materiais esportivos.

Segundo o planejamento, os Correios receberão as mercadorias já desembarcadas nos portos e aeroportos. Os contêineres liberados, em sua maioria, irão para o principal armazém (MDC – Main Distribution Center) em Duque de Caxias, com

cerca de 70 mil m². Por estrada, menos de 5% das cargas serão movimentadas para as cidades do futebol – provavelmente em São Paulo, Belo Horizonte, Brasília, Manaus e Salvador.

Nas ruas e estradas, dentro da Região Metropolitana do Rio, a empresa terá o apoio do Centro de Operações da prefeitura do Rio de Janeiro. “A ideia é termos apoio para criar “ondas verdes” e permitir que os caminhões dos jogos tenham prioridade na entrega. Em todos os Jogos Olímpicos e Paralímpicos é criada uma faixa exclusiva para o evento”, afirmou o vice-presidente de Logística dos Correios, José

Furian Filho. “Será um grande teste para mostrarmos nossa expertise.”

Furian classifica como operações especiais, a movimentação de medalhas, amostras de antidoping, achados e perdidos, pontos de vendas de ingressos, armas de fogo e munição. “Além da entrega, montagem e retirada do mobiliário das Vilas dos Atletas, por serem atividades inéditas para os Correios”, disse.

Os Correios contratarão apenas caminhões, armazéns, equipamentos de movimentação, postos de trabalho e materiais de consumo, para atender à prestação dos serviços de logística. A empresa será responsável pelo recebimento, armazenagem e distribuição de todos os equipamentos esportivos, exceto dos “atletas equinos” (cavalos). Também não vão armazenar armas e munição, apenas transportá-los.

Com apoio de empresas internacionais, o transporte de cavalos também envolve um grande planejamento por parte da logística. Ao todo são 320 animais das equipes de hipismo. O trabalho para trazer os animais começou em janeiro, já que depende da autorização e liberação de mais órgãos ligados aos transportes.

Os cavalos viajam em aviões cargueiros, acompanhados de até 12 tratadores em 11 voos exclusivos. Embarcam em aeroportos na Bélgica e nos Estados Unidos já dentro



do “air stable”, uma estrutura fechada com piso emborrachado forrado de palha. Os animais são alimentados com ração e capim. No desembarque, os estábulos saem dos aviões por esteira direto para os caminhões, que os transportarão para o complexo esportivo de Deodoro.

A logística também será bastante exigida no transporte de pelo menos 700 barcos, pelo tamanho, e das armas de fogo das competições a tiro. Embarcações a vela, remo e canoagem virão de fora, em navios específicos. Do porto, desembarcam no mar e seguem para os locais de partida das provas, na Lagoa Rodrigo de Freitas e na Marina da Glória.

“Nossos trabalhos começam a se intensificar em abril”, afirmou Furian. “Até novembro de 2017, a logística ainda estará atuando na devolução de equipamentos e materiais das delegações que vão se deslocar ao Rio de Janeiro.”

Diretamente, só os Correios irão mobilizar 250 funcionários próprias, além de abrir 2 mil postos de trabalhos a serem contratados no mercado. No entanto, outros empregados dos Correios estão indiretamente envolvidos em atividades administrativas e técnicas para apoiar a equipe dedicada ao projeto.

“Estamos estruturados com uma equipe em Brasília e outra no Rio de Janeiro, que

está desenvolvendo os planos da operação em parceria com o Comitê Organizador dos Jogos Rio 2016, ambas com profundo conhecimento em logística”, ressaltou disse Furian. “O grupo que está em Brasília será deslocado para o Rio de Janeiro, até abril, para trabalhar na gestão do evento e no processo captação de talentos.”

INTERNACIONALIZAÇÃO – Os Jogos Olímpicos são um grande teste para os Correios expandirem sua área logística aos mercados fora do Brasil. “Vamos usar toda a nossa estrutura de logística para ampliar nossos negócios no exterior. Por sua natureza e presença em todos os municípios brasileiros, os Correios podem e vão atuar como uma multinacional da logística, fomentando as exportações e importações de empresas de qualquer porte”, afirmou Furian.

A ideia é reforçada pelo presidente da estatal, Wagner Pinheiro de Oliveira. “Os Correios estão diversificando sua atuação e uma das estratégias é fortalecer a logística integrada. Somos uma empresa capaz de competir em nível internacional neste mercado. Associar nossa marca a este evento nos garante visibilidade mundial, além de proporcionar a geração de novos negócios.”

Com os Jogos Olímpicos, os Correios repetem a experiência bem sucedida da operação logística dos Jogos Pan-Americanos

de 2007 do Rio de Janeiro, quando ficaram encarregados de todo o transporte e montagem da estrutura da competição – foi a primeira vez no mundo em que uma empresa de correios realizou uma atividade do tipo.

A escolha dos Correios como operadores logísticos da maior competição esportiva mundial ocorre no momento em que a empresa vive um profundo processo de revitalização. Com a sanção da Lei 12.490, em 2011, pela presidente Dilma Rousseff, a empresa foi autorizada a diversificar suas atividades e está adotando uma atuação mais forte na área de logística.

Os Correios já executam grandes operações, como a distribuição de mais de 150 milhões de livros do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), em mais de 150 mil pontos de entrega. Também atuam na entrega e recolhimento de mais de 8 milhões de provas do Exame Nacional do Ensino Médio (Enem), com controle absoluto e interação com diversos intervenientes públicos e privados. O Pan Rio 2007 foi outra grande experiência para os Correios. A operação logística é vital para o sucesso dos eventos.

Atualmente os Correios já são responsáveis por megaoperações logísticas como a distribuição de urnas eletrônicas nas eleições.



Em um circuito particular no interior paulista, Mercedes-Benz testa recursos do FleetBoard, sistema de telemática

Mercedes-Benz amplia FleetBoard para toda a linha de caminhões

Nova geração do sistema de telemática, que possibilita ganhos financeiros com a gestão de frota e motoristas, começa a ser disponibilizada no Brasil

■ WAGNER OLIVEIRA

A MERCEDES-BENZ COMEÇA A VENDER no Brasil uma nova geração do FleetBoard, sistema de telemática agora disponível em toda a linha de produtos da marca. Com investimento de R\$ 40 milhões bancados pela montadora em parceria com empresa brasileira Zatix, o projeto pode ser levado a outros mercados com atuação da Daimler, controladora da Mercedes-Benz.

Os investimentos começaram a ser feitos em 2011 e o desenvolvimento da tecnologia contou com a colaboração de mais de cem engenheiros no Brasil e Alemanha. Pelas características do mercado local, a Mercedes-Benz decidiu testar a aceitação do produto por aqui em vez de colocá-lo primeiramente na matriz, como rotineiramente acontece em caso de

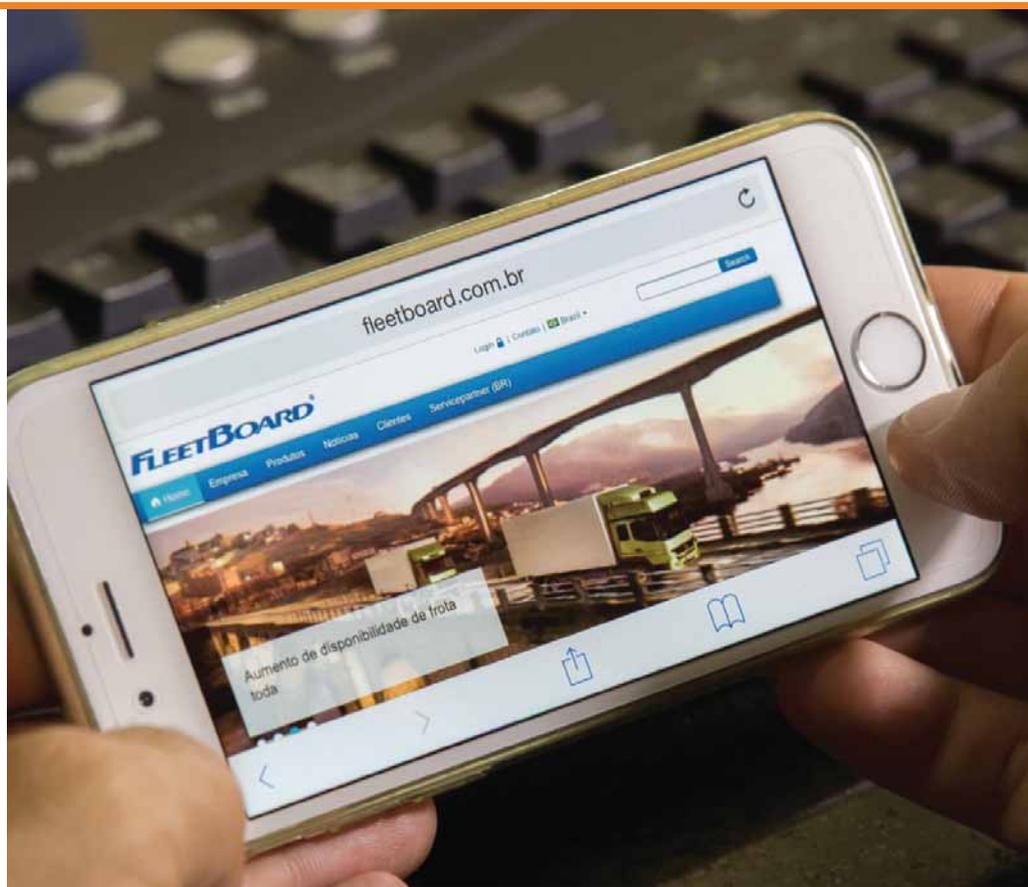
inovações tecnológicas.

“Desta vez, o Brasil é o primeiro país a ter a nova geração do FleetBoard, que chegou ao mercado nacional em março. Posteriormente, será oferecida a outros mercados também”, disse Roberto Leoncini, vice-presidente de vendas e marketing de caminhões e ônibus Mercedes-Benz do Brasil.

O lançamento reforça a estratégia da Mercedes-Benz de melhorar o conjunto de sua linha de produtos com oferta de tecnologia, conforto e resistência sem que implique impactos significativos no preço dos caminhões. Com isso, a montadora busca retomar a confiança de clientes perdidos para a concorrência e reconquistar a liderança no mercado brasileiro de caminhões.

Antes limitado aos extrapesados Axor e Actros, o FleetBoard passa a ser integrado em toda a linha, desde que o cliente solicite e pague mensalmente pela administração dos dados gerados pelo produto. O objetivo do sistema é colaborar para uma melhora da gestão da frota e do quadro de motoristas. De acordo com a montadora, o FleetBoard pode proporcionar redução de até 10% no consumo de combustível, levando a uma economia de até 15% com a diminuição de custos operacionais.

“Pelo menos é isso que atestam os mais de 3 mil módulos em operação no Brasil instalados em modelos Axor e Actros”, afirmou Leoncini. Segundo o executivo, no mundo a marca conta com 100 mil caminhões com o sistema implantado, gerando satisfação para os seus usuários.



Sistema FleetBoard pode ser operado à distância por meio de telefone celular

De acordo com a Mercedes-Benz, o FleetBoard utiliza a integração da informática com os recursos da internet e da telefonia móvel para proporcionar uma gestão mais eficiente da frota e dos motoristas, além de auxiliar na segurança do veículo e da carga.

Andre Weisz, responsável pelo FleetBoard no Brasil, disse que a redução do custo se dá nas ações provenientes da análise dos dados fornecidos pelo sistema, que podem ser acessados por meio de aplicativos instalados nos smartphones com o sistema operacional iOS ou Android. “O FleetBoard fornece um diagnóstico remoto do caminhão que permite o controle da manutenção de peças durante a realização das viagens,

Roberto Leoncini: o Brasil é o primeiro país a dispor da nova geração do FleetBoard

possibilitando maior produtividade do veículo.”

Todo o comportamento do motorista durante a direção fica registrado. O sistema dá notas para os melhores profissionais. Atitudes que prejudicam o desempenho, como freadas bruscas, acelerações e trocas de marchas erradas, são catalogadas, fazendo de cada trabalho também um aperfeiçoamento constante dos motoristas.

“A economia que o FleetBoard proporciona também leva em consideração fatores como consumo e manutenções, disponibilidade da frota, o que resulta em mais produtividade e rentabilidade para o transportador”, reforçou Leoncini. “Isso atende às expectativas das empresas brasileiras de transporte, que estão se profissionalizando cada vez mais, buscando entender melhor sua frota para otimizar os custos operacionais.”



Andre Weisz: o sistema ajuda as empresas a reduzirem custos

O CEO da Zatix, Cilineu Nunes, afirmou que, como opcional, a nova solução também oferece sistema de segurança de carga e do veículo. “O módulo TP5 foi desenvolvido para suportar os sistemas de rastreamento e bloqueio (segurança) sem que um interfira no funcionamento do outro. Com veículos cada vez mais

interconectados, essa é uma tendência irreversível”, declarou.

Em uma pista particular em Piracicaba, interior de São Paulo, técnicos da montadora mostraram parte do sistema. Por meio de uma mensagem eletrônica, a velocidade do caminhão cai para 10 km/h sem que o condutor possa interferir para fazer o veículo retomar a aceleração.

O alerta só é disparado pela transportadora depois de perceber alguma anomalia. “Não paramos o caminhão totalmente, porque pode provocar acidentes uma desaceleração total”, disse Weisz. Enquanto o veículo trafega lentamente, a polícia pode ser acionada e verificar o que houve de errado com o veículo.

“O nosso compromisso é que o cliente não precise comprar o caminhão em um lugar, um sistema de gestão de frota em outro e o rastreador em um terceiro local”, destacou Leoncini. “Na Mercedes-Benz, ele pode encontrar tudo isso, com a credibilidade de quem dispõe de amplo conhecimento e experiência no assunto”, insistiu Leoncini.

O executivo lembra que o FleetBoard integra um conjunto de serviços e soluções oferecidos pela Mercedes-Benz. Este portfólio inclui SelecTrucks, unidade de negócios de caminhões seminovos, bem como contratos de manutenção e oferta de peças genuínas Mercedes-Benz, peças da linha Alliance Truck Parts e peças remanufaturadas da linha Renov.

CARACTERÍSTICAS – Como é parte integrante do veículo, o módulo instalado em local invisível, não pode ser manipulado. O cliente FleetBoard conta ainda com suporte da Central de Atendimento 24 horas, durante sete dias por semana, bem como da Rede de Assistência Técnica, presente em todo o país.

A gestão dos dados do FleetBoard pode ser feita à distância, nos computadores dos escritórios das empresas de transportes. Também por meio de smartphones e tablets – incluindo aplicativos para iPhone e iPad – o gestor pode acompanhar o desempenho de um veículo ou de toda a frota. Ou seja, ele tem sempre à mão diversas informações, como a localização e a performance de seus caminhões.

Outro possível resultado proporcionado pelo uso dessa ferramenta é a redução do consumo de lubrificantes, filtros e freios. “As vantagens não param por aí. Com a evolução da nota referente à direção preventiva, há uma redução significativa do risco de acidentes, aumentando a segurança do motorista, assim como do veículo e da carga.”

Também é importante o dado fornecido pelo sistema que possibilita a identificação das pausas que o motorista faz durante a viagem. Isso permite verificar se ele está cumprindo a jornada de trabalho conforme a nova legislação. O sistema oferece mais vantagens, como o diagnóstico remoto de falhas e a manutenção preventiva, auxiliando na redução dos custos de manutenção. ■



Equipamento que indica localização e gera dados do veículo é instalado na fábrica



DIFERENCIAL PARA FROTAS

INTELIGÊNCIA E PERFORMANCE PARA SEU NEGÓCIO

◀ A Ituran conta com a mais moderna tecnologia de Rastreadores para Frotas. Qualquer que seja o seu negócio, a Ituran é sua parceira, garantindo eficiência e gestão de custo com os mais avançados recursos de telemetria.

SOLICITE RASTREADOR PARA FROTAS

CONFIRA AS VANTAGENS



PREÇO
COMPETITIVO



IMUNE AO
JAMMER



RASTREADOR
SEM FIO



RECURSOS
DE TELEMETRIA



GERENCIAMENTO
DE FROTAS



AVALIAÇÃO ATIVA
DO MOTORISTA



MONITORAMENTO
ONLINE



IDENTIFICAÇÃO
DO MOTORISTA



RELATÓRIOS
DIVERSIFICADOS



SOLUÇÕES
PERSONALIZADAS

Ligue agora e solicite uma visita!

0800 33 FROTA

◀ 0800 33 37682

0300 77 FROTA

◀ 0300 77 37682





Volvo teve resultados positivos apesar da retração do mercado

A Volvo registrou em 2014 seu segundo melhor ano em vendas de caminhões no Brasil e conquistou 21,3% de participação de mercado nos segmentos dos pesados e semipesados

O GRUPO VOLVO TEVE UM ÓTIMO ANO, mesmo com o mercado de veículos comerciais apresentando um forte declínio em 2014. Foi o segundo melhor ano em emplacamentos de caminhões Volvo no Brasil, alcançando 19.732 veículos, número inferior somente às 20.731 unidades emplacadas em 2013. As vendas de ônibus da marca cresceram 2,7% no período, apesar de o mercado ter caído 16,3%. Foi também o segundo melhor ano da história da Volvo no segmento de ônibus, com a comercialização de 3,1 mil chassis, 1,7 mil emplacados no país e 1,4 mil no mercado externo. Mas as

condições de financiamento recentemente implementadas, a deterioração dos índices econômicos e a acentuada queda nas vendas preocupam a Volvo.

A Volvo ainda retomou a liderança no segmento de caminhões pesados, terminando 2014 com 29,6% de market share, quase 3% a mais que no ano precedente. "É mais de um quarto de todo o mercado brasileiro de caminhões nesta categoria", comemora Claes Nilsson, novo presidente do Grupo Volvo América Latina. "E a linha VM de semipesados bateu mais um recorde histórico, alcançando inéditos 12,6% de

participação", complementa Bernardo Fedalto, diretor de caminhões Volvo no Brasil.

Somados os resultados de caminhões pesados e semipesados, a Volvo teve um bom desempenho em 2014, conquistando 21,3% de participação de mercado, 1,3% a mais que os 20% de market share registrados em 2013. A Volvo é a única montadora de caminhões que apresenta uma trajetória de crescimento sustentado desde 2008, passando dos 12,8% de participação de mercado naquele ano para os atuais 21,3%.

Mesmo com a queda total das vendas de caminhões e as incertezas na economia,

a Volvo teve um desempenho superior ao mercado. Enquanto o mercado total de caminhões pesados caiu 15,1%, a Volvo registrou decréscimo de apenas 6,3%. A mesma situação ocorreu no segmento de semipesados: enquanto o mercado total teve retração de 5,6%, a Volvo caiu apenas 1%.

“Os transportadores sabem fazer contas e escolhem a melhor opção para eles”, destaca Fedalto. “Nossos caminhões têm robustez, baixo consumo de combustível e grande disponibilidade, atributos que asseguram maior rentabilidade aos transportadores. Prova da nossa preocupação em oferecer aos nossos clientes o que há de mais moderno, produtivo e rentável foi o lançamento recente da nova linha de caminhões que traz ao mercado brasileiro um novo patamar de tecnologia e propicia condições de competir em um mercado cada dia mais exigente. Mas um excelente produto não seria suficiente se não contasse com uma rede de concessionárias totalmente comprometida em atender os clientes com grande qualidade e agilidade”, afirma.

Somando-se todas as vendas de caminhões Mack, Renault e UD – as outras marcas de veículos comerciais de propriedade da Volvo – em outros países no continente, o grupo sueco comercializou um total de 24.333 unidades no mercado latino-americano.

No Chile, Peru, Argentina, e Venezuela – outros quatro importantes mercados latino-americanos para a Volvo – a empresa também registrou resultados positivos. “É um grande orgulho termos atingido estes feitos”, comemora Claes Nilsson, executivo que acaba de assumir a presidência do Grupo Volvo América Latina. “O Brasil é um mercado muito importante para o Grupo Volvo”, complementa.

A Volvo Financial Services Brasil também encerrou 2014 com volumes recordes de financiamentos, vendas de consórcios e de seguros. Responsável pelo financiamento dos produtos do Grupo Volvo, a VFS

desembolsou R\$ 2,9 bilhões para aquisição de caminhões, ônibus e equipamentos de construção no mercado brasileiro, 34% a mais que no ano anterior. A comercialização de consórcios cresceu 14% na mesma comparação, e os seguros alcançaram R\$ 110 milhões. A instituição foi responsável pelo financiamento de 39% das vendas da marca no Brasil.

No comando da Volvo Financial Services Americas assumiu Márcio Pedroso, que se reportará ao presidente mundial da divisão, Scott Ralfin. É a primeira vez que um executivo brasileiro assume essa posição, responsável por todo o continente americano.

O Consórcio Volvo registrou a venda de 2,4 mil cotas e um volume de créditos na ordem de R\$ 800 milhões, o maior em mais de 20 anos.

VENDAS DE ÔNIBUS – O volume de vendas de ônibus da Volvo cresceu 2,7% em 2014 em relação a 2013, apesar do mercado total de ônibus ter registrado uma queda de 16,3%, de acordo com dados da



Claes Nilsson, novo presidente do Grupo Volvo América Latina, comemora os bons resultados na região

Anfavea. Nos segmentos em que a Volvo atua, de pesados e semipesados, a queda do mercado foi de 7,4%.

Este foi o segundo melhor ano da história da montadora no mercado de ônibus na América Latina. Foram comercializados 3.171 chassis, sendo 1.706 veículos emplacados no Brasil e 1.465 entregues no mercado externo. O melhor ano foi 2011, quando a empresa comercializou 3.622 chassis.

JOINT VENTURE DONGFENG-VOLVO NA CHINA

A fabricante chinesa de veículos Dongfeng Motor Group anunciou em fins de janeiro o estabelecimento de uma joint venture com a Volvo sueca para produção de veículos comerciais e estimular a expansão da marca chinesa tanto na China como no mercado internacional. O controle acionário é repartido em 55% para a Dongfeng e 45% para a Volvo na nova empresa, denominada Dongfeng Commercial Vehicles.

De acordo com o presidente do grupo Dongfeng, Xu Ping, a joint venture aumentará a competitividade da marca, fortalecerá a pesquisa e desenvolvimento em veículos completos e os principais componentes do trem de força e ajudará a expandir os negócios no mercado externo.

Para Olof Persson, presidente da Volvo mundial, “o estabelecimento da joint

venture representa uma mudança fundamental nas oportunidades do Grupo Volvo no estratégico mercado de caminhões da China, que é o maior do mundo. “Junto com a Dongfeng, construiremos uma companhia globalmente competitiva com excelente potencial para crescimento e lucratividade dentro e fora da China”, afirmou.

A nova empresa vai desenvolver e fabricar veículos da marca Dongfeng, abrangendo uma linha completa de caminhões médios e pesados, além de ônibus, chassis de veículos especiais, motores e transmissões.

A Dongfeng Trucks é uma das líderes do mercado chinês de caminhões, com um market share de 16% no segmento de pesados, com a comercialização de 150 mil unidades no ano passado. O grupo como um todo teve receita de US\$ 74 bilhões em 2014.



Nos últimos quatro anos, a Volvo vem aumentando sua participação de mercado de ônibus no Brasil

A Volvo conquistou 1,2% de market share, atingindo 11,9% de participação no mercado de ônibus no Brasil nos segmentos de pesados e semipesados. Nos últimos quatro anos, a empresa vem aumentando sua participação de mercado de forma

consistente. Em 2010 tinha 4,1% de participação de mercado; em 2011, 7,7%; em 2012 alcançou 9,9%; e em 2013, 10,7%.

“Apesar do cenário negativo, o ano foi muito positivo para a Volvo Bus. Tivemos um aumento das vendas tanto no mercado interno quanto no mercado externo”, afirma Luis Carlos Pimenta, presidente da Volvo Bus Latin America. O executivo atribui os bons resultados à satisfação dos clientes com a marca. Uma pesquisa realizada no final de 2014 por instituto de pesquisas GFK Brasil, apontou um índice de 80% de clientes muito satisfeitos no Brasil e de 76% na América Latina.

“Junto com a rede, temos feito uma série de investimentos na infraestrutura de

atendimento e em programas de pós-venda para melhorar cada vez mais a agilidade e a qualidade do atendimento aos operadores de transporte”, destaca Pimenta.

Os números de 2014 também apontam um equilíbrio entre as vendas no mercado interno e externo. No ano passado, as exportações representaram 46% das vendas de chassis. Nos últimos anos, o volume de exportações representava menos de 40% do total de vendas de ônibus da Volvo.

O maior volume de vendas foi para Colômbia, com 60,6% das entregas; seguida pelo Chile, com 19%; e pelo Peru, com 10,6%. “Este volume de vendas expressivo para a Colômbia, deve-se à ampliação de algumas linhas alimentadoras ao TransMilenio e ao projeto de renovação da frota com veículos com tecnologias menos poluentes, como Euro 5 e híbrida”, relata Pimenta.



Luis Carlos Pimenta: “Tivemos aumento de vendas tanto no mercado interno como no mercado externo”

Assine as publicações da OTM Editora e tenha o máximo de informação:



6 edições + 4 Anuários:
Anuário de Carga, Anuário de Logística,
Gestão de Frotas e Maiores & Melhores



TM é a mais tradicional publicação do setor de transporte de carga. Editada há 50 anos a revista tem conteúdo específico sobre as melhores formas de transportar, de otimizar equipamentos de transporte, e traz as últimas novidades sobre manutenção, caminhões, custos, peças e equipamentos, implementos, serviços e empresas, além de cases de sucesso recente no setor. Publicação especializada para transportadores, operadores logísticos, compradores de frete (embarcadores), e quem administra frotas em todos os modais de transporte de carga (rodoviário, ferroviário, aéreo, marítimo, fluvial) e de passageiros.

R\$ 250,00



6 edições + 3 Anuários:
Anuário do Ônibus,
Gestão de Frotas
e Maiores & Melhores



Publicada há 21 anos, a Technibus aborda o transporte de passageiros urbano, rodoviário e fretamento e turismo por ônibus e circulará em 2011 com 6 edições. Seu conteúdo é específico sobre as melhores formas de otimizar o equipamento ônibus, traz artigos sobre sistemas de transporte público, operações de transportadoras, produtos e serviços, além das últimas novidades sobre manutenção, custos, equipamentos e de cases de sucesso recente no setor. Publicação especializada para quem atua no mercado, como gestores de frotas, empresários e executivos de empresas e transportadoras e técnicos de transportes.

R\$ 225,00

Para mais informações ligue:
11-5096-8104

ou pelo e-mail:
assinaturas: circulacao@otmeditora.com.br



Acesse www.otmeditora.com.br e faça já sua assinatura



Negócios de caminhões desabam

Vendas e produção recuam na ordem de 40% no primeiro bimestre em razão da baixa atividade econômica

■ WAGNER OLIVEIRA

TODAS AS LUZES DE ALERTA ESTÃO ACESSAS na indústria de caminhões. O mercado registrou números muito negativos, para não dizer assustadores no primeiro bimestre. Antes restritas ao início do ano, projeções negativas já vislumbram um dos piores anos depois da crise mundial de 2008, ano de baixos resultados na produção nacional. No pior dos cenários de 2015, o mercado de caminhões cairia abaixo das

100 mil unidades, impactando fortemente a lucratividade dos fabricantes e eliminando milhares de postos de trabalho.

O resultado dos dois primeiros meses do ano foi fortemente impactado pelas mudanças nas regras de financiamento do Finame. A atual conjuntura política e econômica abala a confiança dos empresários do setor de transportes. Soma-se a isso a baixa demanda por serviços e aumento no

preço dos insumos com depreciação do frete. Fontes estimam que pelo menos 400 mil caminhões estariam parados em razão da baixa atividade econômica.

Para piorar o desempenho da indústria, a comparação dos números é feita sobre uma base já fraca em 2014, ano em que o setor registrou queda de 12% e recuou ao patamar de cinco anos atrás. Estimativas mais otimistas esperam uma recuperação

das vendas a partir do segundo semestre, após a economia ter digerido reajuste nos preços de serviços controlados pelo governo, como de combustíveis e energia.

De acordo com Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), as vendas de caminhões caíram 39,4% nos dois primeiros meses do ano ante igual período de 2014. No bimestre, foram produzidas 12.857 unidades contra 21.235 no ano anterior. Já a produção recuou 43,9%, passando de 28.950 caminhões, em 2014, para 16.233, em 2015.

“Houve muita reviravolta até que, em fevereiro, o governo estabelecesse o atual critério para os juros praticados pelo BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social) na linha do Finame PSI”, afirmou o presidente da Anfavea, Luiz Moan. “Acredito que o mercado de caminhões e ônibus se recupere aos poucos com a definição dos financiamentos.”

Moan afirmou que a entidade está mantendo conversações com o governo para tentar encontrar medidas que amenizem o quadro. A entidade considera, entretanto, que não é cogitada a redução de impostos, como os incentivos adotados no primeiro mandato da presidente Dilma Rousseff.

Depois de um janeiro desastroso, o governo foi convencido pela Anfavea a fazer uma revisão da regra anunciada pela nova equipe econômica. Lançada no começo de 2015, o Finame PSI permitia o financiamento de até 70% de veículos de carga e de passageiros com juros que variam de 9,5% a 10% ao ano – empresas de maior porte arcam com taxas mais altas. O valor restante, não coberto inicialmente pela linha subsidiada do BNDES, poderia ser dado pelo cliente como entrada ou financiado a uma taxa variável, indexada pela Selic. Dessa forma, o valor das prestações sofreria alterações a cada mês, acompanhando os juros básicos da economia.

Em uma nova portaria anunciada no começo de fevereiro, o governo permitiu que

o valor que era financiado a uma taxa variável possa também receber crédito do BNDES com juros fixados em 15,74% ao ano. Esta medida garante estabilidade no valor das parcelas do financiamento, tornando a linha mais interessante para o cliente.

“Essa nova condição do BNDES deixa o cliente mais tranquilo na medida em que ele sabe de antemão o valor final da prestação, o que não era possível caso tivesse que atrelar uma parte do financiamento à taxa Selic”, disse o vice-presidente da Anfavea responsável pelo área de veículos comerciais, Marco Saltini.

Antes mesmo da alteração da regra do Finame, várias montadoras haviam anunciado incentivos em financiamentos com juros mais atraentes sobre a faixa não mais coberta pelo Finame. Pela nova regra do governo, o Finame só financia 50% do valor do bem para corporações de grande porte e 70% para empresas menores. Iveco, Mercedes-Benz, Ford e MAN ofereceram planos paralelos.

“O primeiro bimestre foi praticamente perdido”, disse o vice-presidente de marketing, vendas e pós-vendas Mercedes-Benz do Brasil, Roberto Leoncini. O executivo não quis arriscar números para o mercado neste ano. “Não vou ser o primeiro a falar em números pessimistas”, declarou. Nos bastidores, no entanto, executivos da indústria de caminhões já prevêm um ano comprometido, diante das incertezas econômicas e políticas. Projeções sombrias até de um mercado abaixo das 100 mil unidades já são lançadas.

Em meados de fevereiro, o presidente da Mercedes-Benz, Philipp Schiemer, disse que o mercado estava bem difícil do que o esperado. “As vendas podem recuar até 15% no primeiro semestre em razão da atual conjuntura”, afirmou. “Nosso cenário mais otimista projeta uma recuperação a partir do segundo semestre. Até lá, vamos procurar atender da melhor maneira possível nossos clientes”, disse.

Líder de vendas no Brasil, os emplacamentos da MAN Latin America caíram 32,7% no primeiro bimestre. Passaram de 5.618, em 2014, para 2.771 unidades no começo deste ano. A produção teve que ser reduzida em Resende (RJ), onde está a fábrica da empresa, para se adequar à atual demanda do mercado.

O mesmo acontece em São Bernardo do Campo (SP). Segunda colocada do mercado nacional, as vendas da Mercedes-Benz recuaram 40,6% no primeiro bimestre, segundo dados apresentados pela Anfavea. A montadora emplacou 3.008 caminhões ante 5.068 unidades em 2014.

Na vizinhança, a Ford foi a que perdeu menos. A fabricante vendeu este ano 2.840 unidades ante 2.465, em 2014. A queda foi de apenas 13,9%, bem abaixo do mercado nacional como um todo.

A Volvo também enfrentou uma forte redução, de 56,8%. A empresa de Curitiba vendeu 1.360 caminhões nos dois primeiros meses de 2015 ante 3.145 veículos de carga emplacados no primeiro bimestre de 2014.

Ainda no ABC, a Scania também sofreu bastante no período. A montadora sueca vendeu apenas 907 unidades nos dois primeiros meses de 2015, quando, no mesmo período de 2014, havia emplacado 2.471 unidades, ou seja, uma queda de 63,3%.

A Iveco, que já vinha de um ano ruim em 2014, também enfrenta problemas de mercado no início de 2015. Suas vendas caíram 50,9% no período. Passaram de 1.492 no período em 2014 para 733 em 2015.

Novata, a International viu suas vendas despencarem 88%, caindo de 183 unidades, no ano passado, para 22 caminhões. Já a DAF segue caminho contrário. Com base muito fraca em 2014, vendeu 57 caminhões no período.

A Agrale também enfrentou redução de 38,8% nas vendas no primeiro bimestre, passando 65 veículos para 41 no primeiro bimestre deste ano.



Foodtruck é uma das várias aplicações que vans e furgões podem disponibilizar

Novas aplicações estabilizam vendas de furgões

Turismo, hotelaria e comida de rua ampliam uso de comerciais leves por empreendedores

■ WAGNER OLIVEIRA

O MERCADO DE VANS, FURGÕES E CHASSI-CABINE deve permanecer estável este ano. O que não deixa de ser uma boa notícia para as montadoras, que vêem quase todos os segmentos de veículos da indústria automobilística desabarem no primeiro bimestre.

O aumento de aplicações para os veículos comerciais leves explica por que o mercado de vans, furgões e chassi-cabine caiu

apenas 5% em 2014 em relação ao ano anterior. Foram comercializadas no ano passado cerca de 44,2 mil unidades destes comerciais leves ante 46 mil em 2013.

Em uma base de comparação, o mercado geral de caminhões caiu 12% em 2014 em comparação com 2013. Em ônibus, as vendas recuaram 19% em janeiro comparadas a dezembro. No mesmo período, as vendas dos veículos de carga sofreram

recuo de 44%. No primeiro bimestre, as perspectivas são que os números fiquem ainda piores.

Segmentos de turismo, hoteleiro, hospitalar, passageiros urbanos e até comida de rua, os food trucks, ajudaram o segmento a evitar queda significativa de vendas em 2014. O mercado brasileiro é tido como bastante promissor.

“Conseguimos um ótimo resultado se

MERCADO DE COMERCIAIS LEVES



VANS
49%



FURGÕES
32%



CHASSIS CABINE
19%

compararmos o comportamento do mercado em geral”, disse Carlos Garcia, gerente sênior de vendas e marketing da Sprinter da Mercedes-Benz do Brasil.

Garcia lembra que, ao contrário de caminhões, comerciais leves de 3 a 5 toneladas não têm direito a financiamento por meio do Finame. “Essa categoria sofre os mesmos juros praticados para automóveis, muito maiores do os para caminhões e ônibus”, disse.

As vans ainda representam a maior parte do mercado desse segmento de comercial leve, com 49% do mix de vendas. Os furgões vêm em seguida, com 32%. Chassis-cabine representam 19%. De acordo com dados da Mercedes-Benz, a Sprinter tem 21,6% do mercado, seguida da Renault Master e Fiat Ducato, com cerca de 20% do mercado, seguidos pela Iveco Daily, Peugeot Boxer e Citroën Jumper, completando o resto do mercado, depois que a Volkswagen Kombi foi descontinuada em 2014.

Carlos Garcia afirmou que o segmento de furgões e vans acima 3,5 t está em expansão

Com mais de 50 versões, os preços da Sprinter variam de R\$ 90 mil a R\$ 144 mil. Em continuidade aos bons resultados obtidos em 2014, quando obteve um aumento de participação de mercado de um ponto percentual, a Mercedes-Benz liderou em vendas no mercado de comerciais leves no primeiro bimestre do ano de 2015, com 1.328 unidades emplacadas. “O custo operacional e o custo/benefício são os diferenciais da Sprinter, que

proporciona maior lucratividade para o cliente”, disse Garcia.

EMPREENDEDORISMO – A versatilidade do segmento de comerciais leves de 3 a 5 toneladas tem incentivado o empreendedorismo. Um dos exemplos é a transformação de um furgão num veículo para o transporte de executivos. Durante a Feira do Empreendedor, no Anhembi, em São Paulo, a Mercedes-Benz exibiu uma Sprinter com o interior inspirado no jato Embraer Phenon. A implementação custa cerca de R\$ 350 mil. Apenas o furgão tem custo estimado em R\$ 120 mil. O projeto destina-se principalmente ao segmento de hotéis de luxo.

Já a franquia Let’s Cupcake escolheu o chassi Sprinter como food truck para realizar uma nova atividade. “Levamos às ruas uma fábrica de bolinhos sobre rodas. Cada veículo propicia aos clientes a possibilidade de montar o seu próprio cupcake. Escolhemos o produto Mercedes-Benz pela sua robustez, versatilidade e a fácil dirigibilidade”, disse a proprietária Flávia Bravo.



DAF diversifica ações para aumentar vendas do XF 105

Além de anunciar novo presidente para o Brasil, montadora faz parceria com a Randon Consórcios

■ WAGNER OLIVEIRA



Verde é a nova cor do XF 105, que também terá mais uma versão de cabine

EM UMA RAMPA DE CRESCIMENTO DE vendas no Brasil, a DAF lança mão do marketing para atingir um número maior de consumidores em um momento em que o mercado nacional está difícil para o negócio de caminhões novos.

O modelo extrapesado XF105, primeiro caminhão da marca produzido localmente, passa a ser comercializado também na cor verde. A opção é a oitava oferecida pela montadora, além do amarelo, prata, azul, branco e vermelho (mais duas tonalidades).

As concessionárias da rede DAF já podem receber, em todas as regiões do Brasil, pedidos das unidades verdes do XF105, disponível em todos os modelos. Com a produção da fábrica em Ponta Grossa, no interior do Paraná, desde outubro do ano passado, a DAF busca aproveitar sua boa conceituação na Europa para crescer no mercado nacional, um dos maiores e mais

disputados do mundo.

Além da nova pintura, a DAF prepara outras novidades. A principal delas é que a montadora fará ainda este ano o lançamento da Super Space (teto alto) do XF 105, que já tem opções de cabine Space e Comfort. A Super Space terá 2,10 metros de altura interna.

O XF105 é equipado com motor Paccar MX 12,9 litros. O extrapesado é comercializado nas versões 6x2 e 6x4, com potência de 410 cv ou 460 cv e torques máximos de 2.000 Nm e 2.300 Nm, entre 1.050 rpm e 1.410 rpm.

MUDANÇA DE COMANDO – Michael Kuester assumiu a presidência da DAF no Brasil em março. O executivo estava atuando no país como diretor executivo comercial. Kuester substituiu Marco Dávila, promovido a vice-presidente da Paccar,

responsável pelas operações do México e América Latina do grupo.

Michael Kuester ingressou no grupo Paccar em 1989 e, desde então, ocupou cargos na companhia, como gerente da DAF Espanha, gerente de marketing e comercial na Paccar Parts América do Norte e, recentemente, diretor executivo comercial da DAF Brasil. O profissional é graduado em Administração pela Universidade Gonzaga, em Washington, e possui MBA pela Universidade de Seattle, ambas nos Estados Unidos.

Marco Dávila, como vice-presidente da Paccar, assume o lugar de Samuel Means. Dávila está na companhia há 23 anos, onde ocupou posições como gerente-geral da Paccar Parts Europa, diretor executivo comercial e diretor executivo de operações da Paccar México. O executivo é graduado em contabilidade e possui MBA pela Cetyts Universidad, no México, além de cursar o Programa Executivo na Universidade de Stanford, nos Estados Unidos.

CONSÓRCIO – A Randon Consórcios firmou parceria para administrar o consórcio com a DAF Caminhões Brasil. O negócio foi acertado em Caxias do Sul com participação do novo presidente Michael Kuester e de David Abramo Randon, o presidente do Conselho de Administração da Randon. “Estamos convictos do acerto de mais esta parceria”, observou David Randon, ao salientar o consórcio como um instrumento adequado de autofinanciamento, especialmente diante do aumento das taxas de juros.

Para Michael Kuester, “a DAF está em plena expansão das suas atividades no país, e isso inclui oferecer aos clientes



Michael Kuester deixa a diretoria comercial para ocupar a presidência da DAF no Brasil

opções de pagamento que se ajustem às suas necessidades”, declaram.

De acordo com o executivo, o consórcio é uma modalidade de venda bastante tradicional no Brasil e que está apresentando expressivo crescimento ano a ano. “Buscamos também um parceiro tradicional e de grande credibilidade, a Randon Consórcios, referência no segmento de transportes”, afirmou Kuester.

Sediada no complexo industrial Randon, em Caxias do Sul (RS), a Randon Consórcios possibilita a aquisição de bens por meio do sistema de consórcios. Atualmente, atua nos segmentos de imóveis, automóveis, implementos rodoviários, máquinas e equipamentos agrícolas, miniônibus e caminhões.

O sistema de consórcios vem crescendo no Brasil, principalmente, em um momento de escalada de juros. “A modalidade permite acesso ao mercado de consumo, baseado na união de pessoas físicas ou jurídicas, em grupo fechado, cuja finalidade é formar poupança comum destinada à aquisição de bens móveis, imóveis e serviços, por meio de autofinanciamento”, lembrou Kuester.

O extrapesado da DAF Caminhões já está sendo comercializado por meio de consórcio em todo o Brasil. A modalidade

XF 440 EUROPEU É ELEITO CAMPEÃO

O European Truck Challenge (ETC), desafio europeu de caminhões Euro 6, elegeu o DAF XF 440 como o melhor caminhão, em três categorias: custo de operação, economia de combustível e inovação 2014.

Desde 2009, o ETC compara caminhões fabricados na Europa para transporte de longa distância equipados com motores de 400 cv até 440 cv, torque máximo de 1.900 Nm a 2.150 Nm. Além da DAF, diversas outras montadoras europeias participaram do desafio.

A avaliação aconteceu na Alemanha em novembro de 2014, com 142 km percorridos em duas etapas. A primeira rodou 33 km por estradas rurais, e a segunda, 109 km, em rodovia com diferentes exigências topográficas, na região de Kassel. Dirigibilidade, conforto, baixo nível de ruído e eficiência foram as principais características avaliadas.

CUSTO DE OPERAÇÃO – Considerada a mais prestigiada do ETC, a categoria Custo de Operação premiou a DAF pela segunda vez consecutiva. Em 2013, o vencedor foi o XF 460, e em 2014, o XF 440, ambos na Europa.

Além do consumo de combustível, a categoria analisa taxa de leasing do fabricante, taxas fixas contratuais para reparos em oficinas e outros custos fixos, como despesas com consumíveis e necessidade de troca de pneus.

ECONOMIA DE COMBUSTÍVEL – A competição nesta categoria inicia a partir do primeiro reabastecimento, que em todas as vezes é rigorosamente registrado pela equipe responsável do prêmio e apresentado aos participantes.

estará disponível para todas as configurações, nas versões 6x2 e 6x4, equipadas com motor Paccar MX de 410 cv ou 460 cv e transmissão manual de 16 velocidades ou



O ETC avaliou diferentes conceitos utilizados para cumprir a norma Euro 6. A DAF aplica pós-tratamento de gás de exaustão em combinação com recirculação (EGR) e tecnologia SCR com AdBlue.

INOVAÇÃO 2014 – A DAF conquistou o título europeu em Inovação devido ao novo sistema que equipa o XF 440, batizado de controle de cruzeiro preditivo controlado por GPS (PCC). A função é capaz de determinar a velocidade ideal dentro de uma faixa preestabelecida, e indicar a mudança de marcha adequada. O sistema está disponível como opcional no mercado europeu desde o início do ano.

XF 440 EURO 6 – Produzido e comercializado pela montadora na Europa, o extrapesado é indicado para o transporte rodoviário de longa distância. O XF 440 é ofertado no mercado europeu com a linha de motores Euro 6: Paccar MX 13 de 12,9 litros, e Paccar MX 11 de 10,8 litros.

O XF 440 também é destacado pelo seu espaço interno devido à Super Space Cab com 2,25 metros de altura. Outra característica forte da linha Euro 6 é o design atraente e interior renovado. Atualmente, o modelo tem versões disponíveis apenas na Europa e não é comercializado no Brasil.

automatizada de 12 ou 16 velocidades. O XF 105 está disponível em duas opções de cabine, Comfort e Space, além de diversos opcionais de conforto.

Shacman confirma produção nacional

Executivo-chefe da empresa no Brasil diz que marca chinesa assinou joint venture para fábrica no interior de São Paulo

■ WAGNER OLIVEIRA



A METRO-SHACMAN CONFIRMOU MAIS uma vez os planos de produzir caminhões da marca chinesa em uma fábrica no interior de São Paulo. “Celebramos um marco importante para a produção de veículos Shacman no Brasil, com total apoio de um dos maiores fabricantes de veículos do mundo”, disse Reinaldo Reis Vieira, CEO da Metro-Shacman no Brasil.

De acordo com anúncio do executivo, foi assinada uma joint-venture entre

a Shaanxi Automotive Group e a Metro-Shacman durante a Conferência Anual da Shacman, realizada em janeiro na cidade de Zhuhai, litoral sul da China.

O evento contou com executivos e colaboradores da empresa, autoridades, representantes da Shacman da América Latina, Ásia, Austrália, Oriente Médio e África. A Shacman vendeu em 2014 aproximadamente 102 mil caminhões – 13 mil para exportação. Seu faturamento anunciado foi da ordem U\$ 6,5 bilhões.

A Metro-Shacman foi a primeira montadora estrangeira de caminhões de marca chinesa a se habilitar ao Inovar-Auto. A empresa já tem sua linha de caminhões pesados homologados para o Brasil.

Desde 2011 foram importados caminhões da Shacman para testes de homologação e comercialização no mercado. Na edição da Fenatran de 2013, a empresa sino-brasileira apresentou ao público seu veículo conceito com mais de 60% de conteúdo brasileiro, desenvolvido em parceria com fornecedores locais em tempo recorde para a indústria nacional.

Em 2014, a empresa se filiou à Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), novamente sendo a primeira marca chinesa de caminhões a fazer parte da entidade, que representa os fabricantes de veículos automotores instalados no Brasil.

Com área própria de 54.000 metros quadrados, sendo 12.000 metros quadrados de área construída na cidade de Tatuí (SP), a Shacman do Brasil irá produzir seus primeiros caminhões pesados já em 2016.



Wang Gang, vice-gerente geral da Shaanxi e Reinaldo Vieira, CEO da Metro-Shacman, no evento de assinatura da joint-venture

No evento realizado na China, foram expostos diversos modelos de veículos Shacman, incluindo um caminhão Shacman 8x8 com motor Cummins ISX de 15 litros e 600 cavalos a 2.800 Nm de torque, além de transmissão automatizada Allison.

Diretor de desenvolvimento de produtos, Marcos Gonzalez, que também esteve na China, disse que a marca tem interesse em diversificar produtos no Brasil. “Após a instalação da linha de montagem dos caminhões pesados, poderemos introduzir novos modelos de veículos para o mercado brasileiro”, assinalou.

A Shacman China dispõe de um portfólio de veículos que vão desde caminhões leves até extrapesados, para atender diversos segmentos do mercado, além de ônibus, vans, veículos militares e diversos tipos de implementos.

Foton apresenta caminhões no Circuito Ceasa

Empresa fará demonstrações de seus produtos em centrais de abastecimento para encontrar com público-alvo

■ WAGNER OLIVEIRA

APÓS DEIXAR A IVECO, O NOVO DIRETOR de vendas, marketing e pós-venda da Foton Caminhões, Alcides Cavalcanti, começa o trabalho para expandir as vendas em sua nova casa – ainda que 2015 tenha começado muito difícil para a indústria nacional de caminhões.

A marca chinesa, que tem parceria com sócios brasileiros para atuar no mercado nacional, começou por Porto Alegre o Circuito Ceasa, evento de relacionamento com clientes nas centrais estaduais de abastecimento espalhadas pelo país. Até o final de 2015, a Foton percorrerá outras quatro regiões do Brasil nos meses de março, julho, setembro e novembro.

A ação de marketing deixará caminhões Foton de 3,5 e 10 toneladas presentes em cada etapa do circuito por quatro dias. O objetivo é apresentar aos motoristas autônomos, transportadores, caminhoneiros e distribuidores os veículos da marca.

A empresa preparou um estande para atendimento personalizado da área de vendas da Foton e dos concessionários de cada região. Os visitantes poderão ainda realizar test-drive nos veículos – equipados com motor Cummins, caixa de câmbio ZF e sistema de injeção Bosch.

Cavalcanti afirmou que o objetivo da participação da empresa no Circuito Ceasa é apresentar os veículos em locais onde circula o público-alvo durante o dia todo. “É uma boa oportunidade de termos um contato mais próximo com nossos potenciais clientes, além de estarmos apoiando a nossa rede de concessionários a fazer este tipo de ação comercial. Eventos como este nos dão a chance



de compartilhar com o mercado a qualidade e os diferenciais dos nossos produtos”, afirma Cavalcanti.

A Foton iniciou em abril do ano passado as obras da sua fábrica no Brasil, em Guaiíba (RS). A previsão é que o primeiro caminhão brasileiro deixe a linha de montagem em 2016. Neste período, a Foton Caminhões continuará o processo de expansão de sua rede de concessionárias que já conta com 30 revendas, com o objetivo de 50 operando em todo território nacional até o final de 2015.

O caminhão Foton de 3,5 toneladas está disponível para venda nas opções rodagem simples ou dupla, 110 cv ou 140 cv. O caminhão pode ser operado por motoristas com habilitação de categoria B, e conta com dois anos de garantia sem limite de quilometragem.

Com tração 4x2, 4,8 metros de comprimento e 1,82 metro de largura, sua configuração é compacta. O veículo atende às configurações de um Veículo Urbano de Carga (VUC) e, por isso, tem livre acesso nas zonas de restrições existentes nas maiores cidades brasileiras.

O Foton 3.5 tem como diferencial equipamentos de série, como airbag, freios ABS, ar condicionado, volante regulável, direção e embreagem hidráulicas, defletor de ar, vidros e travas elétricas, acelerador manual eletrônico. O motor é turbocharger Cummins 2.8 com intercooler e sistema de injeção eletrônica common rail Bosch. A transmissão é ZF.

Já o Foton 10-16 DT, veículo do segmento de leves que chega na versão de 10 toneladas, com capacidade para receber terceiro eixo e se transformar em um caminhão de 13 toneladas, será o primeiro a ser produzido no Brasil com índice de nacionalização superior a 65%.

Com motor Cummins de 3,8 litros, com 160 cv, torque de 600 Nm., tem caixa de transmissão ZF-6-S-500 de seis marchas, com over drive que faz com que o motor trabalhe em menor rotação, aumentando sua vida útil, e oferece entrada para tomada de força.

O caminhão possui entre-eixos de 3.360 mm, 3.800 mm e 4.500 mm. Com a medida de entre-eixos de 3.360 mm, o veículo atende à aplicação VUC. Alguns itens de série do Foton 10-16 DT são: defletor aerodinâmico no teto, ar condicionado e vidros com acionamento elétrico. O peso próprio do veículo (tara) de 3.200 kg é um destaque entre os concorrentes, privilegiando a capacidade de carga.

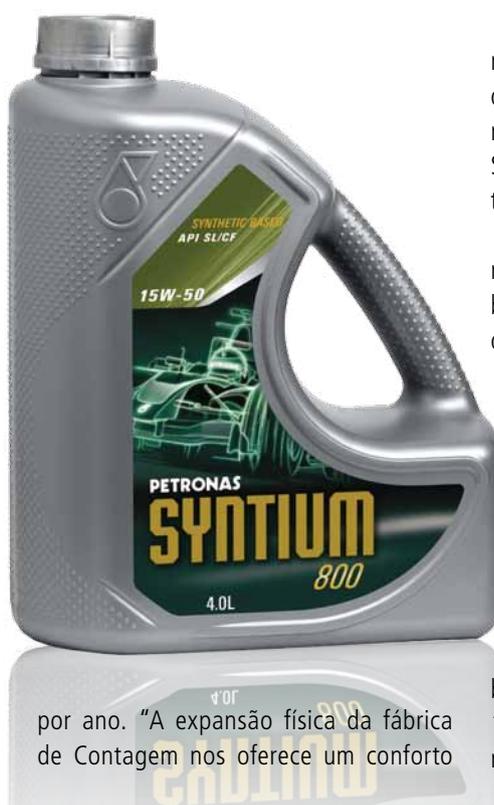
Petronas avança no mercado brasileiro

Em 2014 a companhia petroleira registrou pelo terceiro ano consecutivo um crescimento no seu market share e encerrou o ano com 9,8% de participação no mercado de lubrificantes

■ SONIA MORAES

A PETRONAS, ESTATAL DA MALÁSIA destacada como um dos maiores conglomerados de petróleo e gás do mundo, está expandindo suas atividades no Brasil e na América Latina. Para dar continuidade a sua estratégia de crescimento no país, o grupo investirá R\$ 330 milhões até 2017 para aumentar ainda mais a capacidade produtiva da fábrica de Contagem (MG) – onde produz lubrificantes, graxas e outros fluidos –, melhorar o sistema de logística, ampliar os centros de distribuição e os escritórios regionais.

Com grande foco no segmento de lubrificantes, a Petronas concluiu no início de 2013 a expansão da sua fábrica mineira, duplicando a área produtiva de 35 mil m² para 72 mil m² e aumentando a capacidade de produção de 120 milhões para 220 milhões de litros



por ano. “A expansão física da fábrica de Contagem nos oferece um conforto

muito grande para atendermos à demanda do mercado interno e também dos mercados internacionais”, afirma Luiz Sabatino, diretor de estratégia e marketing da Petronas na América Latina.

Em 2014, apesar de ter registrado uma retração de 2,2% na quantidade de lubrificantes comercializados no mercado brasileiro, a Petronas conseguiu aumentar em 2,9% o volume de produção deste produto, garantindo um impacto positivo no seu market share que atingiu 9,8%. Com este resultado a companhia conseguiu dar continuidade à sua trajetória de crescimento pelo terceiro ano consecutivo, se posicionando em terceiro lugar no mercado brasileiro, atrás da Petrobras, que é líder de mercado, e da Shell. “Estamos trabalhando de forma incisiva na divulgação e fortalecimento da marca

DB SCHENKER É PARCEIRA DA MERCEDES AMG PETRONAS NA FÓRMULA 1

A Mercedes AMG Petronas Formula One Team contratou os serviços por toda a Europa da DB Schenker Logistics para a Fórmula 1. O contrato de quatro anos válido até 31 de dezembro de 2018 foi assinado no dia 9 de fevereiro na sede da equipe em Brackley, Reino Unido. A primeira corrida europeia será na Espanha, dia 10 de maio.

O escopo abrange serviços de logística em todas as corridas na Europa, testes e eventos promocionais, inclusive transporte

e construção do motorhome, transporte dos veículos de corrida e peças de reposição, além da montagem dos escritórios de engenharia.

Serão utilizadas cinco unidades do trator Mercedes-Benz Actros, para o transporte dos Silver Arrows e mais caminhões para a logística e transporte da equipe.

No momento da assinatura do contrato, Toto Wolff, chefe da Mercedes-Benz Motorsport, disse que o mais alto grau de

profissionalismo e precisão é indispensável na Fórmula 1. “Isto também se aplica para os nossos serviços logísticos.”

O transporte será feito entre a sede da Mercedes AMG Petronas em Brackley, Reino Unido, e os seguintes locais de corrida: Barcelona (Espanha), Monte Carlo (Mônaco), Spielberg (Áustria), Silverstone (Reino Unido), Hockenheim ou Nürburgring (Alemanha), Hungaroring (Hungria), Spa-Francorchamps (Bélgica) e Monza (Itália).



Silver Arrow, Mercedes AMG Petronas F1 Team

Petronas no Brasil e nos países da América Latina com a veiculação de anúncios em rádios e nos principais veículos de mídia impressa, além de participar de importantes feiras e eventos de cada região”, declara Sabatino.

No mercado brasileiro a Petronas comercializa seus lubrificantes por meio da venda direta às montadoras de veículos – faz o primeiro enchimento dos motores dos carros da Fiat – e pelos revendedores de óleo e lubrificante. Para dar suporte a este negócio, a empresa mantém uma equipe própria de vendas e trabalha com grandes distribuidores espalhados pelo Brasil. “A distribuição dos produtos é feita por transporte rodoviário em todo o território brasileiro e nos países da América Latina”, esclarece o diretor.

Além do centro de distribuição em Contagem, a Petronas possui mais três CDs em locais estratégicos, como em Atibaia

COOPERCARGA FECHA CONTRATO COM A PETRONAS

A Coopercarga é uma das operadoras logística que atende a Petronas no Brasil no transporte de lubrificantes entre dois centros de distribuição. Para a operação, que começou em dezembro do ano passado, a Coopercarga disponibilizou dez caminhões que fazem o carregamento no centro de distribuição de Contagem e o descarregamento no CD de Jaboatão dos Guararapes (PE). A estimativa da operadora é que sejam realizadas 50 viagens por mês, o equivalente a 1.200 toneladas mensais de lubrificantes.

Segundo Leandro Rocha, gerente regional da Coopercarga, toda a operação é baseada em indicadores de desempenho que são mensurados diariamente e consolidados mensalmente. “O fechamento do contrato com esta grande empresa vem ao encontro de nossas estratégias e objetivos”, afirma o gerente da Coopercarga.

(SP), São José dos Pinhais (PR) e Recife (PE), para reduzir o tempo e o custo de entrega dos produtos aos clientes.



Luiz Sabatino, diretor de estratégia e marketing da Petronas na América Latina.

“Temos contrato com 16 transportadoras que fazem a distribuição dos nossos produtos no mercado brasileiro e nos países da América Latina”, explica Sabatino.

No mercado latino-americano a Petronas Brasil comercializa o Etro, óleo básico do Grupo III de altíssima qualidade, que é produzido na fábrica de Melaka (Malaca), na Malásia. O Etro é utilizado como matéria-prima na fabricação de lubrificantes e comercializado para outros fabricantes de lubrificantes em todo o mundo. Os óleos básicos do Grupo III são utilizados na maioria dos óleos de motor sintéticos de primeira linha. “Além do Etro, também importamos da fábrica na Itália os produtos Syntium Racer e Syntium 5000AV para comercialização na América Latina”, diz o diretor.

PERFIL – A Petronas, abreviação de Petroliam Nasional Berhad, é a empresa estatal de petróleo e gás da Malásia. Foi fundada em 14 de agosto de 1974 e está presente em mais de 31 países, atuando em vários ramos da indústria do petróleo desde a produção e a exploração até o refino, passando pela distribuição.

A empresa construiu como sede as Petronas Towers, dois dos maiores arranha-céus do mundo. Na área esportiva atua como patrocinadora da equipe de Fórmula 1 Mercedes Grand Prix.

No Brasil a Petronas chegou em 2007 por meio da aquisição da FL, divisão de lubrificantes da Fiat. “A decisão de entrar naquele ano no Brasil ocorreu porque o grupo FL Selênia possuía presença expressiva nos mercados brasileiro e europeu e a estratégia global da empresa era o crescimento nestes mercados e na América Latina”, afirma Sabatino.

Atualmente o Brasil é considerado o terceiro maior mercado para a Petronas, atrás somente da China e dos Estados Unidos. Aqui a companhia emprega 340 funcionários.



Testes da Goodyer em sua pista de Americana (SP) são certificados pelo Inmetro para etiquetagem de pneus

Etiquetagem de novos produtos começa em abril

Fabricantes nacionais e estrangeiros vão ter que cumprir padrões que atestem eficiência energética, segurança e ambiental

■ WAGNER OLIVEIRA

ASSIM COMO CARROS, GELADEIRAS E utensílios domésticos, os pneus também passam a apresentar etiquetas que medem alguns itens de eficiência. Como faz com uma série de produtos, caberá ao consumidor comparar as informações e escolher qual melhor pneu satisfaz suas necessidades.

Pneus que gerem novas famílias de produtos devem obrigatoriamente apresentar a partir de abril nos pontos de vendas do território nacional o selo emitido pelo Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro). A medida marca o

início do Programa Brasileiro de Etiquetagem em Pneus (PBE).

Nas atuais famílias de pneus, fabricantes só serão obrigados a adotar o selo a partir de outubro do ano que vem. No comércio, o prazo vai mais longe ainda: até outubro de 2018 os estoques de produtos sem certificação terão de estar zerados.

A partir daí, todos os pneus nacionais e importados comercializados no país vão ter de trazer informações sobre, pelo menos, três normas básicas incluídas no PBE: resistência ao rolamento, aderência em piso molhado e ruído externo em

várias aplicações.

A etiqueta deverá estar colada nos pneus de construção radial para automóveis, picapes, utilitários esportivos, vans e caminhonetes, bem como nos de construção radial para caminhões e ônibus para aplicação nos serviços regional, regional severo, rodoviário, urbano e circuito misto.

Além de medir dados relacionados à eficiência energética, segurança e meio ambiente, a norma visa tirar de circulação produtos que não atendam a padrões mínimos de confiabilidade ao consumidor. Pneus que não tenham uma graduação

mínima e não poderão ser comercializados no Brasil.

Toda a certificação dos produtos passa a ser feita pelo Inmetro com base em parâmetros internacionais de medição – a norma brasileira assemelha-se muito à legislação europeia

Apesar dos três critérios básicos exigidos pelo PBE, atualmente tanto consumidores de pneus comerciais quanto de carros de passeio já observam pelo menos dez normas no instante em que vão comprar o produto.

No caso dos veículos comerciais, empresas e transportadores de carga e passageiros avaliam os seguintes critérios para caminhões e ônibus: custo por quilômetro, resistência ao rolamento, quilometragem em banda original, quilometragem total do pneu, recapabilidade, resistência da carcaça, assistência à frota, ferramentas de gestão, frenagem no molhado e ruído externo.

Já empresas, como a Goodyear, avaliam muito mais critérios na produção de pneus.

“Apesar de a norma brasileira exigir três quesitos, nós já testamos mais de 50 critérios para o melhor desempenho de nossas linhas de produtos”, afirmou Fábio Garcia, gerente de marketing de pneus comerciais da Goodyear.

Uma das primeiras a apresentar seus métodos para ter certificação de seus pneus no Brasil, a Goodyear levou um grupo de jornalistas a sua fábrica em Americana, interior de São Paulo, onde tem uma das mais modernas linhas de produção em todo o mundo. Na mesma área da fábrica de 41 anos, a fabricante americana também possui um dos mais conceituados campos de provas, usado tanto para avaliação de seus produtos quanto para fabricantes de veículos.

Após uma visita a fábrica, a Goodyear mostrou como vem desenvolvendo seus testes para cumprir, a partir do ano que vem, as exigências do Inmetro. A empresa



Engate tracionado por furgão simula carro em um teste de aderência de pneus

mostrou como os pneus são testados em pista seca e molhada. O objetivo é auferir números que garantam seus pneus na dianteira do mercado.

Técnicos da empresa explicaram como a resistência ao rolamento está relacionada à eficiência energética e ao consumo de combustível de veículos. Quanto menor o consumo, menor o impacto ao meio ambiente, reduzindo emissão de CO₂.

Já a aderência é um indicador do desempenho de segurança de um pneu, no que diz respeito à aderência em pisos molhados. O ruído externo, medido em decibéis, traz informações importantes sobre o nível de impacto ao ambiente.

Na etiqueta colada ao pneu, para o critério resistência ao rolamento, serão atribuídas graduações de A a G, de acordo com a eficiência nos testes de resistência ao rolamento.

Para aderência no molhado também serão atribuídas letras de A a G, de acordo com os testes de aderência em superfícies molhadas. Já para a aferição de ruído, haverá três ondas. Uma onda negrita significará o menor nível de ruído externo, enquanto as três ondas negritadas representarão o maior nível de ruído externo, de acordo com os resultados de testes de ruído externo.

INVESTIMENTO – A Goodyear vem investindo continuamente na modernização de suas capacidades produtivas, tendo o ciclo atual iniciado em 2013 com investimentos de US\$ 240 milhões na modernização da nossa fábrica de Americana (SP). A etiquetagem junta-se a este processo contribuindo para trazer ao consumidor informações importantes para a decisão de compra. Com isso, o cliente terá mais informações para escolher o pneu que mais se ajuste às suas prioridades, necessidades de mobilidade e custos.

No Brasil, a companhia tem três unidades industriais: a fábrica na cidade de Americana (SP), a unidade de materiais de recapagem na cidade de Santa Bárbara do Oeste e de pneus para aviação no bairro do Belenzinho, na cidade de São Paulo. Além disso, a empresa conta uma rede de 150 revendedores oficiais e cerca de 1.000 pontos de venda em todo o país.

Com dois centros mundiais de inovação, a Goodyear contabiliza cerca de 10 mil testes realizados para a etiquetagem nos diferentes tipos e tamanhos de pneus em vários países. Em seus quadros, a empresa dispõe de 900 profissionais, entre pesquisadores e engenheiros para garantir confiabilidade em seus produtos.

Continental lança banda de recapagem com asa

O segmento de recapagem movimenta cerca de R\$ 5 bilhões por ano e o Brasil é o segundo maior mercado mundial, atrás dos Estados Unidos

■ SONIA MORAES

A CONTINENTAL PNEUS AMPLIA A OFERTA de bandas para recapagem com o lançamento da ContiTread HTR 2 com asa (wing tread), desenvolvida para aplicação em reboques.

Produzidas na fábrica de Morélia, no México, as bandas ContiTread HTR 2 com asa mantêm as mesmas características dos pneus de carga da marca, como desenho e emprego do mesmo composto do pneu original, proporcionando excelente performance em sucessivas recapagens, tanto na alta quilometragem como no baixo consumo de combustível e no desgaste uniforme. Essas bandas podem ser aplicadas em qualquer pneu de carga disponível no mercado.

“As bandas têm um contorno especial desenhado para evitar que o arraste resulte na perda de borracha no ombro. Isso ocorre porque as asas na lateral da banda do pneu proporcionam maior resistência nos pontos de tensão”, explica Gustavo Gonçalves, gerente nacional de vendas de produtos de recapagem da Continental Pneus.

Desde que passou a atuar nesse segmento há dois anos, a Continental tem investido para ampliar a sua rede de recapadores credenciados e vem aumentando também a oferta de opções de bandas de rodagem da marca.

No Brasil, as bandas ContiTread são oferecidas em várias opções de desenhos. Os pneus da marca Continental recapados com essa banda têm o benefício adicional da garantia C3, que protege o pneu reformado até o final da terceira vida.



Segundo Gonçalves, recapar significa substituir a banda de rodagem de um pneu desgastado pelo uso. “A prática, adotada mundialmente, surgiu da possibilidade de se reaproveitar a carcaça, com total segurança, pois ela é projetada pelos fabricantes de forma a suportar diversas sobrevidas”.

Gonçalves argumenta que ao maximizar a vida útil dos pneus utilizando as bandas ContiTread, há uma grande contribuição para a preservação do meio ambiente. “A recapabilidade é hoje um forte argumento de venda para os fabricantes de pneus novos, pois ela reduz os custos operacionais, um importante diferencial para as frotas”, afirma o gerente.

O segmento de recapagem movimenta anualmente cerca de R\$ 5 bilhões e o Brasil é o segundo maior mercado mundial neste ramo de serviço, atrás dos Estados Unidos.

NOVO PRESIDENTE – O Grupo Continental anunciou no início deste ano a contratação do francês Frédéric Sebbagh,

radicado no país desde 2000, para a presidência do Brasil e da Argentina.

Sebbagh era diretor das unidades de negócios Fluid Technology e Vibration Control da ContiTech, em Ponta Grossa (PR), divisão do grupo que produz componentes automotivos à base de borracha, como correias de transmissão, circuitos de ar condicionado e direção hidráulica, coxins do motor, além de correias transportadoras para a indústria de mineração. O executivo ainda acumula passagens pelas empresas BMW, PSA, Hydro-Québec e Labinal Group, na Europa e América do Norte.

Formado engenheiro mecânico pela Universidade de Tecnologia de Compiègne, na França, e mestrado em gerenciamento de projetos industriais pela Universidade de Sherbrooke, no Canadá, Sebbagh tem mais de 20 anos de experiência nas áreas industrial, de produto, produção, marketing e vendas. Sua missão é dar continuidade às estratégias a fim de manter o padrão de excelência em produtos e serviços oferecidos para todos os segmentos em que a companhia atua.

AQUISIÇÃO – No início deste ano o Grupo Continental concluiu também a aquisição da Veyance Technologies Inc., fabricante americana de borracha, com sede em Fairlawn, Ohio, nos Estados Unidos. O negócio totalizou 1,4 bilhão de euros.

Em comunicado a fabricante alemã informa que a união da ContiTech, divisão de autopeças da Continental, com a Veyance

ÔNIBUS DA CONTINENTAL PERCORRERÁ O BRASIL



A Continental Pneus dá início à sua caravana pelo país, o ContiRoadShow. Com o ônibus caracterizado a empresa percorrerá 11 estados brasileiros e o Distrito Federal levando aos revendedores e frotistas a linha completa de produtos, as tecnologias inovadoras e os serviços desenvolvidos pela empresa para esse segmento. Em sua primeira parada, nos dias 19 e 20 de março, o veículo ficou estacionado na empresa Falcão Real/Viação Regional, em Salvador, no bairro Pituba.

Segundo Glen Carson, gerente de vendas de pneus para veículos comerciais da Continental Pneus Brasil, o projeto do ônibus foi idealizado levando em

consideração o ContiLifeCycle, a solução para a gestão de toda a vida do pneu de carga da Continental. Ela começa com o pneu novo e continua com serviços de res-sulcagem e recapagem até o suporte para a destinação final correta da carcaça ao final de sua vida útil. Seu interior foi cuidadosamente planejado para incluir espaços para a exibição de produtos e serviços, áreas de convivência e uma sala para a realização de reuniões e de pequenos treinamentos.

“Esta é uma iniciativa que vai ao encontro de nossa estratégia de apresentar ao mercado a importância de nossos pneus como um fator decisivo para a redução dos custos das frotas”, afirma o gerente da Continental Pneus Brasil.

O ContiRoadShow circulará pelas estradas brasileiras com a segurança adicional do sistema de visão ASL360° desenvolvido pela Continental. Quatro câmeras interligadas proporcionam ao motorista uma visão panorâmica de 360°, reduzindo os pontos cegos e revelando a presença de pedestres e de outros obstáculos que normalmente não seriam captados sob a visão direta ou de espelhos. Além de reduzir o risco de

acidentes, o sistema de visão ASL360° é um importante aliado do condutor para a realização de manobras e para a operação do veículo em situações críticas como tráfego urbano denso, áreas de descarga estreitas e pátios abarrotados.

Durante o ContiRoadShow um dos monitores projeta vídeos sobre a empresa enquanto na parede uma linha do tempo apresenta a trajetória da companhia, que caminha para comemorar 150 anos de fundação. Um totem exhibe em cortes os detalhes da estrutura de um pneu ao mesmo tempo em que diversos modelos da linha ficam em exposição.

Os visitantes poderão conhecer em detalhes as bandas de recapagem ContiTread, que mantêm as mesmas características dos pneus de carga da marca, proporcionando performance equivalente à original em sucessivas recapagens, tanto na alta quilometragem como no baixo consumo de combustível e no desgaste uniforme. Há três anos, a Continental passou a atuar nesse segmento e tem investido na ampliação de sua rede de recapadores credenciados e no aumento da oferta de opções de bandas da marca à disposição de seus clientes.

Technologies, fabricante global de produtos de engenharia que tem direitos exclusivos de comercialização da marca Goodyear Engineered Products, expandirá significativamente os negócios do grupo Continental no mercado industrial, transformando-a na maior empresa de produtos de engenharia do mundo. O foco da empresa está centrado em correias transportadoras, mangueiras, correias de transmissão e molas pneumáticas.

A empresa informa que não haverá mudanças nos produtos automotivos, mineração pesada e agrobusiness, mas alteração no nome da companhia que agora será Continental ContiTech e não mais Goodyear Engineered Products.

A Veyance Technologies atua globalmente na área de tecnologia de borracha e materiais plásticos. Em 2013 obteve vendas de 1,5 bilhão de euros, dos quais cerca de 90% são procedentes dos negócios na área industrial.

A empresa gera metade do seu faturamento nos Estados Unidos. Outros mercados importantes são a América Latina, África, China e outros países asiáticos. No final de 2013, as 27 fábricas em todo o mundo empregavam 8.500 funcionários.

A divisão ContiTech é uma das importantes fornecedoras mundiais de produtos técnicos em elastômero e especialista na tecnologia da transformação de plásticos. Esta divisão desenvolve e produz peças

funcionais, componentes e sistemas para a indústria automotiva e outras importantes indústrias. Emprega cerca de 31.400 trabalhadores e obteve em 2013 cerca de 3,9 bilhões de euros em negócios.

Juntas a ContiTech e Veyance somaram 5,4 bilhões de euros em negócios em 2013 e empregavam cerca de 38 mil funcionários em todo o mundo.

Presente em 49 países, o Grupo Continental, que emprega cerca de 190 mil pessoas, desenvolve tecnologias para o transporte de pessoas e bens. Incluindo as cinco divisões – Chassis & Safety, ContiTech, Interior, Powertrain e Tires – registrou em 2014 um faturamento preliminar de aproximadamente 34,5 bilhões de euros.

Uma moderna octogenária

Bandeirantes Logística Integrada mantém pionerismo e investe em soluções inovadoras como o serviço de Door Delivery

■ ANDREIA RODRIGUES



Para atrair mais clientes, Bandeirantes trabalha com carga fracionada

AO COMPLETAR OITENTA ANOS DE ATIVIDADES no mês de março, a Bandeirantes Logística Integrada não para de inovar. Proprietária de áreas para armazenagem de contêineres no porto de Santos, São Paulo, a companhia vem implantando uma série de mudanças para garantir uma atuação ainda mais renovada e eficaz em 2015. “Mudamos o nome, nos especializamos em logística integrada, fomos pioneiros em soluções que o mercado necessitava. Nós conseguimos feitos incríveis em 2014. E, em 2015, faremos o nosso melhor para continuar numa posição de destaque e crescimento constante”, afirma Washington Flores, presidente da Bandeirantes Logística Integrada.

A chegada do novo presidente também fez parte dessas alterações. Ex-diretor no Tecon Santos, da Santos Brasil, Washington Flores contribuiu para a ampliação da atuação da empresa. “Internamente, a empresa está equilibrada, com um corpo gerencial totalmente renovado, novidades lançadas e

fazendo sucesso no mercado. Os colaboradores estão trabalhando ainda mais motivados, com novos e modernos equipamentos e maquinários recém-adquiridos”, revela.

Em 2013, a empresa decidiu oferecer uma

solução que vários terminais já haviam identificado, mas ninguém havia implantado: o transporte de cargas fracionadas. “A empresa também foi pioneira no oferecimento do serviço de Door Delivery, ou entrega de cargas para o cliente em qualquer local do Estado de São Paulo. Com isso, nosso terminal alfandegado se solidificou como um dos três maiores no porto de Santos. E cada vez estamos crescendo”, comemora Washington. “Também adquirimos centros de distribuição em Campinas, otimizamos os nossos Centros de Distribuição em Santos e São Paulo, investimos em frota própria com a transportadora Direx, que é parte do Grupo Bandeirantes, e começamos a oferecer soluções personalizadas aos nossos clientes”, explica.

De acordo com a Companhia Docas do Estado de São Paulo (Codesp), o porto de Santos, movimentou no ano passado 111 milhões de toneladas de cargas, o segundo

A HISTÓRIA DA BANDEIRANTES: DE COMPANHIA DE ARMAZÉNS GERAIS A LOGÍSTICA INTEGRADA

Quando Érico de Abreu Sodré, um fazendeiro de Lins (SP), resolveu apostar na armazenagem de café na década de 1930, não imaginou que sua empresa Companhia Bandeirantes de Armazéns Gerais em Marília (SP) torna-se-ria um dos principais grupos de logística integrada do país. A visão inovadora e empreendedora, no entanto, sempre esteve no DNA da companhia, que, cinco anos depois da sua fundação, com a baixa do café, logo incluiu o açúcar em suas atividades.

Já nos anos 2000, com o crescimento da área de logística e transportes no país,

a empresa construiu a Instalação Portuária Alfandegada (IPA), no cais santista, que até hoje é o maior complexo de armazenagem de contêineres e cargas da Bandeirantes, com capacidade de receber e armazenar milhares de toneladas de produtos.

Em 2013, a companhia mudou de nome, acompanhando os novos produtos e serviços. Com suas unidades integradas, a Bandeirantes Logística Integrada passou a oferecer uma cadeia completa de logística nas operações de importação, exportação, transfer, distribuição de cargas e transporte.

maior da história do porto, 2,6% abaixo do apurado em 2013 (114 milhões de toneladas).

Com esse alto volume, os transtornos no sistema de transporte terrestre de acesso ao porto costumam aumentar, assim como outros imprevistos. “Foi justamente aí que vimos a oportunidade de oferecer uma prestação de serviço diferenciada: somos favorecidos por nossa estrutura, temos condições de customização dos processos. Em um mercado tão competitivo, isso já faz toda a diferença.”, garante.

“Passamos a focar em importadores com cargas de maior valor agregado, despachantes que tinham volume associado a esse tipo de carga e, principalmente, procuramos os agentes de carga. O grande diferencial foi trabalhar não só com um perfil de cliente, mas com os três, tirando o que de melhor cada um tem”, afirma.

No agenciamento de carga, por exemplo, a tática foi atrair os clientes de contêiner de carga fracionada (segmento chamado LCL, quando o embarcador não tem carga suficiente para preencher o contêiner sozinho). Nesse serviço o contêiner é “desmembrado” em vários lotes, já que há cargas de vários clientes com valores diferentes, o que tende a aumentar o faturamento. “Hoje ninguém remove mais lotes LCL do que a gente no porto de Santos”, garante Marcel Vilchez, diretor comercial da empresa.

Segundo o executivo, o uso desse serviço proporciona menos custos. “Em comparação aos atuais valores praticados, o cliente da Bandeirante poderá sentir no bolso uma economia de até 90% no valor do frete. Além de mais agilidade e excelência nos serviços, o investimento para obter o mesmo produto final é muito menor”, informa Marcel.

DESCENTRALIZAÇÃO – Além da área no terminal, a Bandeirantes tem centros de distribuição em Campinas, Limeira, São Paulo e Santos; um Redex (Recinto Especial para Despacho Aduaneiro de Exportação)



A empresa faz a entrega de cargas ao cliente em qualquer local do Estado de São Paulo

em Cubatão; um armazém em Paranaguá (PR); e uma empresa de transporte rodoviário de cargas, com frota própria composta por 89 veículos.

De acordo com Marcel, o que a Bandeirantes Logística Integrada fez foi desburocratizar os serviços no setor. “O cliente tem apenas a certeza de que a mercadoria vai estar no lugar onde precisa e na hora exata acordada. Sem precisar enfrentar congestionamentos nas estradas, sem ter problemas com agendamentos de caminhões”, exemplifica. “Com o transporte das cargas fracionadas do porto para a capital, Grande ABC e toda a Região Metropolitana de Campinas, a companhia facilita o trabalho dos clientes de importação e exportação, levando os produtos para fora da Baixada Santista”, afirma o diretor comercial.

“Iniciamos a operação em São Paulo e depois implantamos a ligação Santos-Região Metropolitana de Campinas”, explica. Em São Paulo, o armazém da Bandeirantes fica no bairro da Moóca, rota para as principais rodovias do interior paulista, e possui mais de 18 mil metros quadrados, totalmente coberto, com licenças de todos os órgãos responsáveis, possibilitando a chegada de qualquer tipo de carga, de tecnologia aos artigos de alimentação.

Já no interior paulista, a mercadoria pode

ser entregue ao cliente ou distribuída em mais de 20 cidades. “A empresa não precisa se preocupar com frete nem com caminhão para levar a carga. Com os serviços personalitê oferecidos pela Bandeirantes, o cliente não enfrenta gargalos operacionais nem a burocracia da cadeia completa do transfer para outras cidades. Não há intermediários, nem custo de frete rodoviário. O nosso serviço alia comodidade, regularidade, segurança no transporte e redução de despesas”, comenta Marcel.

A meta da Bandeirantes para 2015 é crescer e expandir, mas dentro da cadeia do nosso cliente. “Se ele hoje faz uma parte da logística conosco, nossa missão é que ele faça cada vez mais”, diz Washington Flores.

Outro projeto é otimizar a utilização do volume de armazenagem que a Bandeirantes tem disponível. “Em 2013 aumentamos nossa capacidade produtiva e porta-paletes. Como em 2015 o mercado deve ficar em retração, todas as nossas forças serão direcionadas a quebrar recordes internos”, completa.

Este ano a Bandeirantes também irá investir em torno de R\$ 10 milhões na Instalação Portuária Alfandegada (IPA), localizada na área central do porto de Santos, com a construção de um novo prédio. “A verticalização dos armazéns irá otimizar o espaço atual”, afirma Flores.



Em todo o país a empresa tem uma frota própria de 210 veículos, entre carretas e trucks

Martin Brower cresce no Nordeste e prepara CD no Rio de Janeiro

Em uma área 80% maior que o CD anterior, operadora se preparou para acompanhar crescimento de seus clientes e prospectar novas conquistas para sua carteira na região nordeste

■ AMARILIS BERTACHINI

Alavancada pelo crescimento de sua base de clientes e pelo aumento no volume de negócios de seus clientes já cativos, a Martin Brower expandiu suas atividades nos últimos três anos e este ano ampliou sua presença no mercado do Nordeste. A empresa, que faz parte do grupo Reyes Holdings e é considerada uma das maiores operadoras logísticas para o food service nacional, inaugurou no dia 11 de março um novo Centro de Distribuição (CD), em Cabo de Santo Agostinho, em Pernambuco, dentro de um dos mais modernos espaços empresariais da região, o Condomínio de Negócios-Cone.

Segundo Lucas Patury, diretor de

operações Brasil da Martin Brower, o novo centro de distribuição é quase 80% maior que o anterior, que ficava em um condomínio de galpões no bairro Curado, no Recife. Todas as atividades da empresa no Nordeste passam a se concentrar no novo endereço, com exceção da operação da Bahia que ainda se mantém abastecida a partir de São Paulo. As novas instalações passam a atender também o Amapá e o Pará.

“Tivermos que buscar uma área maior. Apesar de a economia não estar bem, nossos clientes têm um plano de crescimento muito agressivo para os próximos anos, então buscamos crescer com eles”, justifica Patury. Este novo CD tem mais que o

dobro de docas, para ampliar a capacidade de expedição e recebimento. O executivo calcula que a nova estrutura é capaz de suportar o plano inicial de crescimento para os próximos cinco ou seis anos.

Além do segmento de fast food ter proporcionado resultados crescentes para os clientes da Martin Brower – que tem no topo de sua lista grandes redes como McDonald’s, Bob’s, Subway e Giraffas – a região Nordeste cresceu acima da média de outras regiões nos últimos cinco ou seis anos. “Nossos clientes apresentam crescimento bastante agressivo no Nordeste”, relata Patury. A partir do novo CD são atendidos 480 restaurantes dessa grandes

redes. A capacidade de fornecimento passa a ser de 5.998 posições/paleta, armazenadas em um espaço de 8,3 mil m². Em comparação ao antigo CD, a Martin Brower ampliou sua capacidade em cerca de 2.600 posições/paleta.

Sem revelar o valor gasto nas novas instalações ou com o aluguel do espaço, Patury explica que foi o próprio condomínio que fez as adaptações necessárias para a Martin Brower ali se instalar. “Demos alguns palpites, principalmente na parte de frio”, comenta. A empresa trabalha com cargas secas, resfriadas e congeladas e precisa de infraestrutura adequada para operar com as três temperaturas.

Praticamente tudo o que se vê nos restaurantes das quatro grandes redes de fast food atendidas pela empresa, tanto de uso nas cozinhas quanto nas vendas no balcão aos clientes, é armazenado e transportado pela Martin Brower. Desde o hambúrguer, a batata ou o canudo do McDonald’s, até o copo do Subway, o lanche do Bob’s ou a carne servida no Giraffas, tudo passa pela logística da Martin Brower, de pequenas coisas a cargas maiores.

O galpão do Nordeste começou a ser adaptado no início de 2014, ficou pronto no final do ano, mas como o pico de operação da empresa começa em novembro, ficou decidido aguardar para iniciar efetivamente os trabalhos no local no início deste ano.

Patury avalia que com esta instalação no Nordeste a Martin Brower garante o crescimento e a expansão de todas as redes que suporta na região e também de outros clientes que venha a conquistar, com a oferta de um “padrão de qualidade e nível de serviços excelentes”.

A Martin Brower é uma empresa focada em soluções para cadeias de restaurantes e, além destes quatro grandes clientes, trabalha com redes de outros portes, como o Grilletto, a cadeia Cinépolis, e o Applebees’s.



Com o novo CD, capacidade de fornecimento passa a ser de 5.998 posições/paleta, armazenadas em um espaço de 8,3 mil m²

FROTA – A frota para movimentar todos esses itens para diferentes estabelecimentos é parte própria e parte terceirizada. No Nordeste essa proporção é de 50% própria, com carretas e um truck, e 50% terceirizada com trucks, tocos e VLCs (veículos leves), somando um total de aproximadamente 30 veículos. Nacionalmente, a empresa tem uma frota própria de 210 veículos entre carretas e trucks e está fazendo cotação para adquirir 39 novos veículos este ano, para renovação e expansão da frota.

Também para 2015 a empresa planeja inaugurar até o final do ano um novo centro de distribuição no Rio de Janeiro, um antigo plano que deve se concretizar este ano, para fortalecer suas operações na região. Patury revela que, além da empresa estar prospectando novos clientes, as atuais redes que atende vêm crescendo, o que gera necessidade de maior capacidade de atendimento em toda a malha logística da empresa.

Entre as novidades tecnológicas implantadas para aprimorar o serviço, a Martin Brower terminou no final do ano passado a instalação do WMS, sistema de gerenciamento que toma conta de toda a operação dentro do armazém, e finalizou a implantação do computador de bordo, um sistema vinculado à empresa Sascar e que controla toda a entrega online, ou seja, o motorista avisa quando saiu, quando chegou, se teve algum problema na entrega, e a empresa pode atuar em tudo isso junto com o

cliente, evitando todo tipo de idas e vindas de documentos.

“Para 2015 queremos dar um upgrade nessa solução e fazer uma solução mobile, que permita que com um smartphone o motorista possa fazer as mesmas coisas que hoje faz em um teclado da Sascar”, declara o diretor.

Nos últimos cinco anos os negócios da Martin Brower cresceram 100%, graças à expansão da base de clientes e também ao crescimento dos negócios das redes já atendidas pela empresa. Para este ano a expectativa é manter o nível do ano passado, considerando um mês de julho dentro da normalidade, já que no ano passado a Copa do Mundo resultou em uma queda de vendas não esperada. “Acho que todo mundo quis ficar em casa vendo o jogo da Copa em vez de sair para a rua”, diz o diretor.

Atualmente, a Martin Brower presta serviços para redes de restaurantes que somam, aproximadamente, 3.434 pontos de entrega, incluindo a compra, armazenagem e distribuição de produtos secos, resfriados e congelados. Expede cerca de 1.231 toneladas/dia para seus clientes no Brasil (média de fevereiro de 2015). A empresa conta com sete centros de distribuição no mercado nacional – Jacareí, Mogi Guaçu, Osasco, Ribeirão Preto e São Bernardo do Campo, em São Paulo, e Curitiba, no Paraná – e dois Centros de Apoio – no Rio de Janeiro (RJ) e em Itajaí (SC). ■

DHL Express conquista certificação Top Employer

Trabalho de motivação aplicado aos empregados leva a operadora logística alemã a se destacar entre as 26 organizações que são referências nos setores em que atuam

■ SONIA MORAES

A DHL EXPRESS, UMA DAS LÍDERES MUNDIAIS nas operações logística e transporte, conquista a certificação Top Employer 2015. A empresa foi reconhecida pelo Top Employers Institute (entidade sediada na Holanda que reconhece os empregadores preferenciais no mundo) pela eficiente iniciativa de recursos humanos aplicada em 32 países, se destacando entre as 26 organizações que são referências nos setores em que atuam.

Para Regine Buettner, vice-presidente global de recursos humanos da DHL Express, essa certificação é o reconhecimento pelas boas práticas de relacionamento aplicadas aos empregados em mais de 220 países. “É um trabalho importante para que todos entendam o rumo da empresa e tomem a mesma atitude, pois se o serviço de um fornecedor em Tóquio não funcionar lá, aqui também não dará certo”, afirma Regine.

Joakim Thrane, Chief Executive Officer (CEO) e presidente da DHL Express Brasil, declara que o reconhecimento é uma mostra que a empresa está no caminho certo. “Temos a sorte de estar em uma companhia que globalmente leva a sério o relacionamento entre as pessoas.”

O Top Employer Institute levou em consideração diversos programas e projetos de recursos humanos realizados pela DHL Express, como a remuneração e benefícios, desenvolvimento de liderança e novos talentos, planejamento de força de trabalho e gerenciamento de desempenho.

Um programa-chave para o reconhecimento da DHL Express foi a plataforma CIS

(Certified International Specialist), que tem como objetivo capacitar e desenvolver todos os 100 mil funcionários da companhia no mundo, o que garante a mesma formação para todos os empregados.

Dos 860 funcionários que a DHL Express emprega no Brasil, 600 pessoas estão envolvidas com a área de operação, atuando em portos e aeroportos. Neste ano a empresa reforçou em 30% a sua equipe de vendas para garantir maior proximidade com o cliente. “Mesmo com a dificuldade econômica pela qual passa o país estamos aumentando o número de pessoas na área de operação porque o Brasil tem grande importância global”, afirma o presidente da DHL Express Brasil.

Segundo Kelly El Kadi, diretora de Recursos Humanos da DHL Express Brasil, os treinamentos realizados no país vêm em um pacote global, com muitas ações aplicadas localmente. “As principais práticas são os trabalhos específicos que fazemos com os gestores, que é uma política de reconhecer e até promover as pessoas que se destacam”.

Para garantir a eficiência em toda operação, a DHL Express dedica de 50 a 60 horas de treinamentos aos seus empregados, que são divididos em módulos gerais e em módulos específicos de vendas. “Para manter os funcionários motivados trabalhamos com muita transparência, mantendo uma política de portas abertas no qual os empregados sabem quais são os planos para o ano e o que eles têm que fazer para contribuir”, esclarece Kelly.

A DHL Brasil recebeu a certificação

junto com outros cinco países da região das Américas – os Estados Unidos, Barbados, Curaçao, Jamaica e México. No total, a companhia obteve certificações em 32 países, abrangendo as regiões da Europa, África, Ásia-Pacífico e Oriente Médio.

No Brasil, do total de clientes que a DHL Express presta serviço, 90% são pequenas e médias empresas. A empresa intensificou sua operação na região sul e sudeste com o lançamento da solução carga aérea expressa para remessas formais em Belo Horizonte, Curitiba e Porto Alegre. O serviço já está disponível nas regiões de São Paulo, Rio de Janeiro e Manaus.

No Rio de Janeiro a DHL Express investiu R\$ 200 mil para intensificar a operação de carga aérea expressa. O objetivo é oferecer um serviço ainda mais rápido, com total controle e visibilidade em todas as etapas do processo de importação, proveniente de mais de 214 países e frete direto na região carioca.

Com esta iniciativa, a DHL passa a oferecer o serviço de despacho e liberação de cargas de importação pela remessa formal. Assim, as cargas acima de US\$ 3 mil, com destino comercial podem agora ter seus trâmites burocráticos, na Receita Federal, resolvidos pela própria DHL. Antes as empresas precisavam contratar outro despachante para realizar o serviço.

Outra iniciativa da DHL foi a intensificação de sua operação no Sudeste por meio do investimento de R\$ 2 milhões em um novo centro de operações com 1.080 m², localizado em Contagem (MG). ■

Com restrições, Cade aprova fusão entre ALL e Rumo

Operação que prevê investimentos de até R\$ 8 bilhões visa tornar mais competitiva a logística de commodities agrícolas

■ WAGNER OLIVEIRA

O CONSELHO ADMINISTRATIVO DE DEFESA Econômica (Cade) autorizou a incorporação de ações da América Latina Logística (ALL) pela Rumo Logística, do Grupo Cosan. A aprovação fica condicionada ao cumprimento de uma série de medidas, como o limite de movimentação de cargas próprias.

Com a aprovação, a Cosan passa a ser uma das maiores companhias de logística do Brasil, com planos de investimentos de R\$ 8 bilhões nos próximos anos em projetos de expansão ferroviária. Com o controle de 13 mil quilômetros de linhas férreas da ALL, a Cosan pretende tornar mais competitivo o agronegócio brasileiro baseado em modelos de operação integrada entre armazenagem, ferrovia, rodovia e porto.

“O potencial de crescimento desse novo negócio é extremamente importante”, afirmou Julio Fontana, presidente da Cosan Logística, em entrevista exclusiva. “Mas isso vai depender de muito investimento, melhoria e eficiência no negócio. Esse é o plano que temos para esse novo negócio.”

A ALL detém concessões ferroviárias que se estendem pelos estados de São Paulo, Paraná, Santa Catarina, Rio Grande do Sul, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul. A área de abrangência dessas concessões corresponde a aproximadamente 80% do PIB brasileiro e as ferrovias atendem quatro dos principais portos do Brasil, permitindo o escoamento de parcela considerável da produção de várias commodities agrícolas.

Com a operação, o Grupo Cosan passará a ser o maior acionista indireto da ALL. A nova companhia, portanto, além de ser

controlada por um importante player que utiliza a ferrovia para transporte de carga própria de açúcar e combustível, deterá o controle de toda a cadeia logística de exportação de grãos vegetais pelo porto de Santos.

De acordo com o conselheiro relator Gilvandro Araújo, embora apresente possíveis efeitos benéficos em termos de ampliação da capacidade da ferrovia e oferta do serviço, o ato de concentração tem potencial de estimular o fechamento de mercado; facilitar o acesso a informações privilegiadas de concorrentes; e favorecer a prática de venda casada – como, por exemplo, beneficiar o acesso à ferrovia a clientes que contratem serviços logísticos da Rumo e não de seus concorrentes.

Por outro lado, a aprovação do negócio fica condicionado a uma série de medidas que visam afastar a adoção de condutas anticompetitivas pela nova companhia. O acordo alcança todos os serviços a serem prestados pelo grupo, que incluem transporte ferroviário, transbordo, armazenagem e elevação portuária.

Para reduzir a possibilidade de fechamento de mercado, a nova companhia deverá garantir aos concorrentes da Rumo o acesso aos seus terminais no porto de Santos e também oferecer contratos de longo prazo aos usuários da ferrovia que se comprometerem com o volume de transporte de cargas.

Já como mecanismo de desestímulo à discriminação, o Cade estabelece a obrigação de observar parâmetros objetivos para a precificação dos serviços prestados aos

concorrentes. As compromissárias devem fixar as variáveis e o peso de cada uma delas, que serão utilizadas no estabelecimento dos preços de seus serviços.

“Uma vez que as variáveis estarão plenamente fixadas, será possível decompor qualquer preço praticado, permitindo a identificação objetiva das particularidades de cada usuário que justificariam um tratamento diferenciado, bem como a quantificação e qualificação dessas particularidades de forma a se aferir a razoabilidade dessa diferenciação. Assim, qualquer tratamento discriminatório restará inevitavelmente evidenciado”, explicou Gilvandro Araújo.

Outra importante medida adotada para evitar condutas discriminatórias foi a limitação ao uso de ativos logísticos por empresas relacionadas ao grupo controlador. Foram fixados percentuais máximos de utilização, equivalentes ao volume atual carregado por essas empresas. Com isso, estimula-se o investimento na ferrovia já que, se o grupo Cosan quiser expandir sua utilização, deverá aumentar a capacidade da ferrovia como um todo, beneficiando a todos os usuários.

Se um usuário se sentir discriminado, ele poderá reportar formalmente ao supervisor – cargo a ser criado pela companhia, que será responsável por assegurar a isonomia na prestação dos serviços –, e deverá receber uma resposta fundamentada nos termos previstos no ACC. Esse supervisor deverá prestar compromisso junto ao Cade, sujeitando-se a multas que vão de R\$ 50 mil a R\$ 1 milhão, caso descumpra as obrigações fixadas no acordo. ■

TNT renova a frota com a compra 237 veículos

Com os novos caminhões a empresa pretende manter a qualidade e excelência nos serviços, além de reduzir o impacto ambiental de suas operações

■ SONIA MORAES



TNT vai renovar toda a sua frota de 1.900 veículos próprios nos próximos cinco anos

A TNT, TRANSPORTADORA ESPECIALIZADA em carga expressa, adquiriu 237 veículos, em uma operação que demandou investimentos de R\$ 39 milhões. A renovação da frota faz parte do plano estratégico da companhia que tem como objetivo manter a qualidade e excelência nos serviços, além de reduzir o impacto ambiental de suas operações.

Segundo Fabiano Fração, diretor de operações e tecnologia, os novos veículos foram adquiridos em 2014 e estão sendo incorporados à frota gradativamente. Do total comprado, 70 modelos são Mercedes-Benz (69 serão utilizados para coleta e entrega de produtos e um para a transferência – viagens longas entre os centros de distribuição), e 80 modelos Scania serão usados para a transferência dos produtos. Os outros 87 veículos são carretas semirreboques da Facchini. A frota será pintada com a nova marca global da companhia, chamada TNT-The People Network (TNT-Uma rede de pessoas).

Os veículos de transferência ficarão mais concentrados nas regiões sul, sudeste e centro-oeste. Já os de coleta serão divididos de acordo com a necessidade de atendimento.

A TNT presta serviço para mais de 30 mil clientes, com um milhão de destinatários diferentes, por meio de 126 filiais. Os principais segmentos cobertos pela empresa são o Automotivo (especialmente no transporte de peças para o pós-venda), Farma (produtos farmacêuticos e materiais biológicos), Tecnologia (produtos de alto valor agregado) e LifeStyle (calçados, vestuário e cosméticos, que necessitam de serviços especializados).

A meta da TNT é renovar toda a sua frota de 1.900 veículos próprios nos próximos cinco anos. “A empresa está otimista com o potencial de crescimento no Brasil para os próximos anos e 2015 deverá ser desafiador, por isso continuará investindo em melhorias operacionais e na manutenção e

melhoria contínua da qualidade do serviço”, afirma o diretor da empresa.

O executivo explica que, com os novos veículos, a TNT conseguirá maior quilometragem mensal e disponibilidade para a operação, além de significativa redução dos impactos ambientais. “Com a renovação da frota será possível aumentar a média de quilometragem de 15 mil quilômetros para 20 mil quilômetros por mês. Esses resultados trarão uma redução de 1.943 toneladas anuais nas emissões de gases nocivos ao meio ambiente”, diz Fração.

O diretor esclarece que programa de investimentos da TNT está sustentado nos três pilares do Plano Estratégico, o qual foi atualizado em 2014 (foco no crescimento rentável, investimento em performance e produtividade e organizar para vencer). “Esses três pilares suportam o investimento permanente da companhia em novas tecnologias, automação, otimização de processos, novas unidades operacionais e no engajamento dos seus colaboradores.”

IMPORTAÇÃO – Com a estratégia de crescer em outras atividades, a TNT Express, ampliou a sua atuação nas importações de cargas formais em 12 aeroportos brasileiros, que passarão a operar com desembarque internacional, o que significa que cargas podem seguir dos estados de origem diretamente para seus destinos. “É um ganho considerável para a logística e clientes brasileiros. Além do custo, que ficará mais atrativo, o tempo de percurso será otimizado”, afirma Murilo Silva,

diretor da TNT Express no Brasil.

A TNT Express já operava nos aeroportos de Viracopos e Guarulhos, em São Paulo, oferecendo aos importadores conexões diretamente dos hubs internacionais em Liege, na Bélgica, Santiago, no Chile, e Nova York, nos Estados Unidos. As importações provenientes dos 200 países são consolidadas nesses hubs antes de chegar ao Brasil. Liege, que é o maior hub da TNT no mundo, conta com um centro de excelência alfandegária especializado nas regras da aduana brasileira, assim consegue antecipar o processo de liberação antes mesmo que a carga chegue ao Brasil.

Em Guarulhos e Viracopos, a equipe da TNT conta com despachantes aduaneiros para auxiliar os clientes em todos os trâmites de importação e exportação formal de mercadorias. O centro logístico da operação em São Paulo presta assessoria aos clientes

nos processos alfandegários com esclarecimento de dúvidas e resoluções de entraves aduaneiros.

“Almejamos um crescimento neste tipo de operação, pois já temos a expertise nos aeroportos em que trabalhamos. Para ter uma ideia, o volume de serviço hoje já gira em torno de 200 embarques mensais. Esse número deve evoluir já nos próximos meses”, afirma Raquel Loanda, gerente nacional de operações.

O Brasil é um país importante dentro da estratégia da TNT mundial, especialmente na América Latina. Das diversas aquisições que fez ao redor do mundo, com o objetivo de garantir a liderança nos principais mercados globais, a companhia adquiriu no mercado brasileiro a Expresso Mercúrio em 2007 e a Expresso Araçatuba em 2009.

Segundo a empresa, as aquisições no Brasil representam a peça final na construção



Fabiano Fração: com a renovação da frota a média de quilometragem aumentará para 20 mil quilômetros por mês

da South American Road Network (Rede Rodoviária Sul-americana). Dando continuidade à compra da LIT Cargo no Chile, este investimento reforça a estratégia da TNT de tornar-se líder em entregas expressas na América do Sul.



transporte 50 ANOS
Todos os modais MODERNO

Visibilidade para seus produtos e serviços.

TECHNI
bus
TRANSPORTE COLETIVO
E TRÂNSITO

11-5096.8104

ACABE COM OS DESVIOS E DESPERDÍCIOS DE COMBUSTÍVEL DE SUA FROTA.

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

ABASTECIMENTO MONITORADO
GTFrota

DESPERDÍCIOS
FRAUDES!

COMBUSTÍVEL

O sistema GTFrota também contribui com significativos ganhos na gestão da manutenção.

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

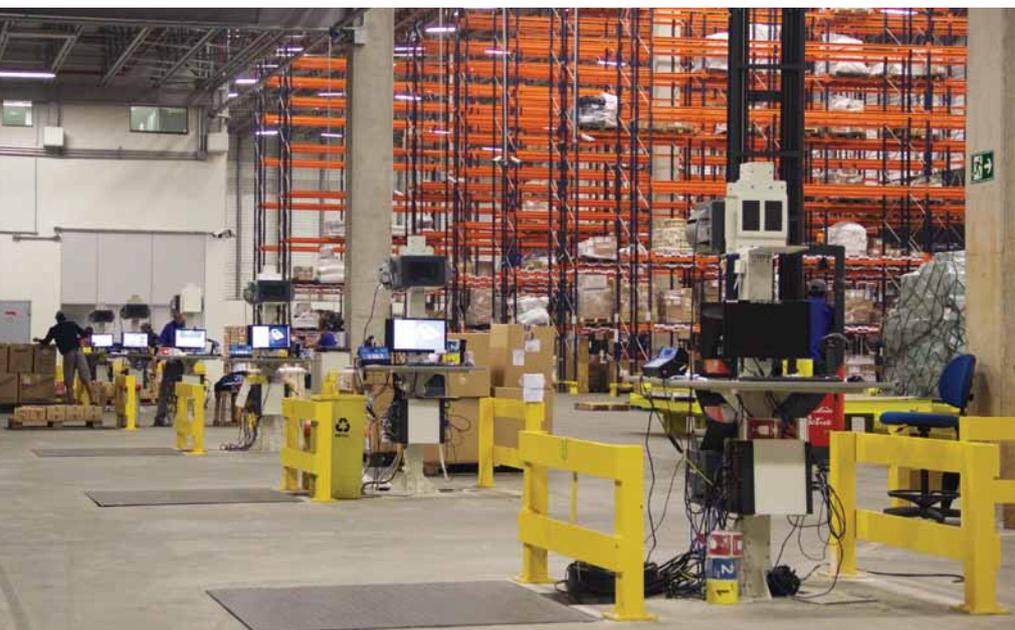
Rua Jaboatão, 580/592 - São Paulo - SP
excelbr@excelbr.com.br
Fone: (11) 3858-7724

EXCELbr

TAM Cargo inaugura seu maior e mais moderno terminal

Com capacidade para movimentar perto de mil toneladas por dia, o novo hub em São Paulo faz parte de um plano de investimentos que inclui novas instalações até 2016 e reforma e modernização de terminais

■ AMARILIS BERTACHINI



Terminal tem 14 plataformas metálicas que podem armazenar 630 toneladas de carga

A TAM CARGO INAUGUROU OFICIALMENTE, em meados de março, o maior e mais moderno terminal de cargas do grupo Latam Airlines no país, com área de 15 mil m² dedicada exclusivamente a cargas domésticas. O novo hub fica no mesmo local do anterior, que ocupava um espaço bem menor, de 9,8 mil m² na região do aeroporto de Guarulhos, de frente para a rodovia Hélio Smidt.

A capacidade de movimentação no terminal de São Paulo saltou para perto de mil toneladas por dia. A nova estrutura permite manejar de forma simultânea cargas transportadas por cargueiros e por aviões de passageiros. A TAM Cargo conta com quatro aviões cargueiros Boeing 767 e utiliza também todos os porões das 160

aeroplanos de passageiros da TAM para transportar cargas.

O galpão conta com 26 docas com elevadores, 14 de entrada de mercadorias, com balanças individuais, e 12 de saída, todas com plataformas elevatórias que se ajustam à altura dos caminhões.

A capacidade

Luis Quintiliano:
"Contamos com um conjunto de fatores que nos coloca em posição diferenciada no mercado"

total de armazenagem estática é de 630 toneladas; em seu interior foram instaladas 14 plataformas metálicas que vão do piso ao teto e podem comportar até 37,8 mil quilos em suas estruturas, por unidade. O espaço é verticalizado, com pé-direito de 11 metros de altura, e é considerado o mais alto de todos os terminais de carga do grupo nos diferentes países em que opera cargas. Nas antigas instalações a companhia não contava com docas de recepção e descarregava todas as cargas com empilhadeiras.

Segundo Luis Quintiliano, diretor geral da TAM Cargo, que assumiu o posto no final do ano passado, o investimento, de cerca de R\$ 38 milhões, foi feito com o objetivo de conquistar a confiança dos clientes e aumentar a participação de mercado da companhia neste segmento.

"Contamos com um conjunto de fatores para ganhar market share: armazéns novos, modernos e bem pensados; processos bem desenhados, com filosofia eficiente; e, principalmente, pessoas capacitadas, treinadas e motivadas, o que nos coloca em posição diferenciada no mercado", declara Quintiliano. O quadro de funcionários foi ampliado para 284



colaboradores, que se revezam em turnos e mantêm o funcionamento do local 24 horas. Os clientes passam a ser beneficiados também com um amplo estacionamento, com mais 79 vagas.

A meta da TAM Cargo é crescer 5% este ano, com base em todo esse investimento feito em infraestrutura e em processo, o que deve resultar na captação de novos clientes. “Dando um serviço melhor aos meus clientes devo conseguir um market share mais interessante”, aposta o executivo, assinalando que o foco é trabalhar junto com os clientes, perder um pouco da postura de ser simplesmente um fornecedor de transporte aéreo e passar a resolver os problemas logísticos que os clientes venham a apresentar.

No ano passado, essa divisão da TAM sofreu uma queda de 7% no volume de carga movimentada, de 233 mil toneladas registradas em 2013 para 216 mil toneladas em 2014, mas como todo o mercado sofreu retração, a companhia não perdeu market share. Entre as cargas mais importantes para a empresa estão as dos segmentos automobilístico, farmacêutico, têxtil e eletrônico, além de uma grande variedade de bens que vão desde encomendas de pessoa física e pessoas jurídicas pequenas até produtos restritos e animais vivos.

AUTOMAÇÃO – Outro avanço implantado no novo terminal foi a instalação de um sistema inteligente de identificação para gerir todo o processo de movimentação de cargas, que passa a ser automatizado. As mercadorias são etiquetadas e rastreadas por meio de códigos de barras; a localização e a retirada dos produtos são feitas por meio de leitura computadorizada dos códigos, realizada pelos operadores das dez empilhadeiras elétricas que foram adquiridas especialmente para o terminal.

Para incrementar as operações com cargas perecíveis, como pescados e fármacos,

MAIS EFICIÊNCIA PARA O AEROPORTO DE GUARULHOS

“O novo terminal da TAM traz um nível de excelência operacional que estamos buscando em todo o aeroporto, com instalações dotadas de moderna tecnologia. É o terminal mais moderno do aeroporto e vai agregar eficiência à operação de carga em Guarulhos”, declara Antonio Miguel Marques, diretor-presidente do Aeroporto Internacional de São Paulo (GRU Airport), que esteve presente na cerimônia de inauguração do novo terminal da TAM Cargo em Guarulhos. Ele assinala que a estrutura do novo terminal dará ainda mais rapidez à movimentação da carga aérea que já tem o perfil de ser escolhida por quem tem pressa na entrega da mercadoria.

No ano passado, o Terminal de Cargas do GRU Airport registrou crescimento de 3% nas importações e exportações, enquanto o mercado em geral apresentou queda de 3%. Ao longo do ano, o aeroporto movimentou mais de 255 mil toneladas de carga internacional, ante as 248 mil registradas em 2013. Segundo Marques, este desempenho consolidou a liderança do GRU Airport no setor, com um market share de 36% – era de 30% há dois anos –, assumindo a liderança na movimentação de cargas

a TAM também instalou no interior do local uma câmara fria, com 900 m³ e capacidade de 76 posições de rack (espaços para carga).

“O novo terminal integra o plano de investimentos da TAM Cargo em tecnologia, segurança e infraestrutura que chega a R\$ 94 milhões até 2016. Todos os esforços estão voltados a aprimorar nossos serviços e oferecer o melhor produto, de acordo com as necessidades e perfil dos nossos clientes”, ressalta Quintiliano.

Distribuídos pelo país, a TAM Cargo tem um total de 22 terminais. O plano de investimentos de R\$ 94 milhões teve início em 2013, será finalizado até 2016 e inclui a construção de novas estruturas,

domésticas, de importação e de exportação. “Isto se deve não só a companhias como a TAM, mas também à melhoria de performance de todos os agentes aeroportuários, em especial à Receita Federal e à Anvisa que têm sido parceiras para melhorarmos o atendimento aos exportadores e importadores. Temos conseguido melhorar os tempos de liberação também das cargas domésticas”, avalia o executivo.

A redução no tempo total de liberação de cargas caiu 29% nos últimos dois anos. Em janeiro de 2013 o tempo médio de liberação de cargas era de 109 horas e caiu para 77 horas em dezembro do ano passado.

Somando-se todas as modalidades do transporte aéreo de cargas (importação, exportação, carga doméstica, correios e courier), o GRU Airport Cargo movimentou 508 mil toneladas em 2014. O movimento do aeroporto foi de 39,5 milhões de passageiros, com aumento de 10% em relação a 2013, e de 304 mil pousos e decolagens.

A expectativa para 2015, segundo Marques, é de que o mercado se mantenha no nível do ano passado e que o GRU Airport aumente em pelo menos um ponto percentual seu market share neste ano.

além de reformas e ampliação de outros terminais. Do total, aproximadamente R\$ 80 milhões estão sendo aplicados em infraestrutura e R\$ 14 milhões em segurança e tecnologia.

Além deste espaço em São Paulo, a companhia já inaugurou os novos terminais de Manaus (AM), em 2013, de Goiânia (GO) e Natal (RN), em 2014, e planeja colocar em operação, ainda em 2015, os terminais de Uberlândia (MG), Ribeirão Preto e Sorocaba, em São Paulo. Até o fim de 2016, a empresa pretende inaugurar os terminais do Galeão, no Rio de Janeiro, de Porto Alegre (RS), Curitiba (PR), Brasília (DF) e Fortaleza (CE).

Números da Boeing decolam

Fabricante de aviões comerciais encerra 2014 com recorde de 723 aeronaves entregues e inicia 2015 com a presidente da Boeing Brasil, Donna Hrinak, no comando dos negócios em toda a América Latina

■ AMARILIS BERTACHINI



Donna Hrinak, presidente da Boeing Brasil, teve seu comando ampliado para toda a América Latina

O ANO DE 2015 COMEÇA COM NOVAS perspectivas para os negócios da Boeing na América Latina. Donna Hrinak, presidente da Boeing Brasil, teve seu comando ampliado para toda a América Latina. A gestão continuará a ser feita a partir do escritório principal da empresa em São Paulo, porém o foco será ampliado para as oportunidades regionais que podem surgir em todo o mercado latino-americano.

“Donna tem sido muito bem sucedida em expandir a presença da Boeing no Brasil e avançar nossos interesses empresariais. Ampliar suas responsabilidades permitirá que a Boeing se beneficie de seu profundo conhecimento e experiência de América Latina e permitirá à empresa atender melhor a esse importante e

crescente mercado aeroespacial”, declara Shep Hill, presidente da Boeing Internacional e vice-presidente sênior de desenvolvimento de negócios e estratégia da companhia.

Entre as experiências que Donna acumulou na região, foi embaixadora dos Estados Unidos no Brasil (2002-2004), na Venezuela (2000-2002), na Bolívia (1997-2000) e na República Dominicana (1994-1997). De 1991 a 1993, ela foi vice-secretária adjunta de estado para assuntos interamericanos, responsável por supervisionar a política e as relações dos Estados Unidos com o México e o Caribe. Também ocupou cargos de liderança em empresas como PepsiCo e Kraft Foods na região e é fluente em inglês, espanhol, português e polonês.

No Brasil, sua experiência de já ter morado no país em duas diferentes ocasiões – a primeira vez quando trabalhou como cônsul de política no consulado em São Paulo e a segunda quando foi embaixadora dos Estados Unidos no Brasil – tornou-se uma qualidade adicional para ocupar o cargo de presidente da Boeing Brasil, função que assumiu em 2011.

“Trabalhamos muito perto dos nossos clientes para entender seus negócios e suas necessidades, a fim de oferecer a eles as aeronaves mais eficientes em consumo de combustível, confiáveis e preferidas pelos passageiros do mercado”, declara Donna Hrinak.

A executiva prevê um futuro de crescimento nas vendas de aeronaves na América Latina nas próximas duas décadas. “A Boeing estabeleceu um novo recorde global da indústria em 2014, quando entregou 723 aeronaves comerciais em um único ano, o que nos manteve na posição de maior fabricante de aviões do mundo pelo terceiro ano consecutivo. De acordo com o nosso estudo anual de perspectivas de mercado, a América Latina precisará de cerca de 2.950 novas aeronaves comerciais nos próximos 20 anos, avaliadas em US\$ 340 bilhões – a maioria delas para crescimento de frota. O Brasil é uma região muito importante para a Boeing e historicamente representa cerca de 40% do mercado latino-americano, o que faz do país uma área de foco estratégico. Além das aeronaves comerciais, a Boeing também oferece produtos e serviços muito competitivos para atender às necessidades dos clientes brasileiros e da

América Latina nas áreas de consultoria de custos operacionais, gerenciamento de tráfego aéreo, vigilância e segurança cibernética, entre outros”, assinala a presidente.

Além da abertura de novos escritórios e do estreitamento de parcerias feitas com clientes, governo, indústria e instituições, na gestão de Hrinak foi implantado o Centro de Pesquisa e Tecnologia da Boeing no Brasil, em junho de 2012, que teve grande repercussão no mercado. O objetivo do centro é reforçar a relação da companhia com a comunidade de pesquisa e desenvolvimento do país com a finalidade de ajudar a “desenvolver as capacidades do Brasil e cumprir as metas para o desenvolvimento econômico e tecnológico do país”. No centro, localizado na cidade paulista de São José dos Campos – considerada um polo aeroespacial – são realizadas pesquisas na área de biocombustíveis sustentáveis para aviação, gestão avançada de tráfego aéreo, metais avançados e biomateriais, além de outras tecnologias de importância para a aviação.

Entre as parcerias de pesquisa feitas até o final de 2014, a Boeing assinou com o Departamento de Ciência e Tecnologia Aeroespacial (DCTA), com o Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe), com a Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e com a Universidade de São Paulo (USP)

A Boeing Pesquisa e Tecnologia-Brasil também pretende trabalhar com as universidades e sistemas de ensino para promover a aviação como um plano de carreira.

Em janeiro último, a Boeing e a Embraer inauguraram o Centro Conjunto de Pesquisa em Biocombustíveis Sustentáveis para a Aviação, com o objetivo de consolidar o estabelecimento de uma indústria de biocombustíveis de aviação no Brasil. Neste centro, instalado no Parque

Tecnológico de São José dos Campos (SP), as duas empresas passam a coordenar e financiar pesquisas com universidades e outras instituições brasileiras. O foco das pesquisas será o desenvolvimento de tecnologias para preencher lacunas na criação de uma indústria de biocombustíveis sustentáveis para a aviação no país, como produção de matérias-primas, análises técnico-econômicas, estudos de viabilidade econômica e tecnologias de processamento. No ano passado as duas empresas assinaram acordo de cooperação para conduzir e financiar pesquisas e compartilhar a propriedade intelectual desenvolvida por meio do centro.

O executivo Alexander F. Watson, representante da Boeing Internacional para a América Latina, continua prestando assessoria à empresa em relação a oportunidades de crescimento e parcerias na região. A Boeing Internacional é responsável pela estratégia global da companhia; está presente em todos os continentes com 18 executivos responsáveis por países e regiões em todo o mundo. A empresa atua nos segmentos de aviação comercial e defesa na América do Sul, América Central e no México através da oferta de produtos, sistemas, serviços e suporte. Cerca de 650 aeronaves da Boeing voam atualmente na região.

VENDAS RECORDES – A Boeing quebrou seu recorde de entregas de aviões comerciais, pelo segundo ano consecutivo, com 723 unidades entregues em 2014. Além disso, foram feitas 1.432 encomendas líquidas, no valor total de US\$ 232,7 bilhões, a preços de tabela, também quebrando um recorde anterior que havia sido atingido em 2007.

Em nota oficial, Ray Conner, presidente e CEO da Boeing Commercial Airplanes, afirmou: “Estou extremamente orgulhoso de toda a equipe da Boeing e de todo o trabalho duro de venda e entrega de um

número recorde de aviões comerciais no ano passado.”

Três programas comerciais se destacaram por atingir marcos notáveis no ano passado, cada um com recorde anual. O programa 737 entregou 485 unidades dos populares aviões de um só corredor; o programa 777 entregou 99 aeronaves; e o programa 787 entregou 114 unidades do modelo Dreamliner, incluindo o primeiro 787-9 para o cliente Air New Zealand e as primeiras entregas diretas para 13 companhias aéreas clientes da Boeing.

A família de aviões widebody da Boeing – 747-8, 767, 777 e 787 Dreamliner – foi responsável por mais de 60% de todas as entregas de aeronaves de corredor duplo no ano passado, fortalecendo ainda mais a posição da empresa como líder na indústria de aviões de fuselagem larga.

O programa Next-Generation 737 superou o número histórico de entregas de aviões de um só corredor, com 485 entregas em 2014. Das 1.432 encomendas comerciais líquidas de 2014, o Next-Generation 737 e o 737 MAX lideraram com 1.104 pedidos, seguidos pelos 777 e 777X, com 283 encomendas.

A Boeing mantém sua estratégia de apresentar ao mercado novos produtos e serviços, incluindo o lançamento do 737 MAX 200, em setembro, uma versão baseada no bem sucedido 737 MAX 8. O avião pode ser configurado com até 200 assentos, aumentando o potencial de receita e proporcionando até 20% a mais de eficiência no consumo de combustível.

“Diante da concorrência acirrada, tivemos um ano forte”, avalia Ray Conner. “Em 2015, vamos manter o foco em atender nossos compromissos com os clientes, e nos preparar para marcos importantes em nossos programas de desenvolvimento, incluindo o início da montagem do primeiro 737 MAX e configuração firme para o 777X”, complementou. ■



Dreamliner da Avianca pousa em São Paulo

Duas aeronaves Boeing 787 Dreamliner passam a fazer os quatro voos diários da rota São Paulo-Bogotá da Avianca com capacidade individual para 222 passageiros na classe econômica e outros 28 na classe executiva

■ IAMARILIS BERTACHINI

NO INÍCIO DE FEVEREIRO UM DOS PRIMEIROS quatro novos aviões Boeing 787 Dreamliner recentemente recebidos pela Avianca Internacional pousou no Aeroporto Internacional de São Paulo, em Guarulhos. O voo do Dreamliner partiu da cidade de Bogotá, na Colômbia, e a aeronave é uma das duas deste modelo que cumprirão os quatro voos diários (duas frequências) desta companhia aérea entre as duas cidades.

Ao todo, a Avianca adquiriu 15 aeronaves que serão entregues ao longo dos

próximos três anos e incorporadas à frota da companhia para atender a destinos na América do Sul, América do Norte e Europa. Os primeiros quatro aviões entregues serão utilizados em rotas que irão servir, além de São Paulo e Bogotá, cidades como Buenos Aires, Nova York, Santiago do Chile, México e, a partir de junho, Madri, Barcelona e Londres, segundo informações da própria Avianca.

O trecho Bogotá-São Paulo-Bogotá foi o único que recebeu duas aeronaves. As rotas Bogotá-Nova Iorque-Bogotá,

Bogotá-Santiago de Chile-Bogotá e Bogotá-Buenos Aires-Bogotá também já são realizadas com o Dreamliner, que possui autonomia de voo para rotas de médio e longo alcance.

TECNOLOGIA – O avião tem capacidade para 250 passageiros, sendo 222 na classe econômica e 28 na classe executiva. É considerada uma das mais velozes e modernas aeronaves do mundo, com apelo para a alta performance, tecnologia de ponta, ecoeficiência, maior



A Avianca adquiriu 15 aviões 787 Dreamliner, da Boeing, que serão entregues ao longo dos próximos três anos

pela Avianca, essa aeronave consome, em média, 20% menos querosene que outros modelos semelhantes. Além dos materiais leves que compõem a aeronave e de sua aerodinâmica aprimorada, a economia de combustível é possível também graças à eficiência dos motores, fabricados pela Rolls Royce. As peças que compõem a estrutura do Dreamliner são fabricadas em diferentes partes do mundo, como Itália, Coreia, Japão, Inglaterra, Cingapura e Estados Unidos.

O Dreamliner é chamado de ecoeficiente também porque emite cerca de 20% menos carbono, além do impacto acústico, que é 40% menor – tanto dentro quanto fora da cabine. A avançada aerodinâmica do 787 lhe dá mais resistência e proporciona flexibilidade, resultando em voos mais suaves até mesmo em situações de turbulência moderada.

Internamente, os corredores da classe econômica têm 55 centímetros de largura, ou cerca de seis centímetros a mais que outros aviões de corredor duplo existentes no mercado. Na classe executiva, esse espaço sobe para 65 centímetros e os assentos dessa área permitem reclinção total, com uma disposição de poltronas que garante maior privacidade ao passageiro.

As janelas são 40% maiores do que as de outros aviões comerciais e dispensam cortinas porque possuem um sistema eletrônico que permite ao passageiro escurecer ou clarear o vidro. A iluminação

também foi projetada para proporcionar um voo mais agradável: as lâmpadas de Led da cabine fazem o brilho e as cores parecerem com o aspecto de céu. A intensidade das luzes pode ser controlada pela tripulação que pode tanto iluminar mais quanto simular uma situação de noite para proporcionar aos passageiros um melhor descanso.

ENTRETENIMENTO A BORDO – Para entreter os passageiros a bordo, o 787 Dreamliner conta com tecnologia Android, com exibição de filmes, seriados, desenhos e videoclipes. As telas são mais finas e sensíveis ao toque, e ajudam a evitar o cansaço da vista: na classe executiva, a tela possui 16 polegadas e nove na econômica.

“Confiamos no mercado brasileiro e continuaremos a expandir nossas operações no país, trazendo equipamentos com a melhor tecnologia a bordo e que proporcionem mais conforto e o melhor serviço aos nossos passageiros”, afirmou José Efromovich, presidente da Avianca Brasil.

Na avaliação da própria Avianca, a chegada dos quatro primeiros jatos Boeing 787 Dreamliner dá à empresa um grande passo em sua consolidação como companhia aérea líder na América Latina. A Avianca Internacional atende a mais de 100 destinos, em 25 países das Américas e da Europa, com centros de conexão em Bogotá, El Salvador e Lima.

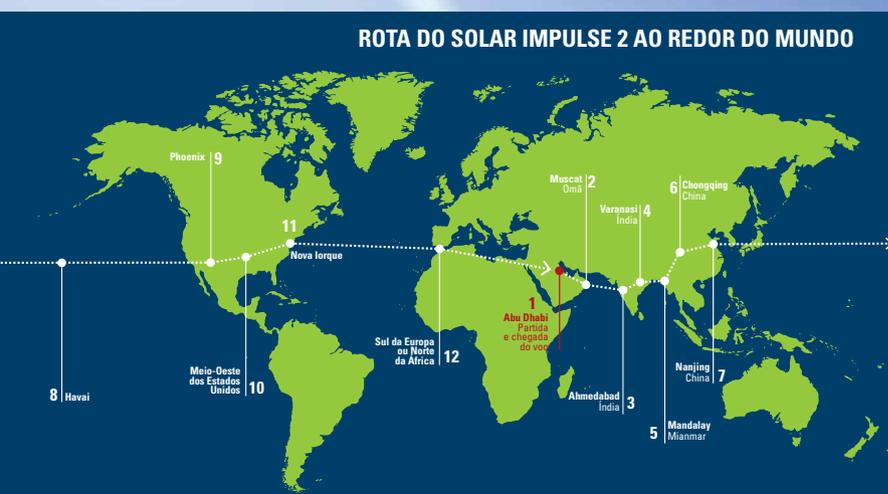
conforto para os passageiros e design diferenciado.

O Dreamliner é produzido com 50% de material compósito, 20% de alumínio, 15% de titânio, 10% de aço e 5% de outros materiais, o que resulta em uma aeronave resistente, imune à corrosão e com menor necessidade de manutenção programada. Graças à sua estrutura de material compósito, pesa somente 130 toneladas. Por ser mais leve, sua operação resulta em menor consumo de combustível. Segundo dados divulgados

Solar Impulse dá a volta ao mundo

A ABB e a Solvay embarcam suas inovações no Solar Impulse 2, o primeiro avião tripulado movido exclusivamente a energia solar, que iniciou no dia 9 de março uma histórica volta ao mundo

ROTA DO SOLAR IMPULSE 2 AO REDOR DO MUNDO



DOIS PILOTOS DECOLARAM NO DIA 9 de março no Solar Impulse 2 (Si2) de Abu Dhabi, nos Emirados Árabes Unidos, para iniciar a volta ao mundo sem a utilização de uma única gota de combustível fóssil. A aventura tem o apoio e a contribuição de diversas empresas do mundo, entra as quais a Solvay e a ABB.

Na rota de 40.000 quilômetros do Si2, os pilotos suíços Bertrand Piccard e Andre Borschberg compartilharão tarefas conforme as paradas da aeronave em

idades que incluem Muscat, Omã; Varanasi e Ahmedabad, na Índia; Chongqing e Nanjing, na China; e Phoenix, Arizona, nos Estados Unidos. Há previsão de parada também na Europa ou na África do Norte.

Entre os desafios antes que a missão finalize em Abu Dhabi é realizar um voo non-stop de cinco dias e cinco noites da China para o Havai, em meados de 2105. O avião, alimentado por 17.248 painéis solares, vai subir mais alto do que o

Monte Everest todos os dias enquanto carrega totalmente suas baterias para permanecer no ar durante a noite.

André Borschberg está pilotando a primeira parte da viagem de 400 km, que deverá durar 12 horas, a partir de Abu Dhabi até Muscat, em Omã.

Viajando a velocidades entre 50 e 100 quilômetros por hora, o Si2 voará 25 dias distribuídos por cinco meses, equipado com 15 produtos Solvay aplicados em mais de 6 mil componentes, incluindo os seus plásticos e polímeros de alto desempenho, fibras, filmes, lubrificantes e revestimentos.

“A aventura Solar Impulse representa a inovação sem limites e a capacidade da Solvay de demonstrar sua força na busca



135 microns
espessura das células
(tão fina quanto um fio de cabelo)

72 metros
envergadura

17.248
células solares

2,3 toneladas
peso total

4 x 260 Wh/kg energia gerada pelas baterias

de soluções para desenvolver e promover tecnologias de baixo carbono”, disse Jean-Pierre Clamadiou, presidente do comitê executivo e CEO da Solvay. “Desejamos aos pilotos Bertrand Piccard e André Borschberg um voo seguro e grande sucesso em sua volta ao mundo.”

O objetivo desse projeto sustentável é demonstrar o desenvolvimento e utilização de energias renováveis e tecnologias de baixo carbono. O grupo Solvay, o primeiro patrocinador oficial do Solar Impulse, está engajado nesse projeto desde seu início, há 12 anos, desenvolvendo tecnologias e materiais que ajudam a reduzir peso, armazenar energia e promover eficiência energética.

A inovação brasileira também está a bordo com Emana, microfibras têxtil

criada pela Rhodia, que faz parte do uniforme oficial de viagem dos pilotos. Espécie de segunda pele, a roupa age para melhorar a microcirculação sanguínea, contribuindo para o retardamento da fadiga muscular dos pilotos durante o voo.

Com este “laboratório voador”, a Solvay tem provado a sua especialização em materiais avançados e energia sustentável, que permitem ao Solar Impulse voar ao redor do mundo exclusivamente com a energia do Sol.

A ABB, especializada em tecnologias de automação e energia, também formou em 2014 parceria com a empresa Solar Impulse para dar a volta ao mundo histórica, defendendo o papel da inovação e da tecnologia na redução do consumo de recursos do planeta e no aumento da utilização de energias renováveis.

“A Solar Impulse vai inspirar uma nova geração para abraçar a inovação e a tecnologia e resolver os maiores desafios do planeta,” disse Ulrich Spiesshofer,

CEO da ABB. “A ABB estará com a equipe da Solar Impulse em cada milha de sua jornada.”

Três engenheiros da ABB juntaram-se à equipe da Solar Impulse, contribuindo com expertise e paixão. O trabalho inclui a melhoria dos sistemas de controle para as operações de solo, aumentando a carga eletrônica para os sistemas de bateria do avião e resolvendo os obstáculos que surgem ao longo da rota.

Como o segundo maior fornecedor mundial de inversores solares e um dos maiores fornecedores para a indústria de energia eólica, a ABB é líder em integrar as energias renováveis, de forma eficiente e confiável nas redes elétricas.

Piccard disse que a união com a ABB e suas principais tecnologias, que permitem a geração de projetos de energias renováveis, bem como o aumento da eficiência, trouxe um reforço para a equipe do Solar Impulse na capacidade do empreendimento para demonstrar o poder da inovação e da tecnologia limpa.

“É disto que o mundo precisa,” disse Piccard, pioneiro da aviação que integrou a primeira equipe a orbitar a Terra em um balão, em 1999. “De outra forma, vamos perder todos os nossos recursos naturais.”

Embraer inicia testes do KC-390



Primeiro voo do maior avião já produzido pela indústria aeroespacial nacional foi realizado com sucesso e início de entrega das 28 unidades à Força Aérea Brasileira está previsto para o fim de 2016

■ AMARILIS BERTACHINI

COM DURAÇÃO DE UMA HORA E 25 minutos, a Embraer realizou o primeiro voo de seu novo jato KC-390, de transporte militar e reabastecimento em voo. A operação foi realizada no início de fevereiro, em Gavião Peixoto (SP), para avaliação da qualidade de voo e de desempenho da aeronave.

"Este primeiro voo é um passo fundamental para cumprirmos a tarefa que nos foi confiada. O KC-390 é resultado de uma estreita cooperação com a Força Aérea Brasileira e conta com outros parceiros internacionais, representando,

provavelmente, o maior desafio tecnológico que a empresa já enfrentou em sua história. Estamos verdadeiramente realizados por atingir este importante marco", disse Frederico Fleury Curado, diretor-presidente da Embraer.

Em seu voo inaugural – sob a condução dos pilotos de teste Mozart Louzada e Marcos Salgado de Oliveira Lima e dos engenheiros de ensaios em voo Raphael Lima e Roberto Becker – o KC-390 realizou manobras para análise das características de voo e executou uma variedade de testes. Segundo Louzada, a

aeronave se comportou de forma "dócil e previsível". "O avançado sistema de comandos de voo fly-by-wire e os aviônicos de última geração facilitam a pilotagem e proporcionam um voo suave e preciso", acrescentou.

O voo inaugural é o início da fase de testes de dois protótipos, prevista para durar até o fim de 2016, para quando está programado o início das entregas. Em maio de 2014, a Força Aérea Brasileira assinou o pedido de aquisição de 28 aeronaves que serão entregues ao longo de doze anos. Com valor em torno de R\$



7,2 bilhões, o contrato prevê o fornecimento dos aviões e um pacote de suporte logístico, que inclui peças sobressalentes e manutenção.

De acordo com Jackson Schneider, presidente e CEO da Embraer Defesa & Segurança, o programa continua avançando conforme planejado e ele afirmou que o KC-390 tem despertado o interesse de diversos países no mundo todo. Argentina, Chile, Colômbia, República Checa e Portugal assinaram cartas de intenção para adquirir um total de 32 aeronaves. “Orgulhamo-nos por mais uma

vez mantermos nossos compromissos no desenvolvimento desta aeronave que estabelecerá um novo padrão na categoria dos aviões de transporte militar tático”, disse.

A aeronave é um projeto da FAB que contratou a Embraer, em abril de 2009, para desenvolver este que é o maior avião já produzido pela indústria aeroespacial nacional. Foi desenhado com 35,2 metros de comprimento e capacidade para transportar até 23 toneladas de carga. Este avião foi projetado para estabelecer novos padrões em sua categoria, com menor custo operacional e flexibilidade para executar uma ampla gama de missões, entre elas transporte e lançamento de cargas e tropas, reabastecimento aéreo, busca e resgate e combate a incêndios florestais.

O KC-390 é um jato bimotor que representa um avanço significativo em termos de tecnologia e inovação para a indústria aeronáutica brasileira. É equipado com motores V2500 turbofan, da International Aero Engines, aviônica de última geração, rampa traseira e conta com um avançado sistema de manipulação de carga. Este avião será capaz de transportar até 23 toneladas de carga, incluindo paletes, helicópteros, veículos blindados sobre rodas e tropas (80 soldados ou 64 paraquedistas). Seu compartimento de carga tem 18,54 metros de comprimento, 3,45 metros de largura e 2,95 de altura e o espaço é suficiente para acomodar equipamentos de grandes dimensões, além de blindados, peças de artilharia, armamentos e até aeronaves semidesmontadas, segundo informações divulgadas no site oficial da FAB.

O desempenho do KC-390 é beneficiado por um moderno sistema de controle fly-by-wire com tecnologia integrada que diminui a carga de trabalho da tripulação e aumenta a segurança da operação. Foi projetado para apresentar o menor custo operacional e a maior taxa

de disponibilidade na sua categoria.

Um dos principais atributos do novo jato é sua capacidade de reabastecer outros aviões em voo, com a instalação de dois tanques de combustível internos removíveis. A aeronave também pode ser reabastecida em voo, proporcionando maior flexibilidade nas missões mais longas. O KC-390 contará com um sistema avançado de autodefesa, aumentando a capacidade de sobrevivência da aeronave em ambientes hostis.

“O KC-390 será a espinha dorsal da aviação de transporte da Força Aérea Brasileira. Da Amazônia à Antártica, a frota de 28 aeronaves terá um papel fundamental para os mais diversos projetos do Estado brasileiro, da pesquisa científica à manutenção da soberania”, disse o tenente-brigadeiro do ar Nivaldo Luiz Rossato, comandante da Aeronáutica.

Segundo informações da FAB, os KC-390 “deverão cumprir todas as missões atualmente realizadas pelos C-130 Hercules (fabricados pela americana Lockheed Martin), como transporte de tropas e de carga, lançamento de paraquedistas, busca e combate a incêndios. Para isso, o avião deverá ser capaz de pousar em pistas sem asfalto e operar em ambientes que vão do frio da Antártica até o calor da Amazônia. O uso de turbinas a jato permitirá alcançar uma velocidade de até 870 km/h. O antecessor não passa dos 671 km/h.”

EMBRAER – Com sede em São José dos Campos (SP), a Embraer tem tradição na fabricação de jatos comerciais de até 130 assentos. Atualmente, além do Brasil, mantém escritórios, instalações industriais e oficinas de serviços na China, Estados Unidos, França, Portugal e Cingapura. Também fornece suporte e serviços de pós-vendas a clientes em todo o mundo. ■

Novos caminhões-tanque para a BR Aviation

Divisão da Petrobras Distribuidora investe na expansão da frota de veículos abastecedores e planeja expandir serviços dos atuais 111 aeroportos que atende para 150 pontos de fornecimento de combustíveis até 2018

■ AMARILIS BERTACHINI



A companhia investiu cerca de R\$ 110 milhões na aquisição dos novos veículos

A BR AVIATION, BRAÇO DA PETROBRAS Distribuidora que trata da distribuição de combustível para o segmento de aviação planeja adquirir este ano 59 novos caminhões-tanque como parte de seus investimentos na ampliação da infraestrutura aeroportuária. Até 2018 a frota deverá crescer para 800 caminhões.

Nos últimos dois anos, estimulada pelo aumento de demanda decorrente da Copa do Mundo realizada no ano passado – quando foram abastecidos mais de 105 mil voos em pouco mais de um mês – a empresa adquiriu 150 novos caminhões-tanque,

mais especificamente no período de 2012 a 2014. A escolha foi pelos caminhões Mercedes-Benz (126 unidades) e Iveco (24 veículos). A companhia investiu cerca de R\$ 110 milhões na aquisição desses novos veículos.

Atualmente a BR Aviation tem uma frota de mais de 600 caminhões-tanque que são usados unicamente para o abastecimento de aeronaves nos aeroportos e não podem circular em vias públicas.

Atualmente, a BR Aviation presta serviço em 111 aeroportos do país e a meta é chegar a 150 pontos de fornecimento de combustíveis até 2018. A companhia realiza cerca de

3 mil abastecimentos diários de aeronaves.

Segundo Erica Saião, gerente-executiva da BR Aviation, a Petrobras Distribuidora possui atualmente um market share de 57% no mercado de aviação e abastece as principais companhias aéreas nacionais e estrangeiras que voam no Brasil. Entre elas, estão Gol, Azul, TAM, Avianca, American Airlines, Air France e TAP.

Com exceção dos aeroportos de Guarulhos (Aeroporto Internacional de São Paulo) e Galeão (Aeroporto Internacional do Rio de Janeiro), onde o recebimento de combustíveis de aviação é feito por dutos que ligam os aeroportos diretamente às refinarias da Petrobras, nos demais aeroportos a logística de suprimento da BR Aviation/Petrobras Distribuidora é feita através de caminhões-tanque. Neste caso, caminhões são carregados nas bases ou terminais e transportam o combustível de aviação até os aeroportos. “Na chegada, antes do recebimento, é feito o controle de qualidade do combustível. Somente então ele é descarregado no parque de abastecimento de aeronaves. A logística de armazenagem se baseia no estoque mínimo para atendimento da demanda e no tempo de ressuprimento”, explica Erica. “A logística de abastecimento é diferente para cada aeroporto, pois o número de operações de pousos e decolagens por hora é um dos fatores que contribuem para o planejamento das operações da BR Aviation”, acrescenta a executiva.

Os combustíveis de aviação são armazenados pela BR Aviation em tanques totalmente segregados, conforme padrões internacionais. O querosene de aviação é o combustível mais utilizado, mas em diversos aeroportos é distribuída também a gasolina de aviação.

De acordo com Erica, não existe um padrão para a capacidade de armazenagem nos parques de abastecimento de aeronaves. Também não é possível medir e simplesmente determinar que uma quantidade de combustível significa um determinado número de aeronaves abastecidas. Para cada voo, a companhia aérea define a quantidade de combustível necessária, com base no número de passageiros, peso da bagagem, meteorologia, tempo de voo, rotas alternativas e outros fatores. “Para o planejamento, temos dados históricos dos voos que nos auxiliam na decisão de manutenção dos estoques”, relata.

A frequência dos abastecimentos e a quantidade entregue nos aeroportos varia de unidade para unidade, principalmente com relação ao tamanho da tancagem e à distância do polo supridor. Nos 111 aeroportos que compõem a rede da BR Aviation, há diversos tamanhos de tancagem, sendo o maior o do aeroporto de Guarulhos (SP), de aproximadamente 25.000 m³, e o menor o do aeroporto de Dourados (MS), de 30 m³.

De acordo com a empresa, para garantir a segurança no atendimento, a pontualidade e a qualidade do produto, os processos são mapeados e a companhia investe em treinamento e fiscalização. Há também um programa de certificação para os cerca de 1.300 operadores que atuam no abastecimento de aeronaves em todo o país. A equipe passa por um curso prático e teórico com duração de uma semana no Centro de Treinamento da Petrobras Distribuidora no Rio de Janeiro.

RECONHECIMENTO – No ano passado, a Petrobras Distribuidora foi escolhida, pela



A BR Aviation realiza cerca de 3 mil abastecimentos diários de aeronaves

quarta vez consecutiva, a melhor fornecedora de combustíveis de aviação da América Latina, segundo pesquisa anual feita pela Armbrust Aviation Group – uma empresa independente com expertise na cadeia de aviação e uma das principais fontes de informação para os envolvidos no setor – junto às companhias aéreas, operadores aeroportuários e outros supridores.

AEROPORTOS VERDES – Em alguns dos aeroportos onde está presente, a BR Aviation tem um programa chamado Aeroporto Verde, cujo foco é a utilização de tecnologias e práticas ecoeficientes, com o objetivo de transformar essas unidades em Parques de Abastecimento de Aeronaves (PAA) sustentáveis, capazes de utilizar os recursos naturais de forma mais consciente.

São cerca de 20 aeroportos com esse conceito, dotados de sistemas para captação e reaproveitamento de água de chuva; tratamento de efluentes; reciclagem e coleta seletiva de resíduos; produção e consumo eficiente de energia elétrica.

No caso da água, o programa adota um sistema que capta e armazena a água da chuva e outro que coleta e trata os efluentes gerados para reúso. As águas dos dois sistemas são aproveitadas na lavagem das Unidades Abastecedoras de Aeronaves (UAA) e na irrigação de áreas verdes, o que, segundo a empresa, proporciona uma

redução de 20% no consumo de água tratada. São também adotadas ações pra evitar desperdício de água, como troca das torneiras e descargas sanitárias por modelos mais econômicos e automáticos.

Em relação à energia elétrica, são instaladas nas unidades placas fotovoltaicas para captar os raios solares e transformá-los em energia elétrica limpa e eficiente. A armazenagem da energia elétrica é realizada por um conjunto de equipamentos chamados de Kit Bomba, que podem manter a operação da bomba de combustível ativa por uma hora nos períodos de falta de energia, garantindo o abastecimento de 30 a 60 mil litros de Jet A-1. A energia limpa excedente é distribuída dentro da rede interna da unidade BR Aviation, reduzindo o consumo de energia elétrica convencional. Também são usadas lâmpadas Led nas áreas internas e externas, letreiros rótulos e pistas para reduzir o consumo geral de energia. Quanto aos resíduos, a empresa desenvolve ações para reduzir o descarte e promover a coleta seletiva.

Fazem parte deste programa as unidades de Porto Seguro (BA), Trancoso (BA), Salvador (BA), São Luís (MA), Teresina (PI), Recife (PE), Maceió (AL), Aracaju (SE), Belém (PA), Carajás (PA), Palmas (TO), Montes Claros (MG), Maringá (PR), Natal (RN), Navegantes (SC), Itirapina (SP), Ribeirão Preto (SP) São José do Rio Preto (SP), São José dos Campos (SP) e Vitória (ES). ■



Licitação do aeroporto do Guarujá deve ocorrer no primeiro semestre

Com dois anos de atraso em relação ao cronograma original, empreendimento atenderá toda a Baixada Santista

■ ANDREIA RODRIGUES

O ANO DE 2015 SERÁ UM IMPORTANTE marco para a implantação do Aeroporto Civil Metropolitano de Guarujá (ACMG). Sua licitação deve ocorrer ainda no primeiro semestre. “Com a conclusão das pesquisas e análises sobre a viabilidade econômico-financeira do projeto para anuência final da Secretaria de Aviação Civil (SAC) da Presidência da República e o término do processo de licenciamento ambiental, as obras devem ser iniciadas tão logo tenhamos o vencedor do processo”, reforça Dário Lima, diretor de Desenvolvimento Aeroportuário da prefeitura do Guarujá.

Com dois anos de atraso em relação ao cronograma original, que previa o aeroporto pronto para a Copa do Mundo, em 2014,

o aeroporto será construído em um terreno de 275 mil m² cedido à prefeitura pela Força Aérea Brasileira (FAB). Atualmente, em uma área total de 2,8 milhões de m² funciona o aeródromo da Base Aérea de Santos.



A pista, de uso exclusivo militar, conta com 1.390 metros de extensão.

A administração da área para implantação do aeroporto civil metropolitano do Guarujá foi repassada pelo governo federal ao município em dezembro de 2013 e, na sequência, a prefeitura deu início aos estudos ambientais (EIA-RIMA) necessários à implantação do empreendimento.

Após serem entregues as sugestões para a modelagem da concessão pretendida para o empreendimento, em meados do ano passado, a SAC se manifestou de forma favorável, mas solicitou que a

Dário Lima: “As obras devem ser iniciadas tão logo tenhamos o vencedor do processo de licitação”

prefeitura esclarecesse alguns pontos, baseados nas regras que existem neste procedimento. “Depois de algumas discussões técnicas entre as equipes do governo municipal e da SAC, fizemos todos os ajustes finos e nos dedicamos ao processo de licenciamento ambiental”, explicou.

Em outubro passado, mesmo sem a divulgação de como será a licitação, pelo menos quatro grupos demonstraram interesse na construção e exploração do aeroporto. A empresa Libra Aeroportos, do grupo Libra, que já opera o aeroporto internacional de Cabo Frio e o aeroporto de Angra dos Reis, no Rio de Janeiro, é um deles e apresentou, inclusive, uma sugestão de modelo de concessão. Os demais interessados são empresas estrangeiras de construção e operação de aeroportos.

A perspectiva de aumento da demanda em ritmo mais acelerado fez com que a prefeitura ampliasse também os padrões da concessão. “As negociações em relação à ampliação da área cedida pela FAB ainda estão em andamento e a metragem deve ser acrescida antes do anúncio da licitação”, completa Lima.

Com investimento inicial de aproximadamente R\$ 150 milhões, a expansão do negócio estava prevista para ser realizada gradativamente. Mas, de acordo com o diretor, quanto mais robusto, mais competitivo será o empreendimento. “A movimentação de um milhão de passageiros por ano deve ser alcançada já entre o 5º e 8º anos de operação do aeroporto”, revela. Por conta dessas novas estimativas, o terminal, por exemplo, que originalmente ocuparia 5 mil m², também será ampliado. A prefeitura, no entanto, ainda não revela em quanto.

MOVIMENTAÇÃO – Os estudos realizados para o empreendimento indicam que o Aeroporto Civil Metropolitano de Guarujá terá capacidade para até 20 pousos e decolagens por dia, totalizando, aproximadamente, sete mil movimentos e 500 mil passageiros por ano. “Quando estiver

A BASE AÉREA DE SANTOS NO GUARUJÁ

Uma das organizações mais antigas do Comando da Aeronáutica, localizada às margens do canal do porto de Santos, a Base Aérea de Santos (BAST) foi criada em 1922. Na época de sua inauguração, era uma base aeronaval da Marinha do Brasil e operava os antigos hidroaviões.

“Apesar do nome, a Base Aérea de Santos se localiza na cidade do Guarujá. Na época quando foi inaugurada, o local pertencia a Santos, uma vez que o município do Guarujá ainda não havia sido criado”, explica o tenente-coronel aviador Carlos Alberto Panza Santos, comandante da BAST. “O nome ficou preservado até hoje”, afirma.

Desde a sua criação, a BAST teve várias atribuições, entre elas a defesa do litoral e a de sediar cursos de formação de todos os pilotos de helicóptero da Força Aérea. “Nossa missão é receber a operação de qualquer um dos esquadrões da Força que necessite realizar treinamentos de patrulhamento, de lançamento de cargas, de tiro ou que precise operar a partir da cidade de Santos, para missões reais, como as de resgate na região de serra ou no mar, em caso de acidente”, exemplifica o comandante Panza Santos.

Entre o período de 2006 e 2014, a BAST era um Núcleo de Base. “Com a transferência do esquadrão que ficava locado aqui para outra unidade, passamos a atuar como apoio as bases sediadas em outras regiões, como Rio de Janeiro, por exemplo”, relembra o comandante. “Caso fosse necessário uma manobra ou exercício aqui no litoral paulista, nos

operando, por completo, o novo aeroporto irá gerar aproximadamente mil empregos diretos e indiretos”, enfatiza Lima.

Sua implantação será de infraestrutura modular, o que garante a agilidade na construção. O empreendimento atenderá



Comandante Panza Santos: para a região o aeroporto será um grande desenvolvimento

prestávamos esse apoio”, explica.

Desde novembro do ano passado, a BAST voltou a ser uma Base Aérea e o comandante Panza Santos foi designado a assumir o cargo de comandante da BAST. “Mantemos o desafio de servir de forma estratégica a Força Aérea Brasileira, seja por meio de treinamentos ou a realização de exercícios e manobras específicas”, completa.

Com a implantação do aeroporto do Guarujá, a BAST continuará atuando normalmente. “Estaremos dentro da mesma área da FAB, mas com atribuições diferentes. Nós, com a operação militar, e o aeroporto com atendimento civil, voos regulares, embarque e desembarque de passageiros. Para a região, será um grande desenvolvimento”, finaliza.

toda a Baixada Santista. “Nossa vocação principal será o turismo e os negócios na região, mas acreditamos no aumento de procura pela aviação executiva voltada para a exploração de petróleo e gás”, acrescenta Lima.

Exportação é a saída para o debilitado mercado interno

Queda de 50% na produção e vendas de veículos rebocados levam a Anfir a pedir criação de uma agenda positiva e incentivar exportações

■ WAGNER OLIVEIRA

ACOMPANHANDO O MERCADO DE CAMINHÕES, a venda de implementos também desabou no primeiro bimestre. De acordo com dados da Associação Nacional dos Fabricantes de Implementos Rodoviários (Anfir), a produção e a venda de veículos rebocados pesados caíram 50% e as de leves declinaram 40% nos dois primeiros meses do ano.

Para o ano de 2015, a projeção da entidade é que as vendas caiam 10% se comparadas às de 2014, ano em que essa indústria também amargou queda de 10% (159.618 unidades emplacadas) em comparação com o ano anterior. "Acho que as empresas do setor já estão preparadas para lidar com uma retração de mercado desta ordem, visto que as vendas no primeiro bimestre foram praticamente nulas", declarou Alcides Braga, presidente da Anfir.

Em entrevista coletiva anual da entidade em São Paulo, Braga afirmou que o setor está enfrentando total desinteresse dos clientes. Ele disse que as carteiras de pedidos estão praticamente zeradas. "Todos os negócios estão sendo atendidos prontamente, visto que a capacidade de produção está muito acima da baixíssima demanda", disse.

Braga observou que o país precisa tentar construir uma agenda positiva para que os negócios retomem um novo patamar. "Nós precisamos hoje no Brasil de movimentos positivos. Temos de deixar essa agenda negativa de crise para trás. Vamos buscar um discurso mais otimista para vermos se a partir de março ou abril possamos vislumbrar uma recuperação para o resto do ano", afirmou.

Braga acrescentou que a taxa de juros para financiamento de 10% para os implementos

"não é absurda" dada a atual conjuntura. "Ao contrário, essa taxa é bem competitiva. É um bom número para a gente se financiar e motivar o cliente a comprar." Por outro lado, o executivo gostaria que o BNDES voltasse a financiar até 90% do valor do bem. "Com isso, eu acho que a gente conseguiria retomar (produção e venda)", comentou.

Braga afirmou que a atual crise cria uma "oportunidade" para o setor repensar a exportação. "Precisamos filosofar mais a respeito deste item para expandirmos fronteira. Há diversas regiões que podemos explorar, na América do Sul e a Latina, além do Oriente Médio e África", disse.

Segundo Braga, os fabricantes de implementos já estão olhando para o mercado externo e mobilizando suas equipes técnicas a explorar outros mercados. "Com esse câmbio favorável podemos colher algo no

curto e médio prazos", disse. "As empresas precisam ficar menos dependentes do mercado interno."

Em seu balanço anual, a Randon informou que 2014 foi um ano desafiador para a companhia com sede em Caxias do Sul (RS). "Foi um ano para testar os planos contingenciais", disse o presidente David Abramo Randon. "Conseguimos bons resultados, mas é preciso reconhecer que a tempestade não se encerrou neste ciclo, e 2015 nos desafia a enfrentá-lo com as armas de excelência, utilizando a gestão séria e comprometida com a administração de custos, correta alocação dos ativos e com a busca do crescimento sustentável", salientou.

Em 2014, a Randon S.A. Implementos e Participações registrou uma receita bruta total, antes da consolidação, de R\$ 5,5 bilhões, queda de 17,6% em relação a 2013. A receita líquida consolidada foi de R\$ 3,8 bilhões, 11,2% menor que a de 2013, alcançando Ebitda de R\$ 490,5 milhões, 13% menor se comparado com 2013. Já o lucro líquido consolidado somou R\$ 202 milhões, ante R\$ 235 milhões em 2013.

Embora a variação do dólar perante o real tenha criado condições favoráveis ao mercado de exportação em 2014, a Randon afirma que recessos nas economias dos principais mercados atuantes da companhia na América do Sul barraram o crescimento esperado para o período. Houve queda de 20% nas vendas externas em 2014 em comparação com 2013, totalizando US\$ 191,6 milhões, representando 11,9% da receita líquida consolidada nos 12 meses do último ano.



David Abramo Randon: "Foi um ano para testar os planos contingenciais"

FENATRAN

20º SALÃO INTERNACIONAL DO TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGA

De 9 a 13 de Novembro de 2015

ANHEMBI • SÃO PAULO • SP



HÁ 40 ANOS MOVIMENTANDO SEUS NEGÓCIOS

O MAIOR EVENTO de **TRANSPORTE RODOVIÁRIO DE CARGA DA AMÉRICA LATINA** ABRE AS PORTAS PARA VOCÊ.
Seja destaque na principal plataforma de negócios do setor.

- 🕒 Ativação de toda cadeia produtiva.
- 👤 Prospecção de novos clientes.
- 🏠 Negócios de curto a longo prazo.
- ★ Apresentação de tendências.

SUCESSO EM 2013

- + de 61 mil visitantes
- 20 milhões de leads em mídia espontânea
- 370 marcas expositoras
- + de 5 mil test drives na Fenatran Experience



www.fenatran.com.br

RESERVE SEU ESPAÇO

Flavia Castanho - Coordenadora de Eventos
(11) 3060-4981 | flavia.castanho@reedalcantara.com.br

INICIATIVA:



APOIO INSTITUCIONAL:



LOCAL:



CIA. AÉREA OFICIAL:



ORGANIZAÇÃO E PROMOÇÃO:



Maiores & Melhores

DO TRANSPORTE DO TRANSPORTE

SUA EMPRESA PODE ESTAR ENTRE
AS MAIORES E MELHORES DO PAÍS

Envie seu balanço até
31 DE AGOSTO
DE 2015
E PARTICIPE!



A exemplo dos anos anteriores, a OTM EDITORA, que publica as revistas Transporte Moderno e Technibus, dá início à preparação da edição especial

MAIORES DO TRANSPORTE & MELHORES DO TRANSPORTE.

O sucesso das edições e de suas premiações é a análise criteriosa dos balanços das empresas participantes.

Sua empresa também está convidada a participar.

É só preencher o questionário através do link www.otmeditora.com.br/cadastro-maiores-melhores, anexar o balanço anual do exercício de janeiro a dezembro de 2014, com o ATIVO, PASSIVO e DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS. O prazo para a entrega dos balanços expira em 31 de agosto de 2015.

Lembramos que a participação é gratuita.

A sua colaboração é muito importante, para que possamos continuar com o nosso compromisso de levar aos leitores informações técnicas valiosas para medir a evolução e o desempenho de cada área do setor de transporte.



www.otmeditora.com.br | otmeditora@otmeditora.com.br | 55 11 5096-8104

Patrocínio:



Ônibus articulados Mercedes-Benz começam a circular no BRT de Quito

Os chassis articulados O 500 MA, com carroceria Busscar de Colômbia, foram adquiridos pela prefeitura da capital equatoriana

QUARENTA ÔNIBUS ARTICULADOS Mercedes-Benz O 500 MA entraram em operação no início de março nos corredores Ecovia-Sur Oriental e Trolebús do sistema BRT (Bus Rapid Transit) da cidade de Quito, capital do Equador. Produzidos na fábrica da Mercedes-Benz do Brasil em São Bernardo do Campo (SP), os chassis articulados receberam carroceria da Busscar de Colômbia e foram entregues à Empresa Pública Metropolitana de Transporte de Passageiros de Quito pela Autolider, representante da Mercedes-Benz no país.

“Além de atender aos requisitos estabelecidos pela licitação da prefeitura de Quito, nosso produto agrega mais valor para os gestores do transporte público local”, afirma Claudio Siedmann, gerente sênior de ônibus da Daimler Latina.

Também com o objetivo de apoiar o cliente, representantes da empresa de transporte de passageiros de Quito serão recebidos pela área de Global Training da Mercedes-Benz do Brasil em Campinas, São Paulo. Eles irão participar de um programa de treinamento sobre o produto e a manutenção, a fim de multiplicar o conhecimento às suas equipes. Isso contribui para a familiarização dos motoristas e do pessoal de oficina do cliente quanto às características específicas dos veículos articulados, potencializando assim o uso da frota no que se refere a desempenho, economia operacional e manutenção, informa a montadora.

De acordo com Siedmann, o articuladado O 500 se destaca no mercado pela



Os chassis Mercedes-Benz fabricados no Brasil receberam carroceria da Busscar de Colômbia

versatilidade, força, robustez e resistência para encarar o trabalho pesado do transporte coletivo urbano de grande volume de passageiros. “Essas qualidades são essenciais num sistema de alta demanda como o de Quito, que é caracterizado ainda por desafios como a altitude de 2.800 metros e a operação severa numa topografia com muitas subidas e descidas”, ressalta Siedmann.

Segundo a Mercedes-Benz, os chassis de ônibus O 500 também são amplamente reconhecidos no transporte de passageiros pelo elevado nível de conforto e segurança. Este é o caso, por exemplo, do conjunto de suspensão totalmente pneumática, que assegura o bem-estar a bordo, garantindo a satisfação do motorista,

bem como dos usuários.

O sistema BRT de Quito foi implantado em 1995. Atualmente, são cinco corredores em funcionamento: Trolebús, Ecovia, Central Norte, Sur Oriental e Sur Ocidental.

Os 40 ônibus articulados O 500 estão sendo utilizados no Trolebús (24 km de extensão, 32 paradas e demanda de cerca de 266.000 passageiros por dia) e no corredor Ecovia-Sur Oriental (24 km de extensão, 39 paradas e mais de 164.000 passageiros por dia), que se complementam.

Com os novos ônibus Mercedes-Benz, a frota da empresa de transporte de Quito passa a contar com 307 veículos articulados, entre unidades a diesel e trólebus. ■



Volare Access: primeiro miniônibus da marca com piso baixo e motor traseiro com dimensões reduzidas

O miniônibus piso baixo da Volare

Empresa lança o Volare Access, o primeiro ônibus da marca com piso baixo que foca em acessibilidade, com rebaixamento total nos pontos de parada e com rampa manual para o embarque de cadeirantes

■ AMARILIS BERTACHINI

COM INÍCIO DE PRODUÇÃO PREVISTO PARA o final de fevereiro deste ano, o Volare Access, primeiro ônibus da Volare com piso baixo (low entry), foi concebido a partir de uma exigência do programa Caminho da Escola que solicitou aos fornecedores maior foco em acessibilidade e segurança para os passageiros. O veículo, que se enquadra na categoria miniônibus, foi apresentado oficialmente ao mercado paulista no final de janeiro com dois protótipos, um deles na versão escolar.

Segundo Roberto Poloni, executivo responsável pela engenharia da Volare, o veículo reúne a agilidade e a versatilidade de um miniônibus, mas com maior padrão de conforto, segurança e acessibilidade do que normalmente é encontrado nesse segmento do mercado. O sistema de embarque e desembarque de cadeirantes, em lugar de elevador, foi configurado com rampa. De acordo com Poloni, enquanto o embarque por elevador faz o ônibus

ficar parado no ponto entre 3,5 e quatro minutos – com base em dados da SPTrans – o piso baixo leva larga vantagem porque o acesso pode ser feito em um tempo de 15 a 20 segundos. Ele defende que a rampa manual não incomoda – na Alemanha o sistema também é assim –, o motorista para o carro, vai até o centro do veículo, abaixa a rampa e depois a recolhe novamente. O fato de não ter motor dianteiro também facilita esse movimento do

motorista que fica mais livre para circular.

Ele destaca o desafio que foi projetar o piso baixo em um ônibus mini. O modelo de piso baixo tem motor traseiro e dimensões reduzidas: peso bruto total (PBT) de 9.200 kg, comprimento que pode variar de 7,35 metros até nove metros, altura externa de 3,13 metros e largura de 2,36 metros. O espaço interno comporta até 35 passageiros, além do cobrador e de um box para cadeira de rodas. Na versão escolar, pode transportar desde 16 passageiros, com três boxes para portadores de necessidades especiais, até 21 passageiros, com um box para cadeirante. Segundo Poloni, o veículo pode ser configurado para até cinco cadeirantes na versão com nove metros de comprimento.



Roberto Poloni: desafio foi projetar o piso baixo em um ônibus mini



Modelo foi concebido conforme exigências do Caminho da Escola



Na versão urbana o Access pode transportar até 35 passageiros

O Volare Access recebeu suspensão Full Air pneumática e sistema de rebaixamento total – rebaixa 70 mm. De acordo com Poloni, a suspensão pneumática Full Air, com seis bolsas, reduz significativamente as vibrações transmitidas pelo pavimento, o que proporciona aos passageiros uma viagem mais suave e confortável. Tem motorização traseira Cummins ISF 3.8, sistema SCR com 162 cv de potência, torque de 600 Nm a 1.500 rpm, transmissão mecânica Eaton FSO 4505 C de cinco marchas e direção hidráulica. O motor traseiro possibilita fácil acesso aos componentes e possui sistema de refrigeração gerenciado eletronicamente com quatro eletroventiladores, o que reduz o nível de ruído e permite temperatura constante de funcionamento.

Dentro das novas regulamentações sobre a obrigatoriedade do ar condicionado nos ônibus urbanos – como é o caso das cidades do Rio de Janeiro e de São Paulo – o Volare Access já foi projetado para ter sistema de ar condicionado, com evaporadores e condensador no teto e distribuição por dutos modulares para otimizar sua eficiência e facilitar o processo de limpeza interna. O protótipo apresentado foi equipado com ar condicionado da Spheros, com

85.000 BTUs. “O ar condicionado já era um item requisitado no escolar e colocamos no urbano também”, assinala Poloni.

Uma das conquistas do projeto, segundo Poloni, foi a equipe da Volare ter conseguido fazer nesse miniônibus um sistema de rebaixamento na parada que, esteja o veículo carregado de passageiros ou vazio, permite que ele mantenha a mesma altura. Isso possibilita ao veículo circular em diferentes vias porque, apesar de aparentar ser muito baixo, ele tem balanços dianteiro e traseiro extremamente curtos. O balanço traseiro é de 2,20 metros.

Outro diferencial do Access são as janelas, ou melhor, a área envidraçada do modelo. Os vidros são maiores, em cerca de 350 mm, rebaixados à altura dos bancos, o que possibilita melhor visibilidade aos passageiros. “A Volare sempre teve vidros curvos em seus ônibus, é uma marca registrada, e este modelo que recebeu vidros maiores ganhou um aspecto de modernismo, é convidativo”, avalia.

O valor do veículo deverá ficar em torno de R\$ 270 mil. O miniônibus de piso baixo começou a ser idealizado há dois anos pela Volare, unidade de negócios da encarregadora Marcopolo. O grande desafio foi adaptar o conjunto mecânico a uma

carroceria pequena. O chassi foi desenvolvido pela Agrale, que é a parceira da Volare. “A suspensão é uma miniatura de um veículo grande”, conta Poloni. Para ser homologado, o veículo passou por uma bateria de testes feitos na pista de testes da Randon e em trecho urbano rodou perto de 40 mil km dentro da cidade de Caxias do Sul (RS), onde fica a fábrica da Volare. Para essa experiência, o ônibus foi disfarçado com um adesivo com o padrão de pintura de um cliente regional e circulou por vários trajetos com meia carga, carga total e com 20% a mais de carga (bombonas carregadas).

CAMINHO DA ESCOLA – Apesar do conceito do Volare Access ter se originado no programa federal Caminho da Escola, o veículo não é indicado para esse uso, por enquanto, porque o programa ainda está voltado somente para áreas rurais, onde as condições das vias são adversas para um veículo de piso baixo. Poloni diz que o modelo poderá servir ao programa no momento em que este for estendido às áreas urbanas. “Dependemos da posição do governo. Eles lançaram o desafio e nós fizemos o carro com as dimensões que eles colocaram, com uma porta e espaço para até três cadeirantes ou com duas portas e espaço para até dois cadeirantes. Para esse tamanho de carro é uma bela solução”, declara o executivo. ■

Alstom instala em Taubaté sua fábrica de VLT

Os primeiros veículos leves sobre trilhos a serem produzidos são parte dos 32 trens do modelo Citadis encomendados em setembro de 2013 pelo consórcio VLT Carioca, da cidade do Rio de Janeiro

■ SONIA MORAES



A produção de 27 trens já se inicia a todo vapor na nova fábrica da Alstom em Taubaté

A FRANCESA ALSTOM INAUGUROU A SUA nova fábrica na cidade de Taubaté, no interior de São Paulo. O complexo industrial foi erguido com investimentos de R\$ 50 milhões e irá produzir veículos leves sobre trilhos (VLTs), modelo Citadis, para atender o mercado brasileiro e os demais países da América Latina.

A nova fábrica tem cerca de 16 mil metros quadrados e é capaz de produzir de sete a oito trens por mês. Como forma de assegurar as boas práticas ambientais esta unidade utilizará água proveniente de chuva para os testes feitos com água nos trens. Quando estiver em operação plena irá gerar cerca de 150 empregos diretos.

Os primeiros VLTs a serem produzidos na fábrica de Taubaté são parte dos 32 trens do modelo Citadis encomendados em setembro de 2013 pelo consórcio VLT Carioca, da cidade do Rio de Janeiro. Este

contrato integra o projeto Porto Maravilha, liderado pelo município, para modernizar a zona portuária do Rio. A expectativa é que o sistema seja finalizado entre 2015 e meados de 2016, a tempo para os Jogos Olímpicos. Os 32 VLTs Citadis serão entregues sem catenária, juntamente com fonte de alimentação, sistemas de



sinalização e telecomunicações.

Segundo Michel Boccaccio, vice-presidente sênior da Alstom Transport na América Latina, os primeiros cinco trens desse projeto serão feitos na França e os demais no Brasil, como parte da transferência de tecnologia ao país. A produção dos 27 trens já se inicia a todo vapor na nova unidade fabril da Alstom, em Taubaté.

Boccaccio comenta que a Alstom está em fase de negociação para outros projetos, como o do VLT de Goiânia, que se destaca entre os mais importantes e bem estruturados planos de mobilidade do Brasil. "Existem possibilidades em outras cidades também, não somente no Brasil, mas em outros países da América Latina", diz.

O vice-presidente destaca que a Alstom ainda não tem negociações fechadas com outros países da América Latina. "Muitas cidades da América Latina estão analisando possíveis projetos de VLT e nós achamos que, como aconteceu na Europa a partir dos anos 1990, com as necessidades de mobilidade e desenvolvimento rápido dos centros urbanos, esses projetos vão se tornar realidade", afirma.

Boccaccio informa que está prevista para ser inaugurada, neste ano em Cuenca, no Equador, uma linha de VLT que poderá transportar até 120 mil passageiros por dia. Os VLTs estão sendo produzidos pela Alstom na França com um financiamento do governo francês. "O sistema de

Michel Boccaccio: a Alstom está em negociação de outros projetos de VLT, como o da Goiânia

10 quilômetros (10,5 em cada direção - 21 quilômetros no total) inclui 20 estações e atravessa o centro histórico de quatro quilômetros”, explica o vice-presidente.

VISÃO DE LONGO PRAZO – A inauguração da nova fábrica no momento em que o Brasil passa por instabilidade econômica foi definida, segundo Boccaccio, porque um investimento dessa magnitude não é feito com uma visão de curto prazo. “O Brasil já passou por muitas crises e essa crise vai passar, permitindo que o país se recupere e volte a crescer. Nosso investimento está baseado em um estudo profundo das tendências do mercado metroferroviário a médio e longo prazo e, por isso, decidimos investir em uma nova fábrica de VLTs”, afirma o executivo.

O vice-presidente da Alstom diz acreditar que as dificuldades de hoje não influenciam no crescimento a longo prazo. “O Brasil precisa implementar projetos de mobilidade urbana nas suas principais cidades e, investimentos como esse, ajudarão no desenvolvimento econômico do país, tendo em vista que novos empregos são gerados e que uma ampla cadeia de fornecedores é impactada. O projeto Porto Maravilha, do Rio de Janeiro, é um exemplo disso e é um influenciador para as mudanças de mobilidade no país.”

Sobre as estimativas da companhia para este ano Boccaccio afirma que o atual cenário brasileiro exige um olhar atento aos desafios, por causa da desaceleração econômica que estamos vivendo. Por outro lado há também a necessidade de seguir investindo em infraestrutura e, por isso, acreditamos em grandes perspectivas para nossos setores de atuação. “Com a inauguração da nova unidade da Alstom, em Taubaté, já apostamos na mudança desse cenário, gerando novos empregos e abrindo novas possibilidades no Brasil e em toda América Latina.”

Boccaccio comenta que mais do que um modelo de transporte, o veículo leve



Estão em circulação 1.500 VLTs Citadis da Alstom em 49 cidades ao redor do mundo

sobre trilhos redesenha as cidades e oferece à população uma mobilidade sustentável, confortável e acessível. “Esse sistema já foi adotado por um grande número de cidades em todo o mundo nas últimas décadas. Sem dúvida, essa tendência está começando agora no Brasil e, por isso, a Alstom investiu em uma nova linha de produção, para acompanhar novos projetos de VLTs, não só para o Brasil, mas também para toda a América Latina, onde os projetos de VLTs estão a todo vapor”, declara o vice-presidente.

A Alstom já vendeu 1.900 unidades de VLTs do modelo Citadis para 49 cidades ao redor do mundo. Do total, 1.500 estão em circulação e transportaram mais de 6 bilhões de passageiros. No bairro da Lapa em São Paulo, a Alstom produzia e fazia manutenção de trens de passageiros (metrô e subúrbio).

PROJETOS - Além dos VLT, a Alstom tem outros projetos em andamento e recém-concluídos em seu setor de transporte, atuando com as principais operadoras de passageiros do país. Boccaccio afirma que recentemente a empresa forneceu dez novos trens para a SuperVia, no Rio de Janeiro, atingindo o recorde no tempo de produção do primeiro trem (apenas 13 meses). “Em Porto Alegre fornecemos 15 novos trens de metrô para a Trensurb. Além de outros projetos de modernização,

sinalização e de infraestrutura. Esses pedidos são atendidos nas unidades da Alstom no Estado de São Paulo”, diz o executivo.

O vice-presidente sênior da Alstom afirma que a unidade da Lapa, que é considerada centro de excelência mundial para fabricação em aço inoxidável, está trabalhando para o projeto da SBase, na Argentina, que contempla o fornecimento de 20 trens Metropolis para a linha H do metrô de Buenos Aires.

Segundo Boccaccio, a Alstom Transporte no Brasil tem uma tradição de exportação. Além do contrato na Argentina, tem o projeto Prasa, da África do Sul, tido como um dos maiores de mobilidade do mundo. “Na unidade da Alstom, na Lapa, estão sendo produzidos os primeiros 20 trens e essa unidade vai participar na construção de uma fábrica na África do Sul por meio da transferência da sua tecnologia de aço inoxidável. Além disso, 36 carros, ou nove trens, foram fabricados em São Paulo para o projeto de Chennai, na Índia. Como no caso da África do Sul, além da produção dos trens, foi feita transferência de tecnologia para a nova fábrica de Chennai na Índia.”

Nos últimos anos a Alstom tem atuado na montagem das carrocerias de 660 carros ferroviários para o metrô de Nova York. “Com um novo patamar para a taxa de câmbio, estamos otimistas em relação ao aumento de pedidos no mercado externo da América Latina”, diz o vice-presidente.

Navegando com cautela



Ainda em mar calmo, os estaleiros aproveitam resultados obtidos no ano passado e traçam estratégias para incertezas de 2015

Azimut 83, maior lancha fabricada pela empresa no Brasil, tem toque especial de tropicalidade, como espaço gourmet com churrasqueira

■ ANDREIA RODRIGUES

APESAR DO CENÁRIO ECONÔMICO ESTAR bastante indefinido para o ano de 2015, demandando precaução de vários setores, os fabricantes de lanchas e iates de luxo ainda navegam em águas tranquilas. Reunida em janeiro na 10ª edição do Boat Xperience, uma das principais feiras náuticas do país, que aconteceu na Marina Astúrias, no Guarujá, em São Paulo, a nata do setor náutico comemorava os resultados obtidos no ano passado e traçava estratégias para um futuro incerto.

“O mercado brasileiro de barcos de lazer ainda é tão pequeno, que só tende a crescer. De maneira geral, os estaleiros precisarão reaprender seu próprio negócio e os fabricantes a se acostumar com margens de lucro menores do que no passado. Não existem mais margens de 30% ou 40%, como era antigamente. Hoje, 10% a 12% tem que ser o objetivo e, em alguns momentos, 5% ou 6% é o que está dando para atingir.

Nós estamos sacrificando a nossa margem, mas fazemos isso com os dois pés no chão, porque faz parte da nossa estratégia para conquistar mercados”, explica José A. Galizio Neto, presidente da Intech Boating, fabricante exclusivo das embarcações Sessa Marine no Brasil.

De acordo com o executivo, o mercado já esteve melhor tempos atrás, mais aquecido e menos competitivo. “Mas conseguimos manter nosso crescimento em 2014 e fechamos o ano com um faturamento 30% maior do que o registrado no ano anterior. Foram 40 barcos vendidos entre janeiro e dezembro, dez a mais que no mesmo período do último ano”, revela Galizio. “Tivemos sucesso com o lançamento de uma nova embarcação, a Sessa C42, projeto que gerou mais de R\$ 3,5 milhões de investimentos na nova fábrica. Fechamos o ano com outra conquista muito importante. O estaleiro foi o primeiro no Brasil a receber o

certificado de conformidade da Volvo Penta (do Grupo Volvo), que reconhece as empresas que seguem as recomendações técnicas e padrões de qualidade estabelecidos internacionalmente pela marca”, salienta.

O parque industrial da Intech Boating com 20 mil m² está instalado no município de Palhoça, na Grande Florianópolis. O projeto foi idealizado para permitir a construção de barcos de até 50 pés. Hoje estão na linha de produção brasileira os modelos Key Largo 27, Key Largo 28 Sole, Cruiser 36, Cruiser 40 e o modelo Fly42. “As embarcações da Sessa Marine produzidas no Brasil são fieis aos projetos originais e mantêm o mesmo padrão de qualidade em construção, tecnologia e acabamento das embarcações italianas”, afirma Galizio.

Confiante no evento, o presidente da Intech Boating ressalta que o Boat Xperience, que acontece duas vezes ao ano, sempre se mostra uma ótima oportunidade. “A



Fly 42 da Sessa Marine foi desenvolvido especialmente para o público brasileiro

possibilidade de disponibilizar nossos barcos para teste drive é um grande diferencial. Nós, assim como a Regatta Yachts, que é nosso representante na região, estamos bem otimistas com a nossa participação”, completa. Entre os destaques da empresa, as lanchas da linha Cruiser que já são produzidas no Brasil: a Cruiser 36, Cruiser 40 e Cruiser 42; e o modelo Fly42. “O Sessa Fly42 foi desenvolvido especialmente para o público brasileiro e é o equilíbrio perfeito entre refinamento e funcionalidade. Para agradar ao mercado nacional, incluímos no projeto uma churrasqueira na popa e uma grande mesa, tornando o espaço externo atraente e os passeios ainda mais agradáveis”, completa.

Sobre novos investimentos, o empresário é cauteloso: “Iremos aguardar algumas definições político-econômicas antes de aplicar nosso plano de investimentos. Alguns projetos em andamento terão continuidade, mas com mais cautela, como a ampliação da fábrica e aquisição de equipamentos fabricados”, acrescenta. Confiante na retomada ao longo do ano, Galizio diz que a empresa está se preparando com inovações e planejamento. “Faremos a ampliação de nossa rede comercial, de mais pontos de assistência ao cliente, além de novas ações de relacionamento e marketing, além do pré-lançamento de nosso modelo de 50 pés e algumas alterações planejadas para as

linhas HT 36 e 40 para 2016.”, revela.

ÂNCORAS SEGURAS – O mesmo cuidado vem sendo adotado pela Azimut Yachts do Brasil, filial brasileira do grupo italiano Azimut-Benetti, considerado o maior fabricante de iates de luxo do mundo. De acordo com Davide Breviglieri, CEO da Azimut Yachts do Brasil, o cenário econômico ainda é bastante incerto e requer precaução não apenas no ramo náutico, mas nos vários segmentos industriais. “Na área náutica, essa vulnerabilidade afeta especialmente os consumidores de barcos de menor porte, reflexo da desvalorização da moeda e aumento inflacionário. Dessa forma, se esse cenário perdurar, a estratégia é o foco na produção e comercialização de iates de maiores dimensões direcionados ao público A+. Porém, esperamos que de fato sejam realizadas reformas concretas e eficazes para o desenvolvimento do cenário econômico”, salienta.

Mesmo não estando presente na edição de verão da Boat Xperience, por optar por eventos próprios de fidelização de clientes para 2015, a empresa acompanha de perto a movimentação do setor. “Apesar das incertezas no cenário econômico, o ano náutico – setembro de 2013 a setembro de 2014 – foi de bons resultados para Azimut Yachts. Tivemos um acréscimo de mais de 70% nas vendas de embarcações novas e

BOAT XPERIENCE

Desde 2009, o Boat Xperience promove negócios para o setor náutico em dois períodos estratégicos, no começo e no meio do ano. Seguindo não só os moldes de boat shows internacionais, com exposições de barcos e estandes com equipamentos e produtos relativos à área náutica, mas, como o próprio nome diz, oferecendo aos visitantes a possibilidade de fazer testes drives nos principais barcos dos estaleiros participantes, o evento logo tornou-se referência.

“Esse é um dos trunfos que a Boat Xperience apresenta para tentar seduzir um número maior de compradores. Muita gente vem para passear, olhar e fazer um teste. Alguns se empolgam e compram. Outros dão uma volta e alimentam o sonho que podem concretizar um dia. De qualquer forma, nós esperamos ter uma margem de 10% de crescimento nas vendas em relação a edição anterior, realizada em julho de 2014”, afirma Caio Ambrosio, organizador do evento.

Nesta 10ª edição, a Boat Xperience contou com mais de 30 expositores, 62 lanchas com condições especiais para os compradores, além de mais de 30 embarcações para teste drive.

seminovas, comparadas à temporada anterior e um aumento na produção de mais de 80% no que se refere à dimensão dos iates. Os números são resultados da força e solidez da Azimut Yachts no Brasil e devido à alta qualidade e exclusividade dos produtos e serviços oferecidos desde a fabricação do iate até o suporte e assistência técnica prestados aos clientes”, garante Breviglieri.

Instalado no Brasil em 2010, o estaleiro da Azimut Yachts ocupa uma área de 16 mil m² na cidade de Itajaí, em Santa Catarina. Atualmente a fábrica conta com produção de iates de luxo de 42, 43, 48, 60 e 70 pés e uma das metas da empresa é a fabricação



O modelo V265 Cabin Comfort, da Ventura, de 26,5 pés, está disponível para motores de popa e centro rabeta

de modelos cada vez maiores.

Em relação a perspectivas e investimentos para este ano, Breviglieri segue confiante: “Nossas perspectivas são de um crescimento sólido e gradual. Nossos investimentos se baseiam em um planejamento bem estruturado e com ações eficazes e conscientes. Realizaremos, sim, investimentos, especialmente focados em formação de mão de obra, desenvolvimento do setor de produção e pós-vendas, assistência técnica e com os nossos representantes. Tudo isso com o foco em levar satisfação aos nossos clientes e também ao nosso time de profissionais e parceiros”, afirma o executivo.

Sobre lançamentos, o executivo adianta que um dos diferenciais da Azimut Yachts são as constantes novidades apresentadas para seus clientes: “Uma das grandes novidades do ano é o início da fabricação do maior iate já produzido pela Azimut do Brasil: a Azimut 83, inspirada no modelo mais premiado do mundo náutico, a Azimut 80. Traz todo o padrão e excelência italianos com um toque especial de tropicalidade: a implementação de um agradável e belo espaço gourmet na plataforma de popa com churrasqueira e área de refeições”, acrescenta Breviglieri. “Mobiliário e acabamentos de altíssimo padrão, design exclusivo, amplitude, iluminação, desempenho e alta tecnologia são marcas da nova Azimut 83 que terá a sua primeira unidade lançada na próxima temporada náutica”.

O recente lançamento da Azimut 42 também faz parte estratégica dos planos de

expansão de vendas da empresa. “A Azimut 42 é um produto perfeito para navegação em lagos e represas, e foi estudado para atender também essa demanda. Regiões como Minas Gerais (no Lago de Escarpas, por exemplo) além de Goiás, Brasília e arredores fazem parte da nossa estratégia de apresentação desse novo iate que, em apenas poucos meses, já demonstrou grande aceitação”, acrescenta Breviglieri.

Para agradar ao público de outros países latino-americanos como é o caso do Paraguai – propício para navegação em água doce – e outros como o Uruguai e Argentina, com expressivo potencial náutico, o iate de 42 pés possui um amplo salão principal com grandes janelas que privilegiam a iluminação natural e traz uma mesa de jantar removível (que também é dobrável) e que pode ser utilizada na praça da popa.

A empresa também estruturou um sistema de apoio e monitoramento direto da fábrica em marinas estratégicas, conhecido como “Service Desk”. É importante que haja um canal de comunicação direto entre o cliente e a fábrica, e ele se faz presente por meio de um serviço de pós-vendas eficiente. Este é um grande diferencial capaz de fidelizar e reforçar a marca Azimut-Benetti no mercado”, afirma Breviglieri.

OUTROS MARES – Para Marco Garcia, gerente comercial da Ventura Marine, com 30 anos de existência, sede e unidade fabril no município de Capitólio, no Estado de Minas Gerais, a estratégia para 2015 será

ampliar a área de comercialização. “Já temos sucesso no Sul e no Sudeste, mas com a crise hídrica, devemos direcionar nossa força de venda para o Norte e Nordeste”, explica. “Além disso, devemos seguir as regras do mercado, com maior adequação, diminuindo custos e otimizando processos.”

A Ventura Marine também comemora os bons resultados obtidos em 2014. “Temos uma avaliação com duas vertentes: a quantitativa, que registrou um número menor de unidades vendidas em relação ao ano anterior, e a de faturamento, que obteve um crescimento significativo em relação a 2013, devido as vendas realizadas na linha premium, de embarcações maiores, com maior valor agregado”, afirma.

Um desses destaques é a V330, de 33 pés, um dos novos sucesso do estaleiro que está ganhando o mercado de barcos com mais de 30 pés. A lancha da série premium possui capacidade para 12 pessoas e cabine com pé direito de 1,90 m. “Ela tem o maior espaço interno da categoria e boa navegabilidade, além de poder ser equipada com ar e gerador e ter um ótimo espaço gourmet”, reforça o executivo.

Além da V330, a Ventura trouxe para a Boat Xperience os modelos V180, V210 e V265 e V300. “O V180 Comfort, por exemplo, é um upgrade da nossa embarcação líder de vendas, a V175 Comfort. O barco possui entre outros diferenciais, maior espaço interno e maior capacidade”, salienta Garcia. “Já a V265, de 26,5 pés, da linha Comfort, está disponível para motores de popa e centro rabeta. Tem ótimo aproveitamento interno, banheiro com porta e vários itens de série”, afirma.

Em relação aos lançamentos, a empresa se mantém cautelosa: “Desde 2003, temos lançado, em média, de um a três novos modelos por ano. Agora, vamos aguardar até o segundo semestre para apresentarmos um novo produto, com 27 pés e cabine”, cria expectativas Garcia.



Exportação de pneus cai 17% no primeiro bimestre

A indústria de pneumáticos encerrou o primeiro bimestre com queda de 17% nas exportações, reduzindo o volume de embarques de 2,23 milhões para 1,85 milhão de unidades. A Associação Nacional da Indústria de Pneumáticos (Anip) atribui a retração à redução de 29,5% nas vendas de pneus para a Argentina.

Segundo a Anip, o desaquecimento nas vendas do setor automotivo nos últimos meses, devido à desconfiança do consumidor, restrição ao crédito e retorno do IPI, agravou as dificuldades da indústria de pneus, que teve queda de 19,4% na comercialização direta para as montadoras nos meses de janeiro e fevereiro em comparação ao mesmo período de 2014.

As vendas totais das 11 fabricantes caíram 3,4%, de 12,44 milhões para 12,03 milhões de unidades. "A principal queda no mercado interno ocorreu nos pneus de carga (caminhões e ônibus), com 40,9% a menos do que no ano passado, refletindo o desaquecimento da economia e as dificuldades dos caminhoneiros e transportadores em modernizar a frota", afirma Alberto Mayer, presidente da Anip.

Com o desaquecimento da economia e a alta do dólar, as importações de pneus tiveram queda de 29,6%, passando de 5,38 para 3,79 milhões de unidades nos dois primeiros meses do ano.

Ricardo Barion, o novo diretor de marketing da Iveco

Ricardo Barion assume a diretoria de marketing da Iveco para a América Latina. O brasileiro substituiu Christian Gonzalez, que passa a ocupar o mesmo cargo na Case IH, divisão agrícola do Grupo CNH Industrial, ao qual a Iveco também pertence.

Barion, que é graduado em engenharia mecânica e pós-graduado em marketing pela Universidade Mackenzie, com MBA em Gestão Estratégica e Econômica de Mercado, pela Fundação Getúlio Vargas, tem experiência no segmento de caminhões e ônibus com passagens pela Ford e MAN/Volkswagen. "Escolhi trilhar minha vida profissional nesse setor da economia, onde comecei como estagiário. Hoje



tenho o privilégio de fazer parte da talentosa equipe da Iveco", afirma.

Na Iveco, Barion responderá pelas áreas de marketing operacional e de produto. "Nossa ideia é conversar com os consumidores, entender suas necessidades e oferecer soluções. Estou muito otimista de que realizaremos um grande trabalho."

O executivo comenta que em um ano de ajustes na economia brasileira, continuar

ganhando espaço no mercado é um desafio. "A Iveco possui todos os ingredientes para brigar de igual para igual com os maiores players do setor e juntos levaremos a marca ao estágio de competitividade que o atual cenário exige. Temos tradição, produtos com

alta tecnologia e qualidade comprovada por parceiros em todo país", enfatiza.

Na opinião de Barion, setores como o varejo devem ser menos afetados pela desaceleração econômica, fato que eleva esse nicho de mercado a uma importância ainda maior. Ele destaca a tarefa de manter a participação na Argentina, país em que a Iveco é líder de mercado, além de trabalhar para ampliar a presença da marca na América Latina

MAN reforça sistema de partida em rampa

A MAN Latin America reforçou a segurança de seu sistema auxiliar de partida em rampa, conhecido como Easy-Start. Destinado aos veículos automatizados V-Tronic, o novo dispositivo permite travar os freios dianteiros e traseiros do veículo por até três segundos em rampa. Basta que a função esteja habilitada por meio de um botão específico.

Atrelado à caixa de câmbio, o sistema garante que, mesmo com o pedal de freio

desacionado, o caminhão ou ônibus se mantenha estável em aclives durante esse período, enquanto o condutor faz a movimentação necessária ao controle da partida com o acelerador. Com isso, o veículo parte em rampa de modo seguro sem o risco de descer e causar um acidente. "O diferencial do sistema de série exclusivo da MAN, em relação aos demais no mercado, se deve à utilização de componentes do próprio sistema



ABS, já disponíveis no veículo", afirma Rodrigo Chaves, diretor de engenharia da MAN Latin America.



MAN inclui caminhão TGX no pacote de financiamento

A MAN Latin America incluiu o caminhão extrapesado TGX no seu novo pacote de financiamento. Em parceria com o banco Volkswagen, os clientes da linha de extrapesados poderão adquirir veículos 100% financiados com zero por cento de entrada, parcelas fixas de até 60 meses e taxa de juros de 0,93% ao mês.

Segundo Ricardo Alouche, vice-presidente de vendas, marketing e pós-vendas da empresa, a opção chega como um complemento ao Finame PSI para garantir as melhores condições de compra a todos os clientes da MAN Latin America. "Com a entrada dos TGX no novo pacote de financiamento, todos os segmentos nos

quais atuamos estão cobertos. Nossa expectativa é de que as novas condições impactem positivamente nas vendas desse início de ano", diz Alouche.

Lançados em 2012, os cavalos mecânicos da linha MAN TGX, produzidos na fábrica de Resende (RJ), tiveram sua configuração totalmente aperfeiçoada para suprir as necessidades específicas de transporte em países emergentes, utilizando o melhor da tecnologia alemã, para garantir veículos com



excelente desempenho, menor custo operacional e segurança na operação. Além da alta tecnologia e produtividade, o conforto oferecido pela cabine do TGX tem sido um dos fatores

decisivos na escolha dos clientes da marca.

As novas condições para financiamento valem também para caminhões e ônibus da marca Volkswagen e foram criadas como alternativa para as recentes mudanças feitas pelo governo federal no Finame PSI para a aquisição de ca-

minhões e ônibus. De 100% o percentual de financiamento pela linha de crédito do BNDES passou a ser de 50% para as grandes empresas e de 70% para as pequenas empresas.

TCP recebe porta-contêiner de maior capacidade



O Terminal de Contêineres de Paranaguá (TCP), segundo maior da América do Sul, recebeu o navio CMA CGM Tigris. É o porta-contêiner de maior capacidade de carga

a passar pela costa do país. A operação foi realizada com produtividade de 83 MPH (movimentos por hora), sendo 1.306 movimentos realizados em 15 horas e 36 minutos.

O CMA CGM Tigris é uma embarcação de 10.622 TEU (contêiner padrão de 20 pés) de capacidade, sendo integrante da frota própria do Grupo CMA CGM. Navegando sob a bandeira de Malta, o

navio tem quase 300 metros de comprimento e 48 metros de largura e foi projetado para oferecer máxima capacidade de embarque.

"Por sua grande capacidade, o CMA CGM Tigris poderá alavancar ainda mais o transporte das mercadorias da região sul do Brasil que são exportadas a partir de Paranaguá", afirma Juarez Moraes e Silva, diretor comercial superintendente do TCP. "Entre estas mercadorias estão carnes congeladas, grãos e madeiras, máquinas e materiais, além de peças para

automóveis", explica o diretor. O CMA CGM Tigris está fazendo a rota que liga a costa leste da América do Sul à Ásia.

Segundo o diretor, os investimentos do TCP nos últimos três anos foram fundamentais para atrair grandes embarcações, como as obras de modernização e ampliação do cais de atracação, que aumentou em mais 315 metros o tamanho do terminal, totalizando hoje 879 metros, e a aquisição de equipamentos, como portêineres e transteineres de última geração.

Scania dá garantia de dois anos para a linha de caminhões 2015



A Scania passa a oferecer garantia de dois anos para a linha 2015 de caminhões pesados e semipesados e de ônibus. Também aumentou em 12 meses a proteção para o trem de força (motor e a transmissão), o que inclui peças banhadas a óleo, componentes internos do motor, caixa de mudança e diferencial.

“Nesse novo formato, o cliente não precisa pagar por reparos corretivos do trem de força por dois anos”, afirma Fábio Souza, diretor de serviços da Scania no Brasil. “A garantia estendida de dois anos, somada às manutenções realizadas na rede de concessionária Scania, garante mais vida útil, economia de combustível e redução dos custos, que podem ser ainda menores, caso o cliente opte por um dos cinco programas de manutenção da marca”.

A Scania oferece cinco programas de manutenção: Premium, Mais, Trem de Força, Standard e Compacto, que proporcionam o moderno e eficiente controle de custos de manutenção das frotas de caminhões e de ônibus.

Iveco teste o Daily GNV nas grandes transportadoras

A Iveco, em parceria com o Sindicato das Empresas de Transporte de São Paulo (Setcesp) e a Companhia de Gás de São Paulo (Comgás), colocou em teste o veículo Daily 35C14G GNV nas empresas Expresso Mirassol, Jamef, Mira Transportes, RG Log, Tex Courier e West Air Cargo.

A primeira empresa a testar o veículo durante um mês é a Mira Transportes, que atua há 36 anos no segmento. “Essa iniciativa tem como objetivo ajudar a preservar o meio ambiente e desenvolver veículos confiáveis movidos a GNV para o transporte em grandes centros urbanos”, afirma Arilson Abreu, gerente de frota e tráfego da Mira Transportes.

Desde 2011 a Iveco realiza uma série de testes com veículos movidos a combustíveis

alternativos. Empresas de diferentes setores já testaram dois Daily GNV, dois Tector de 17 toneladas, preparados para coleta de lixo, um ônibus GNV e um Tector GNV alimentado com biometano. Neste projeto-piloto, a Comgás disponibilizará o combustível necessário para o período em que o veículo será testado.

O Daily GNV permite uma redução de 84% da emissão do NOx, 25% menos CO₂ e 96% menos material particulado, se comparado com um veículo a diesel Euro 3. “Nosso intuito é testar e comprovar a eficiência dos veículos movidos a combustíveis alternativos, seja para o transporte de carga ou para o transporte de passageiros”, afirma Fábio Nicora, engenheiro sênior de produto, responsável pela área de Inovação da Iveco.

Yusen Logistics projeta avanço expressivo em 2015

A Yusen Logistics, que encerrou 2014 com um crescimento de 26%, bem acima da média registrada pelo mercado, projeta para 2015 um avanço expressivo, principalmente, no setor doméstico (armazenagem e distribuição) e no de serviços complementares aos fretes internacionais. A meta da empresa é fechar o ano com faturamento 16% acima do registrado no ano passado. “Estamos construindo uma estrutura que nos propiciará atender todos os setores logísticos dos nossos clientes,

seja no mercado doméstico, seja no mercado internacional”, disse Alexandre Chami, diretor de IFF (International Freight Forwarding), responsável pelas áreas operacional, comercial e de faturamento da divisão de logística internacional.

Segundo Chami, os setores de cabotagem, terminais portuários e porto seco, armazenagem, distribuição e aéreo doméstico devem receber investimentos substanciais para complementar o leque de opções aos clientes.

Setor de autopeças fecha 2014 com déficit de US\$ 9 bilhões



O setor de autopeças encerrou o ano de 2014 com déficit de US\$ 9 bilhões na balança comercial. O resultado ficou 9% abaixo do registrado em 2013, segundo dados divulgados pelo Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores (Sindipeças) por meio de informações do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC).

As importações provenientes de 163 países totalizaram US\$ 17,35 bilhões. Este número, embora tenha tido queda de 12,2% em relação a 2013, superou as exportações que somaram US\$ 8,34 bilhões, valor 15,35% inferior aos US\$ 9,85 bilhões alcançados em 2013.

Apesar da redução de 25% nos embarques em relação a 2013, a Argentina continua sendo o principal destino das exportações de autopeças brasileiras, com o total de US\$ 2,74 bilhões, seguida pelos Estados Unidos com US\$ 1,27 bilhão.

Do total de componentes importados que desembarcaram no Brasil em 2014, o maior volume registrado foi proveniente dos Estados Unidos com o total de US\$ 2,04 bilhões. Na sequência está a Alemanha, com US\$ 2 bilhões e a China, com US\$ 1,6 bilhão.

Mais de 700 mil estudantes usam lanchas para ir à escola

Só no Amazonas são 109 mil alunos e no Pará, 183 mil, que utilizam o transporte fluvial, segundo levantamento feito pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais

■ SONIA MORAES



Em Belém duas lanchas fazem o transporte de 653 estudantes para ir à escola

EM TODO TERRITÓRIO BRASILEIRO 762.266 estudantes da rede pública utilizam algum tipo de embarcação para se deslocar até a escola, segundo o Censo da Educação Básica de 2013. Deste total, 109.581 são estudantes do Amazonas e 183.204 do Pará.

O Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais (Inep) apurou que o transporte público é o sistema mais utilizado pelos estudantes brasileiros para ir à escola. Dos 8,809 milhões matriculados nas redes públicas de ensino, 5,824 milhões usam o ônibus; 991.208 o micro-ônibus e 14.251 o trem e o metrô.

O levantamento feito pelo Inep constatou também que 805.252 alunos usam vans e kombi VW; 26.791, bicicletas; 1.240, tração animal e 1,14 milhão, outro tipo de veículo, que pode ser carro ou motocicleta.

Na cidade de Belém 653 estudantes usam o transporte fluvial para ir à escola.

Segundo a Secretaria Municipal de Educação (Semec) de Belém, o município tem uma escola de ensino infantil e fundamental e oito unidades pedagógicas localizadas nas ilhas sul (ilha do Combu, ilha Grande e Comunidade da Várzea) e na ilha norte Mosqueiro (onde estão localizadas as comunidades da Bacabeira, do Caruaru e Castanhal do Mari Mari) todas pertencentes à capital do Estado do Pará.

“Nessas unidades educacionais estudaram no ano letivo de 2014, na educação infantil e no ensino fundamental 673 alunos, com idade entre 5 e 14 anos. Destes, apenas 20 não utilizam o transporte fluvial, por morarem na localidade onde a escola se encontra”, informa Aline Saavedra, assessora de comunicação da Semec.

Atualmente a cidade de Belém tem duas lanchas que fazem o transporte dos alunos. Mais duas foram adquiridas e estão em

processo de regularização junto à companhia de portos do Estado do Pará. “A expectativa é que a partir de fevereiro essas embarcações já estejam à disposição dos alunos”, informa Saavedra.

As lanchas fazem o transporte dos alunos na cidade de Belém desde 2011. São modelos padrão adquiridos pelo município por meio do programa Caminho da Escola, com recursos provenientes do Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), entidade vinculada ao Ministério da Educação (MEC). Entre os equipamentos de segurança está o colete salva vidas. Antes o transporte era feito por meio dos barcos alugados, desde quando foi inaugurado o primeiro espaço educacional nas ilhas.

Os contratos de aluguéis dos barcos são feitos por meio de licitação na modalidade pregão presencial. Na maioria das vezes essas embarcações são alugadas pela própria comunidade da ilha que possuem autorizações e carteira marítima. Os barcos têm capacidade para 20 a 30 passageiros. Possuem coletes salva vidas e assento revestido com almofadas. Todas as embarcações, tanto as lanchas quanto os barcos, possuem, além do piloto autorizado para fazer o deslocamento, um ajudante também autorizado para dar todo o suporte ao estudante, como descer e subir das embarcações.

Nas ilhas há um local preparado para receber as embarcações. Em toda escola e nas unidades pedagógicas foi construído um porto por onde alunos e professores têm acesso à escola. Nas casas dos alunos, geralmente é construído um tipo de ponte com escada pelo

ESTALEIRO B3 AMPLIA CAPACIDADE DE LANCHAS ESCOLARES

Depois de vencer a licitação do programa federal Caminho da Escola em 2012, o Estaleiro B3 teve que reestruturar a empresa, para dar conta de produzir as 700 lanchas escolares de porte médio e grande que serão utilizadas para o transporte de estudantes. “O contrato assinado com o Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE) aumentou as atividades e demandou a instalação de novos equipamentos, além da contratação de mais funcionários”, afirma José Roberto Gracio, diretor executivo do Estaleiro B3.

Das 700 lanchas encomendadas, mais de 90% serão destinadas aos Estados do Pará e do Amazonas. O restante vai para outros estados e cidades, como Alagoas e Nazaré Paulista, no interior de São Paulo. Incluindo as 100 unidades já entregues para a Marinha do Brasil, o Estaleiro B3 já fabricou 287 lanchas escolares. “O cronograma de entrega é elaborado pelo FNDE ou Marinha do Brasil juntamente com o Estaleiro B3, sempre respeitando os requisitos e critérios de prioridade informados pelos contratantes”, explica Gracio. “A partir da definição dos locais de maior necessidade pelo FNDE, temos um prazo de até dois anos para entregar as lanchas escolares para as cidades.”

Para suprir a demanda do segmento escolar, o Estaleiro B3 inaugurou em março do ano passado uma nova unidade em São Francisco do Conde, a 60 quilômetros



José Roberto Gracio:
90% das 700 lanchas encomendadas vão para Pará e Amazonas

de Salvador, com investimentos de R\$ 3 milhões. Neste local a empresa faz toda a parte de fibra de vidro e a montagem das lanchas escolares.

Na fábrica de Simões Filho, sede da empresa, onde são fabricados os

cascos das embarcações em aço, investiu R\$ 8 milhões. A empresa também reforçou a equipe de funcionários, ampliando de 100 para 332 o número de empregados. “Temos planos de construir mais quatro mil metros quadrados de galpão e ampliar para 400 o número de funcionários”, diz Gracio.

MUDANÇA DE FOCO - O Estaleiro B3, que iniciou as atividades em 2002 com a fabricação de catamarã a vela. Em 2009 alterou o seu foco para a fabricação de embarcações de uso comerciais de até 500 toneladas, como lanchas escolares, chatas de óleo, rebocadores, embarcações operacionais para a Marinha do Brasil e o governo federal, e hoje tem como principal produto as lanchas escolares e as embarcações para a Marinha do Brasil.

“Atualmente estamos com três contratos em andamento para fornecimento de embarcações para a Marinha do Brasil. O primeiro envolve cinco CTOC’s (chatas de transporte de óleo combustível) com capacidade de 400 m³, sendo que quatro já

foram entregues e incorporadas à frota da Marinha do Brasil e uma ainda está em fase de fabricação com data prevista de entrega para abril deste ano”, explica Gracio. “O segundo tem uma LEG-M (lancha de emprego geral - média) para transporte de cargas e passageiros com entrega prevista para fevereiro deste ano. O terceiro é de três ETP-M (embarcação de transporte de passageiros - média) para transportar 200 passageiros. Estas embarcações estão projetadas dentro da norma de acessibilidade, com data prevista de entrega para maio, agosto e novembro de 2015.”

O diretor esclarece que todas as embarcações da Marinha do Brasil serão entregues no Rio de Janeiro e devido ao porte e tamanho vão navegando ou rebocadas pelo mar até o destino final. “Para a logística de entrega das lanchas escolares e dependendo da região de destino as mesmas, são transportadas por caminhões e em balsas ou até mesmo navegando nas regiões onde não é possível o transporte com balsas ou rodoviário. Em ambos os casos toda responsabilidade da entrega até o destino final é do Estaleiro B3”, afirma o diretor. “Já os contratos das lanchas escolares foram assinados com 70 municípios da região norte, nos Estados do Pará e Amazonas.”

As lanchas escolares do projeto atual são fabricadas com o casco de aço-carbono especial e todo o convés e casaria são fabricados em sanduiche de fibra de vidro do tipo colmeia. As embarcações da Marinha em sua maioria são de aço-carbono naval e uma em sanduiche de fibra de vidro e espuma de PVC. A lancha escolar média tem capacidade para 20 alunos e a grande para 33 estudantes.

qual os moradores têm acesso ao transporte.

A Secretaria Municipal de Educação de Belém não tem informação precisa sobre quantos quilômetros cada embarcação faz diariamente. Mas o tempo de viagem da residência do aluno até a escola chega a durar

de 20 minutos até uma hora.

Dependendo da rota de cada barco ou lancha são feitas de 8 a 16 paradas nas casas dos estudantes. Os primeiros barcos saem para pegar os alunos às 6 horas da manhã e os levam de volta para casa às 11h30. Neste

mesmo trajeto os alunos da tarde já começam a ser embarcados e retornam para suas casas às 16h30. O transporte até a escola é realizado mesmo nos dias de chuva, pois os barcos possuem lonas que podem ser expandidas para abrigar os alunos.

CAMINHO DA ESCOLA

MANICORÉ – No município de Manicoré, no Amazonas, 5.310 alunos são atendidos pelo transporte escolar, segundo a Secretaria Municipal de Educação (Semed). Na zona rural, onde estão instaladas 139 escolas, 514 estudantes, com idade entre 6 e 18 anos, estão disponíveis dez lanchas escolares que foram adquiridas pelo programa Caminho da Escola em dezembro de 2012. Antes estes alunos eram transportados até a escola em barcos e canoas com motor rabeta. Ainda existem 3.398 alunos na zona rural que são atendidos por barcos e canoas com motor rabeta de proprietários particulares contratados pela prefeitura de Manicoré.

As lanchas utilizadas para o transporte escolar são de alumínio, têm 7,3 metros de comprimento e 2,2 metros de largura. São acionadas por motor de popa de 90 hp e equipadas com dispositivos de segurança. Em média percorrem 12 quilômetros por dia, fazendo 20 paradas diárias, das 6 horas da manhã até as 18 horas, revezando os turnos de trabalho entre os operadores.

Na zona urbana e suburbana, onde há 17 escolas, os 1.398 alunos, com idade média de 4 a 15 anos, vão para a escola de ônibus. São dez modelos escolares adquiridos por meio do programa Caminho da Escola. Antes de 2012 não existia transporte escolar nesta localidade.

LANCHAS ESCOLARES – O Programa Caminho da Escola de Lanchas Escolares, uma extensão do programa Caminho da Escola criado pelo governo federal em 2007, já beneficiou 221 municípios brasileiros com a entrega de 918 embarcações por meio de recursos de R\$ 179,8 milhões liberados pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE), entidade vinculada ao Ministério da Educação (MEC).

Segundo o FNDE, o primeiro lote com 12 lanchas, de um total de 674 embarcações construídas pela Marinha do Brasil, começou a ser distribuído aos municípios



A nova lança tem casco de aço, casaria em fibra de vidro e motor a diesel

brasileiros em 2010.

As lanchas são de alumínio naval, têm 7,3 metros de comprimento, capacidade para 20 pessoas e são movidas a gasolina. Estão equipadas com extintor de incêndio, rádio de comunicação, holofote fixo, sirene, defensas verticais e coletes salva-vida.

A partir do edital do pregão eletrônico nº 35/2012 as lanchas escolares passaram a ter nova configuração em 2013. O novo modelo, especificado pelo FNDE e produzido por estaleiros privados, por meio de registro de preço nacional, tem casco em aço, casaria em fibra de vidro resinado e motorização a diesel, que proporciona menores custos operacionais e de manutenção, estando apto, ainda, a operar com biocombustível.

A nova lança apresenta duas versões: a Lança Escolar Média (LE-M), que tem capacidade para 20 adultos sentados, e a Lança Escolar Grande (LE-G), com capacidade para 33 adultos sentados, ambas equipadas com conjuntos sanitários. Todos os bancos são confeccionados em perfis de madeira certificada para assento e encosto suportado por estruturas rígidas com formas ergométricas.

Segundo o FNDE, o novo modelo das lanchas é produto do retorno da opinião das pessoas que utilizam esse meio de transporte,

com os quais se mantém comunicação direta de forma a auxiliar o programa Caminho da Escola a cumprir seu objetivo de prover o deslocamento dos estudantes em veículos cada vez mais padronizados, com qualidade, segurança e conforto, além de garantir qualidade ao transporte dos alunos e contribuir para a redução da evasão escolar dos estudantes matriculados na educação básica.

BICICLETAS – Além de lanchas e barcos, os estudantes de Belém também estão usando bicicletas para ir à escola. Em 2014, a gestão municipal da cidade entregou mais de 5 mil bicicletas aos alunos que moram nos distritos de Belém. São jovens dos ciclos CIII (6º e 7º anos) e CIV (8º e 9º anos) que estudam nos distritos de Mosqueiro, Icoaraci e Outeiro. As doações de bicicletas e capacetes começaram em dezembro de 2013.

Segundo a Semed, a iniciativa faz parte do programa federal Caminho da Escola para zona rural, que foi adaptada pela prefeitura para atender às necessidades dos estudantes das ilhas e distritos. A compra e a entrega das bicicletas, adquiridas com recursos municipais, vai reduzir o tempo de locomoção dos alunos até suas escolas e aumentar a frequência escolar. ■

SEMINÁRIO NACIONAL NTU 2015 & TRANSPÚBLICO



M A R Q U E N A A G E N D A

1-3 / SETEMBRO / 2015
TRANSAMÉRICA EXPO CENTER, SÃO PAULO (SP)

REALIZAÇÃO



ORGANIZAÇÃO



APOIO EDITORIAL



APOIO INSTITUCIONAL



Seis novos trechos ferroviários dependem de estudos

Foram prorrogados os prazos para a conclusão de estudos de viabilidade técnica de 4.676 km de linhas férreas destinadas a futuras concessões

■ ALEXANDRE ASQUINI



PORTARIA ASSINADA NA QUARTA-FEIRA de cinzas pelo ministro dos Transportes, Antônio Carlos Rodrigues, e publicada no dia seguinte, 19 de fevereiro de 2015, prorrogou os prazos para a conclusão de estudos de viabilidade técnica – de modo geral, estudos básicos, projetos, estudos ambientais, orçamentos e cronogramas físicos – referentes a seis trechos ferroviários, que somam 4.676 quilômetros, destinados a futuras concessões previstas no Programa de Investimentos em Logística (PIL).

De acordo com o Ministério dos Transportes, a prorrogação atendeu a pedido das empresas autorizadas a realizar os estudos. Na prática, a conclusão dos estudos

é transferida para o segundo semestre de 2015 e o texto da portaria ministerial deixa aberta a possibilidade de nova prorrogação, “a critério do Ministério dos Transportes, mediante decisão fundamentada.”

O presidente executivo da Associação Nacional dos Transportadores Ferroviários (ANTF), Gustavo Bambini, apoia a prorrogação, acreditando que a medida poderá ser benéfica para o sistema que se busca implantar. Ele assinala que grande parte do sucesso da realização de uma obra de infraestrutura está na elaboração de um bom projeto executivo e que os estudos feitos pela iniciativa privada representarão maior celeridade e confiabilidade. “Quanto maior o nível de detalhamento do estudo,

melhor. Toda a obra de infraestrutura requer análise de aspectos técnicos, econômicos e ambientais do local onde será construída. Portanto, se é para assegurar a qualidade dos estudos, essa prorrogação do prazo é vista com muitos bons olhos.”

OS TRECHOS – Em agosto de 2014, o Ministério dos Transportes publicou seis portarias autorizando empresas privadas a elaborarem os estudos de viabilidade técnica, tendo recebido de 20 grupos empresariais privados um total de 71 Propostas de Manifestação de Interesse (PMI) a serem consideradas nas modelagens dos respectivos leilões. O entendimento do governo é de que a realização de tais estudos

prévios favorece o sucesso do processo de licitação, uma vez que fornece aos interessados em participar dos leilões bases mais apropriadas para a formulação de suas propostas, podendo, ainda, despertar o interesse de empresas interessadas em obter concessões.

Estudos referentes a quatro dos trechos tinham prazo original de 180 dias e deveriam estar concluídos em fevereiro de 2015; para esses trechos, o prazo foi aumentado em aproximadamente 130 dias, terminando em 30 de junho de 2015. Os quatro trechos nessa situação são os seguintes: Açailândia (MA)-Barcarena (PA), com 457 quilômetros, que recebeu 12 propostas; Anápolis (GO)-Corinto (MG), com 775 quilômetros, objeto de dez propostas; Belo Horizonte (MG)-Guanambi (BA), com 845 quilômetros, que atraiu nove propostas, e Estrela D'Oeste (SP)-Dourados (MS), com 659 quilômetros, que obteve 13 propostas.

Para outros dois trechos, as portarias do ano passado concediam prazo de 240 dias, que expiraria em abril de 2015 e foi prorrogado até agosto próximo. O prazo maior se justificava porque, quando da publicação da primeira portaria, para estes dois trechos, ao contrário do que ocorreu com os outros quatro, não haviam sido feitos os estudos iniciais. Os trechos são: Sinop (MT)-Miritituba, distrito de Itaituba (PA), com 990 quilômetros, que conseguiu 14 propostas, e Sapezal (MT)-Porto Velho (RO), com 950 quilômetros, que angariou 13 propostas.

Ainda em 2014, foi instituída uma comissão de seleção para subsidiar a decisão ministerial quanto aos estudos técnicos a serem selecionados e também aos valores devidos a título de ressarcimento. Integrarão a comissão representantes do Ministério dos Transportes, Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT), Valec Engenharia, Construções e Ferrovias e Empresa de Planejamento e Logística (EPL). Essa



comissão terá prazo de 30 dias a contar da entrega dos estudos para avaliar e indicar os que podem ser utilizados em eventual licitação.

ATRASO DE DOIS ANOS – Lançado pelo governo federal em 12 de agosto de 2012, o Programa de Investimento em Logística compreende a implantação de 16 trechos ferroviários, totalizando 11,5 mil quilômetros de novos trilhos, num investimento total estimado em R\$ 91 bilhões, considerando recursos do Tesouro Nacional e investimentos privados. Por ocasião do lançamento, a previsão era de que o primeiro leilão de ferrovia aconteceria em abril de 2013, mas houve demora na análise do programa pelo Tribunal de Contas da União (TCU).

Em fevereiro de 2015, completou um ano a autorização para que houvesse o leilão do atraente trecho entre Lucas do Rio Verde, no Mato Grosso, e Campinorte, em Goiás, com 883 quilômetros de extensão, destinado a escoar a produção agrícola de ampla região dos dois estados. Porém, o edital de licitação ainda não foi publicado. Desde agosto de 2014, o Ministério dos Transportes garante que todos os estudos referentes a esse trecho estão concluídos, restando ajustes na modelagem, discutidos com os potenciais interessados.

Leilões vazios, além de caros, obviamente não cumprem seus objetivos. Diante

dessa realidade, o governo entende que, para efetivar as concessões, o melhor é que os grupos privados realizem estudos e sugiram ajustes para poderem definir sua participação de forma sólida.

É certo também que restam desconfianças do mercado, decorrentes em alguma medida do novo modelo de construção e exploração de ferrovias. De acordo com esse novo modelo, a empresa vencedora do leilão irá construir, manter e operar as linhas, mas toda a capacidade de transporte de carga a ser viabilizada por esses novos trilhos será comprada pela Valec Engenharia, Construções e Ferrovias, estatal vinculada ao Ministério dos Transportes, que a revenderá a empresas interessadas.

Atualmente, as ferrovias concessionárias operam num regime de monopólio e o novo modelo prevê garantia de livre acesso de quaisquer transportadores aos trilhos, com o objetivo de promover maior concorrência e, consequentemente, redução dos fretes no setor em todo o país. Contudo, há quem veja como um fator de insegurança jurídica a presença da Valec como garantidora contra riscos no setor, já que, num quadro em que os investimentos são consideravelmente elevados e de longo prazo, não existem garantias efetivas de que o governo, que controla a estatal, manterá ao longo do tempo a mesma orientação adotada atualmente. ■

Governo sanciona Lei dos Caminhoneiros

Após onda de protestos, lei tenta compensar perda de renda de profissionais em razão do aumento de custos

■ WAGNER OLIVEIRA

AS MANIFESTAÇÕES DE CAMINHONEIROS pelo país em fevereiro fizeram com que a presidente Dilma Rousseff sancionasse sem vetos a Lei dos Caminhoneiros. A desvalorização no preço do frete somada ao aumento de custos levou motoristas autônomos de caminhões, em sua maior parte, a bloquear estradas pelo Brasil, pedindo redução no preço do óleo diesel. O protesto resultou em desabastecimentos de algumas regiões, principalmente no Sul.

A baixa atividade econômica reduziu drasticamente a procura por transportes neste começo de ano. A baixa demanda decorrente do aumento no custo dos insumos faz com que a parte menos organizada dos caminhoneiros não consiga repassar os custos, ficando à mercê das forças de mercado.

Com ação da Polícia Rodoviária Federal e o atendimento de parte das reivindicações, o governo federal conseguiu desmobilizar o movimento e desbloquear as rodovias. A sanção integral é um desdobramento dos compromissos assumidos pelo governo federal em fevereiro com representantes de caminhoneiros, que foi efetivada diante da tendência de normalidade nas rodovias do país.

A lei sancionada pela presidente organiza a atividade de motorista profissional ao definir a jornada de trabalho, formação, seguro por acidente, atendimento de saúde e tempo de descanso e repouso. A sanção integral da lei era uma antiga demanda do setor.

Um dos destaques do texto é o pedágio gratuito por eixo suspenso para caminhões

vazios. A lei também define o perdão das multas por excesso de peso de caminhões recebidas nos últimos dois anos e muda a responsabilidade sobre o prejuízo. A partir de agora, os embarcadores de carga

serão responsabilizados pelo excesso de peso e transbordamento da carga.

A lei também garante a ampliação dos pontos de paradas para descanso dos caminhoneiros. O governo pretende conceder à iniciativa privada áreas para construção destes locais. A definição dos projetos dos postos só serão aprovada após regulamentação integral da Lei dos Caminhoneiros.

O governo também tomou medidas para permitir a prorrogação por 12 meses das parcelas de financiamentos de caminhões adquiridos por autônomos e microempresários por meio do programa ProCaminhoneiro do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.

O presidente do Instituto Ilos, Paulo Fleury, afirmou que o Brasil corre o risco de desabastecimento pela dependência excessiva do modal rodoviário, responsável pelo transporte de 60% da produção nacional. Ele defende regulamentação da atividade, criando barreiras de entrada a pessoas despreparadas para a profissão.

“Hoje não há nenhuma barreira. Qualquer



pessoa, sem nenhuma experiência, pode comprar um caminhão com idade 30 anos e começar a trabalhar. Isso é ruim para o país sob vários aspectos: causa desequilíbrio do frete, aumenta o índice de acidentes, além de maior nível de emissões, entre outros fatores”, disse.

A Associação Brasileira de Concessionárias de Rodovias (ABCR) também criticou fortemente a sanção da Lei dos Caminhoneiros. De acordo com a entidade, a aprovação do texto aumenta o custo logístico e do transporte. “Rodovias menos seguras, viagens mais demoradas, pedágios mais caros e aumento dos custos para os caminhoneiros”, previu a entidade, “serão as consequências do ato da presidente Dilma Rousseff.”

“Ao aumentar para 10% os limites de sobrecarga dos caminhões, a nova legislação permitirá que transitem, pelas rodovias, caminhões mais pesados, que terão estabilidade e capacidade de frenagem reduzidas, o que aumenta consideravelmente o risco de acidentes”, ressaltou a ABCR. ■



05 e 06
outubro
AMCHAM | SP

FÓRUM DE GESTÃO E EFICIÊNCIA DE FROTAS

ÔNIBUS | CAMINHÕES | VANS | UTILITÁRIOS | AUTOMÓVEIS | MOBILIDADE

Em 2015 a OTM Editora realizará a 9ª edição do **Fórum de Gestão e Eficiência de Frotas**, um evento dinâmico e alinhado com as necessidades do mercado, e que vem buscando a cada edição melhorar o seu nível de discussões e conteúdo, promover a troca de conhecimentos e experiências em um ambiente de integração e network profissional.

As empresas de soluções para gestão de frotas estão avançando no desenvolvimento de ferramentas sob medida para os diferentes segmentos da economia. Isto significa esmiuçar as necessidades de cada gestor, conhecer os detalhes de sua operação, o perfil da frota e até as peculiaridades do cliente final,

para que ele seja atendido da melhor maneira possível. Mesmo com avanços, permanece um dos maiores desafios dos gestores, que é o de saber aproveitar melhor as informações transmitidas por meio da telemetria para otimizar o desempenho da frota. Além de prover a empresa com uma infinidade de dados, é preciso mostrar como usá-los na prática para reduzir gastos e melhorar o serviço. Este é um universo ainda com muito espaço para crescer.

As empresas que associarem suas marcas e serviços ao evento têm uma excelente oportunidade de estreitar relacionamento com o público qualificado e com poder de decisão.

Imagens do evento de 2014



Objetivo

Apresentar as melhores práticas, inovações e tendências do mercado de gestão de frotas.

Conteúdo

Sistemas para gestão de frotas / Telemetria/ Processos/ Cases de sucesso/ Inovações em processos/ Meios de pagamento / Pneus / Sustentabilidade

Palestrantes

Profissionais e executivos de empresas compradoras ou vendedoras de produtos e serviços para frotas e logística.

Público de interesse:

Gestores e executivos que participam da cadeia de valor de frotas e logística. Encarregados, gerentes, diretores e profissionais com interesse profissional na área.

Cadeia de valor:

Compra, documentação, políticas de uso, impostos, seguros, manutenção, combustíveis, pneus, venda/desativação

Áreas de uma empresa, envolvidas na cadeia de valor de frotas:

Financeiro/ Controladoria/ Fiscal/ Compras/ Jurídico/ RH/ Operações/ Vendas/ Marketing

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

Realização:



Organização:



Apoio editorial:





TRUCKPAD

O Aplicativo que Conecta o Caminhoneiro à Carga

Precisa contratar caminhoneiros 'terceiros' para sua operação?

Localize no mapa e CONTRATE 'ONLINE' caminhoneiros autônomos pelo **TruckPad**

O **TruckPad** conecta sua empresa a uma rede com mais de 25.000 caminhoneiros autônomos - que usam nosso aplicativo para receber ofertas de carga



CADASTRE sua empresa no **TruckPad** e encontre o motorista ideal para sua carga!



FÁCIL E RÁPIDO

Sua oferta de carga é enviada direto para o celular dos caminhoneiros. Com apenas um clique, você negocia e contrata os melhores profissionais da estrada.



ECONOMIA

Economize tempo em busca de caminhoneiros, ache os mais próximos da sua carga. O sistema é totalmente gratuito para as empresas.

www.TruckPad.com.br
contato@truckpad.com.br

WhatsApp
(11) 99891-1122
TruckPad Company

um empresa acelerada por

**ABRIL PLUG
AND PLAY**