

transporte

Todos os modais MODERNO


Frotas conectadas
18 e 19 | maio | 2016
local 
oxigenio

DIAS 17, 18 E 19 DE AGOSTO
NO EXPOMINAS
EM BELO HORIZONTE

ENCONTRO MINEIRO DO TBC
MINASTRANSPO
RIO MINASTRANSPO 2016


FÓRUM DE GESTÃO E EFICIÊNCIA DE FROTAS
19 e 20 setembro
AMCHAM | SP

 www.otmeditora.com.br Ano 52 - n° 475 - R\$ 25,00

FORD LANÇA LINHA CARGO TORQSHIFT COM TRANSMISSÃO AUTOMATIZADA



Mesmo com vendas retraídas, Volvo é líder em caminhões pesados

Mercedes-Benz quer ampliar vendas com o novo furgão Vito

Agrale fabricará caminhões para a marca chinesa Foton

Airship prevê finalizar construção de protótipo de dirigível neste ano

Com a aquisição da Atlas, a Femsas aumenta participação na área de cargas

Rodonaves estende operação de carga fracionada a cidades do Norte e Centro-Oeste

FM Logistic inova com transporte aéreo em suas atividades multimodais

Serviço Brazil Wings entre Hong Kong e Campinas tem como foco a agilidade

CELEBRAÇÃO: MERCEDES-BENZ CHEGA AOS 60 ANOS NO BRASIL



MOVENDO O FUTURO



**SEGURO
ROUBO E FURTO**

A partir de

R\$ **239,00** /mês

LANÇAMENTO

**COBERTURA ADICIONAL
PARA TERCEIROS**

Apenas R\$ **99,00** mensais por cobertura



Ituran
com
Seguro

MAPFRE

Instalação: R\$ 499,00 em até 6x no Cartão de Crédito



SEM ANÁLISE
DE PERFIL



SEGURO
MENSAL

100%
INDENIZAÇÃO

TABELA
FIPE



COBERTURA
NACIONAL



MAIS
BARATO



MONITORAMENTO ONLINE
DESKTOP/SMARTPHONE

Ligue agora e solicite um orçamento:

0800 33 FROTA

◀ 0800 33 37682

0300 77 FROTA

◀ 0300 77 37682

Esforço hercúleo para incentivar as vendas

O grande desafio para as montadoras de caminhões neste ano consiste em procurar uma forma de se estabilizar durante o período em que persistirem as incertezas do mercado decorrentes do cenário político e econômico enquanto aguardam a recuperação do mercado.

Os fabricantes de veículos pesados, após os cortes de custos e de produção para ajustar a produção ao atual nível da demanda, começaram a rever suas estratégias que miram pelo menos manter as vendas nos mesmos volumes do ano passado.

Como a indústria não pode parar, todas as grandes montadoras se empenham em criar soluções para alcançar esse objetivo, ou seja, lançam mão de ações que estimulem as transportadoras a retomarem a compra de caminhões. As medidas adotadas até agora incluíram a oferta de alternativas à linha de crédito Finame que se tornou menos atraente desde o fim do ano passado, com a resultante decisão do adiamento das aquisições por muitos transportadores.

Uma das opções de financiamento promovidas pelas montadoras para despertar o interesse das transportadoras em renovar suas frotas e sustentar as vendas de caminhões neste ano é o recém-lançado leasing operacional no segmento, uma novidade por aqui, mas muito difundido na Europa. Diversos fabricantes passaram a oferecer essa modalidade de compra com vantagens especiais, como duração relativamente prolongada do plano de pagamento e garantia de recompra do veículo pelo preço de mercado, ao término do contrato.

Outra alternativa é o conhecido consórcio que pode ser utilizado por quem não necessita de imediato do caminhão. É um sistema com benefícios que incluem taxas administrativas reduzidas e a tranquilidade em planejar o fluxo de caixa da empresa.

Com essas medidas, e outras como a adequação dos preços dos caminhões conforme as oscilações da demanda, as montadoras esperam manter-se estáveis durante o período de indefinições no mercado.

REDAÇÃO

DIRETOR

Marcelo Ricardo Fontana
marcelofontana@otmeditora.com

EDITOR

Eduardo Alberto Chau Ribeiro
ecribeiro@otmeditora.com

COLABORADORES

Amarilis Bertachini, Márcia Pinna Raspanti,
Sonia Moraes

EXECUTIVOS DE CONTAS

Carlos A. Criscuolo
carlos@otmeditora.com

Gustavo Feltrin
gustavofeltrin@otmeditora.com

FINANCEIRO

Vidal Rodrigues
vidal@otmeditora.com

EVENTOS CORPORATIVOS/MARKETING

Maria Penha da Silva
mariapenha@otmeditora.com

Glenda Pereira
glenda@otmeditora.com

CURSOS CORPORATIVOS

cursoscorporativos@otmeditora.com

CIRCULAÇÃO/ASSINATURAS

Tânia Nascimento
tania@otmeditora.com

PROJETO GRÁFICO

Artworks Comunicação
www.artworks.com.br

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

Tiragem

11.000 exemplares

Impressão

Nywegraf

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.



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

Filial a:



SUMÁRIO

CAMINHÕES

A Ford amplia linha de caminhões com seis modelos Cargo Torqshift, equipados com transmissão automatizada 8

• Mesmo em cenário econômico desfavorável e queda das vendas, a Volvo liderança no segmento dos pesados 12

INDÚSTRIA

Agrale vai produzir caminhões para a chinesa Foton em sua fábrica de Caxias do Sul a partir de junho próximo 15

HISTÓRIA

Prédio da fábrica da Mercedes-Benz em São Bernardo ganha estrela iluminada para aniversário de 60 anos 16

FINAME

Montadoras avaliam como as novas condições do Finame devem influenciar nas vendas de caminhões em 2016 19

COMERCIAIS LEVES

Mercedes-Benz aposta no furgão Vito que pode ter acesso a lugares onde a Sprinter não conseguia entrar 22

AQUISIÇÕES

Compra da Atlas permite à Femsa Logística ampliar alcance dos serviços de carga fracionada e armazenagem 24

OPERAÇÃO

RTE Rodonaves projeta crescer 7% este ano com maior oferta de carga fracionada em parceria com a Carvalima 26

CONSÓRCIOS

Restrição ao crédito e insegurança estimularam compras crescentes de caminhões pelo sistema de consórcio 28

TURBOS

BorgWarner concentra os esforços nos mercados de reposição e exportação e projeta aumentar a produção 32

• Fabricantes de autopeças estão revendo estratégias para 2016 e investimentos devem cair 7,6% 34

LOGÍSTICA

FM Logística, que já usa balsas fluviais e caminhões para distribuir produtos da LG, utilizará o transporte aéreo 36

• Faturamento do grupo Martins cresceu 20% em 2015, avançado pelos negócios de exportações de seus clientes 38

• Coopercarga transporta equipamentos da Stema no Norte-Nordeste e distribui produtos da Brokers em Curitiba 40

• A ID Logistics fechou 2015 com crescimento de 20% e se prepara para iniciar cinco novas operações neste ano 42

CARGA AÉREA

Panalpina Brasil completa um ano da operação Brazil Wings, em parceria com Atlas Air, para trazer cargas da China 44

AÉREO

A Airship, empresa do grupo Bertolini, deve concluir protótipo do zepelim cargueiro em junho próximo 46

FERROVIÁRIO

GE inaugura em Minas Gerais o primeiro centro de diagnóstico de locomotivas fora dos Estados Unidos 48

MEIOS DE PAGAMENTO

Parceria da CTF com postos credenciados BR reduz em até 22% os gastos dos frotistas com combustíveis 50

NEGÓCIOS

A francesa Edenred, dona da marca Ticket, anunciou acordo com a brasileira Embratrec para fortalecer atuação 52

ESTALEIROS

Setor náutico de embarcações de lazer de grande porte aposta no potencial de crescimento no país 56

TRANSPORTE PÚBLICO

Volare começa a fabricar chassi próprio em sua fábrica de São Mateus (ES) para o miniãoibus Cinco 62

• Rio de Janeiro está prestes a inaugurar o BRT Transolímpica, que agilizará a mobilidade nos jogos deste ano 66

MARÍTIMO

Fabricante de guindastes Liebherr está confiante na demanda pelo novo guindaste móvel portuário LHM 800 68

FERROVIAS

VLI expande sua atuação na Ferrovia Norte Sul, com reforço de 12 novas locomotivas na frota 70

APLICATIVOS

Sula Miranda, a rainha dos caminhoneiros, tornou-se madrinha do aplicativo TruckPad 72

MERCADO

Vendas de caminhões continuam em queda e acumulam retração de 35,5% no primeiro bimestre 74

SEÇÕES

Editorial 3 Novas 54

Procurando uma maneira de baixo custo para ter um caminhão de alta performance na sua operação?

Conheça o Leasing Operacional MAN.

Uma forma exclusiva, simples e econômica para você ter um MAN TGX trabalhando na sua operação, com todo o custo de manutenção do veículo já incluso no contrato.



**NOVO LEASING OPERACIONAL MAN.
É mais ou menos assim: um peso
a menos nas costas, mais carga
no seu caminhão.**



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

O Leasing Operacional MAN é um novo programa com parcelas fixas reduzidas que permite acesso aos caminhões extrapesados da Linha MAN TGX. Válido para os modelos 28.440 6x2, 29.440 6x4 e 29.480 6x4.

Saiba mais em: <https://www.man-la.com/produtos-man/ofertas-especiais/leasing-operacional-20>

*Serviço opcional que permite o monitoramento da frota em tempo real. Tudo em conformidade com as exigências de seguradoras e gerenciadoras de risco. Saiba mais em www.man-la.com. Imagem meramente ilustrativa.



Todos juntos fazem um trânsito melhor.



Vantagens exclusivas

- IPVA, emplacamento e licenciamento inclusos.
- Parcelas fixas reduzidas.
- Contrato de 36, 48 e 60 meses.
- Plano de manutenção com assistência 24h incluso.
- Serviço de telemetria* e monitoramento de frota.



Com transmissão automatizada, chegam os modelos Ford Cargo Torqshift

Com seis novos modelos Cargo Torqshift, a Ford reforça sua linha de caminhões para avançar em segmentos de mercado pouco explorados pela montadora



O Cargo 2429 Torqshift possui transmissão de 10 marchas, tração 6x2 e pbt de 23 t

APRESENTADOS PELA FORD À IMPRENSA especializada no começo de março, os seis novos modelos Cargo Torqshift com transmissão automatizada de 10 ou 16 marchas complementam a linha de caminhões da Ford. Com o lançamento desses modelos, a Ford pretende avançar ainda mais no mercado brasileiro no qual foi a marca de caminhões que mais cresceu no ano passado.

A nova linha de automatizados traz uma série de recursos avançados, incluindo a opção de trocas manuais e os modos Economia e Performance. É formada pelos modelos Cargo 1723 Torqshift, Cargo

1723 Kolector Torqshift, Cargo 1729R Torqshift, Cargo 2429 Torqshift, Cargo 1729T Torqshift e Cargo 1933T Torqshift. São caminhões destinados a diversos segmentos e desenvolvidos pela Engenharia da Ford para aumentar a produtividade do transportador em várias aplicações, aliando conforto, tecnologia e custo-benefício, de acordo com a montadora.

O Cargo 1723 Torqshift é um modelo médio com peso bruto total de 16.000 kg e capacidade máxima de tração de 32.000 kg, com motor de 230 cv e transmissão de dez marchas. Na versão Cargo 1723

Kolector Torqshift, o veículo chega praticamente pronto para implementação como coletor/compactador, com transmissão reforçada de dez marchas e peso bruto total de 23.000 kg com terceiro eixo instalado.

O médio Cargo 1729R Torqshift, com peso bruto total de 16.000 kg, tem motor de 290 cv e transmissão de dez marchas, com as opções de cabine simples e leito. O Cargo 2429 Torqshift, um dos destaques da linha, possui transmissão de dez marchas, tração 6x2, peso bruto total de 23 toneladas e capacidade máxima de tração de 38.000 kg. Este modelo chega ao mercado em março, com dois anos de garantia e o preço de referência mais competitivo da categoria, de R\$ 220.000 na versão cabine simples e de R\$ 228.000 na versão leito, segundo a Ford. O Cargo 1729T Torqshift é um cavalo mecânico com cabine leito, transmissão de dez velocidades e capacidade máxima de tração de 38.000 kg. O Cargo 1933T Torqshift com suspensão a ar é um cavalo mecânico com transmissão de 16 marchas e capacidade máxima de tração de 45.150 kg.

“Os novos modelos Cargo 2017 representam uma grande inovação de engenharia com a transmissão automatizada mais avançada do segmento”, afirma João Pimentel, diretor de Operações de Caminhões da Ford. “É um lançamento importante que virá acompanhado de outros modelos para a Ford continuar crescendo no mercado com soluções focadas na rentabilidade do frotista.”

A Ford oferece outro diferencial importante para o transportador: o lançamento

dos modelos como Linha 2017 permite ao cliente aumentar o tempo de permanência do veículo na frota – já que a maioria dos contratos no setor exige veículos com até três anos de uso –, sem contar a sua valorização na hora revenda.

Com o lançamento dos novos caminhões Torqshift, a linha Ford 2017 cresce de 26 para 34 modelos, oferecendo novas opções para ampliar a eficiência e rentabilidade dos transportadores. Ainda no próximo mês, a empresa apresentará quatro novas versões com configuração de transmissão manual: Cargo 1419, Cargo 1519, Cargo 3129 e Cargo 3129 Mixer.

TECNOLOGIA TORQSHIFT – De acordo com a montadora, a linha Ford Cargo Torqshift traz uma combinação de robustez e economia, seguindo a tendência global de uso de transmissões automatizadas no transporte de carga. Sua tecnologia avançada proporciona benefícios tanto para o frotista como para o motorista.

Desenvolvida pela Eaton em parceria com a Ford e a Cummins, a nova transmissão tem construção robusta e funcionamento contínuo e suave, sem solavancos atribuídos comprovados no teste dos caminhões realizado em campo de provas em Caxias do Sul (RS) na demonstração para imprensa. Além disso, conta com recursos avançados que otimizam o desempenho, o rendimento e a segurança do caminhão, trazendo uma nova sensação de dirigir para o motorista, garante a fabricante.

O piloto automático inteligente mantém a velocidade constante em subidas e descidas e a assistência de partida em rampa segura o caminhão por até três segundos em rampas com inclinação superior a 3%. Tem também a função “Low” para descidas, indicador de marcha no painel e dois modos de direção: Performance e Economia, com escalonamento que assegura alto torque em subidas e inclinações.

Comparada às transmissões automáticas, a automatizada Eaton tem como



O Cargo 1723 Kolector Torqshift, com motor de 230 cv, tem capacidade de tração de 32.000 kg

vantagens o menor custo de aquisição e reparo, a maior economia de combustível e a facilidade de manutenção, informa a Ford.

A nova linha Ford Cargo Torqshift foi especialmente desenvolvida para atender todos os tipos de clientes de caminhões, sejam eles frotistas ou autônomos. Conforme entende a montadora, favorece tanto o frotista que busca tecnologia para obter economia e rentabilidade como os autônomos que priorizam o conforto ao dirigir.

“Por fazer as trocas de marcha sempre no regime ideal de rotação, o Cargo Torqshift nivela o desempenho dos motoristas. Assim, aumenta a economia de combustível e a vida útil da embreagem, reduzindo os custos de manutenção. Ao mesmo tempo, diminui a fadiga do motorista no trânsito urbano e em viagens longas”, diz Antonio Baltar, gerente geral de Marketing e Vendas da Ford Caminhões.

Por causa desse ganho de conforto e economia, o uso do câmbio automatizado em veículos comerciais é uma tendência que vem crescendo em todo o mundo.

“Hoje, esse tipo de transmissão representa cerca de 20% do mercado e a expectativa é crescer para 50% em 2017, chegando a 70% nos próximos cinco anos”, acrescenta Baltar. “Em alguns segmentos, como os extrapesados, deve chegar a 100%.”

CRESCIMENTO NO MERCADO – Em 2015, a Ford foi a marca que mais cresceu na indústria de caminhões, com um ganho de 3,7%, passando de 14,3% para 18%. Consolidou também a liderança no segmento de caminhões semileves – com o modelo F-350 e 42% de participação – e no segmento de leves, com os modelos Cargo 816, Cargo 1119 e F-4000, conquistando 31% das vendas.

O lançamento dos novos caminhões Cargo Torqshift é mais um avanço da marca, após outras ações recentes. Em 2014, a Ford relançou a Série F, depois do lançamento dos modelos extrapesados Cargo 2042 e Cargo 2842, do Cargo 1119 e dos vocacionais Cargo 1723 Kolector, Cargo 1719 para bebidas e Cargo 2629 Mixer em 2013.

TRANSMISSÃO AUTOMATIZADA – A transmissão automatizada da nova linha Ford Cargo Torqshift, primeira representante da família no Brasil, foi desenvolvida pela Eaton em parceria com a Ford e a Cummins, usando a experiência global da Eaton nesse tipo de aplicação. Dotada de 10 ou 16 marchas e eixo simples, ela tem entre suas vantagens o funcionamento contínuo e suave, sem solavancos, comparado a outros veículos similares de eixo duplo.

LANÇAMENTO



O Cargo 1933T Torqshift é um cavalo mecânico com transmissão de 16 marchas

Conta com troca de marcha inteligente, piloto automático, função "Low" para descidas, indicador de marcha no painel, assistência de partida em rampa e dois modos de direção: Performance e Economia. O seu escalonamento garante alto torque em subidas e inclinações.

Os principais objetivos de engenharia no seu desenvolvimento foram oferecer o menor consumo de combustível, conforto e dirigibilidade para o motorista e manutenção econômica. "Como base para desenvolver a linha Cargo Torqshift usamos a transmissão manual da Eaton, que tem um desempenho comprovado e robusto, e adicionamos a ela a automatização. Por isso ambas têm custo de reparo similar, compartilhando o mesmo conjunto mecânico", destaca João Filho, chefe de

Engenharia da Ford Caminhões.

Comparada às transmissões automáticas, a automatizada Eaton tem como vantagens o menor custo de aquisição e reparo, a maior economia de combustível – que chega a 10% – e a facilidade de manutenção. Ela também é cerca de 6% mais econômica que a transmissão manual. Outro diferencial é o sistema de proteção da embreagem que aumenta em quatro vezes a durabilidade do conjunto, segundo a Ford.

"O principal problema da embreagem é o superaquecimento. Para evitar isso, usamos um sistema de proteção que inclui disco com revestimento sinterizado de cerâmica, aviso luminoso e sonoro em caso de abuso e um controle de rotação do motor para garantir a condição ideal de trabalho.

Tudo isso quadruplica a vida útil da embreagem e aumenta a economia na manutenção", explica João Filho.

Na transmissão automatizada do Ford Cargo Torqshift, a função D (dirigir) seleciona a



A transmissão automatizada Eaton conta com piloto automático inteligente que mantém a velocidade constante

marcha de arranque adequada e faz uma troca otimizada. Na função M (manual), permite ao motorista assumir o controle e selecionar as marchas pelo botão na manopla em situações como rodagem fora de estrada ou subidas íngremes.

Na função L ("Low"), as marchas são reduzidas gradativamente de acordo com a velocidade e rotação do veículo. Além de segurar o veículo em declives, também é útil em situações como o acoplamento de colheitadeira, em manobra de ré. Já na função Kickdown o motorista controla o regime de trocas pelo pedal do acelerador. Pisando até 90% do curso ele funciona no Modo Economia, com trocas a 1.800 rpm. Com o pedal a 100%, as trocas ocorrem a 2.300 rpm, aumentando a aceleração.

TENDÊNCIA GLOBAL – Além de trocas de marcha suaves e lineares, a transmissão automatizada Eaton conta com piloto automático inteligente que mantém a velocidade constante em subidas e descidas. A assistência de partida em rampa segura o caminhão por até 3 segundos em rampas com inclinação superior a 3%.

"Numa conta simples, para um veículo que roda 6.500 km por mês, com a transmissão automatizada o motorista deixa de fazer 38.000 trocas de marcha", comenta João Filho. "É uma redução considerável de esforço, sem contar que com isso ele também pode concentrar as mãos e a atenção no volante."

Por nivelar a eficiência dos motoristas, com mais conforto e economia, o uso do câmbio automatizado em veículos comerciais é uma tendência que vem crescendo em todo o mundo.

"Hoje, esse tipo de transmissão representa cerca de 20% do mercado e a expectativa é crescer para 50% em 2017, chegando a 70% nos próximos cinco anos", destaca Flávio Costa, gerente de Marketing da Ford Caminhões. "Em alguns segmentos, como os extrapesados, deve chegar a 100%."



**17º ENCONTRO
MINEIRO DO TRC
RIOMINAS
TRANSPOR2016**

17º EMTRC 2016

RIOMINAS TRANSPOR

17 a 19 AGOSTO
EXPOMINAS • BH

CONCER/ITO CORNELSEN

**Adaptar,
profissionalizar
e evoluir**

REALIZAÇÃO



FETCEMG
Federação das Empresas de Transportes
de Carga do Estado de Minas Gerais
e Sindicatos Filhos



FETRANSCARGA
FEDERAÇÃO DO TRANSPORTE DE CARGAS
DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO

APOIO INSTITUCIONAL



APOIO EDITORIAL



ORGANIZAÇÃO





Mesmo em ano difícil, a Volvo obteve bons resultados

O Grupo Volvo manteve-se na liderança brasileira de caminhões pesados em 2015, alcançando 29,6% de market share, o mesmo percentual de 2014, e ampliou participação no mercado de ônibus

“O ANO 2015 FOI DIFÍCIL E 2016 SERÁ ainda mais desafiador”, afirma Carlos Morassutti, presidente do Grupo Volvo América Latina. “Mas nosso compromisso com o Brasil é de longo prazo e vamos continuar investindo em novos produtos e soluções que contribuam com os negócios dos nossos clientes. O país é muito grande e sempre superou suas dificuldades”, complementa.

No segmento de caminhões semipesados, a VM também teve resultado satisfatório. A marca conquistou 12,3% de market share no ano passado, resultado

muito semelhante aos 12,6% conseguidos em 2014. Segundo a Volvo, no mercado de pesados, o destaque é o FH, modelo procurado por transportadores ligados



ao agronegócio, que buscam os principais atributos deste modelo: disponibilidade, baixo consumo de combustível e alta tecnologia embarcada.

Na área de ônibus, o avanço de 3,1% no mercado de urbanos permitiu à marca reconquistar a segunda posição no mercado de ônibus pesados, atingindo 18,5% de participação. As exportações de chassis também foram importantes no período,

Luis Carlos Pimenta: “Mesmo em um cenário negativo e de muitas adversidades, atingimos resultados bastante positivos”

representando 51% do total de ônibus comercializado pela montadora no ano passado. Para o Peru, um dos principais mercados, as exportações de ônibus cresceram 11%.

A Volvo Financial Services Brasil terminou 2015 com um volume recorde de R\$ 1 bilhão em vendas do Consórcio Nacional Volvo, um produto que tradicionalmente ganha força em períodos de diminuição de crédito e dificuldades de financiamento. Com a saída dos bancos comerciais do setor, o Banco Volvo aumentou ainda mais sua presença no mercado, garantindo apoio ao transportador com soluções financeiras que viabilizaram muitos negócios. No ano passado, a instituição foi responsável pelo financiamento de 50% das vendas de caminhões, ônibus e equipamentos de construção da marca no Brasil, informa a empresa.

A Volvo Penta também alcançou bons resultados em 2015, e prepara sua expansão no mercado latino-americano em 2016. A marca ganhou 4% no segmento de motores marítimos de lazer no Brasil, saindo de 32% de market share em 2014, para 36% em 2015. Neste ano, inicia a produção de motores de 13 litros no complexo fabril do Grupo Volvo, em Curitiba, e amplia os negócios da marca para o Equador, a Bolívia e o Paraguai.

“Foi um ano com um mercado bastante restritivo, mas conseguimos um bom desempenho devido à alta qualidade de nossos produtos”, afirma Bernardo Fedalto, diretor de caminhões Volvo no Brasil.

A empresa continua na liderança em caminhões pesados, com uma participação de mercado de 29,6%, quase um terço de todos os veículos desta categoria comercializados no período. “Nossos caminhões são a melhor solução para transporte de longas distâncias e o novo FH, lançado recentemente, tornou-se o ‘objeto de desejo’ do transportador brasileiro”, diz Fedalto.

Os caminhões semipesados da linha VM também tiveram resultado satisfatório.



Carlos Morassutti: o Brasil é muito grande e sempre superou suas dificuldades.

Neste segmento, a marca conquistou 12,3% de market share no ano passado, resultado muito semelhante aos 12,6% obtidos em 2014. “As vendas caíram bastante, como ocorreu com o mercado de uma maneira geral, mas mantivemos uma posição muito parecida com a de 2014”, destaca Francisco Mendonça, gerente de caminhões Volvo no Brasil.

No segmento de pesados, acima de 40 toneladas, a Volvo concorre com o modelo FH e, segundo a fabricante, é um caminhão muito procurado por transportadores ligados ao agronegócio, que buscam os principais atributos deste modelo: grande disponibilidade, baixo consumo de combustível

e alta tecnologia embarcada. Dirigido para o transporte pesado em condições severas, o FMX teve boas vendas, principalmente em aplicações vocacionais para construção, mineração e cana-de-açúcar.

O VM, situado na categoria abaixo de 40 toneladas, está sendo muito utilizado em transporte de médias distâncias em diferentes operações, como na avicultura e hortifrutigranjeiros, conforme relata a montadora. “Temos uma oferta completa de soluções de transporte”, ressalta Fedalto.

ÔNIBUS – A Volvo Bus Latin America aumentou sua participação no mercado brasileiro de ônibus pesados em 2015. A empresa avançou 3,1% em market share no mercado de ônibus urbanos, passando de 24,6% de market share para 27,7%. Com este crescimento, a marca reconquistou a segunda posição no mercado de ônibus pesados, atingindo 18,5% de participação.

“Apesar de o ano 2015 ter sido de queda nas vendas e de muitas adversidades, atingimos resultados bastante positivos. Isso mostra a força da marca, a qualidade e a confiança em nossos produtos”, afirma Luis Carlos Pimenta, presidente da Volvo Bus Latin America.

O volume de vendas de ônibus Volvo na América Latina teve uma redução de 45%



No mercado de urbanos, o avanço da Volvo foi de 3,1% em market share

saindo de um patamar de 3.171 veículos vendidos em 2014 para 1.748 em 2015. Considerando apenas o mercado brasileiro, as vendas passaram de 1.706 veículos para 864.

Como já vem acontecendo há alguns anos, houve um equilíbrio no volume de vendas para o mercado interno e externo. As exportações representaram 51% do total de ônibus comercializado pela Volvo em 2015. No período, houve um crescimento de 11% nas vendas para o Peru, e a Colômbia continua sendo um mercado estratégico para a Volvo Bus, país em que a marca detém a liderança no mercado de ônibus pesados.

“Este equilíbrio entre mercado interno e externo é extremamente saudável para os negócios. Pois nos deixa um pouco menos vulneráveis às oscilações de mercado”, comenta Pimenta.

O executivo argumenta ainda que, apesar do cenário negativo, a montadora continua investindo no desenvolvimento de soluções e produtos para atender às necessidades dos clientes. Em março, a Volvo lança um novo modelo de chassi, completando a sua oferta de veículo para o transporte rodoviário de passageiros. Haverá ainda demonstrações de projetos e



Bernardo Fedalto: “O novo caminhão FH, lançado recentemente, tornou-se o ‘objeto de desejo’ do transportador brasileiro”

eletromobilidade em Curitiba, São Paulo, Bogotá e Santiago do Chile.

FINANCIAMENTO – A Volvo Financial Services (VFS), divisão do Grupo Volvo responsável pelo financiamento dos produtos da marca, representou aproximadamente 50% das vendas de caminhões, ônibus e equipamentos de construção no mercado brasileiro em 2015, somadas as entregas feitas via Banco Volvo e Consórcio Volvo.

O volume de vendas de novos créditos de consórcio foi recorde no último ano, superando a casa de R\$ 1 bilhão. Em seguros, as vendas alcançaram perto de R\$ 100 milhões em prêmios. “É um desempenho muito positivo e consolida, cada vez mais, nossa missão como banco de montadora que oferece soluções integradas para apoiar os clientes”, afirma Ruy Meirelles, presidente da VFS Brasil.

Com as mudanças nas condições de financiamento do Finame, a Volvo Financial Services desenvolveu, em conjunto com a fábrica e a rede de concessionárias

Ruy Meirelles: “O desempenho foi muito positivo e consolida, cada vez mais, nossa missão como banco de montadora”

e distribuidores Volvo, diversos planos ao longo do ano para os clientes. Entre estas ações, destacam-se o financiamento de entrada nas mesmas condições do Finame, reduzindo o impacto no fluxo de caixa dos clientes, os planos de créditos pré-aprovados, o Plano Mais Um e o financiamento de veículos usados. “Estas iniciativas, aliadas ao atendimento aos clientes, tornaram-se um importante fator de decisão na escolha dos produtos Volvo”, destaca Meirelles.

Embora o volume de negócios tenha sido menor em razão da desaceleração nas vendas, a VFS aumentou sua participação. “Com crédito mais restritivo no mercado, a VFS fez a diferença para os clientes, apoiando seus negócios, na ampliação ou renovação da frota de veículos e equipamentos de construção” diz Meirelles.

CONSÓRCIO – Na contramão do mercado, as vendas do Consórcio Volvo atingiram volumes recordes em 2015. Pela primeira vez na história, as vendas de créditos alcançaram a marca recorde de mais de R\$ 1,1 bilhão, um crescimento de 35% em relação ao ano anterior. “O consórcio é uma excelente alternativa para renovação e ampliação das frotas de caminhões, ônibus e de equipamentos de construção”, observa o executivo. Entre os principais benefícios, o Consórcio Volvo tem planos com prazos de até 100 meses e parcelas reduzidas até a contemplação.

O crescimento nas vendas foi motivado pelas mudanças nos custos de financiamento via Finame. “O consórcio é uma opção de autofinanciamento extraordinária, que permite aos clientes planejar as compras, construindo uma poupança, especialmente num momento de oscilação da economia”, declara Meirelles.

Em pouco mais de 20 anos, o Consórcio Volvo já comercializou mais de 45 mil cotas, entregou mais de 25 mil bens – caminhões, ônibus, equipamentos e implementos rodoviários –, que somam cerca de R\$ 6 bilhões em volume de crédito.



Agrale fecha acordo para montar caminhões da Foton Aumark

Ao mesmo tempo em que inicia a produção de caminhões em sua fábrica de São Mateus, a fabricante gaúcha anuncia que vai montar caminhões da marca chinesa em Caxias do Sul a partir de junho

A AGRALE FECHOU ACORDO COM A Foton Aumark do Brasil para montar, em sua unidade industrial 2, localizada em Caxias do Sul (RS) os caminhões leves da marca chinesa. Pelo contrato, a empresa brasileira será responsável por toda a operação de produção, que envolve desde o recebimento de componentes, passando pela montagem, testes e controles de qualidade, até a entrega do produto final pronto para embarque.

Segundo a Agrale, o novo negócio representa a consolidação da expertise internacional da empresa como montadora de veículos comerciais e comprova o elevado padrão de qualidade e processos fabris da sua unidade montadora.

“Fomos pioneiros, em 1997, como sistemista integral da indústria automobilística nacional, quando iniciamos a montagem dos caminhões médios e pesados da International, uma parceria de 15 anos de muito sucesso”, destaca Hugo Zattera, diretor-presidente da Agrale. “Agora, essa excelência como montadora de veículos é destacada novamente pela escolha da Foton.”

O acordo permitirá que a Agrale utilize melhor os seus ativos e que a Foton abrevie os prazos de nacionalização de sua linha de veículos.

Para produzir os caminhões da Foton, a Agrale já dispõe de instalações adequadas, visto que sua unidade 2 monta os caminhões Agrale das Linhas A, S e LX, além de chassis de ônibus e utilitários 4x4 Agrale Marruá.

FÁBRICA DE SÃO MATEUS – A Agrale deu início em março à montagem de caminhões leves da linha A na nova fábrica de São Mateus, no Espírito Santo. Os primeiros veículos são os modelos Agrale A10000 e A8700, destinados aos mercados das regiões Sudeste e Nordeste.

Os novos modelos ampliam a gama de veículos fabricados pela empresa na cidade de Capixaba. Desde setembro do ano passado, a Agrale iniciou a fabricação dos chassis de ônibus do modelo W9 urbano, para fornecimento à Volare, também instalada na mesma cidade.

De acordo com o diretor-presidente da Agrale, a produção dos caminhões da

Linha A em São Mateus está alinhada com os objetivos de competitividade da empresa. “Somos penalizados com os custos de frete para enviar os produtos do Rio Grande do Sul para o resto do país, sobretudo o Sudeste e o Nordeste e a produção nessa nova fábrica nos proporcionará ganhos de logística, que nos permitirá reduzir os custos de distribuição no Brasil e também nas exportações”, afirma.

Os caminhões da linha A continuarão a ser fabricados também na unidade 2 da Agrale, em Caxias do Sul, para atendimento aos clientes das regiões Sul e Centro-Oeste. Segundo a montadora, a nova linha de caminhões Agrale foi lançada em novembro de 2015 com o objetivo de ampliar a oferta de produtos aos clientes, com soluções alinhadas com as tendências, necessidades e desejos dos usuários de caminhões leves. Conta com três modelos – A7500, A8700 e A10000 – uma inédita cabine de aço estampado e diversos itens como equipamentos de série. A fabricante gaúcha comercializou 40 caminhões no primeiro trimestre deste ano. ■





Mercedes-Benz comemora 60 anos no Brasil

Prédio central da fábrica de São Bernardo do Campo ganha logotipo e iluminação especial alusivos aos 60 anos



COM A INSTALAÇÃO DE um grande numeral “60” no topo do prédio central de sua fábrica de São Bernardo do Campo (SP), a Mercedes-Benz do Brasil dá início às comemorações dos 60 anos da empresa no país.

“Este será um ano muito especial para nossa empresa, que responde pelo primeiro motor diesel, primeiro caminhão e primeiro ônibus fabricados no país”, ressalta Philipp Schiemer, presidente da Mercedes-Benz do Brasil e CEO América Latina.

“Desde então, temos dado contribuição decisiva para a evolução dos veículos comerciais e o desenvolvimento dos meios de transporte, bem como para o crescimento da indústria automobilística nacional. Isso é motivo de imenso orgulho e satisfação para a empresa e para todos os seus colaboradores.”

De acordo com Philipp Schiemer, ao longo desses 60 anos, a Mercedes-Benz sempre demonstrou sua crença no Brasil, mantendo investimentos mesmo em tempos de economia retraída, como o atual. “Continuamos acreditando no país e temos muito

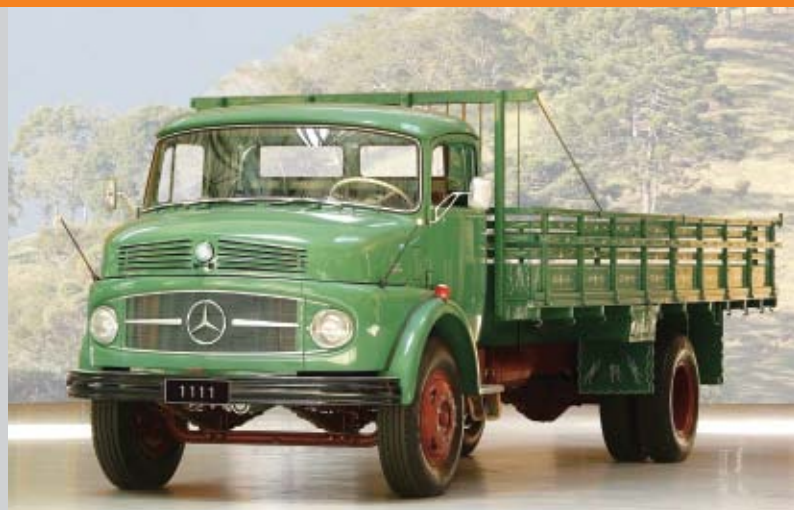
a contribuir para sua recuperação”, declara o presidente da empresa.

NOVO ÍCONE – O numeral instalado no prédio central tem um tamanho muito chamativo e está posicionado de forma bem harmônica ao lado da estrela Mercedes-Benz, tradicional ícone da fábrica e da empresa no bairro e para quem passa na Via Anchieta. Ele ganha muito destaque especialmente à noite, quando recebe uma iluminação especial.

O numeral foi produzido em aço-carbono, tendo uma estrutura sólida como base



Caminhão L 312 Torpedo



Caminhão MBB 1111



Produção do L 312 Torpedo



Caminhão LP 321



Ônibus Monobloco O 321

de apoio. A iluminação do logo é do tipo néon, o que amplia assim a sua atratividade visual noturna.

A estreia do ícone "60" e da iluminação representa o início das celebrações públicas do marco histórico de 60 anos da Mercedes-Benz do Brasil. De acordo com a empresa, esta iniciativa dá sequência a algumas ações internas já ocorridas, tendo como base o tema "60 anos de Brasil – Movendo o Futuro", como, por exemplo, o cartão postal enviado pelo presidente aos funcionários e a inclusão do logotipo comemorativo nos e-mails dos colaboradores.

Ao longo de 2016, diversas outras ações serão realizadas, envolvendo, por exemplo, mídias sociais e concursos culturais. Isso será comunicado de forma programada na medida em que elas forem acontecendo.

Próxima de completar 60 anos de



Caminhão L 1620



Caminhão 710 Plus

atuação no país (o que irá ocorrer no dia 28 de setembro deste ano), a Mercedes-Benz do Brasil é a maior e mais tradicional fabricante de caminhões e ônibus da América Latina, sendo também a maior exportadora de veículos comerciais.

A montadora conta com unidades em São Bernardo do Campo e Campinas, no Estado de São Paulo, e em Juiz de Fora, Minas Gerais. A fábrica do ABC paulista é também a maior da Daimler fora da Alemanha para produção de veículos comerciais da marca Mercedes-Benz, sendo a única da Companhia a reunir, num mesmo local, a produção de caminhões (Atego, Atron e Axor), chassis de ônibus urbanos e rodoviários e agregados (motores, câmbios, eixos e cabines de caminhões). Os caminhões Accelo e Actros são fabricados na cidade de Juiz de Fora.

A unidade de Campinas abriga a linha de produtos remanufaturados da linha Renov,



Ônibus O 362



Ônibus O 326



Primeira exportação para Argentina



Linha de produção de monoblocos



O 500 MA articulado

bem como toda a estrutura de pós-venda, como central de peças, central de relacionamento com o cliente e treinamento.

Em breve, a empresa vai inaugurar em março sua fábrica de automóveis Mercedes-Benz em Itacemópolis, interior de São Paulo.

BANCO MERCEDES-BENZ – O Banco Mercedes-Benz, considerado um dos maiores bancos de montadora do Brasil, realiza há 20 anos as operações de financiamento, arrendamento e seguros de veículos comerciais (caminhões, ônibus e Sprinter) e automóveis de passeio, para todos os modelos de veículos Mercedes-Benz e Smart. A instituição conta com especialistas em financiamento e seguros que analisam as necessidades e o perfil de cada cliente, oferecendo as soluções mais adequadas e acessíveis.

Em 2016 o Banco Mercedes-Benz comemora 20 anos de prestação de serviços aos concessionários e clientes finais da marca em todo o Brasil. A entidade está representada por meio dos atendimentos dos escritórios regionais no território nacional e que reforçam a representatividade da marca e de seus produtos.

A instituição tem como objetivo fortalecer ainda mais a parceria com a fábrica e a rede de concessionários, além de se posicionar como uma das melhores empresas para trabalhar. Outro foco da entidade é manter o crescimento em novos negócios de financiamento, seguros e da carteira, que fecharam 2015 em R\$ 9.8 bilhões. As comemorações do Banco Mercedes-Benz serão feitas em conjunto com a montadora e toda a rede de concessionários e clientes.

Sede de financiamento

Novas condições do Finame não são suficientemente atraentes para suplantar o receio dos frotistas diante da retração nos negócios de transporte de carga que apresentam baixos volumes e altos custos

■ AMARILIS BERTACHINI



AS NOVAS CONDIÇÕES DE FINANCIAMENTO da linha Finame do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) aprovadas para 2016 não trouxeram grandes esperanças para a indústria de veículos pesados acostumada, nos últimos anos, com uma condição de crédito extremamente favorável, com juros negativos, dentro de um programa voltado exclusivamente para esse segmento, o extinto PSI (Programa de Sustentação de Investimento).

“A grande verdade é que esse novo Finame não vai atrair compras, não vai mexer no cenário de mercado. Hoje somente uma taxa de juros fixa e baixa poderia incentivar um frotista a trocar o seu veículo porque se

ele tem um caminhão já financiado e pelo qual ainda está pagando com uma taxa de juros mais baixa, o que o levaria a comprar um outro hoje por um preço maior e com uma taxa de juros mais cara? Ele não tem incentivo para renovar a frota”, afirma Antonio Cammarosano, diretor de vendas nacionais da MAN Latin America, líder do mercado de caminhões em 2015, com vendas de 19.543 unidades.

Nos moldes estabelecidos para 2016, o BNDES ampliou sua participação no apoio às micro, pequenas e médias empresas e o Finame passou a cobrir 80% do valor do bem – antes alcançava 70% –, sempre com cálculo pela TJLP (taxa de juros de longo prazo), que estava em 7,5% no primeiro trimestre do ano. O custo é

composto pelo spread básico de 1,5% ao ano, unificado para todos

os segmentos e todas as modalidades, acrescido da taxa de intermediação financeira de 0,1%, além da taxa de risco de crédito cobrada pelo agente financeiro para as operações do Finame.

Para grandes empresas, a participação do BNDES permaneceu em 70% do valor do veículo, mas a composição desses 70% passa a ser de 70% em TJLP e 30% em taxas de mercado – antes o cálculo era de 50% em TJLP e 50% em taxas de mercado. Para todos os casos, o prazo de pagamento é de 60 meses, com carência de 24 meses.

“O cliente olha e fala: estou com baixa demanda e não tem uma taxa de financiamento mais barata do que a que eu paguei, então não vou renovar”, comenta o diretor da MAN. Ele ressalta que atualmente quase

todos os segmentos da economia nacional estão em queda, alguns mais acentuadamente, como é caso da indústria automotiva. “Nesse cenário, como o caminhão transporta PIB, não adianta a gente tapar o sol com a peneira e achar que o Finame vai consertar a economia do país. Se não tem PIB, tem menos carga para transportar. E como reverter isso? Só com aqueles incentivos que foram feitos no passado: uma taxa de juros muito baixa que incentiva a compra do caminhão. Aí toda a indústria volta a andar porque produz mais, os fornecedores também produzem mais e alimenta-se toda a cadeia produtiva. Atualmente as projeções de PIB e os aumentos de custos e impostos estão dando medo no empresário para renovar”, afirma.

Enquanto o mercado desfrutava de taxas de juros fixas, havia atratividade na compra de novos veículos, mas, segundo Cammarosano, com a TJLP, ainda que com uma variação pequena, o empresário tem mais receio de fazer a troca do veículo, porque os contratos estão muito justos. “A rentabilidade está muito apertada. O salário do motorista continua aumentando, o diesel continua subindo assim como os impostos, aquela folga que tinha nos contratos não existe mais e a taxa de juros mais alta inibe a compra”, declara o executivo.

Mas Cammarosano pondera que o Finame ainda é a ferramenta mais barata e competitiva do mercado. “Melhor com ele do que sem ele, não chega a ser um atrativo para renovação, mas acho que sem ele o mercado iria para zero”, diz, acrescentando que hoje só estão renovando frota os operadores que ganham um novo contrato.

Na MAN, cerca de 90% das vendas são feitas com Finame. Os 10% restantes estão diluídos em compras à vista – que são poucas, mas acontecem –, CDC e leasing; opções estas feitas geralmente por operadores que não conseguem Finame por não apresentarem certidões ou alguma documentação exigida pelo BNDES.

Na opinião de Cammarosano, o consórcio pode ser uma alternativa interessante para os transportadores adquirirem novos veículos, mas é uma modalidade que não permite a posse imediata do bem e o frotista tem que investir para depois ser contemplado, o que é um ponto a ser muito ponderado porque, apesar dos juros serem mais baixos, o empresário tem uma descapitalização antes de possuir o bem.

No banco da montadora, Volkswagen Serviços Financeiros, 95% das vendas são Finame, as outras modalidades não chegam a 5%, diz o executivo. Mais de 50% das vendas de caminhões da MAN passam pelo agente financeiro da montadora.

MERCEDES-BENZ – Para Ari de Carvalho, diretor de vendas e marketing de caminhões da Mercedes-Benz do Brasil, o impacto dessas regras no aumento de vendas do mercado depende do crescimento econômico do país. “No segmento de caminhões,



Antonio Cammarosano: sem o Finame, que não chega a ser um atrativo para renovação, o mercado iria para zero

a modalidade do Finame representa quase 90% das vendas, porém estamos verificando que em 2016 muitos clientes estão procurando outras modalidades de compra e o consórcio está entre as mais procuradas”, avalia Carvalho.

A Mercedes-Benz encerrou 2015 com 19.161 caminhões comercializados, ocupando o segundo lugar no ranking das maiores montadoras de caminhões do país. Carvalho destaca que o Finame se mantém como o maior canal de financiamento utilizado nos últimos anos pelos clientes, porque as taxas são melhores do que as praticadas em outras modalidades como o CDC. “Essa modalidade é importante para alavancar as vendas de caminhões e ônibus. Para a retomada do crescimento das vendas de veículos comerciais será muito importante um aumento de crédito no mercado”, pondera.

A montadora também tem intensificado seu trabalho com a modalidade de consórcio. A empresa já tinha grupos formados para caminhões extrapesados e modelos Vito e ampliou seu portfólio para abranger toda a linha de veículos comerciais da marca. Também passaram a ser oferecidos planos específicos para caminhões médios e semipesados, além de consórcio para chassis de ônibus e para toda a linha de comerciais leves, como o Vito e a Sprinter.

VOLVO – Na avaliação de Valter Viapiana, diretor comercial da Volvo Financial Services, braço financeiro do grupo Volvo, desde o ano passado as mudanças na linha de crédito do BNDES vêm impactando negativamente o mercado. “O PSI concluiu 2014 a 6% e estamos falando agora de uma taxa de 13% ou 14%, dependendo do spread e do perfil de cada cliente. Praticamente dobrou o custo financeiro para os clientes no Finame no espaço de um ano. Isso obviamente causa impacto na aquisição. Não só a taxa, mas as condições, porque antes o cliente podia financiar 100% do valor do veículo e nessa nova estrutura o máximo financiado pelo BNDES é de 80%”, diz,



Ari de Carvalho: o consórcio está entre as modalidades de compra mais procuradas

acrescentando que o financiamento reflete no mercado, mas a própria economia restringe a compra do bem.

Atualmente, os transportadores estão aguardando para fazer novas aquisições por causa do baixo volume transportado e pela competitividade que existe no preço do frete, o que os leva a aguardar um pouco mais para tomar a decisão de comprar novos caminhões neste momento.

“A previsibilidade é importante para o transportador e para nós que comercializamos. Desde o ano passado o transportador vem se acostumando com esse novo patamar, ou seja, ele já tem ciência de que não vamos ter condição tão favorável como tivemos há dois anos, com taxas de 3% e 4%. A nova realidade já se posiciona na faixa acima de 12% e o que ele precisa agora é ter a previsibilidade de que vai ter uma continuidade no futuro e aí, dependendo do desempenho da economia, vai renovar ou não”, calcula.

Segundo Viapiana, no ano passado perto de 85% das vendas da Volvo foram pela modalidade Finame. O banco financiou em 2015 cerca de 50% de tudo o que a Volvo vendeu, incluindo caminhões, ônibus e equipamentos de construção.

De acordo com Ruy Meirelles, presidente Volvo Financial Service Brasil, o volume de negócios do banco, que vinha crescendo 15% anuais nos últimos anos, teve uma queda de 5% em 2015. Apesar da retração nos financiamentos, houve um crescimento na carteira de consórcio, que fechou com

um valor recorde de R\$ 1,1 bilhão, um crescimento de 35% em relação ao ano anterior, com 2.800 cotas vendidas. Os atrativos dessa modalidade, segundo Meirelles, são os planos de até 100 meses, a desobrigação de dar entrada, as parcelas reduzidas (o frotista pode pagar apenas 0,5% do valor do bem até a contemplação) e é dirigido, principalmente, para clientes que planejam uma compra futura de um produto.

Ele explica que o Consórcio Nacional Volvo é um produto que tradicionalmente ganha força em períodos de diminuição de crédito e dificuldades de financiamento. A retração dos bancos comerciais no setor aumenta a presença dos bancos das montadoras no mercado para dar apoio ao transportador com soluções financeiras que viabilizem os negócios.

SCANIA – Para Simone Montagna, novo presidente do Scania Banco, com a adoção da TJLP, que consistem em taxas variáveis mais elevadas do que as do passado, será difícil reaquecer as vendas, especialmente porque a dificuldade econômica do país continua. “Os bancos precisarão cada vez mais oferecer novos produtos e antecipar as necessidades do mercado. Atualmente, oferecemos o CDC, o leasing e agora o leasing operacional, voltado para clientes que não necessitam ter a propriedade do veículo”, declara.

De acordo com Montagna, a empresa vem sentindo o impacto negativo das novas regras desde o fim do ano passado e no primeiro bimestre deste ano. “O mercado está se movimentando muito devagar neste início de ano. Houve um resfriamento”, comenta.

PRO-CAMINHONEIRO – No ano passado, o desembolso do Finame para aquisição de caminhões somou R\$ 7 bilhões, uma queda de 73% na comparação com 2014, quando foram liberados R\$ 25,6 bilhões para o financiamento de caminhões, segundo dados fornecidos pelo BNDES. No

LEASING OPERACIONAL CHEGA AO MERCADO

No caminho para criar soluções que ajudem os clientes a viabilizar a aquisição de novos veículos, algumas montadoras lançaram neste início de ano no mercado o leasing operacional, uma modalidade já bem conhecida na Europa, mas ainda pouco difundida no país. É o caso da MAN e da Volvo.

A MAN já começou a fazer as primeiras vendas nessa modalidade que foi lançada exclusivamente para a linha MAN TGX, modelos 28.440 6x2, 29.440 6x4 e 29.480 6x4. No leasing operacional o frotista faz praticamente uma locação do veículo. “A vantagem do leasing operacional é que o cliente paga como se fosse uma despesa, tem o crédito de PIS/Cofins e quando termina o contrato, que pode ser de 36, 48 ou 60 meses, ele devolve o caminhão para o Banco Volkswagen, que é a operadora do leasing operacional”, explica Antonio Cammarosano, diretor de vendas nacionais da MAN Latin America. Outra vantagem é que as prestações do leasing são até 30% mais baixas que o Finame e o pagamento inclui o direito a plano de manutenção (corretiva e preventiva) com assistência 24 horas, IPVA, emplacamento e licenciamento.

Ao final do contrato ele pode optar por renovar, devolver o caminhão, ou comprá-lo pelo valor de mercado. “Aqui ainda não temos a experiência do que acontece no final do contrato. O mundo diz que em

outros mercados normalmente se troca o veículo depois do contrato. Geralmente a empresa que usa o leasing operacional faz um contrato no mesmo tamanho do contrato que tem com o embarcador dela”, diz Cammarosano

Na opinião de Carlos Morassutti, presidente do Grupo Volvo América Latina, o mercado brasileiro deverá levar um pouco de tempo para se acostumar com o leasing, apesar de a modalidade já ser bem comum na Europa.

“Estamos lançando o leasing operacional com taxas não tão favoráveis quanto as do Finame, mas entendemos que é um produto importante principalmente para clientes operadores logísticos, que focam mais em rentabilidade e não tanto no retorno sobre o capital, que pensam em renovação planejada da frota, que incluem serviços e seguros nas prestações”, ressalta Ruy Meirelles, presidente da Volvo Financial Service Brasil.

Também a Scania decidiu lançar o leasing operacional para caminhões com o objetivo de ajudar o cliente a enfrentar este ano difícil. “Em 2016 teremos duas novidades, o leasing operacional para caminhões e um produto de seguros: o Seguro Único Scania Super 90, que contempla a cobertura Kasko em caso de colisão, incêndio e roubo/furto, oferece cobertura de 90% e garante um Scania 100% novo”, destaca Simone Montagna, novo presidente do Scania Banco.

segmento de ônibus, o desembolso de 2015 somou R\$ 2,2 bilhões, queda de 56% em relação aos R\$ 5,1 bilhões em 2014.

Em janeiro foi aprovada a prorrogação do programa Pro-caminhoneiro até 2017. Com um orçamento de R\$ 250 milhões, essa linha de crédito passa a cobrir 80% do valor do caminhão e a trabalhar apenas com a TJLP. Até então, o programa cobria 70% do valor e a taxa era de 9% ao ano. Foi

mantido o prazo de 96 meses para o financiamento.

Além disso, o programa que beneficiava somente caminhoneiros autônomos e empresários individuais passa a incluir cooperados filiados às cooperativas de transporte rodoviário de carga como novos beneficiários. Nos três casos, a renda anualizada desses beneficiários tem que ser igual ou inferior a R\$ 2,4 milhões.

Mercedes aposta no furgão Vito para recuperar vendas

O diferencial do Vito está no seu tamanho, com 1.910 mm de altura, 5.140 mm de comprimento e 2.249 mm de largura, o que facilita o acesso em lugares em que a Sprinter tinha restrição por causa do seu porte

■ SONIA MOARES



Fabricado na Argentina, o furgão Vito, com pintura sólida, tem preço de R\$ 104.980

A MERCEDES-BENZ AMPLIA SUAS AÇÕES no mercado de vans e apresentou ao mercado o furgão Vito na Feira do Empreendedor, realizada em São Paulo. A estratégia da empresa é tentar recuperar o espaço perdido por não ter um produto adequado ao segmento de furgões médios. “Este veículo vem contribuir aos novos negócios dos empreendedores por ter um tamanho adequado para o serviço de entrega na área hospitalar, em shopping centers e

hotéis, o que não era possível com a Sprinter por causa da altura”, afirma Ana Paula Teixeira, gerente de marketing de produtos vans da Mercedes-Benz do Brasil.

“O diferencial do Vito, em comparação à Sprinter, está na sua altura de 1.910 mm”, compara a gerente. “No total o furgão possui 5,140 mm de comprimento, 2,249 mm de largura (incluindo os retrovisores), 3,200 mm de distância entre-eixos, o que facilita o acesso deste veículo a lugares

com restrição de altura, largura ou comprimento.”

Mesmo compacto por fora, o furgão Vito é grande por dentro, com altura interna de 1.392 mm e 2.831 mm de comprimento da área de carga. Este veículo tem seis metros cúbicos de volume de carga e 1.225 quilos de carga útil. A versão apresentada na Feira do Empreendedor é a 111CDI, equipada com motor 1.6 turbodiesel de 114 cv de potência e transmissão manual de seis

marchas FSG 350. A vantagem deste veículo é que pode ser dirigido por motoristas com carteira de habilitação na categoria B.

O furgão Vito é indicado para transportadores autônomos, micro, pequenas e médias empresas e empreendedores. Pode ser utilizado em muitas atividades e prestação de serviços, como cargas fracionadas (e-commerce), floriculturas, lavanderias, cargas refrigeradas, buffets, pallets, oficinas, unidades móveis, showroom móvel, pet shops, delivery, eventos e ambulância.

Produzido no centro industrial Juan Manuel Fangio, localizado próximo da capital da Argentina, o furgão Vito, com pintura sólida, custa R\$ 104.980 e acrescentando o ar-condicionado pagam-se R\$ 5 mil a mais.

Este veículo traz de série vários itens de segurança como programa eletrônico de estabilidade (adaptativo 9.1), assistente de vento lateral, de monitoramento de cansaço, de partida em rampa, airbag para motorista e acompanhantes, vidros elétricos, sistema de fechamento central das portas via controle remoto, rádio AM/FM com USB, cartão de memória SD e bluetooth, volante com ajuste de altura e profundidade e piso naval com ancoragem.

A Mercedes-Benz aposta no potencial do furgão Vito para retomar os negócios no mercado brasileiro mesmo em um momento difícil pelo qual passa o país. "Este furgão tem grande potencial por ser um veículo versátil, com vasta aplicação

Ana Paula Teixeira:
o furgão Vito
resgata os clientes
que não eram
atendidos pelo
modelo Sprinter



O furgão Vito tem seis metros cúbicos de volume de carga e 1.225 quilos de carga útil

no segmento de refrigerados, serviços móveis e home care", destaca Ana Paula. "Entre os vários ramos de atividades o trabalho das oficinas móveis foi o retorno mais positivo que a Mercedes-Benz teve com as apresentações realizadas com o Vito."

MERCADO – No ano passado, enquanto o mercado de vans grandes, acima de 3,5 toneladas, teve uma queda de 36%, a Mercedes-Benz conseguiu aumentar a sua fatia em 2,9%, encerrando o ano com 24,5% de participação no segmento ao contabilizar a venda de 6.916 veículos no país.

O furgão Vito, que foi lançado em outubro do ano passado e começou a ser vendido em dezembro no mercado brasileiro, teve 115 unidades comercializadas no último mês de 2015. Deste total, 107 unidades foram da van de passageiros e oito unidades da versão furgão. "Um distribuidor de chocolate de São Paulo trocou cinco veículos utilitários por duas unidades do furgão Vito", relata Ana Paula. "O que

comprova a vantagem do veículo para o transporte de mercadorias."

Segundo Ana Paula, o furgão Vito é a oportunidade para a Mercedes-Benz resgatar os clientes que não eram atendidos pelo modelo Sprinter. "Com este veículo, o empreendedor consegue reduzir os seus custos por meio da otimização da rota de transporte, já que é possível carregar mais cargas."

Além da Feira do Empreendedor, a Mercedes expôs o Vito nos shopping centers de São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba, Salvador e nas concessionárias de Minas Gerais e da região sul. "A ideia é colocar o furgão Vito em exposição em todo o Brasil", afirma Ana Paula.

Na Feira do Empreendedor a Mercedes também expôs em seu estande o chassi Sprinter Street implementado com uma carroceria produzida para o programa Food Truck – A Batalha do canal GNT. Esta é uma aplicação que vem apresentando crescimento no mercado brasileiro, segundo a gerente.

Os passos para a expansão no Brasil

Com a compra da Atlas, a Femsa Logística deve aumentar market share e usar tecnologia avançada para fortalecer o controle sobre processos, segurança e rastreabilidade das mercadorias para seus clientes

■ AMARILIS BERTACHINI



EM 2012, QUANDO DEFINIU SUA ESTRATÉGIA de crescimento e elegeu o Brasil como um país-chave para esse desenvolvimento, a Femsa Logística (FL), uma das maiores operadoras logísticas do México e subsidiária do grupo Femsa, fabricante de bebidas, considerou três passos sequenciais para atingir seus objetivos. O primeiro era fazer a aquisição de uma empresa que tivesse uma imagem de referência na indústria, com presença relevante nas regiões Sul e Sudeste do Brasil. O segundo era consolidar essa aquisição e capturar as sinergias identificadas; e o terceiro passo era incrementar a escala do negócio mediante uma segunda aquisição que complementasse a operação gerada com a primeira aquisição.

Foi assim que no segundo semestre de 2013 a FL adquiriu a Expresso Jundiá e no final do ano passado anunciou a compra da Atlas Transportes e Logística, cumprindo a meta de crescimento traçada há mais de três anos. "A aquisição da Expresso Jundiá representou um passo fundamental na estratégia de crescimento da Femsa Logística no Brasil, que (na época) já considerava a Atlas como a melhor oportunidade para

a segunda aquisição a fim de complementar as operações da FL e da Expresso Jundiá", relata José Manuel Juárez Rodríguez, diretor de operações da Femsa no Brasil. "A Atlas é uma empresa com uma cultura e com valores muito semelhantes à FL Brasil, tem uma marca consolidada no mercado e um prestígio muito importante, em um segmento onde a confiança do cliente final é o fator determinante para o sucesso do negócio", acrescenta Rodríguez.

A compra da Atlas permite que a Femsa Logística amplie, imediatamente, o alcance dos serviços prestados de carga fracionada, armazenagem e serviços de valor



agregado para todo o país.

A avaliação da Femsa é de que a Atlas é uma das empresas mais admiradas do setor de logística no Brasil e tem uma forte presença nacional, com a operação apoiada por uma equipe altamente qualificada e um sistema tecnológico avançado, que permite um alto grau de controle sobre processos, segurança e rastreabilidade das mercadorias aos clientes. "Estas e outras capacidades podem ser replicáveis em outras operações da Femsa Logística no Brasil e no resto dos países onde atua", ressalta o executivo.

Segundo Rodríguez, a aquisição também permite um aumento significativo na capacidade de ambas empresas atenderem seus clientes de forma mais eficiente e satisfatória. A FL conquista com essa ação um aumento de sua participação no mercado, tanto no tamanho do território da operação quanto na base de clientes, complementando as operações nos estados onde já operava e entrando em mercados onde ainda não tinha nenhuma presença, principalmente no Nordeste e Norte.

A Femsa Logística está presente em sete países da América Latina e tem 14.850 empregados. Até meados do ano passado, antes da aquisição da Atlas, a Femsa oferecia no Brasil serviços de carga completa por meio da FL Brasil, e de carga fracionada, armazenagem e serviços

José Rodríguez: "Com a aquisição da Atlas cumpre-se a estratégia que em 2012 foi planejada para o Brasil"

de valor agregado por meio do Expresso Jundiá.




Neste início de ano a empresa está no meio do processo de integração que envolve atividades e questões delicadas como manter estáveis os funcionários da Expresso Jundiá e da Atlas, assim como os clientes e fornecedores. Nesta fase, a empresa também está buscando conhecer em profundidade o modelo de operação, incluindo as rotas longas e os novos territórios. No dia a dia, precisa gerir as questões administrativas, como conhecer melhor os colaboradores e Identificar e intercambiar as melhores práticas entre os negócios. Após o período de integração, será definido o conjunto de projetos a serem implementados durante 2016.

“Acreditamos que a combinação de Expresso Jundiá e Atlas é ideal para tornar a Fems Logística um operador logístico integral e um player relevante no setor. Com a aquisição da Atlas cumpre-se a estratégia que em 2012 foi planejada para o Brasil”, declara Rodríguez.

Ele destaca que a Atlas vai agregar uma escala importante com presença nacional e a FL Brasil passa a ter um portfólio de serviços logísticos integrais, incluindo carga fracionada, carga fechada, armazenagem e serviços de valor agregado em todas as regiões, e transporte aéreo.

“Além disso, Atlas e Fems Logística são empresas semelhantes tanto em sua forma de trabalhar como em seus valores e cultura. Certamente isso vai representar uma gama de novas oportunidades de crescimento para os colaboradores de ambas as organizações e de aprendizagem e melhoria nos processos”, conclui, assinalando que as duas companhias têm quase o mesmo portfólio de serviços, porém a área de atuação da Atlas é complementar.

A Atlas possui mais de 3.600 colaboradores e uma rede de 49 centros de operação, com uma área de 420 mil m² em terminais, armazéns e pátios. Tem uma

	2008	2013	2015
Empresas			
Presença geográfica	Belo Horizonte (MG) Jundiá (SP) e São Borja (RS)	Sul e Sudeste	Nacional
Portfólio de serviços	Cargas Completas, transporte internacional, distribuição urbana em esquemas de frotas dedicadas	+ carga fracionada, armazenagem e serviços de valor agregado	+ carga fracionada, armazenagem e serviços de valor agregado em todo território nacional e transporte aéreo
Filiais próprias	3	26	73
Veículos	1.200	1.900	3.200
Colaboradores	1.400	3.300	6.900
Clientes	5	4.000	10.000

presença em todas as regiões do Brasil e fornece serviços a uma carteira de 6.000 clientes, com mais de 1.200 veículos de carga.


JUNDIAÍ – Desde sua aquisição em 2013, a Expresso Jundiá tem apresentado resultados positivos. Segundo Rodríguez, a empresa realizou fortes investimentos em estrutura, tecnologia e frota, mesmo em meio ao cenário econômico instável. Inaugurou nove filiais sendo que a mais recente, inaugurada em dezembro de 2015 na cidade de Joinville (SC), é um terminal de 7 mil m², com uma área de manobra e estacionamento de 33 mil m² e 51 docas. A unidade está localizada na BR-101, com fácil acesso aos portos de Navegantes, São Francisco e Itapoá e aos aeroportos de Joinville e Navegantes.

Além dos aportes em estrutura, a Expresso Jundiá destinou também investimentos para tecnologia e para a ampliação de sua frota de veículos. O executivo relata que foram adquiridos tablets para a equipe comercial e 120 coletores de dados para fortalecer a conferência das mercadorias.

Nos últimos 24 meses foram também

adquiridos mais de 200 veículos de grande e médio portes e implementos, considerado o maior investimento realizado pela Expresso Jundiá em sua frota. “Os investimentos foram cruciais para obter o melhor resultado na pesquisa de satisfação dos clientes nos últimos dez anos”, diz. “Além disso, temos que estar preparados para suportar um forte crescimento nos próximos anos, pois acreditamos que o país irá passar por esta fase e, depois disso, o mercado precisará de empresas que estejam preparadas, com nível de serviço de classe mundial”, acrescenta.

MARCAS FORTES – As marcas Expresso Jundiá e Atlas serão mantidas porque, elucida Rodríguez, os valores (equity) das duas são muito fortes, tanto que ambas as companhias são referências no setor. “A visão da Fems Logística é de longo prazo, investimos sempre porque sempre acreditamos no Brasil”, declara.

O Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade) aprovou a transação em outubro de 2015 – a aprovação foi necessária porque o faturamento da Atlas é superior ao nível indicado pelo Cade. 

Rodonaves projeta crescer 7% este ano

Na parceria com a Carvalima, a meta da empresa é ampliar presença no Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Acre e Rondônia e obter em longo prazo uma fatia de 10% a 15% no volume de carga transportada nessa região

■ SONIA MOARES



Dos 1.800 veículos que compõem a frota da Rodonaves, 250 são de modelos pesados

APESAR DO MOMENTO DIFÍCIL PELO qual passa o país, com forte retração nos negócios e insegurança com relação à retomada do crescimento econômico, a RTE Rodonaves, empresa especializada no transporte de cargas, conseguiu fechar 2015 com resultado positivo e projeta para 2016 um aumento de 7% em todo tipo de transporte que oferece no país, incluindo carga itinerante, carga consolidada e carga dedicada.

“A nossa postura é não deixar a crise afetar os negócios. Em 2015, que foi um ano muito difícil, não crescemos como esperávamos, mas também não tivemos queda”, relata Murilo Alves, diretor adjunto de mercado da RTE Rodonaves. “Conseguimos manter o equilíbrio com o aumento de participação dentro dos atuais clientes e isso está abrindo portas para a Rodonaves”.

Com a estratégia de ampliar a oferta de transporte de carga fracionada no mercado brasileiro, a Rodonaves fechou no ano passado uma parceria operacional com a Carvalima Transportes, empresa de Tangará da Serra (MT), para expandir as atividades na região norte e centro-oeste, atendendo 100% as cidades dos estados do Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Acre e Rondônia. “Sempre vimos com bons olhos essa região e já havíamos analisado a possibilidade de ampliar o atendimento nestes estados. Por isso, decidimos selar a união com a Carvalima”, esclarece Alves.

A Carvalima tem 26 anos

Murilo Alves:
“Nossa postura é não deixar a crise afetar os negócios”



de atuação no mercado de transporte, 53 unidades de atendimento nesses quatro estados e transporta mais de 115 mil toneladas de produtos por ano. A escolha desta transportadora, segundo Alves, foi pelo fato de a empresa ter um modelo de negócio muito parecido com a da Rodonaves que tem grande foco em qualidade e agilidade na execução do trabalho, além de respeito aos clientes e fornecedores.

“Percebemos que os valores e a cultura da empresa eram iguais aos da Rodonaves e aí vimos que a sinergia era grande entre as empresas”, observa o diretor.

Alves conta que antes da parceria com a Carvalima a Rodonaves atendia sete estados brasileiros — Goiás, Minas Gerais, Mato Grosso do Sul, Paraná, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e São Paulo —, além do Distrito Federal. “No Mato Grosso atendíamos em quantidade limitada e agora, com essa união, garantimos uma cobertura em todas as cidades desses quatro estados e passamos a suprir onze estados brasileiros mais o Distrito Federal.”

Nesta parceria com a Carvalima o foco da Rodonaves está no transporte de carga fracionada e, nas regiões Norte e Centro-Oeste, o segmento de maior demanda, segundo Alves, é o agronegócio. “Os principais produtos transportados nessas localidades são peças de

reposição para tratores, colheitadeiras e caminhões. Também oferecemos serviços para a cadeia automotiva (montadoras, autopeças e distribuidores) e o setor de confecção e calçados”, detalha Alves. “Na operação logística dividimos a responsabilidade de transferência, ou seja, a Carvalima faz a entrega dos produtos e a gestão do negócio é feita de forma única pelas duas empresas”.

PLANOS – Os planos traçados pela Rodonaves a partir da parceria com a Carvalima englobam a ampliação da oferta de serviços na região norte e centro-oeste, com a perspectiva de obter em longo prazo uma participação de 10% a 15% no volume de carga transportada. Além de fortalecer a presença no Mato Grosso, a empresa pretende buscar novas oportunidades no mercado. “O espírito empreendedor de João Naves, fundador do Grupo Rodonaves, sempre foi pautado por grandes desafios”, destaca Alves.

Sobre os investimentos realizados pela Rodonaves no ano passado, Alves cita o sistema de informação com o novo portal de serviços que traz detalhes sobre cotação, coleta e toda informação sobre frota de veículos.

Neste ano, a empresa já definiu para o primeiro trimestre a inauguração do novo prédio na cidade de Maringá (PR) com 3.500 metros de plataformas para suprir a demanda da região sul.

No segundo semestre a intenção da empresa é a renovação da frota, com a compra de 30 a 70 veículos entre cavalo mecânico, caminhões médios e veículos leves para entregas expressas. Também está nos planos da empresa uma parceria operacional no Espírito Santo ainda este ano e no Rio de Janeiro em 2017.

Dos 1.800 veículos que compõem a frota da Rodonaves, 250 unidades são de modelos pesados e o restante é distribuído entre caminhões médios, leves e extrapesados das marcas Iveco,



IVECO STRALIS GARANTE O CARNAVAL DE SALVADOR

O caminhão Stralis da Iveco garantiu a folia do carnaval de Salvador (BA). O veículo cedido pela concessionária Rodonaves esteve à frente do Dragão, maior trio elétrico do Brasil, recordista em tamanho e animação.

Lançado em 2005, o trio elétrico foi montado em um bitrem de 34 metros de comprimento, sendo 5,5 metros de largura e seis metros de altura. O modelo teve toda a sua estrutura preparada para receber cerca de 150 pessoas, além da banda e os instrumentos, sendo equipado com um bar privativo, dois camarins e cinco banheiros.

Neste veículo foi montado um escritório, cozinha, sistema de internet e espaço de descanso para os artistas. Com a passarela superior o trio passou a contar com três andares e o acesso a este setor foi por meio de um elevador panorâmico. A assistência técnica ao veículo durante todo o evento foi realizada pela concessionária Iveco Possoli, da Bahia.

Esse e outros caminhões das linhas Stralis e Hi-Way da Iveco foram usados em diversos trios elétricos e carros de apoio.

Volkswagen e Scania.

Apesar das projeções otimistas para o avanço da Rodonaves neste ano, Alves afirma que 2016 será muito difícil para o setor de transporte. “Com a previsão de queda de 3% do PIB (Produto Interno Bruto) projetada pelos analistas, o setor de transporte não deverá apresentar crescimento neste ano”, avalia o diretor. “As

empresas que não analisam a rentabilidade do frete em relação ao custo vai ter dificuldade para fechar as contas no final do ano”.

Na composição do custo total da Rodonaves o maior gasto, segundo Alves, é a folha de pagamento dos empregados que operam com carga fracionada. Em seguida estão os combustíveis.

PERFIL – Com 35 anos de atividades comemorados no ano passado, a Rodonaves emprega 3.500 funcionários diretos e 3.000 indiretos e transporta 500 mil toneladas de carga fracionada por ano.

O fundador da empresa, João Naves, iniciou as atividades no setor de transporte na cidade de Ribeirão Preto, interior de São Paulo, transportando cargas no bagageiro de ônibus. “Na época ele usava bicicletas e Kombi para ajudar na distribuição dos produtos e hoje conta com uma frota variada de caminhões”, conta Alves.

COMPOSIÇÃO DA FROTA – Em sua frota de veículos a Rodonaves mantém os extrapesados, cavalos mecânicos acoplados aos semirreboques de dois e três eixos, ou bitrens, que são utilizados nas operações de transferência de carga consolidadas.

Os modelos pesados utilizados também nas operações de transferência de média e longa distância são 100% equipados com sistema de rastreamento híbridos (via satélite e via GPRS).

Os veículos médios têm capacidade para o transporte de até nove toneladas de carga e são utilizados nas operações de transferências locais, coletas e entregas intermunicipais dentro de áreas urbanas.

Os veículos leves têm capacidade para até 1.000 quilos e são destinados a coletas e entregas expressas ou pequenos volumes para áreas urbanas.

Já os utilitários são destinados à coleta e entrega com capacidade de até 2.000 quilos com grande agilidade operacional. ■

Restrição ao crédito impulsiona consórcio de caminhões

Segundo a Abac, em 2015 a venda de novas cotas aumentou 11,2% e a Mercedes-Benz, que tem mais de oito mil participantes ativos, e entregou mais de 500 veículos por meio desta modalidade

■ SONIA MOARES



A INSEGURANÇA PROVOCADA PELA ATUAL crise política e econômica do país, a alta taxa de juros para a linha de financiamento e o fim do incentivo do governo por meio do Finame/PSI, tem motivado o crescimento do sistema de consórcio para a aquisição de veículos comerciais (caminhões, vans e ônibus).

Segundo a Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (Abac), em 2015 o número de adesões aos grupos de veículos pesados (caminhões, ônibus, semirreboques, implementos e tratores) teve um crescimento de 11,2%, com a venda de 54,8 mil novas cotas, ante 49,3 mil novas cotas comercializadas em 2014.

A quantidade de participantes ativos aumentou 6,3%, saltando de 261,5 mil em

dezembro de 2014 para 278 mil consorciados em dezembro de 2015.

O contrato fechado por esses participantes provocou um avanço de 12,5% no volume de crédito comercializado no ano passado, totalizando R\$ 8,64 bilhões, frente a R\$ 7,68 bilhões contabilizados em 2014. Com a valorização dos veículos, o valor do contrato de adesão aumentou 1,3%, de R\$ 155,8 mil em dezembro de 2014 para R\$ 157,9 mil em dezembro de 2015.

O número de contemplações caiu 7,5%, de 34,5 mil consorciados em 2014 para 31,9 mil em 2015. Já o volume de créditos disponibilizados se manteve estável com o total de R\$ 4,69 bilhões contabilizados em 2015, ante R\$ 4,73

bilhões registrados em 2014.

REVITALIZAÇÃO – A Mercedes-Benz, que mantém em sua carteira de consórcio mais de oito mil participantes ativos e comercializou nos últimos cinco anos cerca de 10 mil cotas de consórcio, sendo cerca de 2 mil cotas ao ano, começa registrar maior interesse pelo consórcio para a aquisição de caminhões, ônibus e vans devido ao cenário de insegurança com o fim do subsídio do governo para o financiamento destes veículos por meio do Finame/PSI e a alta dos juros em outras modalidades de crédito.

No final do ano passado, diante de um momento conturbado provocado pela crise política e econômica que fez despencar

as vendas de caminhões no país, a Mercedes-Benz decidiu revitalizar o sistema de consórcio, disponibilizando o serviço para toda a linha de veículos da marca.

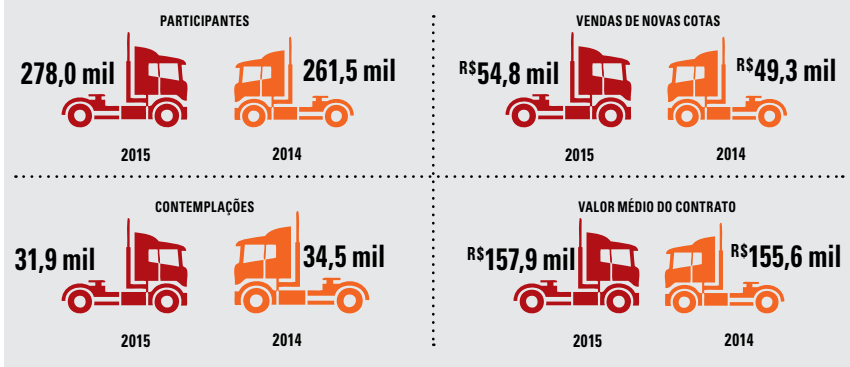
A empresa também passou a oferecer planos específicos para caminhões médios e semipesados, além de consórcio para chassis de ônibus e toda a linha de comerciais leves, como o Vito e a Sprinter. “É na crise que está reaparecendo o consórcio como ferramenta para a venda de caminhões”, afirma Gilson Mansur, executivo responsável pela administração do consórcio Mercedes-Benz.

O consórcio Mercedes-Benz está disponível no mercado em três grupos de produtos, tendo em cada um 300 participantes. O primeiro, denominado plano Vans Brasil, é dedicado aos comerciais leves (inclui a Sprinter e o caminhão Accelo), com a oferta de créditos de R\$ 105 mil a R\$ 180 mil. O segundo, destacado como plano Versatilidade, abrange os caminhões médios e semipesados com crédito de R\$ 140 mil a R\$ 280 mil. O terceiro, identificado como plano Novo Actros, é para caminhões extrapesados com créditos de R\$ 310 mil a R\$ 506 mil. Em todos os planos o prazo de pagamento é de 96 meses e os participantes estão isentos de cobrança de taxa de inscrição e fundo de reserva. Além disso, podem acompanhar as assembleias ao vivo pela internet.

VANTAGENS – Comparado a outros sistemas de financiamento o consórcio tem um custo menor, com taxa administrativa que varia de 11,5% a 14,5% que, diluída ao longo de 96 meses, dá 0,12% ao mês. “Além do benefício do planejamento, das vantagens do financiamento, da taxa de administração equilibrada e competitiva, há possibilidade de parcelar o lance em quatro vezes”, destaca Mansur. “É uma das vantagens que o cliente Mercedes-Benz tem, pois dá uma tranquilidade para ele planejar o fluxo de caixa.”

Com a estratégia de incentivar os

Consórcio de veículos pesados



Fonte: assessoria econômica da ABAC

clientes a optar pelo consórcio na hora de adquirir os veículos comerciais, a Mercedes-Benz decidiu sortear alguns modelos da marca. No plano Vans Brasil o cliente será contemplado com uma unidade da linha Vito. No plano versatilidade serão dois caminhões – o Accelo 1316 e o Atego 2426 – e no plano Novo Actros serão três unidades do novo Actros 2651.

Cada participante tem três formas de obter o seu veículo: por sorteio, lance e hora certa. “O plano hora certa é uma alternativa que a gente trata como a cereja



Gilson Mansur: “É na crise que está reaparecendo o consórcio como ferramenta para a venda de caminhões”

do bolo, pois garante ao cliente a retirada imediata do veículo em caso de imprevisto”, afirma Rafael Dolabella, superintendente da Rodobens. “Se ele venceu uma concorrência, por exemplo, pode adquirir o veículo por meio de financiamento aberto pelo Banco Rodobens e por um período paga uma parcela adicional de juros e, assim que for contemplado, passa a pagar somente o consórcio”, explica Mansur. “Por um período ele paga um pouco mais, evita abrir uma segunda frente (de financiamento) e garante a solução deste imprevisto.”

No ano passado a Mercedes-Benz entregou mais de 500 veículos por meio do consórcio e a meta da empresa é crescer dois dígitos neste ano. “Comparado a outros segmentos da indústria e do comércio é um crescimento muito importante”, observa Dolabella.

Neste ano, das 300 cotas disponibilizadas para cada grupo de consorciados a Mercedes-Benz já vendeu 70%. “Somando os três grupos, dá um total de 630 cotas comercializadas”, diz Dolabella, destacando que a partir de abril novas oportunidades serão lançadas para os consorciados.

Mansur lembra que, mesmo com a competitividade do Finame, o consórcio nunca deixou de ser vendido. “O que a gente vislumbra agora é um aumento pela procura deste sistema de financiamento. Estamos viajando pelo Brasil, contatando a rede de

concessionários Mercedes-Benz para encontrar um novo cliente, que nunca comprou um veículo por meio de consórcio. Vemos um potencial em todo o país”, afirma Mansur.

DIVISOR DE ÁGUAS – Dolabella acrescenta que o consórcio é no momento um divisor de águas para o mercado de caminhões e ônibus. “E vem se fortalecendo como uma alternativa de crédito para o mercado de veículos pesados que durante quase uma década contou com o subsídio do governo para o Finame por meio do Programa de Sustentação do Investimento (PSI) que era uma alternativa de financiamento de baixíssimo custo oferecida pelo BNDES”, comenta o superintendente da Rodobens.

“A partir de outubro do ano passado esse programa foi suspenso e agora, pela própria conjuntura política econômica do país, o mercado avalia como algo irreversível, sem perspectiva de volta. E, analisando os fatores macroeconômicos, com juros altos e os bancos (por conta do aumento da inadimplência e todo esse movimento que representa risco para quem dá crédito) mais seletivos, o consórcio se torna uma alternativa ao crédito para fazer aquisições de forma planejada”, diz Dolabella.

Para o empresário de caminhões, o consórcio se torna uma opção interessante



Roberto Leoncini: a alta dos juros e a restrição de crédito fazem do consórcio uma ótima alternativa ao financiamento

no planejamento para a redução de custo operacional, segundo Dolabella. “É uma opção que pode ajudar o operador na gestão inteligente de sua frota, pois ele pode planejar a substituição de um veículo que está com custo operacional maior, com eficiência logística menor e trocar por um modelo que vai consumir e poluir menos e ter um custo menor de serviço no pós-venda.”

ÔNIBUS – Além dos clientes de caminhões, a Mercedes-Benz tem constatado

maior procura do consórcio pelos operadores do transporte de passageiros. “Para esses profissionais, que tradicionalmente planejam mais, a renovação de frota de ônibus é vital no seu modelo de contrato e eles sabem quanto vão precisar comprar daqui três anos. Nessa situação de planejamento o consórcio se torna um aliado”, observa o superintendente da Rodobens.

Mansur lembra que antigamente o consórcio era muito varejinho e atria pequenos clientes. “Começamos o nosso plano de desenvolvimento com o foco maior no varejo e já estamos pensando em alternativas porque estamos enxergando uma oportunidade e uma necessidade, principalmente para os grandes frotistas, seja de caminhão ou de ônibus. Com a subida da taxa de juros, que há sete ou oito anos vinha sendo subsidiada pelo BNDES, o consórcio está mais competitivo e o cliente de porte médio já começa a comparar a prestação que ele paga pelo Finame e pelo consórcio.”

“A rápida expansão do nosso consórcio é mais uma clara demonstração do compromisso da Mercedes de gerar soluções para todas as demandas e necessidades dos clientes”, afirma Roberto Leoncini, vice-presidente de vendas, marketing e pós-venda de caminhões e ônibus da Mercedes-Benz do Brasil. “Neste caso, eles contam com a qualidade e a confiabilidade da nossa marca, o que se reflete também na parceria com os concessionários na oferta do consórcio ao mercado.”

Segundo Leoncini, a alta dos juros e a restrição de crédito fazem do consórcio uma ótima alternativa ao financiamento, em especial por seu menor custo. “Além disso, independentemente do cenário econômico, o consórcio contribui para que o cliente possa planejar sua renovação de frota. E se essa for a opção dos nossos clientes, queremos que eles contem com essa solução oferecida pela Mercedes-Benz”, diz o executivo.



A Mercedes-Benz em constatado maior procura do consórcio pelos operadores do transporte de passageiros

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

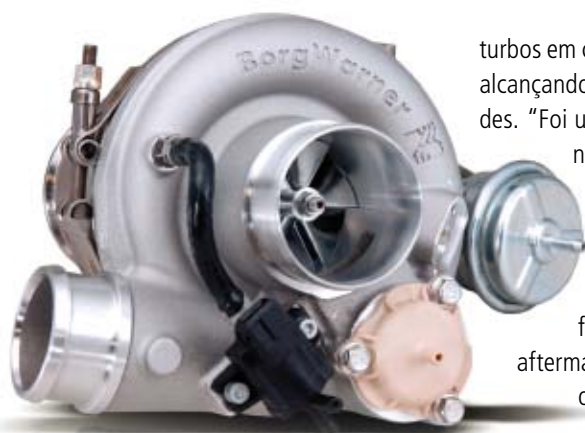
Acesse www.otmeditora.com.br e faça já sua assinatura



BorgWarner projeta crescimento de 8% na produção de turbos

Com a queda expressiva das vendas de caminhões, a empresa passa a direcionar suas estratégias para o mercado de reposição, de exportação e aos novos negócios no segmento de veículos leves

■ SONIA MOARES



turbos em comparação com o ano anterior, alcançando um volume de 220 mil unidades. "Foi uma retração muito expressiva e não estava na previsão feita em agosto que era de manter o mesmo nível de 2014. Não acompanhamos o declínio do mercado de caminhões, que foi de quase 50%, por causa do aftermarket e das exportações", afirma o diretor.

Do volume de turbos produzido no ano passado, 25% foram destinados à reposição (que anteriormente representava 18% das vendas) e 20% para as exportações (que antes absorviam entre 8% e 9% das vendas totais da empresa).

No mercado internacional a BorgWarner vende os seus turbos para a Argentina, que é o seu principal cliente, Estados Unidos, Europa, França, México e Alemanha, entregando os seus produtos direto para

as montadoras de caminhões. Na América do Sul os turbos abastecem o segmento de reposição.

A estimativa de Maiellaro é que em 2016 a produção de turbos se mantenha estável, começando uma reação a partir do segundo semestre, o que levará a um crescimento de 8% com o total de 237.600 unidades. Este avanço será garantido pelas vendas para reposição, pelo crescimento da exportação e pelos novos negócios de automóveis. "Estimamos que 75% do volume irão para reposição, 20% para exportação e entre 10% e 15% para carros de passeio", calcula Maiellaro.

"Não estamos revendo as estratégias de produção para este ano porque ainda estamos confiantes nos novos negócios e na reação do mercado de caminhões por causa da perspectiva de deslanchar o agronegócio."

A BorgWarner também está atenta à nova norma de emissões que entrará em vigor a partir de janeiro de 2017 para os motores que equipam as máquinas agrícolas, chamada de Proconve MAR-1. "Estamos investindo para produzir turbos que equipam os motores agrícolas conforme as exigências do Proconve MAR-1", destaca Maiellaro. A empresa também está reforçando a produção de turbos remanufaturados, pois a demanda por estes produtos vem crescendo no mercado de reposição.

DIANTE DA FORTE RETRAÇÃO DO mercado brasileiro de caminhões a Borg-Warner passou a direcionar o seu foco de vendas para o segmento de reposição, de exportação e para os novos negócios de automóveis com o início da produção de turbos para carros flex no ano passado. "O primeiro turbo para carros flex foi um grande passo dado pela empresa em 2015, o que ajudou a sustentar o crescimento da empresa no Brasil e manter o ritmo de produção da fábrica de Itatiba", afirma Vitor Maiellaro, diretor-geral da divisão de turbos da BorgWarner no Brasil.

A BorgWarner tem 55% de participação no mercado de caminhões e encerrou 2015 com uma queda de 25% na produção de

Vitor Maiellaro: a estimativa é que em 2016 a produção de turbos se mantenha estável



EMPRESA AMPLIA O FORNECIMENTO DE EMBREAGENS PARA CAMINHÕES

Na sua divisão de embreagens viscosas a BorgWarner está ampliando o fornecimento para veículos comerciais ao incluir na linha de montagem da sua fábrica de Itatiba a produção de embreagem viscosa eletrônica de velocidade variável para caminhões extrapesados.

O novo produto, denominado Viscronic, visa melhorar a refrigeração dos motores, aprimorando o desempenho e ajudando na economia de combustível em cidades de clima quente e altitudes elevadas. “É uma migração natural da produção para embreagens eletrônicas com o objetivo de acompanhar a evolução dos caminhões equipados com motor Euro 5”, afirma Adalberto Penachio, gerente da unidade Thermal e Emissions Systems da BorgWarner no Brasil.

As embreagens viscosas, que antes eram fabricadas na Alemanha, são produzidas no Brasil desde 2012 para outros tipos de caminhões e a sua função é ajudar esses veículos a melhorar a produtividade mesmo em condições operacionais difíceis. Por meio de um software especialmente calibrado para se comunicar com a unidade eletrônica de controle do motor, este componente responde às exigências dos veículos com base em sua temperatura, velocidade ou carga.

Com este novo produto, além de oferecer soluções inovadoras ao mercado de caminhões, a BorgWarner dá aos seus clientes a contribuição para cumprir as normas nacionais do programa Inovar-Auto por meio de tecnologias produzidas no Brasil para as mais variadas

aplicações que sejam eficientes no consumo de combustível.

“Mesmo diante de um mercado retraído a BorgWarner mantém a estratégia agressiva com o objetivo de dar continuidade à produção de componentes avançados que visam suprir a necessidade dos novos caminhões fabricados na América do Sul”, diz Penachio.

Com a migração para o novo modelo de embreagens eletrônicas, a BorgWarner projeta um incremento entre 5% a 7% na produção deste componente, passando de 20 mil unidades em 2015 para 21.400 mil unidades neste ano. Do total produzido neste ano, 90% serão destinados para as montadoras de caminhões no Brasil e o restante seguirá para a Argentina. Com este produto, a BorgWarner detém 60% de participação no mercado brasileiro.

Todas as embreagens viscosas que saem da linha de montagem da fábrica de Itatiba têm 60% de conteúdo nacional, índice que atende as normas nacionais do programa Inovar-Auto. Segundo Penachio, mesmo com a valorização do dólar a empresa mantém as compras globais, importando do Japão e da Coreia os componentes eletrônicos que ainda não têm escala de produção no Brasil.

CAPACIDADE – A divisão Thermal Systems instalada em Itatiba emprega atualmente 290 funcionários e mantém o ritmo de trabalho em dois turnos. Esta fábrica tem capacidade para produzir 32 mil embreagens viscosas por ano.

Além de embreagens viscosas e turbos alimentadores para veículos pesados e leves, a BorgWarner fabrica em Itatiba sistemas de acionamento de motores por correntes e comando variável de válvulas.

Com a aquisição da Gustav Wahler (fabricante de válvulas EGR, tubos EGR e termostatos) em 2014, a BorgWarner passou a controlar no Brasil a segunda unidade industrial localizada em Piracicaba, no interior de São Paulo, onde produz termostatos para veículos leves e pesados. E, com a compra da Remy International (fabricante de alternadores e motores de partida) no final de 2015, mantém a terceira fábrica localizada em Brusque, Santa Catarina.

Incluindo as três fábricas a BorgWarner emprega atualmente no Brasil cerca de 900 funcionários.


Com a valorização do dólar, a empresa está ampliando a participação no mercado internacional, exportando a partir da unidade de Piracicaba válvulas e termostatos para a Coreia, Alemanha, México e Estados Unidos. “De toda a produção de Piracicaba, 30% são para suprir a demanda das montadoras nesses países, o restante segue para a própria BorgWarner que distribui os produtos para o exterior”, explica Penachio.

Apesar de o mercado externo estar bem receptivo aos produtos brasileiros, o diretor da BorgWarner afirma que as exportações estão ajudando o resultados da companhia, mas não compensa a queda expressiva do mercado brasileiro.

Mesmo com o dólar valorizado a BorgWarner continua importando alguns componentes, como atuadores eletrônicos (que são feitos à base de titânio), que não têm produção local. “Importamos essa

matéria-prima da Europa e da China”, afirma o diretor.

Para a produção de turbos a BorgWarner mantém na divisão Turbo Systems, que está instalada em Itatiba, no interior

de São Paulo, 350 funcionários que cumprem a jornada de trabalho em um turno. “Quando necessário utilizamos o segundo expediente para evitar gargalos em algumas máquinas”, esclarece Maiellaro. 

Fabricantes reduzem os investimentos em 2016

A estimativa do Sindipeças é que as cerca de 470 empresas associadas devem investir US\$ 575 milhões este ano, 7,6% abaixo dos US\$ 622 milhões investidos em 2015

■ SONIA MOARES

SEM PERSPECTIVAS DE MELHORA NA situação econômica do país, as fabricantes de autopeças estão revendo suas estratégias e programam uma redução dos investimentos. Segundo levantamento realizado pelo Sindicato Nacional da Indústria de Componentes para Veículos Automotores (Sindipeças), as cerca de 470 empresas associadas devem investir US\$ 575 milhões este ano, montante 7,6% inferior aos US\$ 622 milhões investidos em 2015. Para 2017, a projeção é que o investimento tenha uma redução de 0,7% e totalize US\$ 571 milhões.

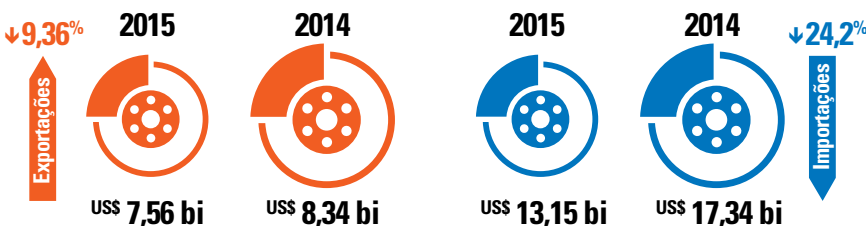
O nível de emprego também deverá manter a trajetória de queda, totalizando 156,5 mil trabalhadores neste ano, 5,1% menos que em 2015. Em 2017 a previsão é que ocorra uma redução de 0,2% para 156,2 mil empregados.

O Sindipeças estima que o faturamento nominal alcance R\$ 64 bilhões em 2016, o que representará um crescimento de 1,3% sobre o valor registrado no ano passado. "É importante considerar que o crescimento nominal previsto é bastante inferior à inflação e à variação cambial passadas e projetadas. Portanto, esse crescimento nominal significa provável retração do faturamento real (ajustado à inflação e ao câmbio)", esclarece o Sindipeças.

Do total faturado pela indústria de autopeças neste ano, R\$ 58,8 bilhões serão provenientes de vendas diretas às montadoras, R\$ 18,2 bilhões do mercado de reposição e R\$ 20,1 bilhões das exportações.

Para 2017, a previsão do Sindipeças é que o faturamento nominal atinja R\$ 67,1

Exportações e Importações



bilhões, sendo R\$ 59,4 bilhões de vendas às montadoras, R\$ 18 bilhões do mercado de reposição e R\$ 19,8 bilhões das exportações.

BALANÇA COMERCIAL – Diante da valorização do dólar frente ao real o setor de autopeças encerrou 2015 com déficit de US\$ 5,59 bilhões, montante 37,9% inferior aos US\$ 9 bilhões registrados no ano anterior, segundo dados do Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC).

As exportações destinadas a 187 países totalizaram US\$ 7,56 bilhões, o que representou um recuo de 9,36% na comparação ao ano anterior, quando os embarques somaram US\$ 8,34 bilhões. Já as importações provenientes de 160 países chegaram a US\$ 13,15 bilhões, uma retração de 24,2% ante os US\$ 17,34 bilhões importados em 2014.

Embora tenha absorvido 10,3% menos das exportações de autopeças no ano passado em comparação a 2014, com o total de US\$ 2,46 bilhões, a Argentina liderou a lista de embarques de componentes brasileiros, seguida pelos Estados Unidos que

compraram US\$ 1,21 bilhão, 4,45% menos que no ano anterior.

Nas importações os Estados Unidos lideraram o envio de componentes para o Brasil com US\$ 1,7 bilhão, 16,8% abaixo do ano anterior. A China ficou em segundo lugar no ranking enviando para o mercado brasileiro US\$ 1,37 bilhão, 15,5% menos que em 2014. O Japão, terceiro colocado na lista, despachou ao Brasil US\$ 1,28 bilhão de itens, 17,2% menos que no ano anterior e a Alemanha, quarta colocada, mandou para o mercado brasileiro US\$ 1,27 bilhão de componentes, registrando uma retração de 36,5% em relação a 2014.

Para este ano a estimativa do Sindipeças é que o saldo negativo das autopeças tenha uma redução de 28%, atingindo US\$ 4 bilhões. As exportações devem crescer cerca de 5% este ano, para US\$ 8 bilhões, enquanto que as importações cairão cerca de 9%, para US\$ 11,97 bilhões.

As projeções para 2017 é que o déficit do setor diminua 20,8% e fique em US\$ 3,19 bilhões, com aumento de 6% nas exportações para US\$ 8,42 bilhões e redução de 3% nas importações para US\$ 11,61 bilhões.

SUA EMPRESA PODE ESTAR ENTRE AS MAIORES E MELHORES DO PAÍS



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.

Para mais informações, ou enviar o balanço anual do exercício de janeiro a dezembro de 2015, com o ATIVO, PASSIVO e DEMONSTRATIVO DE RESULTADOS, utilize o eventos@otmeditora.com. O prazo para a entrega dos balanços expira em **31 de julho de 2016**.

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.



FM Logistic inclui o transporte aéreo em suas operações

Para distribuir os produtos da LG Electronics na região norte, a empresa utiliza o transporte multimodal com balsas fluviais e caminhões que têm capacidade para 100 metros cúbicos de carga

■ SONIA MOARES



A FM LOGISTIC, EMPRESA ESPECIALIZADA em supply chain no mundo, vai incluir neste ano o transporte aéreo nas suas atividades multimodais no Brasil. Atualmente a empresa entrega as mercadorias dos seus clientes por rodovia, utilizando a operação fluvial exclusivamente para a LG Electronics, fabricante de produtos eletrônicos para consumo, telefonia móvel e eletrodomésticos.

Na parceria fechada no ano passado com a LG Electronics a FM Logistic concentra as atividades de transporte na região norte que abrange os estados do

Acre, Amazonas, Rondônia, Roraima, Pará, Amapá e Tocantins. “A operação começa com a retirada dos produtos na fábrica da LG em Manaus. Após o carregamento dos caminhões, a carga é distribuída para os centros de distribuição das redes varejistas clientes da LG e, de lá, é destinada ao público final”, declara Luís Fernando Martinez, diretor de transportes, da FM Logistic.

O transporte dos produtos da LG Electronics é realizado em sistema multimodal por meio da hidrovia (em balsas) e da rodovia (em caminhões tipo

carretas-baú com capacidade para 100 metros cúbicos de carga). A operação acontece em formato fracionado, em que os produtos são coletados na fábrica da LG em Manaus e transportados para os centros de distribuição de redes varejistas, como supermercados, para a venda ao público final.

“Na maior parte da operação, os produtos saem de Manaus com destino a Belém, no Pará, em balsas fluviais e a FM Logistic administra toda a operação, fazendo o monitoramento das entregas e percursos em tempo real, que reporta instantaneamente

ao cliente”, explica Martinez. “O transporte fluvial é muito usado na região norte e tem uma representatividade importante na matriz logística da LG Electronics.”

O transporte via balsas começa em Manaus e termina em Belém, lugar onde a carga segue o percurso em modal rodoviário. “Para chegar a Macapá a carga sai de Manaus e percorre um primeiro trecho até Belém e depois de Belém para Macapá”, detalha Martinez.

“A atuação com a LG Electronics trouxe para a FM Logistic a possibilidade de iniciar o trabalho em outras regiões fora do circuito sul e sudeste, além de colocar em prática a nossa multimodalidade para transportar, com o uso de balsas fluviais para conduzir os caminhões já carregados”, diz Martinez.

O diretor da FM Logistic afirma que a região norte é estratégica para o setor de consumo. “O norte do país concentra as principais marcas manufatureiras, que possuem incentivos diretos para produzir”, observa Martinez.

O diretor destaca que, além da atuação na região norte, a FM Logistic mantém operação em Resende (RJ), que atualmente serve como entreposto da Zona Franca de Manaus e é considerada uma área estratégica para a empresa, pois permite que as mercadorias fiquem armazenadas sem recolhimento de impostos por até seis meses, o que gera otimização dos custos e as aproxima de grandes mercados consumidores.



Luís Martinez: a atuação com a LG Electronics coloca em prática a multimodalidade da FM Logistic para transportar

NOVAS OPERAÇÕES – Martinez comenta que o setor de transporte sempre fez parte do DNA da FM Logistic. Foi a partir dele que tudo começou na França, na década de 60. Atualmente, essa área representa 35% do faturamento mundial da companhia.

“No Brasil, o setor de transportes começou a operar no início de 2015 e, até o momento, tem registrado resultados acima da média. Com nomes importantes no portfólio, como a própria LG, a empresa está focada em desenvolver operações para o público alvo de vários setores”, destaca Martinez.

Segundo o diretor, entre os vários planos já traçados pela empresa estão inseridos cinco novas operações que entrarão em atividade no primeiro trimestre deste ano,

fortalecendo o compromisso de qualidade e resultado da FM Logistic.

Em todas as suas operações no mundo a FM Logistic atua com foco no público alvo. “Oferecemos técnicas eficientes e soluções personalizadas para os setores de bens de consumo, cosméticos, indústria, alta tecnologia e gigantes do varejo”, afirma Martinez.

A FM Logistic atua com parceiros exclusivos, treinados para as operações da empresa. Além de coordenar e idealizar, a FM administra toda a gestão do supply chain. “Como o Brasil é um país de dimensões continentais, utilizar os modais adequados para cada etapa da cadeia de transportes é uma importante iniciativa para tornar a operação mais competitiva para o cliente e o mercado. Portanto, a FM Logistic busca aperfeiçoar cada vez mais os seus projetos em ações que deem retorno para os seus clientes. Assim, investimos continuamente em alternativas que serão personalizadas para cada operação”, esclarece Martinez.

A FM Logistic iniciou suas atividades no Brasil em 2013, após a aquisição da McLane. Hoje a empresa mantém no país 1.315 profissionais que oferecem soluções personalizadas para os mais diversos segmentos da indústria gigantes do varejo, que operam nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul.

Mundialmente a companhia está presente em 12 países oferecendo serviços de armazenagem, cadeia de suprimentos e transporte.

Saiba tudo que acontece nos setores de Transportes, Logística e Comércio Exterior



ASSINE JÁ
as publicações da



11-5096.8104

circulação@otmeditora.com.br

Grupo Martins faturou R\$ 110 milhões em 2015

Crescimento das exportações dos clientes impulsionou o resultado da empresa que concentra sua atuação no comércio exterior

EMBORA 2015 TENHA SIDO UM ANO DE redução do consumo, com queda de vendas e de faturamento em quase todos os segmentos da economia, a Martins Logística Internacional, do Grupo Martins, conseguiu encerrar esse período com fôlego. O grupo apurou um faturamento total de R\$ 110 milhões no ano passado, aproximadamente 20% acima do resultado atingido em 2014. Esse bom desempenho se deve em grande parte ao crescimento do movimento dos clientes das carteiras de exportação, que intensificaram as suas operações em decorrência da alta do dólar e da queda de demanda do mercado interno.

A empresa atua há quase 28 anos no comércio exterior e está entre os maiores operadores logísticos do Brasil. O grupo opera desde março de 2015, um Centro de Distribuição de 11 mil metros quadrados na cidade de Poá (SP), região do Alto Tietê.

“Nossa carteira de clientes de exportação sempre foi historicamente muito menor do que a de importação. Isso começou a mudar já no início do ano passado. Nossos clientes costumavam exportar um total de R\$ 5 milhões, esse montante pulou para R\$ 50 milhões em meados de 2015 e fechou dezembro em R\$ 70 milhões”, comenta Lourival Martins, fundador e presidente do grupo. A expectativa é, seguindo esse ritmo, que esse valor chegue a R\$ 100 milhões no final do primeiro semestre de 2016.

O incremento nas operações de

exportação dos clientes representou 35% do faturamento total da empresa. Lourival Martins viu, então, a oportunidade de montar uma área de agenciamento de carga, o único elo que faltava para fechar o ciclo da cadeia de serviços do comércio exterior. “Era um projeto antigo. Nós tínhamos tudo organizado, todos os contatos necessários e pessoal qualificado à disposição. E sempre deixávamos para depois. Mas com o volume de exportações aumentando nessa velocidade, o momento era o ideal”, explica. Em pouco mais de seis meses de atuação, a área de agenciamento de carga do grupo já representa 20% do faturamento total.

“Ao prestar um serviço com estrutura própria em toda a cadeia e com a inclusão do agenciamento de carga, pudemos oferecer uma operação com redução de 15% a 20% de custos logísticos para os clientes. Isso foi muito significativo em um ano de crise. O meu cliente ficou mais competitivo”, analisa Martins. “Esse foi talvez o nosso grande

diferencial no ano passado, que refletiu no faturamento total do grupo”, avalia.

IMPORTAÇÃO – Sem frustrar nenhum prognóstico, a Martins viu sua carteira de clientes de importação enxugar no ano passado, com queda de 22%. “Não teve jeito. O preço do dólar inviabilizou muitas operações. O importador, nosso tradicional cliente, pisou forte no freio”, afirma Lourival Martins. A queda nas importações e o crescimento nas exportações em 2015 acabaram por equilibrar o resultado do setor de distribuição. Nesse segmento, a Martins atende clientes do porte da C&A e Grupo Abril. “Esperávamos crescer um pouco mais na distribuição, mas fechamos o ano com o mesmo faturamento de 2014”, comenta Lourival. O grupo conta com uma frota própria de 100 veículos, a maioria modernos carros Volvo.

O resultado positivo de 2015 e as previsões de que a crise econômica não é passageira levam o Grupo Martins a apostar que este ano será das exportações. “Com o dólar ainda em alta, inflação e retração do consumo, a indústria nacional só tem a saída de ir buscar mercado lá fora”, acredita Lourival Martins. Para atender a essa provável demanda, a Martins montou uma operação de guerra que envolve o agenciamento da carga, transporte e armazenagem da

Lourival Martins: expectativa de que a carteira de clientes de exportação chegue ao valor de R\$ 100 milhões neste semestre



mercadoria no CD de Poá (SP). "O cliente só produz. Nós pegamos a mercadoria na porta da fábrica e entregamos em qualquer lugar do mundo onde ele indicar", garante o presidente do grupo.

Para incentivar a indústria do Alto Tietê a expandir as exportações, o Grupo Martins vai lançar uma campanha na região, usando tanto a mídia tradicional e digital, além da promoção de workshops em parceria com entidades. "Muitas indústrias, principalmente as pequenas e médias, desconhecem a logística da exportação. A maioria acredita ser muito complexo. Temos a conhecimento e expertise para assessorá-las nisso. As importações

PERFIL DO GRUPO MARTINS

Marca:	Martins Logística Internacional
Faturamento anual:	R\$ 110 milhões
Segmento:	Comércio exterior
Áreas de atuação:	Logística internacional, armazenagem e distribuição
Hubs:	São Paulo (Centro), São Paulo (Vila Maria), Poá (SP), Guarulhos (GRU Airport), Santos (Porto) e Campinas (Viracopos)
Funcionários:	Cerca de 150 colaboradores diretos e indiretos
Serviços:	Importação, exportação, assessoria e desembaraço aduaneiro, DTA, Radar, Siscoserv, agenciamento de carga, seguro, armazenagem e distribuição
Armazéns:	Centro de distribuição de Poá (11 mil m ²) e centro de distribuição de Vila Maria (2 mil m ²)
Distribuição:	Frota própria de 100 veículos, com destaque para a marca Volvo



fiscal, aconselhamento de operações de drawback e redução dos custos logísticos, a partir da utilização da sua própria estrutura, como armazenagem e transporte. "Muitas indústrias não sabem que podem importar, principalmente, maquinário pesado, com benefício tributário. As operações de drawback ainda são pouco usadas e temos condições de reduzir os custos logísticos das importações de muitas empresas", pontua. Para ele,

não serão esquecidas. O grupo avalia que pode aquecer a carteira com serviços diferenciados como consultoria tributária e

com o preço do dólar ainda em alta neste ano, pequenos acertos podem trazer competitividade ao importador.



transporte

Todos os modais MODERNO

Visibilidade para seus produtos e serviços.



11-5096.8104

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

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



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



Coopercarga fecha parcerias importantes no início do ano

Operador logístico passa a transportar os equipamentos da Stemac no Norte e no Nordeste do Brasil; em Curitiba, a empresa faz a distribuição e o armazenamento dos produtos da Brokers Alimentos

■ MÁRCIA PINNA RASPANTI



A Coopercarga passou a fazer o transporte exclusivo dos geradores e insumos da Stemac

O ANO DE 2016 COMEÇOU EM RITMO ACELERADO para a Coopercarga, operadora logística com matriz em Concórdia, Santa Catarina. Em janeiro, a empresa passou a fazer o transporte exclusivo dos geradores e insumos produzidos pela Stemac nas rotas das regiões Norte e Nordeste. A operação in house, dentro das instalações do cliente, será realizada pela filial de Uberlândia, em Minas Gerais. Os produtos são levados por carretas sidereiras e graneleiras até os compradores finais, que geralmente estão localizados nas

capitais dos estados e grandes cidades.

A Stemac, um dos principais parceiros da transportadora, fabrica e comercializa grupos geradores. Os produtos saem da fábrica da Stemac, em Itumbiara, no interior de Goiás, próximo a Minas Gerais, para o Norte e Nordeste. A previsão é que o volume transportado fique em torno de 500 cargas por mês, dependendo do volume das vendas. As cargas podem ser compostas por geradores já montados ou por peças separadas. De acordo com o fabricante, a parceria com a Coopercarga já

traz resultados positivos, como a melhora do atendimento e o incremento do desempenho.

Os geradores são utilizados em diversos setores da economia, sendo que sua atuação se estende de setores de base como construção civil, indústria, agronegócio e mineração até as áreas de saúde e segurança. Os grupos geradores são compostos por motores a diesel, acoplados a geradores de alta eficiência e montados sobre base metálica, com acionamento automático ou manual, e projetados para aplicações nos regimes de emergência, horário de ponta ou serviço contínuo. O peso das cargas varia de acordo com a capacidade dos equipamentos, sendo que os menores giram em torno de 700 quilos e os maiores podem chegar a 19 mil quilos.

Segundo Aguinaldo Mota, gerente de logística da Stemac, todos os processos logísticos da indústria estão sendo aperfeiçoados para trazer mais eficiência ao transporte e à atuação da Coopercarga. “Sempre buscamos melhorar os fluxos de maneira que beneficiem os motoristas e transportadores, porque sabemos da importância deles. Se eles puderem fazer seu trabalho da melhor forma, teremos ganho de tempo e uma parceria de longo

prazo”, afirma.

Para o diretor operacional da Coopercarga, Paulo Simioni, esta nova operação é resultado do trabalho operacional aliado ao trabalho comercial desenvolvido pela cooperativa. A parceria poderá dar início a outros serviços junto ao cliente. “A exclusividade das rotas norte e nordeste poderá gerar oportunidades de aumento de volume nessas regiões, além de possibilitar futuras negociações em outras regiões do país. Seguiremos buscando a melhoria contínua da operação com foco em atender com excelência o cliente”, diz. A empresa também garante disponibilidade para cumprir todas as viagens requisitadas pela Stemac com a mesma qualidade.

As principais cidades de destino dos produtos Stemac nas regiões Norte e Nordeste são: Salvador (BA), Aracajú (SE),

Maceió (AL), Recife, (PE), João Pessoa (PB), Natal (RN), Fortaleza (CE), São Luís (MA); Belém (PA); Manaus (AM), Porto Velho (RO) e Rio Branco (AC).

CURITIBA – A Coopercarga fechou outra parceria estratégica em janeiro. O Centro Logístico de Curitiba, no Paraná, passou a fazer a armazenagem e distribuição urbana para a Brokers Alimentos. A empresa, localizada na capital paranaense, é especializada no comércio atacadista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios. No total, serão armazenadas 60 toneladas de produtos por mês, entre cortes de cordeiro e vegetais. Estes produtos serão distribuídos em Curitiba e na região metropolitana.

Ao todo, cinco pessoas fazem parte do quadro de colaboradores responsáveis pela nova operação. Rodrigo Vitto,

gerente do armazém, explica que a transferência do estoque do cliente para o armazém da Coopercarga foi realizada em janeiro. A operação teve início no dia 2 de fevereiro. A distribuição urbana será feita por três tipos de veículos frigoríficos: vans, VLC (veículo leve de cargas) e caminhões semipesados. A expectativa, segundo Vitto, é de que, até novembro, o volume de cargas seja incrementado para 190 toneladas por mês.

A Coopercarga surgiu em 1990, fruto da união de 143 pequenos transportadores do meio-oeste de Santa Catarina que se uniram pelo associativismo. Hoje, a empresa possui mais de 60 unidades (entre filiais e pontos de apoio) no Brasil e na Argentina, contando com 700 colaboradores diretos e uma frota de cerca de 1,9 mil caminhões, com idade média de quatro anos.



Acervo Digital OTM - acesse

A história dos últimos 53 anos do transporte no Brasil.

1963

www.acervodigitalotm.com.br

2016



ID Logistics diversifica operações

Com 32 centros de distribuição no Brasil e uma carteira de 29 clientes, a empresa faturou R\$ 313 milhões no ano passado e deverá iniciar cinco novas operações no primeiro semestre deste ano

■ SONIA MORAES



Centro logístico da ID em Jaguariuna, um dos 32 CD que a empresa mantém no país

A ID LOGISTICS, FILIAL BRASILEIRA DA multinacional ID Logistics, conseguiu driblar o momento difícil pelo qual passa o país e fechar 2015 com crescimento de 20% em relação ao ano anterior, garantindo um faturamento de R\$ 313 milhões.

Com 32 centros de distribuição no Brasil e uma carteira de 29 clientes, entre eles Carrefour, Leroy Merlin, Danone e MWM Motores, a empresa prepara para o primeiro semestre deste ano o início de cinco novas operações.

Marcos Bagnolesi, diretor comercial da empresa, afirma que o grupo ID Logistics é um parceiro flexível e engajado em aumentar a produtividade dos clientes, sempre

com foco na melhoria da qualidade operacional e redução dos custos logísticos. “Em qualquer tempo, um operador logístico com esse perfil consegue aumentar o portfólio de clientes e ampliar os serviços nas operações já existentes”, diz Bagnolesi.

A ID Logistics é a maior filial do grupo ID Logistics no mundo, sendo a segunda em faturamento depois da matriz francesa, o que corresponde

Marcos Bagnolesi: o aumento das atividades permitiu compensar a alta volatilidade das taxas de câmbio

a 11,5% das atividades e faturamento do grupo. A filial brasileira é a que mais cresce entre as demais divisões, numa taxa média aproximada de 30% nos últimos cinco anos.

Nas estratégias do grupo o Brasil serve como apoio técnico para a filial argentina, além de ser base para o desenvolvimento de outras filiais na América Latina.

MUNDO – Em suas atividades mundiais o grupo ID Logistics teve um crescimento sólido em 2015, especialmente, na área de e-commerce. “O incremento das atividades no quarto trimestre permitiu compensar a alta volatilidade das taxas de câmbio com efeitos desfavoráveis no Brasil, Argentina e Rússia. Continuamos em 2016 com essa forte dinâmica em todos os nossos mercados prioritários, apesar desse ambiente econômico misto em países emergentes”, afirma Eric Hemar, CEO do grupo ID Logistics.

Internacionalmente, a receita foi de 112,1 milhões de euros, um aumento de 8,8% em relação a 2014. Descontado o efeito desfavorável do câmbio no Brasil, Argentina e Rússia, o crescimento foi de 15,2%.

Nas principais economias emergentes onde o grupo atua, o ambiente tornou-se mais difícil no quarto trimestre, com volumes ligeiramente negativos e as incertezas econômicas e políticas que afetam as atividades e projetos de clientes do grupo.



Ericsson e Inmarsat miram a conectividade nos navios

Acordo estratégico marítimo visa facilitar o compartilhamento de informações, simplificar a cadeia da conectividade para navios mercantes e reduzir o tempo ocioso dos caminhões nos portos

■ AMAILIS BERTACHINI

A INMARSAT, FORNECEDORA DE SERVIÇOS de comunicações globais móveis por satélite, e a Ericsson, empresa de tecnologia e serviços de comunicações, assinaram um acordo estratégico marítimo com o objetivo de facilitar o compartilhamento de dados de carga, logística e operacionais de navios para ajudar a simplificar a cadeia de abastecimento marítimo.

Em parceria, as duas empresas vão desenvolver serviços, soluções e aplicativos para orientar os padrões do setor para conectividade por satélite e integração de aplicativos no setor marítimo.

A Ericsson vai oferecer o XpressLink, a rede VSAT que combina a banda L e a banda Ku da Inmarsat. O serviço Xpress-Link oferece um caminho de upgrade para o serviço Fleet Xpress da Inmarsat, movido pela nova constelação Global Xpress, quando este estiver disponível nos próximos meses. O plano prevê que naquele momento o acordo de distribuição com a Ericsson seja estendido para o Fleet Xpress.

O lançamento do novo serviço Fleet Xpress estava previsto para o final de março. Esta tecnologia será implantada em todo o mundo, incluindo o Brasil, a partir do segundo trimestre de 2016. “Em termos de aumento significativo da conectividade para navios mercantes, é certo que o serviço fará com que as operações dos navios de carga sejam muito mais eficientes”, afirma Jonathan Sinnatt, diretor de comunicação corporativa da Inmarsat.



Tecnologia Fleet Xpress aumentará a conectividade para navios mercantes

Esta tecnologia só precisa ser implantada nos navios. Através da rede global XPress via satélite da Inmarsat, será possível que os portos e empresas de navegação e transporte se conectem aos navios da mesma forma que eles se conectam com qualquer sistema terrestre.

Segundo informações da Ericsson, a nova relação também abrirá caminho para a integração entre o Maritime ITC Cloud da Ericsson e conectividade global entregue através da rede de comunicações via satélite da Inmarsat, tanto na banda Ka como na banda L. O Maritime ICT Cloud da Ericsson é uma solução ponta a ponta gerenciada na nuvem que conecta navios que estão no mar com as operações em terra, como prestadores de serviços de manutenção, centros de apoio ao cliente, parceiros de frota/transporte, assim como operações e autoridades portuárias.

Habilitado pela Inmarsat, o Maritime ICT Cloud deverá possibilitar que os caminhões passem menos tempo ocioso nos portos, a

carga gaste menos tempo em trânsito e os produtores consigam planejar melhor os seus embarques.

Exemplo de como esse acordo de cooperação estratégica funciona pode ser visto com o recém-anunciado contrato entre a Ericsson e a U-Ming Marine, empresa marítima especializada no transporte de cimento, carga seca e matérias-primas industriais. A Ericsson fornecerá à U-Ming Marine soluções ponta a ponta de navios conectados e de otimização de viagens, incluindo a conectividade via satélite da Inmarsat.

“Todo mundo está falando de ‘big data’, mas eventualmente será a implantação de aplicativos a bordo e a gestão de inteligência integrada que acabará por mudar a forma que o setor marítimo opera, tornando-o mais eficiente, mais ecológico e com acesso a mais valor. Estamos felizes que a confiabilidade e as normas operacionais da constelação de satélites da Inmarsat sejam reconhecidas como a melhor opção no roteiro de serviços integrados da Ericsson”, declara Ronald Spithout, presidente da Inmarsat Maritime.

“A Ericsson acredita que a Internet de Todas as Coisas tem o potencial de gerar um enorme valor para o setor marítimo. A parceria com a operadora líder de comunicações móveis globais por satélite é a melhor maneira de ajudar o setor marítimo a alcançar esse valor”, ressalta John Taxgaard, diretor da área Marítima da Ericsson. ■



Panalpina completa um ano da operação Brazil Wings

Em 12 meses de operação, parceria com a Atlas Air movimentou mais de 7 mil toneladas de produtos em dois voos semanais que partem de Hong Kong, na China, passam por Huntsville, nos Estados Unidos, e chegam ao aeroporto de Viracopos, em Campinas, no interior paulista

■ AMARILIS BERTACHINI

A DECISÃO TOMADA HÁ CERCA DE UM ano, de implantar um voo próprio, fretado, para trazer mercadorias importadas da China e dos Estados Unidos para o Brasil mostrou-se acertada para a Panalpina Brasil e os resultados têm sido tão satisfatórios que os dirigentes da empresa já sonham com a expectativa de aumentar de duas para três frequências semanais de voo, caso o cenário econômico do país melhore e a demanda aumente.

Lançado há um ano, o chamado Brazil Wings, serviço de transporte aéreo de cargas que interliga Hong Kong, na China, Huntsville, nos Estados Unidos, e

Campinas, no interior de São Paulo, movimentou em 12 meses mais de 7 mil toneladas de produtos. O Brazil Wings é resultado de um acordo de longo prazo entre a Panalpina e a companhia aérea Atlas Air, proprietária das aeronaves cargueiras Boeing 747-400, que fazem esse trajeto até o Aeroporto Internacional de Viracopos, em Campinas.

“O serviço vem se consolidando rapidamente e a demanda tende a aumentar. Um dos diferenciais que oferecemos é contar com profissionais brasileiros em nosso hub de Huntsville, no controle de qualidade e de processos do nosso voo”, declara René

Genofre, diretor de frete aéreo da Panalpina Brasil.

Em operação desde março do ano passado, os voos da Panalpina têm trazido para o país, principalmente, eletrônicos de tecnologia avançada, bens de consumo vindos da Ásia, equipamentos aeronáuticos, autopeças e farmacêuticos. Segundo Genofre, na segunda perna do trecho, que vem de Huntsville para Campinas, há predominância de cargas dos segmentos autotomativo, metalmecânico e farmacêutico.

A agilidade da operação é o que mais tem atraído novos clientes para a empresa que garante um transit time de até 48

horas de Hong Kong até o Aeroporto de Viracopos. Além da frequência – atualmente os cargueiros do Brazil Wings chegam duas vezes por semana em Viracopos, às quartas-feiras e sábados – a logística do serviço dá aos clientes maior segurança e possibilidade de programação. Segundo Genofre, o diferencial do serviço é que como o manuseio na origem e a montagem dos paletes aeronáuticos são feitos por uma equipe própria no terminal da Panalpina no aeroporto de Huntsville, as cargas mais urgentes são tratadas no sistema de “Lifo” (Last-in, First-out), o que significa que a logística de carregamento da aeronave é feita de tal maneira que os primeiros paletes a serem descarregados sejam os dessas cargas extremamente urgentes, que precisam ser liberadas logo.

Uma vez em terra, essas cargas recebem tratativa especial por parte da equipe do terminal de cargas de Viracopos para fazer a checagem de integridade física da carga, do peso e seguir com o cumprimento das demais etapas necessárias para dar velocidade à operação. “Temos recebido um feed back positivo de nossos clientes sobre nossa frequência, tempo de trânsito e manuseio da carga, temos um índice quase zero de avaria de carga. Nosso desejo é ter maior demanda para colocarmos uma terceira frequência semanal”, afirma Genofre.

Um dos clientes do Brazil Wings é a John Deere, fabricante de máquinas e implementos agrícolas, que usa o serviço desde seu lançamento. Segundo Evandro Maders, supervisor de logística internacional da John Deere, a empresa utiliza as duas frequências semanais para trazer para sua planta nacional peças de metalmecânica fabricadas em suas unidades do exterior. O maior volume sai do centro de distribuição da empresa nos Estados Unidos para o CD da John Deere que fica próximo do aeroporto de Viracopos.

“O modal aéreo está no nosso DNA e a demanda pelo serviço consolida ainda mais essa posição. Entretanto, o Brasil



René Genofre: um diferencial do serviço é ter profissionais brasileiros no hub de Huntsville no controle de qualidade e de processos

Wings é uma operação logística que combina, além do transporte aéreo, a armazenagem, consolidação e desembarço aduaneiro, ou seja, é uma operação completa, e é muito reconfortante testemunhar a confiança que o mercado internacional deposita na Panalpina como operador logístico”, afirma o Gustavo Paschoa, diretor de vendas e marketing da Panalpina Brasil. Ainda dentro dessa operação, a Panalpina oferece serviços diários de transporte rodoviário conectando cerca de dez grandes cidades dos Estados Unidos até o aeroporto de Huntsville.

A capacidade do Boeing 747-400 é de entre 100 e 110 toneladas. De acordo com Genofre, atualmente as cargas da Panalpina atingem quase o limite da capacidade de peso bruto, ocupando em torno de 98% do chamado “load fator”. Todo o trabalho de descarregar a aeronave, que tem dois decks, e carregar as cargas que vão seguir viagem no avião da Atlas leva cerca de duas horas. O trabalho em Viracopos é feito simultaneamente: enquanto as cargas de um deck descem por um lado, outras são embarcadas no outro deck. Depois disso, a Atlas assume comercialmente o voo de retorno e a aeronave segue viagem para países da América do Sul. Às vezes até com algumas cargas da própria

Panalpina que tem negócios com esses países, mas que neste trecho é apenas cliente da companhia aérea.

MERCADO – A Panalpina encerrou 2015 com novos contratos que a empresa vai dar andamento em 2016, incluindo uma grande cadeia varejista no país. Na avaliação de Genofre, o ano passado foi desafiador para todo o mercado, mas ele acredita que o resultado da empresa no Brasil ficou acima da média. O mercado na importação sofreu uma retração de entre 20% e 22% enquanto a Panalpina chegou a registrar alguns meses de crescimento, por conta de novos negócios do Brazil Wings, e fechou o ano em baixa, porém inferior a dois dígitos (ele não revelou números).

Para 2016 a projeção é de estagnação. “Estimativas da IATA (Associação Internacional de Transporte Aéreo) mostram um pequeno crescimento de 1% ou 2% no trade mundial. Há algumas rotas importantes, com crescimento na Ásia e intra-Ásia. A Panalpina tem sido surpreendida positivamente este ano; achávamos que o mês de janeiro seria de baixo volume, mas foi um mês interessante e fevereiro seguiu essa tendência. Então não temos previsão de queda para 2016, ao contrário, nossa previsão é de um pequeno crescimento, acompanhando a estimativa da IATA para o mundo, mas com um índice um pouco maior”, prevê Genofre.

Já nos negócios de exportação, enquanto o mercado teve queda de quase 26% a Panalpina registrou crescimento de 6%. Na área de exportação, a empresa utiliza voos comerciais regulares das diversas companhias aéreas que partem de Viracopos.

O modal aéreo representa cerca de 45% da receita operacional da Panalpina, que é um dos maiores operadores logísticos multimodais. Suas soluções incluem frete marítimo e logística sob medida, de ponta a ponta. O grupo opera em mais de 70 países e vem ganhando destaque também nos setores de energia e projetos. ■

Mais leve que o ar

A Airship, empresa do grupo Bertolini, deve concluir a construção do protótipo de seu dirigível para transporte de cargas em junho deste ano, e a primeira aeronave propriamente dita estará pronta em 2017

■ MARCIA PINNA RASPANTI



Nos anos 30, os dirigíveis ou zepelins (nome recebido em homenagem ao seu inventor, o conde alemão Ferdinand von Zeppelin) transportavam passageiros em luxuosas travessias transatlânticas. Antes disso, essas aeronaves também tiveram uso bélico: durante a Primeira Guerra Mundial (1914-1918), a Alemanha as utilizava em bombardeios. A concorrência com os aviões, que são mais rápidos, e o famoso desastre com a aeronave Hindenburg, em 1937, contribuíram para que esse meio de transporte ficasse praticamente esquecido, sendo usado apenas como peça promocional. Agora, o dirigível volta ao cenário para transportar cargas em regiões de difícil acesso e pouca infraestrutura de pouso.

A Airship do Brasil (ADB), uma empresa

nacional que pertence ao grupo Bertolini, especializada em tecnologias mais leves que o ar, já iniciou a construção do protótipo do dirigível de carga. "A Airship está com várias frentes em alguns projetos entre aerostatos (balões cativos fusiformes) e dirigíveis, como o protótipo que estamos produzindo. Trata-se de um pequeno dirigível (protótipo) que servirá para treinamento e testes. No entanto, o objetivo principal da empresa é o dirigível para transporte de cargas que está em estágio final de desenvolvimento, antes de iniciar a construção", informa Teodoro Thielen de Paula, gerente comercial da ADB.

O lançamento do protótipo está previsto para junho de 2016, e o zepelim cargueiro deve estar concluído no segundo semestre do ano que vem. O protótipo terá 49

metros de comprimento, 18 metros de altura e capacidade para transportar uma tonelada (ou seis passageiros). Já o dirigível de carga ADB 3-30 terá aproximadamente 140 metros de comprimento, 40 metros de altura e capacidade de carga de 30 toneladas. A construção está a cargo da Airship, que se apoia em parcerias nacionais e internacionais. O grupo Bertolini assumiu o controle total da empresa no ano passado, quando inaugurou a primeira fábrica da Airship em São Carlos, interior paulista.

O protótipo poderá ser utilizado de diversas maneiras. "Há vários fins. Ele servirá para teste do dirigível, treinamento de tripulação de ar e solo, servirá também como apoio à Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) para o desenvolvimento de legislação voltada a esse tipo

de aeronave e, quando certificada, poderá ser usada para fins de marketing e propaganda em grandes eventos no Brasil e na América Latina. Não obstante o objeto do uso do dirigível, ele pode ser equipado com sensores, dos tipos mais variados, para auxiliar na segurança e monitoramento de áreas e estruturas de interesse”, explica Thielen de Paula.

O dirigível cargueiro terá como objetivo o transporte de cargas indivisíveis e de alto valor agregado em regiões de difícil acesso como na região amazônica, que sofre de uma carência em infraestrutura logística devido ao clima e níveis dos rios. “O projeto principal é o dirigível de transporte de cargas ADB-3-30, que terá capacidade de carga de até 30 toneladas. Ele poderá fazer o transporte de carga de forma externa, sendo que o volume do material e do equipamento transportados afetará pouco o dirigível”, informa Thielen de Paula.

O protótipo permanecerá com a Airship para que sejam feitos testes para desenvolvimento do projeto. E o primeiro dirigível cargueiro deve ser entregue para a Eletronorte. A intenção é que, aprovada essa primeira aeronave, sejam construídas outras unidades que poderão ser adquiridas pela companhia. A Eletronorte (Centrais Elétricas do Norte do Brasil Eletronorte) é uma concessionária de serviço público de energia elétrica. Criada em 1973, com sede no Distrito Federal, gera e fornece energia elétrica aos nove estados da Amazônia Legal: Acre, Amapá, Amazonas, Maranhão, Mato Grosso, Pará, Rondônia, Roraima e Tocantins.

O dirigível cargueiro poderá ser utilizado para manutenção e inspeção de linhas de transmissão de energia, o que atualmente é feito por terra. Com o zepelim, será possível fazer um monitoramento à distância com sensores e câmeras, e aproximar as



O dirigível poderá fazer transporte e posicionamento das torres que sustentam as linhas de energia.

destinada a pagar impostos sobre importação de equipamentos e serviços que não existem no Brasil. A ADB também já foi prejudicada pela instabilidade política, pois não consegue levar a cabo programas de incentivo aos projetos da empresa.

Outro aspecto importante é a dificuldade de obtenção de licenças, como a ambiental, por exemplo”, afirma.

A história da tecnologia mais leve do que o ar teve impulso no Brasil em 1990, quando o Exército iniciou as pesquisas sobre a utilização de dirigíveis para realizar sua logística estratégica, principalmente em regiões de fronteira e na Amazônia. O projeto Dirigível do Exército Brasileiro foi oficializado em 1997, tendo já a Bertolini como parceira. Em 2005, surgia a Airship do Brasil, que ficava inicialmente em Barueri e mudou-se para São Carlos em 2010. A empresa já desenvolveu dois modelos de aerostatos, que são usados para fins de pesquisa, publicitários e de defesa. Os aerostatos não são tripulados e funcionam ancorados por meio de um cabo. Já os dirigíveis são tripulados e contam com motor propulsor.

A Airship, que começou atuando como uma prestadora de serviços de logística, tornou-se uma indústria aeronáutica. A meta é que a empresa passe a atuar na operação e prestação de suas aeronaves e na formação de mão de obra especializada (pilotos, tripulantes e mecânicos). A fábrica inaugurada no ano passado ocupa um terreno de 49 hectares, em São Carlos, e será usada para pesquisa, desenvolvimento e fabricação de aeronaves com tecnologia mais leve que o ar, além de auxiliar a Anac na criação da certificação para esses modelos. ■

equipes pelo ar e descê-las para fazer reparos, sem equipes terrestres, o que é ideal para áreas remotas e de acesso difícil. A aeronave também poderá fazer o transporte e posicionamento das torres que sustentam as linhas de energia.

VANTAGENS – O transporte de cargas por dirigível é muito promissor. “Quando as pessoas viajam, elas querem principalmente conforto e velocidade, e dirigíveis podem proporcionar muito conforto, mas não conseguem competir com aviões que são bem mais rápidos. No entanto, para o transporte de carga, onde segurança, capacidade de carga e custos são mais relevantes, o dirigível se torna um meio de transporte muito competitivo”, explica Thielen de Paula.

As vantagens do uso do dirigível cargueiro são várias: a aeronave não requer força mecânica para “flutuar” no céu, pois sempre está em equilíbrio estático; não requer de muita estrutura terrestre (como aeroportos e estradas); tem baixo consumo de combustível quando comparado ao modal aéreo, além de ser um meio de transporte já testado e comprovado (requerendo simples atualização de materiais usados na sua fabricação).

O desenvolvimento do projeto do zepelim enfrenta algumas dificuldades, de acordo com Thielen de Paula. “O governo brasileiro não incentiva os projetos de pesquisa e desenvolvimento, portanto, boa parte do orçamento acaba sendo



GE inaugura centro de diagnóstico de locomotivas no Brasil

O primeiro centro, fora dos Estados Unidos, está instalado em Contagem, Minas Gerais, com o objetivo de se aproximar dos clientes para coletar dados da composição e antecipar a ocorrência de falhas operacionais

■ SONIA MOARES

A GE TRANSPORTATION, DIVISÃO DA General Electric (GE) que produz locomotivas, inaugurou na cidade de Contagem (MG) o seu primeiro Centro de Monitoramento e Diagnóstico Remoto fora dos Estados Unidos, onde a tecnologia LMS (Locomotive Maintenance Suite) foi desenvolvida para auxiliar exclusivamente a própria GE na manutenção de locomotivas dos clientes. "A decisão de instalar esta unidade no Brasil é para estar mais próxima do cliente, pois da forma como era feito o monitoramento por meio de um sistema de comunicação remoto e seguindo um padrão americano havia uma limitação de uso, o que dificultava a solução de um problema", comenta Luiz Cláudio Torelli, diretor de

suporte ao cliente da GE Transportation.

Segundo Torelli, até 2009 a tecnologia LMS era usada apenas internamente na GE e agora já está disponível para clientes de diversos países, monitorando 17 mil locomotivas no mundo. No ano passado a empresa decidiu adaptar essa solução para que fosse possível identificar as falhas decorrentes das características específicas do Brasil, como alto índice de chuva e temperaturas elevadas na região norte, além de suprir as necessidades dos clientes brasileiros, com a emissão de alertas em tempo real e recomendações em português. "Antes tínhamos dificuldade de comunicação por causa do idioma e os problemas apontados eram relacionados à baixa

temperatura no inverno, que é muito comum nos Estados Unidos, mas não se aplica à realidade brasileira", destaca Torelli.

Por meio do sistema LMS o centro de monitoramento consegue acompanhar a frota em tempo real, analisar os dados coletados por diversos sensores instalados na locomotiva e antecipar a ocorrência de possíveis anomalias, o que permite alertar as ferrovias para a correção dos problemas logo após a notificação. Torelli ressalta que a inteligência do software continua nos Estados Unidos, mas a gestão do sistema é feita no Brasil.

"Com essa tecnologia conseguimos reduzir em 20% a quantidade de falhas, em 25% o tempo gasto para fazer o



diagnóstico e em até 50% a recorrência de uma falha, pois como o diagnóstico tende a ser mais preciso é possível corrigir o problema na primeira intervenção”, diz Torelli. “O sistema mais robusto também traz vantagem para as empresas porque, além de aumentar a eficiência do diagnóstico, reduz os custos de investimentos e de manutenção das locomotivas.”

Um dos diferenciais do sistema, segundo Torelli, é a emissão de uma instrução detalhada do que deve ser inspecionado para a detecção da causa da falha. Assim, as equipes responsáveis podem atuar de forma mais eficiente e assertiva, aumentando a confiabilidade e a disponibilidade da frota. Além de identificar falhas, as informações coletadas permitem apontar e analisar tendências, mesmo antes da ocorrência do problema. Com isso, a equipe de manutenção tem a chance de atuar preventivamente, reduzindo os impactos nas operações dos clientes. “Com essa nova ferramenta é possível enviar relatórios diários ao cliente, monitorar tendências de desempenho e atuar nas máquinas de forma proativa e inteligente”, destaca o diretor.

Desde o final do ano passado, quando entrou em operação o novo centro de monitoramento no Brasil, a GE Transportation já tem quatro clientes utilizando o sistema LMS – a Vale, MRS, Rumo/All e VLI – e o serviço de monitoramento já abrange 300 locomotivas. “Fora dos Estados Unidos, o Brasil é um mercado importante para a companhia, pois já tem um núcleo focado na melhoria da confiabilidade remota”, afirma Torelli.

Por meio desta tecnologia LMS é possível coletar informações em tempo real por meio da instalação de sensores nos vagões e de câmaras de alta definição nas locomotivas, sendo possível identificar as barreiras ao longo da linha e os espaçamentos dos dormentes. “Antes era necessário ter um carro específico para coletar essas informações”, comenta Torelli. “A tecnologia digital está aumentando a eficiência na detecção de falhas e à medida que avança amplia a possibilidade de se oferecer novas soluções para os clientes.”

A expectativa de Torelli é que 100% dos clientes da GE Transportation utilizem essa solução. “Ao buscar entender de modo contínuo as necessidades do setor, a GE

vem trazendo o conhecimento de toda a sua rede global de centros de pesquisas e conexões com pesquisadores e engenheiros com expertise técnica e know-how industrial a serviço dos clientes. Nossa capacidade de nos anteciparmos às futuras demandas está aumentando e a inauguração desse centro no Brasil é mais um exemplo”, afirma Torelli.

Assim como as montadoras de caminhões, a GE Transportation também está investindo na oferta de uma solução completa, não se limitando a comercializar somente as locomotivas. “A nossa solução envolve softwares, tecnologia e conhecimento para entender toda a operação do cliente e oferecer produto com uma solução integrada”, esclarece Torelli.

A inauguração do novo centro de monitoramento e diagnóstico remoto na cidade de Contagem, segundo Torelli, é apenas uma ação dentro de uma ampla estratégia que a GE Transportation prepara para o Brasil. “Esse é apenas um pedaço dentro de um plano da companhia de expandir os seus negócios além das locomotivas”, informa. ■

Parceria da CTF com postos BR reduz custos para frotistas

Sistema da CTF em rede de postos credenciados BR alia os benefícios de maior controle do abastecimento e redução de desvios à oferta de preços especiais, com uma redução de 22% nos gastos com combustíveis

■ AMARILIS BERTACHINI

COM O MERCADO ENCOLHIDO PELA CRISE econômica e as transportadoras enfrentando crescente queda nos valores dos fretes, os gestores de frotas vêm buscando cada vez mais soluções que permitam melhor controle da operação e redução de gastos. Entre os componentes de maior preocupação vigora o combustível, que tem um peso de cerca de 50% nos custos de uma frota.

Nesse cenário, a CTF Technologies do Brasil, empresa do grupo FleetCor, negociou com a rede de postos Petrobras (BR) a cobrança de preços especiais dos combustíveis para os frotistas que são usuários do chamado sistema CTF-BR, que envolve diversos benefícios. O sistema possibilita uma gestão mais eficiente, redução dos desvios de combustível e maior controle de gastos. A união desses itens com combustíveis a preços especiais permite uma redução de até 22% nos gastos com o abastecimento da frota. O percentual é expressivo principalmente considerando-se que de janeiro a novembro do ano passado o preço do óleo diesel teve um aumento médio de 12,75%, o da gasolina, de 18,61%, e o do etanol, de 26,10%, conforme dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

A rede de postos credenciados BR ligados ao sistema CTF chega a 700 em todo o país, com presença em todos os estados. A solução da CTF possibilita o controle do abastecimento em tempo real, com o monitoramento do consumo de cada veículo. É totalmente automática. O sistema CTF

tem instalado equipamento de controle do abastecimento na bomba de combustível do posto e no carro, possibilitando a comunicação entre os dois. No momento do abastecimento, o sistema verifica se o veículo atende às regras configuradas pelo gestor da frota e o abastecimento só é liberado se todas as condições estiverem respeitadas.

Todos os dados coletados, incluindo o volume em litros, quilometragem e preço do combustível pago, são registrados automaticamente, sem interferência humana, e disponibilizados em tempo real no portal, com relatórios customizados de acordo com a necessidade de cada cliente. O gestor tem como monitorar a frota diretamente no Portal CTF, podendo até mesmo efetuar o bloqueio do abastecimento em caso de suspeita de fraude.

“Estimamos que haja um desvio de combustível no país na ordem de R\$ 12,5 bilhões por ano, o equivalente a quase 10% dos gastos anuais com o insumo, estimados em R\$ 140 bilhões. O dado mostra o tamanho da economia que as empresas podem ter com um sistema efetivo de prevenção contra fraude”, diz Marcos Nogueira, diretor comercial da CTF Technologies.

O sistema CTF está em operação desde 1998 em duas das maiores bandeiras nacionais de distribuição de combustível – Petrobras e Ipiranga – e junto com dois dos maiores bancos privados do país – Bradesco e Itaú. Soma atualmente mais de 1 milhão de transações por mês, com cerca de 3,5 bilhões de litros de combustível movimentados por ano nos mais de 2.300



Sistema CTF tem equipamento de controle instalado na bomba de combustível e no carro

postos credenciados. De acordo com Nogueira, mais de 60 das 100 maiores frotas de transporte já usam o sistema CTF.

O executivo comenta que a fraude se tornou uma prática no mercado de combustível e as empresas lidam com adulteração de valores pagos, elevando seus custos. “A tecnologia da CTF visa atacar dois focos distintos. Primeiro, reduzindo o consumo, por meio de um sistema inteligente de abastecimento ao evitar a intervenção humana. Segundo, o sistema permite a colocação de parâmetros na autorização do abastecimento com processos altamente confiáveis”, assinala.

O sistema CTF também traz a vantagem de fazer com que os frotistas estabeleçam negociação de preços com a rede de postos e a própria CTF também negocia preços em lote e oferece aos clientes, tirando do gestor de frota a necessidade de estabelecer negociação com cada um dos postos ao longo de uma rota. ■

Agende-se para 2016

19 e 20 setembro | AMCHAM | SP



FÓRUM DE GESTÃO E EFICIÊNCIA DE FROTAS

ÔNIBUS | CAMINHÕES | VANS | UTILITÁRIOS | AUTOMÓVEIS | MOBILIDADE



Realização:



Organização:



Apoio editorial:



gestão & eficiência de frotas

transporte
Todos os modais MODERNO



Grupo francês e Embratec pretendem formar joint venture

Edenred anuncia que deve fazer uma aliança com a empresa brasileira para atuar de maneira mais forte no mercado de frotas e combustíveis no mercado nacional

■ MÁRCIA PINNA RASPANTI

O GRUPO FRANCÊS EDENRED, PROPRIETÁRIO da marca Ticket no Brasil, anunciou um acordo com a empresa brasileira Embratec, no qual ambas combinarão seus ativos em gestão de despesas e os negócios de antecipação salarial em uma joint venture de 65% detidos pela Edenred e 35% pelos acionistas fundadores da Embratec. O fechamento do negócio está sujeito à aprovação das autoridades competentes, incluindo o Cade (Conselho Administrativo de Defesa Econômica). Espera-se que seja finalizado no primeiro semestre de 2016.

De acordo com diretor-geral da Edenred no Brasil, Gilles Coccoli, essa transação resultará em um importante player no mercado brasileiro. O grupo francês

Gilles Coccoli: o acordo com a Embratec resultará em um importante player no mercado brasileiro

contribuirá por meio da Ticket Car e da Repom, e a Embratec, com seus negócios de cartão de combustível, manutenção de frotas e frete, operadas sob as marcas Ecofrotas e Expers. O segmento de antecipação salarial, benefício que garante que um



valor denominado pela empresa seja disponibilizado ao colaborador como forma de adiantamento salarial aos seus funcionários, que tem forte potencial de crescimento, também será incorporado. Com base em projeções de 2014, o volume de emissão aproximado da nova entidade será de R\$ 7,6 bilhões, e as receitas de R\$ 450 milhões.

A aliança fortalecerá a atuação da Edenred no mercado brasileiro de cartões de combustível, com market share de cerca de 18% (excluindo frete). O grupo atenderá mais de 27 mil clientes, com uma rede de 23,5 mil estabelecimentos afiliados. A transação permitirá que o grupo dobre o tamanho de suas operações de cartões de combustível no Brasil. A Edenred também adquirirá participação total no negócio de benefícios ao trabalhador da Embratec, desenvolvido sob a marca Ecobenefícios, que

são os produtos de premiação, refeição e alimentação-convênio ligados ao PAT (Programa de Alimentação do Trabalhador). A aquisição aumentará em 3% o volume de emissão local para este negócio.

Segundo o grupo, o acordo com a Embrattec está totalmente alinhado com a estratégia da Edenred de acelerar seu desenvolvimento no mercado de gestão de despesas, um dos pilares de crescimento do grupo francês. A taxa de crescimento anual da empresa superou 20% entre os anos de 2009 e 2014, elevando a contribuição do negócio de gestão de despesas ao volume de emissão do grupo de 7% para 14%. Após a aliança, e com base em números de 2014, a unidade de negócios de gestão de despesas será responsável por 17% do volume de emissão da Edenred.

O grupo francês também tem uma opção de compra, a partir de 2017, de uma participação de 51% na UTA (Union Tank Eckstein), uma empresa de gestão de despesas para frotas pesadas que atua na Europa. A Edenred adquiriu 34% de participação da companhia em 2014. Assim, o conglomerado atingiria o seu objetivo de gerar mais de 30% do seu volume de emissão em gestão de despesas em 2017.

O grupo acredita no potencial de crescimento do mercado de frotas e combustíveis do Brasil, já que o transporte rodoviário é o principal meio de transporte de bens e pessoas no país. O consumo de combustível em 2014 foi de cerca de 60 bilhões de litros e a taxa de penetração no mercado de cartões de combustível é baixa (entre 15% e 20%). "A Edenred tem a satisfação de anunciar uma oportunidade única: esta aliança com a Embrattec dobrará o tamanho das nossas operações no mercado de cartões de combustível no Brasil. Vamos nos incorporar à reconhecida experiência da Embrattec e teremos apoio de seus acionistas fundadores. Esta operação está totalmente em linha com a nossa estratégia para acelerar nossa expansão no mercado de gestão de despesas, que



detém perspectivas de crescimento promissoras", declara Bertrand Dumazy, CEO da Edenred.

A Edenred financiará o acordo, principalmente ao contribuir com seus ativos de gestão de despesas para a nova entidade, em que deterá uma participação de 65%, complementada por um pagamento em dinheiro de R\$ 790 milhões, o equivalente a cerca de 180 milhões de euros. A aliança implica um múltiplo de cerca de 14 vezes o Ebitda na avaliação dos ativos (incluindo algumas sinergias). A combinação dos negócios da Embrattec e da Edenred gerará muitas oportunidades para criar valor por meio de sinergias de negócios e mutualização de recursos.

A nova operação dedicada à gestão de despesas e os ativos da Embrattec em benefícios aos trabalhadores serão consolidados nas demonstrações financeiras da Edenred sobre a conclusão da transação, o que terá um acréscimo no lucro líquido do grupo francês de cerca de 2% em 2016 (em uma base anual e antes do impacto contábil de compra).

SERVIÇOS PRÉ-PAGOS – A Edenred, responsável pela criação do Ticket Restaurant, atua no setor de serviços pré-pagos para empresas, com o objetivo de melhorar o desempenho corporativo e aumentar

Bertrand Dumazy: a aliança dobrará o tamanho das nossas operações no mercado de cartões de combustível no Brasil

o poder aquisitivo da população. As soluções oferecidas garantem que as verbas concedidas pelas empresas sejam destinadas a um uso específico e permitem gerenciar: benefícios para o trabalhador (Ticket Restaurant, Ticket Alimentação, Ticket CESU, Childcare Vouchers); despesas corporativas (Ticket Car, Ticket Cleanway, Repom); incentivos e fidelidade (Ticket Compliments, Ticket Kadéos). O grupo oferece também produtos que auxiliam as instituições públicas no gerenciamento de programas sociais públicos.

Registrada na Bolsa de Valores de Paris, a Edenred está presente em 42 países e conta com mais de seis mil funcionários, cerca de 660 mil clientes (empresas e municipalidades), 1,4 milhão de estabelecimentos credenciados e 41 milhões de usuários. Em 2014, o volume de cartões e vouchers emitidos pela Edenred representou 17,7 bilhões de euros, sendo 60% em países emergentes. Ticket Restaurant e outras denominações de programas e serviços são marcas registradas pertencentes ao grupo.

EMBRATEC – Fundada em 1999, a Embrattec desenvolve cartões de combustível e soluções de manutenção de frotas no Brasil e atende cerca de 15 mil clientes corporativos, com aceitação em 19 mil estabelecimentos afiliados e oficinas de manutenção. Em 2014, a empresa gerou cerca de R\$ 3,5 bilhões em volume de emissão, tornando-se relevante neste mercado no Brasil. A empresa também oferece soluções de benefícios aos trabalhadores e antecipação salarial. Em 2014, esses negócios geraram um volume de emissão de, respectivamente, R\$ 455 milhões e R\$ 522 milhões.

Naquele ano, a Embrattec alcançou, no geral, aproximadamente R\$ 4,5 bilhões em volume de emissão e R\$ 275 milhões em receitas.



Ford lança nova linha de caminhões Cargo na Argentina

A Ford lançou a nova linha de caminhões Cargo na Argentina. Com motor Euro 5 os veículos atendem à norma de emissões que entrou em vigor no país em 1º de janeiro.

A nova linha Cargo argentina é equipada com motores Cummins de quatro e seis cilindros que usam o sistema SCR de redução catalítica seletiva para controle de emissões, com aditivo de ureia (Arla). Entre as vantagens, são até 7% mais econômicos no consumo e também oferecem um ganho médio de 10% na potência.

Desenvolvida pela engenharia da Ford no Brasil em parceria com os centros de desenvolvimento da marca na Europa, América do Sul, Ásia e Estados Unidos, a nova linha Cargo traz avanços no design, robustez, conforto, tecnologia e segurança. A cabine ampla e moderna, com a opção leito, é dotada de suspensão com quatro pontos, banco do motorista com suspensão a ar, apoio lombar.

Os novos modelos extrapesados Cargo 2042 (4x2) e Cargo 2842 (6x2) completam a linha Ford para atender todos os segmentos de veículos comerciais também do mercado argentino. Destinados a aplicações rodoviárias de longa distância, estão equipados com motor FPT de 10,3 litros de 420 cv de potência, câmbio automatizado ZF ASTronic de 12 velocidades e já vêm de série com controle automático de tração e freios ABS e distribuição eletrônica de frenagem. O Cargo 2842 conta ainda com a opção de controle eletrônico de estabilidade.

MAN tem novos gerentes na área comercial

A MAN Latin America alterou a área de vendas, marketing e pós-venda e mudou de Porto Alegre (RS) para Curitiba (PR) o escritório regional de vendas na região Sul a partir de janeiro. "São mudanças importantes para podermos enfrentar os desafios do ano que começa. E o cliente será o grande beneficiado", afirma Ricardo Alouche, vice-presidente de vendas, marketing e pós-vendas da empresa.

Toda a área de marketing ficará sob o comando de João Herrmann que atuava como gerente de marketing de produto nos últimos quatro anos. Graduado em Engenharia Mecânica pela Universidade de São Paulo, Herrmann é pós-graduado em engenharia sucroalcooleira pela Universidade de Campinas, com MBA em gestão empresarial pela Fundação Getúlio Vargas e em estratégia empresarial pela Universidade de Oxford, na Inglaterra. Iniciou sua carreira no grupo Volkswagen estagiando na fábrica de motores da marca em São Carlos (SP).



A administração central de vendas será de responsabilidade de Ricardo Bonzo Filho. Formado em Economia, com pós-graduação em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas e especialização em gestão de negócios pela Fundação Instituto de Administração, Bonzo tem mais de 16 anos de experiência no setor financeiro. Trabalhou no Bank of Boston, Banco Itaú e Banco Volkswagen, atuando em áreas de planejamento de produtos financeiros, planejamento estratégico comercial e vendas.

A gerência das operações de caminhões e pedidos especiais terá o controle de Carlos Eduardo Rocca de Almeida. Graduado em Engenharia Mecânica pela Universidade Mackenzie de São Paulo e pós-graduado em

Administração de Empresas pela Fundação Armando Álvares Penteado (FAAP), Almeida iniciou sua carreira em 1997 na área de assistência técnica da Volkswagen Caminhões e Ônibus. Ele foi representante de vendas no escritório regional de

São Paulo (SP), consultor comercial e supervisor em vendas especiais de caminhões. Em 2010 assumiu a gerência do escritório regional de Porto Alegre.

Já a gerência de vendas para a região Sul ficará a cargo de George Carloto. Formado em Ciências Contábeis e com MBA em Auditoria e Finanças pelo Instituto de Ensino Superior de Santo Ângelo (RS), Carloto tem 20 anos de atuação no setor automobilístico. Iniciou sua carreira no grupo Volkswagen em serviços financeiros. Foi consultor de negócios junto à rede de concessionários de automóveis e caminhões e em 2007 foi transferido para a Volkswagen Caminhões e Ônibus, passando pelos cargos de subgerente comercial e supervisor do escritório regional Sul.

Delphi terá novo presidente na América do Sul

A Delphi Automotive anunciou que a partir de março Paulo Santos, diretor da divisão de arquitetura eletroeletrônica, assume as operações da empresa na América do



Sul, sucedendo a Luiz Corrallo, atual presidente da companhia e diretor exe-

cutivo das divisões powertrain e aftermarket, que irá se aposentar. Santos possui 30 anos de extensa experiência de liderança global na indústria automotiva.

Já Corrallo, dos 41 anos de carreira, teve 30 anos dedicados à Delphi, onde acumulou inúmeras conquistas até chegar à presidência em 2012.

Vendas de implementos rodoviários caem 36% no primeiro bimestre



As fabricantes de implementos rodoviários registram uma queda de 36,22% nas vendas no primeiro bimestre com o emplacamento de 9.440 unidades (3.528 reboques e semirreboques e 5.912 de carrocerias sobre chassis). No mesmo período do ano passado foram vendidas 14.802 unidades, segundo dados divulgados pela Associação Nacional dos Fabricantes de Implementos Rodoviários (Anfir).

Se for mantida a média mensal atual de emplacamentos de 4.720 unidades a indústria entregará neste ano 56.640

produtos (21.168 reboques e semirreboques e 35.472 carroceria sobre chassis), o que representará uma retração aproximada de 36% sobre um dos piores anos da história do setor, projeta a Anfir. "Não se trata de uma previsão, mas de constatação matemática. Se nada for feito teremos mais um ano de retração forte", afirma Alcides Braga, presidente da Anfir.

Inicialmente a entidade estima que o resultado de 2016 seria igual ao do ano anterior. Porém a projeção feita a partir da média mensal de emplacamentos pode mudar o quadro. "Ainda não é uma previsão definitiva e depende do que poderá ser feito pelo governo federal para reativar a economia", afirma Mario Rinaldi,

diretor executivo da Anfir.

Para o presidente da Anfir, o momento não é de conceder benefícios, mas de criar incentivos. Braga destaca o exemplo do setor agrícola, único da economia a registrar resultado positivo em 2015 de 1,8% de acordo com dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). "O governo empresta dinheiro ao agricultor que toma o recurso, planta, colhe e vende pagando ao banco", explica Braga. "Trata-se de uma operação comercial pura e simples com reflexo positivo para a indústria de implementos rodoviários que vende os produtos responsáveis pelo transporte da safra. O setor é reativo", completa.

Iveco lidera mercado de caminhões na Argentina

A Iveco, que tem mais de 46 anos de atuação na Argentina, encerrou 2015 na liderança de mercado no país pela sexta vez consecutiva. Nos modelos semipesados a participação de vendas foi de 36% com os modelos Tector e Tector Attack. Nos pesados e extrapesados acumulou 26%, colocando a linha Stralis e Cursor em destaque. A montadora estendeu o sucesso da marca no segmento com potência superior a 340 cv, totalizando 32% de participação.

Para Sebastián Rodríguez Macías, diretor comercial da Iveco para Argentina, os resultados mostram a força e a con-



fiabilidade dos produtos, ampla cobertura da rede de concessionários, bem como o suporte de assistência do pós-venda. "O investimento nessas frentes faz com que sejamos escolhidos por clientes de todo o país", afirma o executivo.

No final de 2015 a Iveco renovou completamente sua oferta de produto, apresentando a linha Ecoline, que atende à norma Euro 5. Agora, os caminhões e

utilitários da Iveco estão aprimorados em termos de desempenho e ainda têm redução significativa das emissões de gases.

Com essas implementações, a empresa do grupo CNH Industrial promove tanto a linha de veículos produzidos na fábrica de Ferreyra, em Córdoba, como os importados do mercado brasileiro.

Entre os veículos renovados está o Iveco Daily, modelo leve mais robusto do mercado. Disponível em formato furgão ou chassi, a família Daily divide-se entre os produtos com motores FPT de 146 cv e 170 cv, sendo o mais potente no segmento. Tem

Santos Brasil reduz emissões com frota verde

Com o Programa Frota Verde, a Santos Brasil vem diminuindo a emissão de gases de efeito estufa no meio ambiente. Desde o final de 2014, a redução relativa (por quilômetro rodado dos veículos) foi de aproximadamente 11%.

Nos últimos três anos, a empresa investiu R\$ 21 milhões na modernização de sua frota, composta por 143 caminhões e 228 reboques, priorizando veículos mais eficientes, tanto operacional quanto ambientalmente. O processo denominado Compra Verde, para aquisição de novos caminhões, prima pelos modelos dotados do sistema de pós-tratamento de gases com Redução Catalítica Seletiva (SCR), que segue normas do Conama (Conselho Nacional do Meio Ambiente).

Atualmente, 90% da frota de caminhões da Santos Brasil usam o diesel S-10, que emite menos enxofre na atmosfera. Mais de 70% dos veículos já atendem à norma Euro 5, que determina a redução de emissões de veículos a diesel. "Temos um compromisso com a sustentabilidade e o desafio é fazer com que a gestão sustentável se traduza na prática do dia a dia", afirma Wendell Fernandes, gerente executivo de transporte rodoviário da Santos Brasil.

ainda o caminhão Vertis, para o mercado de médios. Agora, com o motor de 182 cv com turbo Waste, este veículo de 13 toneladas trabalha com um chassi plano renovado e exclusivo feito de liga de aço, o que o torna o mais resistente da sua linha.



Azimut 60

Estaleiros reveem estratégias para contornar adversidades

Embarcações de lazer de grande porte e maior valor garantem resultados da indústria náutica, apesar da crise econômica

■ ANDREIA RODRIGUES

DRIBLANDO A CRISE, O SETOR NÁUTICO de embarcações de lazer no Brasil continua em expansão. Após obter um faturamento de US\$ 700 milhões (R\$ 2,78 bilhões) em 2014, os números totais ainda não fechados do ano passado devem seguir a tendência de alta. Segundo dados da Associação Brasileira dos Construtores de Barcos e seus implementos (Acobar), com 790 mil embarcações em todo o território, o país é um mercado com amplo potencial de crescimento, por ainda ser novo, ter uma grande costa litorânea com mais de sete mil quilômetros de extensão e boas condições climáticas.

De acordo com a instituição, a indústria náutica nacional tem apostado em embarcações maiores e de maior valor, a fim de manter os ganhos. Em 2014, por exemplo,

o destaque do faturamento do setor ficou com a comercialização de barcos de 7 a 12 metros (na faixa de R\$ 200 mil a R\$ 2,5 milhões) e os de 12 a 24 metros, (de R\$ 1,7 milhão a R\$ 20 milhões).

Reunidos em janeiro na 12ª edição do Boat Xperience & Brokerage Show, único salão náutico que acontece duas vezes ao ano, no litoral de São Paulo (Guarujá), estaleiros e brokers náuticos (corretores de barcos) apresentaram modernas lanchas e luxuosas embarcações de até 80 pés. Com a união do Brokerage Show, o evento proporcionou maior facilidade na compra, pois os estaleiros também fizeram a exposição de barcos seminovos com preços mais acessíveis. Segundo os organizadores, a expectativa é que sejam concretizados R\$ 50 milhões em vendas, valor

um pouco menor do que no ano passado, quando os negócios somaram R\$ 56 milhões.

FOCO NA INOVAÇÃO – Um dos modelos de maior valor em exposição na 12ª edição do Boat Xperience foi a lancha modelo Phantom 620, com 62 pés (18,9m) de comprimento, do estaleiro catarinense Schaefer Yachts. Há 23 anos no mercado fabricando lanchas e iates entre 30 e 80 pés, o patrocinador master da feira levou também o maior número de embarcações para exposição. Entre eles, os barcos de 30 e 64 pés: Phantom 303, Phantom 365, Phantom 375 HT, Phantom 400, Phantom 500 Fly, Phantom 500 HT e a Schaefer 640.

De acordo com o presidente da empresa brasileira, Marcio Schaefer, o ano passado



Azimut 42, produzido na fábrica de Itajaí, em Santa Catarina

foi de desafios com a economia em crise. “Ainda assim conseguimos avançar muito, lançando três novos barcos – a Schaefer 560, a Schaefer 640 e a Phantom 375HT, de 56, 64 e 37 pés, respectivamente. São barcos que revolucionam o mercado por preencher nichos muito desejados e ainda não contemplados pela indústria náutica. A alta do dólar também reaqueceu a exportação dos produtos”, explica.

Cauteloso em relação a 2016, Schaefer acredita que a inovação é sempre uma alternativa. “Inovar é uma de nossas principais características e o que nos diferencia do mercado. Continuaremos em busca de novas tecnologias e é isso que faz com que as crises passem e o estaleiro avance”, completa. A empresa prepara-se para lançar sua primeira fábrica fora do Brasil, em Busan, segunda maior cidade da Coreia do Sul. A produção deve começar dentro de cerca de dois anos, com lanchas a partir de 30 pés (aproximadamente 10 metros de comprimento), como a Phantom 303.

“A Coreia do Sul é líder mundial na indústria naval de grande porte, mas não tem estaleiros de embarcações de lazer e

está abrindo uma oportunidade para ingressarmos não só naquela nação, mas no mercado asiático. O país é um hub muito importante para toda a Ásia. No Brasil, o preço médio de uma Phantom 303 é de R\$ 400 mil, porém na Coreia do Sul será pelo menos 25% mais baixo, por conta de menor carga tributária e da competitividade da economia do país”, ressalta o executivo. Atualmente, a Schaefer Yachts produz de 130 a 150 barcos ao ano.

OTIMISMO – Também presente no Boat Xperience, a Azimut Yachts, filial do grupo italiano Azimut-Benetti, expôs dois dos modelos produzidos na fábrica em Itajaí (SC): a Azimut 42 e a Azimut 60. Segundo Davide Breviglieri, CEO da unidade brasileira, São Paulo é um dos principais

Interior do Azimut 60, embarcação que tem seu maior mercado em São Paulo

mercados para a Azimut. “Por isso temos ótimas expectativas de relacionamentos comerciais para a geração de negócios através da apresentação de modelos de sucesso”, afirma.

“Mesmo em um cenário econômico delicado no Brasil, em 2015, a Azimut registrou um aumento na produção de mais de 30% nas dimensões de iates comparado ao mesmo período do ano anterior”, comemora. De acordo com Breviglieri, foram





A 12ª edição do Boat Xperience no Guarujá reuniu os principais estaleiros brasileiros

vendidos 35 novos iates de luxo e iniciado um importante processo de expansão para os demais países latino-americanos com vendas efetivadas para o Uruguai, Paraguai e recentemente para a Colômbia.

Segundo Breviglieri, o modelo Azimut 42 também começou a ser vendido por toda a gama de revendedores Azimut no mundo, com vendas efetivadas para os Estados Unidos. “Também reforçamos a penetração da marca na Bahia com a implantação de um novo revendedor, a Marina Yachts, pertencente ao grupo proprietário da Bahia Marina, importante cartão postal de Salvador e centro náutico daquela região”, revela.

O CEO destaca que é necessário ter precaução, mas sem deixar de aproveitar as oportunidades. “A Azimut tem para o mercado brasileiro foco na venda de iates de maiores dimensões porque são destinados a um público tripla A, que não sente tanto os reflexos da crise quanto o perfil de consumidor de barcos menores”, completa. Com o contexto econômico brasileiro e a desvalorização da moeda, a exportação também tem sido uma estratégia. “Já iniciamos esse processo com os demais países latino-americanos e os Estados Unidos e pretendemos reforçá-lo ainda mais”,

Davide Breviglieri: no Brasil a Azimut tem foco na venda de iates de maiores dimensões

afirma Breviglieri.

A unidade brasileira não pretende adiar investimentos. “Mas vamos direcioná-los para as melhores oportunidades. Nosso objetivo é consolidar cada vez mais nossas ações, tanto para o mercado nacional quanto internacional, e direcioná-las conforme perfis de públicos e contextos econômicos”, finaliza. Para 2016, a expectativa é obter um crescimento em torno de 20% na produção atual.

Em abril, a empresa lançará no mercado brasileiro a Azimut 56, considerada a irmã mais nova da Azimut 83, que, além de grandes janelas espelhadas e muita luz natural, dispõe de um espaço apropriado e equipado para lazer com área gourmet, que inclui churrasqueira na praça de popa.



METAS COMEDIDAS – Outro catarinense presente ao evento do Guarujá, o estaleiro Intech Boating, fabricante exclusivo das lanchas Sessa Marine no Brasil e da marca própria Intech Professional Boats, levou três modelos para exposição. Entre as embarcações, o destaque ficou com a Sessa F42, conhecida por apresentar alto desempenho de navegação. Projetada para passeios em família, a F42 tem 13,2 metros de comprimento e amplos espaços internos, comportando até 14 passageiros. Já a Sessa C36 chamou a atenção pelo seu conceito modular, em que é possível adaptar o espaço interno, criando até duas cabines espaçosas com acessos independentes para cozinha e banheiro.

“Como já havíamos projetado um cenário desfavorável, criamos alternativas para que o estaleiro não sentisse tanto os efeitos deste momento político-econômico”, afirma José A. Galizio Neto, presidente da Intech Boating. “Aproveitamos o ano para realizar investimentos na fábrica, proporcionando melhorias em nossos processos e nos preparando para o período pós-crise”, completa o executivo.

Outro ponto importante para o estaleiro foi a manutenção do quadro de colaboradores. “Novas contratações também foram feitas, mas de forma comedida, para repor o turnover. Além disso, como parte



Fly 42, lancha com 13,2 metros de comprimento da Sessa

da política da empresa, foram mantidos os programas educativos e sociais, como cursos de capacitação e liderança, profissionalizantes, viagens para treinamento com fornecedores, subsídios para graduação e especialização, além de ações de endomarketing”, reforça.

No cenário internacional, em 2015, a Sessa Marine retomou as atividades de suas marcas na Europa, participando dos principais salões náuticos no continente, como o de Cannes e o de Gênova. O modelo Sessa C42, lançado em primeira mão no Brasil em 2014 foi muito bem aceito pelo mercado europeu e reforçou o conceito da Sessa Marine em criar tendências.

“Acreditamos também na retomada no mercado nacional. Nossa participação nos principais eventos do setor no país, como o São Paulo Boat Show, Rio Boat Show, Boat Xperience e Festival Náutico Tedesco Marina, foi importante para alavancar negócios e manter nossa presença institucional em um ano difícil”, lembra o presidente. “Para 2016, vamos manter a mesma estratégia, buscando expandir nosso market share por meio de melhorias e atualização dos nossos produtos, novas parcerias comerciais, além de trazer novos lançamentos.” Atualmente, já são mais de 150 embarcações produzidas e navegando em mares brasileiros.

NA CONTRAMÃO – Mesmo sem marcar presença na edição do Boat Show, a Ventura Marine, com 30 anos de existência e líder no segmento de embarcações de 16 a 30 pés, movimentou o setor. Em outubro do ano passado, o estaleiro mineiro anunciou a aquisição do estaleiro Cruiser Marine, fabricante da marca

**Phantom 620,
da linha Schaefer**

italiana de lanchas Cranchi no Brasil, com o objetivo de ampliar o volume de fabricação de barcos e aprimorar o processo produtivo em Manaus (AM).

“O ano de 2015 foi um ano com alguns imprevistos, porém de muito aprendizado, quando todo o empresariado foi obrigado a reavaliar suas ações e rever suas estratégias”, revela Marcelly Ramos, gerente de marketing e relacionamento da empresa.

De acordo com a executiva, nos momentos de adversidade, é preciso ter precaução, mas também há oportunidades. “Encontramos brechas claras em mercados de luxo, assim como obtivemos sucesso com nossos barcos de menor custo com consumidores que buscavam lazer com baixo investimento”, completa. Para 2016, as perspectivas são positivas. “Apesar de um primeiro semestre mais acanhado, nossa projeção é de retomada e crescimento do mercado já no segundo semestre”, afirma Marcelly. O estaleiro fará dois lançamentos, mas por questões de estratégia, não informa os modelos.

MOBILIÁRIO E SERVIÇOS – Na avaliação da diretora do Estaleiro Kalmar, Lorena Kreuger, 2015 foi de bons trabalhos. Com mais de 30 anos de tradição na construção e restauro de barcos de madeira, a empresa mais uma vez inovou: “Trabalhamos com serviços, o que nos rendeu bons contratos”, revela. Para 2016, o foco será no mobiliário, atividade paralela à área náutica. “Nossa maior novidade é a nossa escola de marcenaria, que batizamos de Oficina Kalmar, lançada no ano passado em versão beta e que este ano contará com diversos cursos”, reforça Lorena.

“Neste sentido, estamos realizando investimentos na escola, que requer uma estrutura própria. Ainda não temos previsão de nenhum lançamento na área náutica e nossa atuação provavelmente se dará mais na parte de reformas e serviços, uma área que tende a proporcionar mais trabalho em momentos de crise”, afirma. ■



Iveco lança ônibus para transporte de estudantes e trabalhadores

Com o GranClass 150S21 encarroçado pela Mascarello, a montadora pretende entrar em um nicho ainda pouco explorado, o de transporte de trabalhadores nas zonas rurais

■ SONIA MOARES



EM CONTINUIDADE A SUA ESTRATÉGIA de aumentar a participação no mercado brasileiro de ônibus, a Iveco Bus lançou o GranClass 150S21, modelo de 15 toneladas encarroçado pela Mascarello. O novo ônibus, que é derivado do chassi 170S28 apresentado em 2014 na FetransRio, chega para suprir a demanda do transporte escolar em trecho urbano e rural.

“Com este veículo a Iveco entra em um nicho ainda pouco explorado, o de transporte de trabalhadores na zona rural, pois o transporte rural que existe hoje está focado no projeto Caminho da Escola, mas dentro deste segmento existem outras aplicações que o GranClass pode garantir a cobertura”, destacou Humberto Marchioni Spinetti, diretor de negócios de ônibus e veículos de defesa da Iveco para a América Latina, durante o evento de lançamento do veículo em Cascavel, no Paraná.

O GranClass 150S21 foi projetado e desenvolvido no complexo industrial da

Iveco em Sete Lagoas (MG) e traz a assinatura da engenharia brasileira. O veículo está equipado com motor N45, da FPT Industrial, de 4,5 litros com sistema SCR (Redução Catalisadora Seletiva que requer a utilização do aditivo Arla 32), capaz de gerar até 206 cv de potência, a maior da categoria. Possui direção hidráulica, embreagem com acionamento hidráulico e dispositivo de bloqueio de ignição com marcha engatada. A transmissão FS5406A de seis marchas é da Eaton.

O novo ônibus escolar tem capacidade para 48 alunos e sistema de acessibilidade com elevadores para deficientes e pessoas com mobilidade reduzida. Para a operação em trechos rurais, o veículo recebeu vários itens de série, como dispositivo de bloqueio de diferencial, que facilita a transposição de atoleiros, chassi com suspensão elevada e reforçada, pneus de uso misto e redução de balanço dianteiro e traseiro, para facilitar o acesso a lugares acidentados.

“Para priorizar o conforto e a segurança dos alunos, foi incorporado a este ônibus um dispositivo inibidor de abertura da porta com o veículo em movimento, limitador de velocidade, câmera e sensores de ré, cintos de segurança em todas as poltronas e proteção nas janelas”, detalhou Gustavo

Serizawa, gerente de marketing de produto da Iveco Bus.

Para comprovar a robustez do GranClass, a Iveco Bus realizou mais de 234 mil quilômetros de testes de aplicação e foram avaliados cerca de 342 componentes. “Em parceria com o FNDE (Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação) – órgão responsável pelo programa Caminho da Escola –, rodamos mais de 40 mil quilômetros por todo o Brasil para conhecer as reais necessidades dos clientes e desenvolver o veículo ideal para o transporte rural”, disse Serizawa.

MERCADO – Em 2015, quando a marca Iveco Bus completou um ano de operação no mercado de ônibus convencional, com o lançamento do chassi 170S28, a empresa teve um crescimento de 62,4% nas vendas, com o emplacamento de 1.187 veículos, ante 731 unidades licenciadas em 2014, segundo dados da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), e a sua participação saltou de 2,6% para 7,1%.

“Esse crescimento posicionou a Iveco em quarto lugar no segmento de ônibus e é fruto de muito trabalho, muito esforço para desenvolver e produzir veículos que suprem as necessidades do mercado e superem as expectativas dos clientes sempre com muita qualidade e alta tecnologia”, comentou Spinetti.

O reflexo positivo desse resultado para a Iveco, segundo Spinetti, é o aumento da demanda pelos seus modelos na América

Latina e no Brasil. “Já temos veículos rodando no Paraguai, Chile, Peru, Costa Rica e Colômbia. Nosso plano de expansão na América Latina é bastante ambicioso e a meta é continuar com esse movimento em 2016 no mercado interno e na América Latina.”

Spinetti ressaltou que a Iveco Bus oferece opção de transporte de passageiros para diversos tipos de demanda. “Iniciamos 2015 com dois produtos no portfólio, o Daily Bus e o CityClass. Ao longo do ano lançamos o WayClass com carroceria Mascarello montada sobre o chassi 70C17 (o mesmo da linha Daily) que tem capacidade para transportar até 29 alunos. Com este veículo vencemos a licitação aberta pelo governo de Minas Gerais e vamos entregar nos próximos meses 417 micro-ônibus rural que irão operar no transporte escolar em cidades mineiras”, acrescentou o diretor. “Também separamos o nosso modelo de negócios e passamos a comercializar o chassi separadamente, dando ao cliente a opção de escolher a carroceria e também a customização do seu veículo.”

Em sua apresentação Spinetti destacou que para o programa Caminho da Escola a Iveco Bus já produziu mais de 6.000 ônibus baseados no chassi 70C117, na versão CityClass. “Grande parte desses veículos foi para o transporte rural e o GranClass vem completar o portfólio. Com este novo ônibus escolar temos uma grande missão e o avanço da produção vai depender da oportunidade que ocorrer ao longo do ano.”

PREVISÃO – Depois de apurar uma queda do mercado de ônibus em 2015 e no começo deste ano, o diretor da Iveco declarou que prever como se comportará o mercado daqui para frente é uma incógnita. “A



O ônibus rural GranClass 150S21 é derivado do chassi Iveco 170S28

gente não sabe se essa queda se manterá. Tudo vai depender dos investimentos que vierem para este segmento, sejam investimentos privados ou do governo.”

O diretor de negócios de ônibus da Iveco ressaltou que o momento difícil que o Brasil atravessa não muda os objetivos da companhia de expandir a marca. “A CNH Industrial investe anualmente US\$ 1 bilhão em pesquisa e desenvolvimento no mundo e grande parte desse investimento é realizada na América Latina para a América do Sul”, disse Spinetti.

Segundo o diretor, os lançamentos que estão programados para o futuro próximo estão mantidos. “A indústria não pode parar. O momento é importante, mas a indústria não vive somente de momentos, ela depende do comportamento do mercado no futuro e saber qual a tendência do mercado. Então esse investimento precisa ocorrer independente do momento para que os produtos estejam sempre atualizados e em linha com as necessidades do mercado.”

Na opinião de Spinetti, a retomada do mercado ocorre naturalmente. “Estamos num momento de sazonalidade e acreditamos que daqui para frente podemos colher bons frutos, tanto com o lançamento do GranClass quanto com os próximos que virão.”

Sobre o programa de renovação de frota de ônibus, Spinetti relatou que a compra de novos modelos vem sendo postergada de alguns anos para cá, principalmente no transporte urbano. “Houve um começo de renovação. Algumas cidades do Brasil iniciaram esse processo porque as concessões exigem renovação, mas esse movimento está só iniciando, não com a força que precisa e a gente espera que se isso ocorrer dentro da expectativa para 2016 será bastante importante para toda a indústria de ônibus. Por isso é difícil trabalhar com expectativa porque a qualquer momento algum evento específico, algum movimento de mercado pode fazer o número oscilar de maneira bastante significativa, seja positivamente ou negativamente”, comentou.

Serizawa, o gerente de marketing de produto da Iveco, acredita que o mercado de transporte público ainda tem muito a crescer, principalmente para demandas de ônibus com ar-condicionado, nas quais o chassi Iveco Bus 170S28 se encaixa perfeitamente. “Um dos exemplos é a licitação que a prefeitura de São Paulo vai abrir este ano, com a exigência de grande parte dos ônibus serem climatizados. Além dos ônibus para o segmento de 17 toneladas, o mercado de micro-ônibus é também bem relevante para os negócios da Iveco Bus. No final de 2015 apresentamos o WayClass, encarroçado pela Mascarello sobre o chassi 70C17, o mesmo da já consagrada linha Daily CityClass. Ambos possuem capacidade para transportar até 29 pessoas”, declarou Serizawa. ■

Volare cria chassi para seu novo miniônibus

Denominado Volare Cinco, o veículo será produzido na fábrica de São Mateus com um novo conceito de produção que inclui o uso de avançada tecnologia de montagem, além de novos materiais e processos

■ SONIA MORAES



O novo Volare Cinco sairá de fábrica com carroceria integral

A VOLARE, DIVISÃO DE VEÍCULOS LEVES da Marcopolo, inova o seu conceito de produção e passa a fabricar na unidade de São Mateus, no Espírito Santo, o chassi do seu novo miniônibus que sairá da linha de montagem com carroceria integral e será classificado como Volare Cinco. "Este é um sonho antigo da Marcopolo que está se tornando realidade. É um veículo que chega ao mercado com uma nova concepção de produção que inclui avançada tecnologia de montagem, de materiais e de processos", afirma Gelson

Zardo, diretor-geral da Volare.

A décima unidade do protótipo do Volare Cinco foi apresentada à imprensa



especializada e a previsão da empresa é que este miniônibus seja lançado no mercado brasileiro no primeiro semestre deste ano quando será inaugurada a fábrica de São Mateus, que já recebeu investimento de R\$ 100 milhões nesta segunda etapa, incluindo a instalação da unidade de chassi, de componentes e a linha de montagem. "A fábrica já está sendo concluída e alguns chassi e carrocerias estão começando a ser montados", relata o diretor. Para o desenvolvimento deste veículo, a montadora gaúcha investiu R\$ 80 milhões e fechou parceria com mais de 60 fornecedores globais de componentes.

O novo Volare Cinco será produzido em três versões: escolar com capacidade para 20 passageiros, fretamento para 16 passageiros e turismo para 13 passageiros. A estratégia da Volare é comercializar este miniônibus no mercado brasileiro, nos países da América Latina e na África do Sul. Os veículos serão equipados com motor Cummins que atende à norma Euro 5 e Euro 3 e a transmissão de cinco marchas é da Eaton. Os modelos destinados à exportação terão volante do lado direito. "Este é um veículo integral e não classificamos como van e nem como microônibus, mas como um modelo compacto adequado ao transporte de passageiros

Gelson Zardo: o Volare Cinco conta com nova concepção fabril que inclui avançada tecnologia de montagem

com o qual a Volare participará de um nicho de mercado em que ainda não compete”, observa Zardo.

Tecnicamente o Volare Cinco é um miniônibus com peso bruto total (PBT) de cinco toneladas e com capacidade para transportar até 20 passageiros. O veículo se enquadra na categoria M3 do Finame e atende à resolução 445 do Conselho Nacional de Trânsito (Contran), de 25 de junho de 2013, que estabelece os requisitos de segurança para veículos de transporte público coletivo de passageiros e transporte de passageiros tipo micro-ônibus e ônibus.

“Estamos lançando um veículo agora, numa época de crise, para quando o mercado engrenar a empresa estar com o produto em andamento. É nisso que a Marcopolo e a Volare estão apostando. Não estamos parando o desenvolvimento e nem a fábrica. O nosso mercado caiu mais de 60% e manter duas fábricas numa hora dessas tem que ter certo volume. Estamos apostando no lançamento desse produto, para assim que as coisas começarem a engrenar nós estarmos competitivos no mercado”, afirma o diretor-geral da Volare.

Para competir neste mercado de ônibus a Volare tinha o V6 e o V8. “Com a entrada de veículos menores no segmento o nosso carro não podia participar de algumas licitações porque era maior. Então criamos um veículo menor, o V5, mas era um eixo traseiro normal e quando modificado para andar com rodado simples, e mesmo com duas rodas a menos, custava mais”, explica Roberto Poloni, diretor de engenharia da Volare. “O V5 nasceu com a missão de não deixar a Volare perder espaço no mercado, mas não era um



O miniônibus recém-lançado tem a missão de não deixar a Volare perder espaço no mercado

de passageiros voltado para esse segmento.” As dimensões internas deste veículo têm 1.930 mm de altura e 1.908 mm de largura.

Para comandar a equipe de engenharia exclusiva no desenvolvimento do chassi do novo miniônibus, a Volare contratou a consultoria do Renato Mastrobuono, profissional que tem anos de experiência no setor automotivo, com passagens pela Willys, Chrysler, Ford, General Motors, Volkswagen, Iveco e Volkswagen Caminhões. “Na produção deste veículo a Volare atuará como montadora. As peças não serão ajustadas e o nível de processo e de qualidade será muito forte”, diz Mastrobuono.

O grande conceito implementado pela equipe de engenharia, segundo Poloni, foi “enchassizar” uma carroceria. “Se você conceber um chassi e uma carroceria, um por outro pode ter ganho de peso e o veículo acaba ficando mais forte. De outra forma pode ficar mais pesado e mais caro”, observa o diretor-geral da Volare.

“Vamos trabalhar com exclusividade no Volare Cinco. Para os demais modelos, teremos todo o interesse em manter a Agrale e a Mercedes como nossas parceiras neste mercado”, destaca Zardo.

O diretor de engenharia Poloni lembra que quando a empresa tem todo o domínio de produção e isto facilita a entrada em qualquer país. “Neste caso a decisão está dentro de casa e essa possibilidade

veículo adequado, era uma derivação de um V6.”

Zardo lembra que o V5 até que vendeu um pouco. “Mas não foi um veículo que teve um crescimento expressivo e uma participação de mercado que a gente imaginava naquele momento. Agora estamos fazendo um carro de transporte



Roberto Poloni: a empresa tem todo o domínio de produção e isto facilita a entrada do veículo em qualquer país



Os demais modelos da Volare continuarão a ser encarroçados sobre chassis Agrale e Mercedes

FÁBRICA DE SÃO MATEUS TERÁ CONCEITO MODERNO DE PRODUÇÃO

Na fábrica de São Mateus a Volare também produzirá os miniônibus W9, W-L e Limousine, com chassi Agrale, e o DW9, com chassi Mercedes-Benz. A construção desta moderna fábrica começou em novembro de 2013 com investimento inicial de R\$ 35 milhões – 70% financiados pelo Banco do Nordeste e 30% provenientes de capital próprio. A unidade iniciará as operações montando os veículos com componentes que virão desmontados de Caxias do Sul (RS).

Em um terreno de 822.400 metros quadrados, próximo à rodovia BR 101, a Volare construirá oito prédios que abrigarão a unidade de produção, um centro de logística e uma unidade de componentes. A

empresa também manterá um pavilhão de 700 metros quadrados para o treinamento dos funcionários. Neste empreendimento a Volare já investiu R\$ 100 milhões,

“No futuro pretendemos instalar uma minifábrica em São Mateus para produzir peças, poltronas, janelas e componentes plásticos”, afirma Gelson Zardo, diretor-geral da Volare.

Neste complexo industrial de São Mateus a Volare utilizará os mais modernos conceitos de produção, com layout organizado que permite entregar as peças nos postos de montagem, reduzindo as movimentações internas, espaço adequado para a realização das atividades e um inovador sistema de logística para a recepção

de materiais. “Vamos ter aqui um nível de tecnologia superior ao que temos em Caxias, tanto na montagem do veículo, quanto na fabricação de peças e componentes”, informa Zardo.

A capacidade de produção da fábrica de São Mateus é de 35 a 40 veículos por dia em dois turnos. De toda a produção deste complexo industrial, 70% serão destinados ao mercado externo, para o continente africano e os países da América Latina. O Chile é o maior mercado da Volare, mas o grande potencial de crescimento desta fábrica é o Peru, a Colômbia e a África do Sul. A meta da Volare é entrar no continente africano, basicamente em oito países, como a África do Sul, Gana, Angola, Zimbábue e Nigéria.

muda muito o futuro da empresa”, diz Poloni.

No Volare Cinco, além da utilização de novos processos de produção, a Volare destaca neste veículo os componentes exclusivos, como o ar-condicionado, e os novos materiais até então nunca utilizados na fabricação de um ônibus, como o plástico injetado no painel. “Neste veículo

todo o painel é de plástico totalmente injetado, o que exige investimento altíssimo” explica o diretor de engenharia.

O Volare Cinco foi concebido para ter uma arquitetura eletrônica única de veículo completo, diferente do que é hoje o modelo tradicional de ônibus com chassi e carroceria. “A integração dos módulos é diferente do que é feito hoje com a Agrale

e a Mercedes em que cada uma tem uma arquitetura separada da carroceria. Este carro nasce com uma plataforma expansiva para o futuro em termos de arquitetura eletrônica. Com isso, customizamos o chicote, o peso, os módulos eletrônicos e toda a parte de diagnose do veículo”, explica Renato Machado Florence, gerente de planejamento e desenvolvimento da Volare.

Já estão abertas as inscrições para o 48º Concurso de Comunicação Visual e Pintura de Frotas



acesse www.otmeditora.com.br, consulte o regulamento e faça já sua inscrição.



BRT Transolímpica previsto para este ano

A construção do corredor de ônibus expresso, orçada em R\$ 2,2 bilhões, faz parte das obras previstas para os Jogos Olímpicos de 2016 e foi concedida ao consórcio Via Rio em uma Parceria Público-Privada

■ SONIA MOARES



O corredor Transcarioca terá integração com o BRT Transolímpica a partir deste ano

A CIDADE DO RIO DE JANEIRO PROGRAMOU para este ano a inauguração do corredor BRT Transolímpica, que foi criado para beneficiar a população dos bairros do Recreio dos Bandeirantes e de Deodoro, na zona oeste. A construção desta via expressa, orçada em R\$ 2,2 bilhões, faz parte das obras previstas para os Jogos Olímpicos de 2016 e foi concedida ao consórcio Via Rio em uma Parceria Público-Privada (PPP).

Com 26 quilômetros de extensão, o BRT Transolímpica terá 17 estações e três terminais (Deodoro, Salvador Allende e Centro Olímpico, no entroncamento da avenida Abelardo Bueno com a Salvador Allende). O sistema terá integração com os trens da SuperVia em Deodoro, conexão com a Transoeste no terminal Salvador

Allende e com a Transcarioca no terminal Centro Olímpico. A estimativa da Secretaria Municipal de Transportes é que 70 mil pessoas sejam transportadas por dia neste corredor a partir deste ano.

O novo corredor terá 56 pontes e viadutos, em um conjunto de obras que, simultaneamente, dará escala ao transporte coletivo e rapidez ao fluxo de automóveis e veículos de carga. O tempo de viagem de ponta a ponta será reduzido de 2h30 para 30 minutos, calcula a Secretaria Municipal de Transporte.

As obras do BRT Transolímpica incluem dois túneis da serra do Engenho Velho, no maciço da pedra branca. Um deles, com 1.337 metros de extensão em duas galerias, será o quinto maior da cidade. O segundo terá duas galerias de 210 metros

cada. Essa nova alternativa é esperada há 30 anos pela população e servirá para desafogar o tráfego entre a baixada de Jacarepaguá e Realengo, na zona oeste.

Ainda neste ano entrará em operação no Rio o último trecho de seis quilômetros do BRT Transoeste (o primeiro corredor expresso inaugurado em 2012), que ligará o bairro de Santa Cruz à Barra da Tijuca. Com oito estações entre o Jardim Oceânico e o terminal Alvorada, este novo trecho vai permitir a integração do sistema BRT com a linha 4 do metrô e deve receber 30 mil passageiros diariamente. A previsão da Secretaria Municipal de Transportes é de que nessa fase a redução do tempo de viagem alcance 70%, transportando em todo o sistema Transoeste 230 mil passageiros por dia.

BRT TRANSBRASIL – Outro sistema BRT, o Transbrasil que ligará o bairro de Deodoro ao centro da cidade pela Avenida Brasil, será concluído em 2017, totalizando 32 quilômetros de extensão que irão acompanhar o traçado da avenida, via de chegada à cidade e corredor vital para as zonas norte e oeste. Este será o maior BRT em operação no mundo, em relação ao número de passageiros, pois terá capacidade para atender 820 mil usuários por dia.

Segundo a Secretaria Municipal de Transporte do Rio de Janeiro, o BRT Transbrasil é o único que não será inaugurado antes das Olimpíadas porque não era um compromisso olímpico. O projeto deste corredor expresso está orçado em R\$ 1,4

bilhão, montante que contará com o financiamento do governo federal, por meio do PAC da Mobilidade Urbana. A primeira etapa da intervenção, correspondente a 23 quilômetros, começou a ser construída em novembro de 2014 pela Secretaria Municipal de Obras (SMO). Hoje são 16 frentes de obras na Avenida Brasil, com 28% executados.

A Secretaria Municipal de Obras esclarece que a pista do corredor expresso da avenida Brasil está em construção e recebe execução de lajes de concreto, que fazem parte do pavimento rígido do corredor. A infraestrutura e o reforço de solo já foram concluídos. O principal trecho da obra fica entre a passarela dois e a altura da Ilha do Governador.

O BRT Transbrasil ligará os bairros da zona norte ao centro e ao aeroporto internacional Tom Jobim (Galeão) via conexão com o BRT Transcarioca. Este corredor fará a interligação a outros modais, servindo também aos usuários das barcas, local onde está sendo construída uma estação do VLT Carioca.

A previsão da Secretaria Municipal de Transporte é que o novo corredor proporcione uma redução de 40% no tempo de viagem de ponta a ponta, ligando o bairro



As obras do BRT Transolímpica incluem dois túneis na serra do Engenho Velho

de Deodoro, na zona oeste, ao centro. Com duas pistas exclusivas em cada sentido, o sistema terá maior capacidade que os demais corredores. As 20 estações e sete terminais (Deodoro, Margaridas, Missões, Fundão, Gasômetro, Central e Presidente Vargas) permitirão conexão com outros modais, como trens, metrô e VLT, formando o complemento para a conclusão do anel viário da cidade.

REDE ARTICULADA – Com o objetivo de oferecer um transporte de alta capacidade a um grande número de usuários no menor tempo possível, racionalizando custos e com um mínimo impacto sobre a rotina dos bairros, a prefeitura do Rio de Janeiro decidiu implantar na cidade uma rede articulada com quatro sistemas BRT: Transoeste (Barra-Santa Cruz), Transcarioca (Barra-Galeão), Transolímpica (Recreio-Deodoro) e Transbrasil (Deodoro-Centro).

Atualmente dois corredores estão em operação na cidade – o BRT Transoeste (Santa Cruz-Barra da Tijuca) inaugurado em 2012, que transporta 200 mil pessoas por dia, e o BRT Transcarioca (Ilha do Governador-Barra da Tijuca), inaugurado em 2014, que transporta 250 mil pessoas diariamente.

Juntos, os três BRTs do município em operação em 2016 (Transoeste, Transcarioca e Transolímpica) transportarão por dia cerca de 620 mil pessoas. Com os 820 mil passageiros previstos para serem transportados diariamente no corredor Transbrasil, a capacidade do sistema BRT da cidade do Rio de Janeiro elevará para 1,4 milhão de passageiros por dia.




As obras do corredor Transbrasil, com 32 km, serão concluída em 2017

Liebherr está confiante no mercado brasileiro

O guindaste LHM 800 de 745 toneladas com capacidade máxima de içamento de 308 toneladas e alcance máximo de 64 metros já atraiu consultas para projetos no Norte e Nordeste do país

■ SONIA MORAES



O GRUPO LIEBHERR, QUE PRODUZ escavadeiras, pás-carregadeiras, guindastes de torre, centrais dosadoras de concreto, betoneiras hidráulicas e guindastes offshore, mantém perspectiva positiva para o mercado brasileiro. Com o guindaste móvel portuário LHM 800 lançando no ano passado no país, a empresa já está com alguns projetos em andamento e acredita que possa vir a ter em breve algumas unidades desse modelo em operação no Brasil. “Já recebemos algumas consultas para projetos no Norte e Nordeste, tanto para movimentação de contêineres como granéis sólidos. Como se trata de uma novidade muito recente no mercado, acreditamos que uma maior demanda deverá acontecer a médio e longo prazo”, afirma Angelo Telles, gerente comercial de guindastes marítimos da Liebherr Brasil.

“Temos grandes expectativas para o mercado brasileiro, pois este equipamento pode substituir com eficiência os descarregadores de grande porte montados em pórticos sobre trilhos, com a vantagem de serem móveis e multipropósitos, além da flexibilidade de trabalharem na retroárea dos terminais portuários, uma vez que não estão limitados pelos trilhos e cabos elétricos”, declara Telles.

O gerente da Liebherr comenta que a empresa está atenta que a demanda por equipamentos maiores vem aumentando no Brasil nos últimos anos. “Dia a dia navios de maior porte atracam nos portos brasileiros, graças aos investimentos em

melhorias nas infraestruturas desses portos bem como melhor acesso com o aumento do calado. Com a chegada de navios maiores, é inevitável a necessidade e tendência de investimentos em equipamentos portuários de maior porte como nosso LHM 800”, diz Telles.

Devido a seu grande porte e alta capacidade esse guindaste se destina a portos e operadoras portuárias de grande performance ou produção, que atuem com grandes navios. No Mercosul a Liebherr vendeu dois do modelo LHM 800 para a Montecon do Uruguai. Esses equipamentos irão trabalhar na movimentação de contêineres, atendendo navios de grande porte com até 22 fileiras de contêineres.

O LHM 800 tem capacidade de içamento de 308 toneladas, excedendo a capacidade máxima do até então maior guindaste portuário móvel da série, o modelo LHM 600, em 100 toneladas. “Como os bens industriais ficam cada vez maiores e mais pesados, o novo guindaste dá uma perspectiva de futuro para as soluções portuárias no mundo”, prevê Telles.

“Além dos içamentos individuais, o novo LHM 800 é também desenhado para içamentos paralelos. Com a ferramenta Liebherr para operações paralelas, o Sycatronic ativado, as movimentações sincronizadas são garantidas e um único operador pode simultaneamente operar dois guindastes para aumentar a velocidade, capacidade e segurança. Na operação paralela, com um segundo LHM 800, a capacidade máxima da operação é de 616 toneladas, comandada por meio de um único operador. Com relação ao desempenho, este equipamento pode chegar até 1.500 toneladas por hora na versão standard e 2.300 toneladas por hora com

o Pactronic na movimentação de granéis sólidos. Quando utilizado para movimentação de contêineres a sua performance é de até 38 contêineres por hora na versão standard e 45 contêineres por hora com o Pactronic”, explica o gerente.

Telles afirma que, além de uma capacidade de carga 50% superior ao modelo anterior da série, o grande avanço do LHM 800 foi o chassi totalmente remodelado. “O novo posicionamento das rodas garante a melhor distribuição de peso desse novo gigante e diminui seu comprimento, facilitando assim suas manobras durante a translação. Como todos os equipamentos da linha de guindastes portuários móveis (LHM) da Liebherr, o LHM 800 conta com o patolamento em X, já muito bem sucedido, pois este sistema é incomparável em termos de estabilidade e segurança operacional.”

O peso do guindaste LHM 800 pode variar conforme a configuração final, em média é de aproximadamente 745 toneladas. A capacidade máxima de içamento nos cabos atinge 308 toneladas e seu alcance máximo é de 64 metros. Isso garante o descarregamento de navios de grande porte com até 22 fileiras de contêineres. Quando utilizado para movimentação de granéis sólidos equipado com grab mecânico ou elétrico-hidráulico, a capacidade de içamento de carga máxima é de 90 toneladas.

ATUAÇÃO – O Brasil é, atualmente, um dos dez maiores mercados do Grupo Liebherr, onde mantém duas fábricas na cidade de Guaratinguetá, no Vale do Paraíba (SP): a Liebherr Brasil, fundada em 1974, e a Liebherr-Aerospace Brasil, em 2005. A companhia possui 18 pontos de contato, nas cinco regiões brasileiras, para atender a clientes de todas as áreas de negócio.

A Liebherr Brasil emprega 1.090 funcionários e produz escavadeiras, pás-carregadeiras, guindastes de torre, centrais dosadoras de concreto e

DIVISÃO DE SISTEMAS PARA AERONAVES

A Liebherr-Aerospace Brasil fabrica cilindros e manifolds para sistemas hidráulicos e pneumáticos, que compõem sistemas de controle de voo, gerenciamento de ar e sistemas de trem de pouso, além de carcaças. A empresa é especialista em usinagem de precisão, tratamento de superfícies e montagem de alta tecnologia e precisão para componentes de sistemas de aeronaves. Faz tratamentos e pré-montagem de partes estruturais de alumínio complexas, de tamanho médio, como diversas peças estruturais para asas e fuselagens.

Como fabricante de componentes de grandes sistemas para aeronaves, a empresa entrega suas peças principalmente para outras unidades do grupo, para duas fabricantes do equipamento original: a Liebherr-Aerospace Lindenberg, em Lindenberg (Alemanha), que é o centro de excelência para controle de voo, sistemas de trem de pouso e transmissões e caixas de transmissão, e para a Liebherr-Aerospace Toulouse, em Toulouse (França), centro de excelência para os sistemas de gerenciamento de ar.

Essas duas empresas integram os sistemas e fornecem os componentes completos para a linha de montagem final das fabricantes de aeronaves ao redor do mundo, como: AgustaWestland, Airbus, Airbus Helicopters, Boeing, Bombardier, Comac, Dassault e Sukhoi.

A Liebherr também entrega os seus produtos diretamente para a fabricante de aeronaves brasileiras, a Embraer, e está buscando se consolidar como um player competitivo na cadeia aeronáutica e se preparar para futuros desafios.

A Liebherr desenvolve, fornece e mantém sistemas de controle de voo,




cuidando do gerenciamento do produto durante toda a sua vida útil. Também oferece sistemas de controle de voo primário e secundário, spoilers e outros produtos associados. As partes principais destes sistemas (as mecânicas e o hardware eletrônico com o software incorporado) são desenvolvidas e fabricadas internamente com o objetivo de fornecer sistemas completos e integrados de controle de voo, desde o manche até os atuadores de superfície.

Como fornecedor de sistemas, a empresa é capacitada para desenvolver e qualificar completamente os aparelhos de controle e atuação, desde o comando na cabine do piloto até a atuação diretamente nas superfícies móveis das aeronaves (ailerons, flaps, slats). O escopo da empresa engloba equipamento de controle de voo primário e secundário que podem ser acionados elétrica ou hidráulicamente. A empresa também conta com os sistemas de comando de voo fly-by-wire.

A Liebherr desenvolve e fabrica sistemas de atuadores slat e flap, para estender as superfícies móveis das asas da aeronave, sistema de controle de ascensão que são requeridos para limitar as velocidades de decolagem e aterrissagem da aeronave pelo aumento da sustentação das asas e outros produtos.

betoneiras hidráulicas, assim como, guindastes offshore para o mercado brasileiro e América Latina. A empresa também é

responsável pelas vendas, assistência técnica e as vendas de peças de reposição para outras áreas de negócio. 

VLI reforça frota de locomotivas na Ferrovia Norte Sul

Doze unidades chegaram de navio no porto do Itaqui para atender ao escoamento de grãos e celulose do corredor centro-norte

■ SONIA MOARES



A EMPRESA VLI, ESPECIALIZADA EM OPERAÇÕES logísticas que integram ferrovias, portos e terminais, amplia a sua atuação na Ferrovia Norte Sul (FNS). Para suprir o aumento previsto do volume de produtos movimentados pela empresa no eixo logístico que interliga os estados do Tocantins e Maranhão, a empresa colocou em operação 12 locomotivas modelo SD70. As novas máquinas desembarcaram recentemente no porto de Itaqui, em São Luís, no Maranhão.

Para transportar as locomotivas que agora integram a frota do corredor centro-norte, um esquema especial foi montado, envolvendo ferrovia e portos. As locomotivas saíram do interior de São Paulo rumo ao porto de Santos (SP) rebocadas por trens de carga. Lá, elas foram içadas

e embarcadas em um navio com destino ao porto do Itaqui. Após o desembarque, as máquinas seguiram para uma revisão. Tão logo estejam liberadas, as locomotivas serão incorporadas à atividade ferroviária da Ferrovia Norte Sul, contribuindo para a agilidade no escoamento dos produtos no corredor e possibilitando ganhos em segurança operacional.

A incorporação das 12 locomotivas à sua frota faz parte da estratégia da VLI para promover o corredor logístico centro-norte, impulsionado pelo crescimento da região e pela demanda de transporte ferroviário, principalmente para grãos. “Foi uma operação complexa e muito bem articulada entre a VLI e seus vários fornecedores”, destaca Fabiano Rezende, gerente do corredor.

Segundo o gerente, o objetivo maior da VLI de trazer esse reforço de equipamentos é capacitar a Ferrovia Norte Sul para receber o volume de carga dos novos terminais intermodais que serão inaugurados em breve no Tocantins. “Acreditamos no crescimento da região e estamos nos preparando para oferecer a infraestrutura necessária para o escoamento da safra”, declara Rezende.

REDUÇÃO DE FALHAS – A empresa informa que já contabiliza os primeiros resultados positivos com a adoção de uma nova estratégia para monitorar os indicadores de confiabilidade das locomotivas da sua frota. Desde o segundo semestre do ano passado, o Centro de Tomada de Decisões

(CTD) reúne informações para realizar análises em tempo real ainda mais assertivas sobre o desempenho das máquinas.

Esse trabalho da área de engenharia é realizado por 16 profissionais e tem o objetivo de reforçar a segurança operacional e a produtividade no transporte das cargas. Os técnicos monitoram parâmetros das locomotivas que trafegam pelos cinco corredores logísticos da VLI.

Os dados coletados em ferramentas disponibilizadas pelos fabricantes são analisados e as informações repassadas pelos maquinistas por meio de mensagens de texto enviadas no sistema conhecido como macro, que funciona via satélite. A partir dessas avaliações, é possível tomar decisões mais rápidas e eficazes diante de qualquer circunstância identificada nas ferrovias Centro-Atlântica (FCA) e Norte Sul (FNS), controladas pela companhia.

O CTD atua em conjunto com o Centro de Controle Operacional (CCO) da VLI, que é responsável por determinar o ritmo da circulação de trens nos oito mil quilômetros de malha ferroviária administrada pela companhia. Segundo a empresa, a integração das áreas com as equipes de manutenção em campo permitiu uma redução de 30% na quantidade de falhas identificadas nos indicadores de confiabilidade das locomotivas no período de janeiro e maio do ano passado em comparação com o mesmo período de 2014.

“Antes da criação do CTD, os profissionais que trabalham em campo precisavam conciliar as análises referentes à circulação de trens com a programação diária de atividades nas oficinas. Agora, a nova área é responsável por centralizar os dados sobre as locomotivas em operação e avaliar a tomada de decisões com base

nessas informações. Assim, conseguimos, por exemplo, diminuir possíveis impactos na circulação das composições férreas em caso de avarias”, explica Junior Froes, gerente de planejamento e controle da manutenção da VLI.

PERFIL – O compromisso da VLI é apoiar a transformação da logística no país por meio da integração de serviços em portos, ferrovias e terminais. Além das ferrovias Norte Sul (FNS) e Centro-Atlântica (FCA), a empresa opera terminais intermodais, que unem o carregamento e o descarregamento de produtos ao transporte ferroviário, bem como terminais portuários situados em eixos estratégicos da costa brasileira, tais como em Santos (SP), São Luís (MA) e Vitória (ES). A VLI transporta as riquezas do Brasil por rotas que passam pelo Norte, Nordeste, Sudeste e Centro-Oeste. ■

ANUÁRIO DO

TRANSPORTE DE CARGA 2016

TRANSPORTE RODOVIÁRIO, FERROVIÁRIO, MARÍTIMO, AÉREO E FLUVIAL, LOGÍSTICA, INDÚSTRIA DE VEÍCULOS COMERCIAIS, INFRAESTRUTURA, EMBARCADORES, ÔNIBUS, INTERNACIONAL

FAÇA SUA PROGRAMAÇÃO.

Mais informações

11 5096.8104

otmeditora@otmeditora.com.br

GUIA DE MONTADORAS DE CAMINHÕES

TODA A LINHA DE PRODUTOS, COM AS RESPECTIVAS FICHAS TÉCNICAS



GUIA DE FABRICANTES DE IMPLEMENTOS



GUIA DE TRANSPORTADORAS DE CARGA

GUIAS DE: OPERADORES LOGÍSTICOS | PROVEDORES DE MONITORAMENTO | FORNECEDORES DE COMPONENTES, PEÇAS E SERVIÇOS

Sula Miranda, a embaixadora do TruckPad

No ano em que comemora 30 anos de carreira, a cantora sertaneja Sula Miranda mantém ativa sua militância em favor de iniciativas que facilitem e deem mais segurança para os caminhoneiros

■ AMARILIS BERTACHINI



Sula Miranda aumentou a fama nos anos 1970 com o conjunto "As Melindrosas"

Eterna rainha dos caminhoneiros, a cantora Sula Miranda está sempre antenada quando o assunto está ligado ao mundo dos motoristas de caminhão.

Além de apresentadora de TV, locutora de rádio, escritora, decoradora e mãe, Sula Miranda está sempre envolvida com temas que possam melhorar a vida desses profissionais. Uma de suas mais recentes ações nesse campo foi a parceria feita com o aplicativo TruckPad, criado pelo empresário Carlos Mira com o objetivo de ligar o caminhoneiro autônomo à carga.

Praticamente um ano após o lançamento do aplicativo no mercado, Sula Miranda

já se tornara a madrinha do TruckPad. A parceria entre os dois começou em junho de 2015. A artista foi apresentada a Carlos Mir, por um amigo em comum, o empresário Urubatan Helou, presidente da Braspress. "Iniciamos a parceria de uso de imagem em julho de 2015, contemplando a produção de vídeos, participação em eventos e mídia compartilhada. Mas a Sula Miranda se encantou tanto com a proposta do TruckPad que passou a ser a embaixadora do TruckPad junto aos caminhoneiros. Ela tem nos ajudado a transmitir confiança aos interessados no uso do nosso aplicativo", comenta Carlos Mira.

Ele destaca que as participações dela nas ações do TruckPad são sempre "superpositivas" e geram muitos resultados espontâneos por parte dos admiradores da artista, o que acaba sendo também capitalizado pelo TruckPad. "Como exemplo, nas redes sociais, nossas maiores audiências são aquelas que postamos conteúdo com a Sula Miranda", assinala Mira. O TruckPad já registra 320 mil instalações do aplicativo; disponibiliza 400 mil ofertas de carga por mês e soma R\$ 1,5 bilhão de fretes oferecidos mensalmente.

A parceria foi renovada para 2016 e será ampliada com a criação de uma Web Série e outras iniciativas em conjunto com o Portal Sula Miranda.


HISTÓRIA – Nascida, ironicamente com um sério problema na laringe, em novembro de 1963, na cidade de São Paulo, Suely Brito de Miranda começou a carreira ao lado de uma amiga e de suas duas irmãs – uma delas a cantora Gretchen – com um grupo chamado "As Mirandas". Aumentou a fama no final dos anos 1970 com o conjunto "As Melindrosas", que teve vários discos gravados e chegou a vender um milhão de discos. No auge, chegou a participar de um filme, uma comédia musical chamada "É proibido beijar as Melindrosas".

Após um período de quatro anos afastada da vida artística, decidiu partir para a música sertaneja, que já era seu estilo pessoal predileto. Gravou uma fita,

elaborou um projeto visual diferenciado e saiu em busca de quem pudesse ajudá-la. Percorreu diversas gravadoras e após três anos nessa busca, encontrou uma oportunidade na gravadora 3M. Iniciou carreira solo e adotou o nome de Sula Miranda, com o lançamento de seu primeiro disco, em julho de 1986. Chegou a

fazer 25 shows por mês em eventos por todo Brasil.

Sula ficou muito conhecida também por sua predileção pela cor rosa. Excursionava pelo país para seus shows com um ônibus pintado de rosa, assim como seu carro, moto e até mesmo sua bicicleta era cor de rosa. Poucos sabem que essa cor, porém,

surgiu por acaso em sua vida. No início da carreira, Sula alugou um imóvel para instalar seu escritório e pediu a um pintor que pintasse as paredes na cor bege. Ele errou a cor e cobriu as paredes de cor de rosa. Mas o episódio fez com que essa cor passasse a fazer parte de sua vida e se tornasse marca registrada da cantora. 

Transporte Moderno – *De quem partiu a ideia de amadriñar o aplicativo TruckPad?*

Sula Miranda – Na verdade, eu procurei o Carlos Mira, pois já vinha acompanhando o crescimento do aplicativo e me interessei por tudo que irá facilitar e melhorar a vida dos caminhoneiros. Nesse contato, chegamos à conclusão que deveríamos caminhar juntos, principalmente por eu ter me apaixonado pela ideia. Temos a mesma visão em relação ao que queremos oferecer para quem está na estrada enfrentando as dificuldades do dia a dia.

TM – *A presença de Sula Miranda é uma estratégia de marketing para o aplicativo. Quando começou essa parceria e o que envolve esse trabalho da artista para reforçar a imagem do produto?*

Sula Miranda – A parceria iniciou em junho de 2015, continuaremos juntos em 2016 e espero que para sempre. O que nos une é a vontade de fazer cada vez melhor para quem vive na estrada, facilitar as coisas com credibilidade, segurança e tecnologia. Aproximamos o caminhoneiro do mundo digital, proporcionando para ele uma nova visão. Com isso, abrimos muitas possibilidades para ele crescer no seu negócio.

TM – *Como tem sido a repercussão da união entre Sula Miranda e o TruckPad?*

Sula Miranda – A melhor possível. Conseguimos de fato unir pensamento, força e usar minha história de vida e credibilidade junto aos caminhoneiros para poder apresentar esta inovação.

TM – *E que resultados imediatos já podem ser sentidos?*

Sula Miranda – Com certeza um aumento no número de usuários do aplicativo

TM – *Você tinha um ônibus cor de rosa que ficou famoso e virou uma de suas marcas registradas, você ainda o tem?*

Sula Miranda – O ônibus foi um sonho de carreira realizado, da melhor forma possível. Unimos grandes empresas como a Volvo, Marcopolo e Homecar e fizemos um produto único até hoje. Não conheci ainda no Brasil ninguém que tenha repetido o feito com tanto esmero nos detalhes.

TM – *E o que foi feito dele?*

Sula Miranda – Estes dias descobri onde anda e quem é o novo proprietário. Fiquei muito feliz. Está reformado e lindo, mantendo as características originais da suíte. Até brinquei com o novo dono que o quero de volta. Hoje está configurado com 12 poltronas leito, uma super suíte Vip com camarim, chuveiro, bar, TV e DVD.

TM – *Que veículo(s) você tem atualmente? Como se desloca até os shows?*

Sula Miranda – Hoje não tenho nenhum veículo. Tenho exercido a cidadania e usado todos os meios de transporte, ônibus, taxi, metrô. Para eventos e shows sempre os contratantes enviam um veículo e no meu dia a dia resolvi ser mais prática e descansar por um tempo do volante. Mas já está nos meus planos de 2016, ano em que comemoro 30 anos de carreira, fazer

uma nova frota cor de rosa.

TM – *O TruckPad é um exemplo, mas você desenvolve várias outras ações de ajuda aos motoristas, o que mais a rainha dos caminhoneiros tem feito para esses profissionais?*

Sula Miranda – Venho trabalhando incansavelmente há mais de três anos pela construção do Pacam (ponto de apoio aos caminhoneiros). É um projeto com estrutura de primeiro mundo para ser construído em vários pontos do país para dar segurança, conforto e qualidade de vida ao caminhoneiro. Também atuo em campanhas institucionais, quando convidada, para conscientização nas estradas, saúde, trânsito, entre outras.

TM – *Como está sua vida artística atualmente, o que tem feito e com que frequência faz seus shows?*

Sula Miranda – Tenho, de fato, muitas atividades no dia a dia, estou divulgando meu 18º CD "Inabalável". Para isso, vou a diversos programas de TV, em várias emissoras. Também estou trabalhando nos bastidores para produzir o DVD comemorativo dos 30 anos de estrada, com um grande musical encenado por atores, cantores e bailarinos. Em meio a tudo isso, sou contratada para fazer shows, cada hora num canto do país.

Além disso, tenho meu portal www.sulamiranda.com.br, onde mantenho informações 24 horas por dia em várias frentes de assuntos como moda, beleza, gastronomia, decoração para meu público em geral e em especial para os caminhoneiros.

Venda de caminhões acumula queda de 35,5% no primeiro bimestre

Os modelos médios apresentaram a maior retração nas vendas, de 47,1% no período, e vendeu 704 veículos, enquanto os pesados tiveram uma diminuição de 13% com o emplacamento de 2.573 veículos até fevereiro

■ SONIA MOARES



DIANTE DE UM CENÁRIO POLÍTICO ainda turbulento e sem qualquer perspectiva de retomada do crescimento econômico no país, a indústria de caminhões continua enfrentando um dos piores resultados de toda a sua história e acumula nos meses de janeiro e fevereiro uma queda de 35,5% nas vendas com o emplacamento de 8.268 veículos, ante 12.815 unidades licenciadas no mesmo período de 2015.

A queda mais expressiva, de 47,1%, foi registrada na categoria de caminhões médios, com o emplacamento de 704 veículos no primeiro bimestre, ante 1.331 unidades comercializadas no mesmo período do ano passado. Já os caminhões pesados, que vinham registrando a maior retração de todo o setor, diminuíram as vendas em 13% no primeiro bimestre e emplacou 2.573 veículos, ante 2.957 unidades emplacadas no mesmo período do ano passado.

O segmento de semipesados vendeu 2.335 veículos, volume 45,9% menor em comparação ao ano anterior, que emplacou 4.315 unidades no acumulado de janeiro e fevereiro. Os modelos leves reduziram as vendas em 40,4% no período, de 3.591 unidades para 2.140 unidades.

No acumulado de janeiro a fevereiro a Mercedes-Benz assumiu a liderança no mercado de caminhões com a venda de 2.389 veículos, uma queda de 19,4% em

comparação ao mesmo período de 2015.

A MAN, segunda colocada no setor, comercializou 2.358 caminhões, registrando uma retração de 37,6%. A Ford, terceira no ranking de vendas, emplacou no primeiro bimestre 1.198 veículos, 51% abaixo das 2.445 unidades vendidas no mesmo período de 2015.

A Volvo registrou no período a venda de 1.064 caminhões, volume 21,8% inferior às 1.360 unidades que foram licenciadas nos dois meses do ano passado.

A Scania teve uma retração de 38,1% no período com a venda de 561 caminhões, ante 907 unidades emplacadas em janeiro e fevereiro de 2015. A Iveco teve uma redução de 40,4% nas suas vendas e comercializou 437 veículos. No mesmo período do ano passado o volume vendido foi de 733 unidades. A DAF vendeu no primeiro bimestre 83 veículos, a Agrale, 40, a International, cinco modelos, e a Caoa Hyundai, duas unidades, segundo a Anfavea.

Para Luiz Moan, presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea), a conjunção de muitos fatores continua impactando fortemente o mercado. "O período de começo de ano é tradicionalmente menor do que o restante, em razão de feriados como o Carnaval, ou no caso da produção, com concessão de férias coletivas e paradas estratégicas. Contudo, a crise política segue comprometendo a economia ao reduzir a confiança, os investimentos e o mercado. Quando uma crise duradoura como essa acontece, seus efeitos são severos", destaca Moan.

EXPORTAÇÃO – No mercado externo as vendas de caminhões reduziram 3,1% no primeiro bimestre de 2016 com o embarque de 2,5 mil caminhões (842 unidades em janeiro e 1.675 unidades em fevereiro), comparados com 2.597 veículos exportados no mesmo período do ano passado.

De toda exportação de caminhões até fevereiro, 908 unidades foram de modelos pesados, o que representou um crescimento de 17,3% em comparação ao primeiro bimestre de 2015, quando foram embarcados 774 veículos.

O presidente da Anfavea afirma que as montadoras estão trabalhando intensamente para aumentar a quantidade de veículos exportados e tentando melhorar o mix de exportação. No final do ano passado, as exportações de caminhões para o continente africano havia aumentado em 47% e para o Chile em 30%.

Segundo estudo divulgado pela Anfavea, o setor de autoveículos é capaz de produzir anualmente 5,05 milhões de unidades. Ao levar em consideração a previsão da própria entidade de produção em 2016 de 2,44 milhões, a capacidade ociosa do ano seria de 52%.

O segmento de veículos pesados apresentou a maior ociosidade entre todos os setores analisados. As fábricas deste segmento podem produzir 422 mil unidades, porém devem produzir este ano 107,8 mil caminhões e ônibus, o que mostra que estão com 74% da capacidade inutilizada.

O futuro já chegou

Venha debater estrategicamente o status do uso de tecnologia da informação, instrumento fundamental para alcançar a Inovação, nas frotas de todos os tipos de veículos e os impactos dessa tecnologia na cadeia de negócios.



Frotas conectadas

18 e 19
maio
2016



EVENTO ▶ Durante os dias 18 e 19 de maio, no espaço Oxigênio Aceleradora, será realizada a primeira edição de "Frotas Conectadas", uma iniciativa que tem como objetivo reunir EXECUTIVOS E ESPECIALISTAS DA INDÚSTRIA AUTOMOBILÍSTICA, DOS SETORES DE LOGÍSTICA E TRANSPORTES E DE EMPRESAS DE TECNOLOGIA (Internet, TI, Telecom, Telematics) para debater novas formas de negócios.

FORMATO ▶ O evento envolve a apresentação de casos reais, dados e informações em painéis temáticos, além de permitir espaço qualificado de network. Realizado através de debates e apresentações técnicas, o evento reunirá cerca de 20 palestras e mesas redondas, com especialistas e executivos da área.

PÚBLICO ▶ Executivos e especialistas de alto nível da indústria automobilística | Logística e Transporte | Profissionais e desenvolvedores de tecnologia

- LISTA TEMÁTICA** ▶
- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 01 Mercado de Frotas Conectadas: Brasil e mundo 02 Telemática e principais tecnologias e dispositivos embarcados nas frotas 03 Gestão de frotas e roteirização no Brasil 04 Casos de sucesso de frota conectada Brasil/externo 05 Veículos autônomos: tecnologias, desafios e potencial de mudança 06 Trucks e outros veículos autônomos 07 M&A (fusões e aquisições) recente e impactos na indústria 08 VC (Venture Capital) e capital de risco para o segmento no país | <ul style="list-style-type: none"> 09 Grandes empresas e inovação com startups no segmento 10 IoT / IoTT – Desafios para esse tipo de inovação no Brasil 11 Uber for Trucks / Uber for Fleets 12 Novos modelos de negócios e monetização 13 Big data e analytics aplicados a frotas 14 Desafios regulatórios e ótica pública 15 Smart Cities e a infraestrutura para conectividade 16 Frotas Conectadas de ônibus no Brasil 17 Impacto e desafios para operadoras de Telecom 18 Transformação dos seguros a partir das frotas conectadas |
|---|--|

Mais informações: OTM Editora - telefone 11-5096.8104 ou pelo e-mail mariapenha@otmeditora.com.br

Realização:



Patrocínio e apoio:



Curadoria e suporte técnico:



Organização:





TRUCKPAD

O Aplicativo que Conecta o Caminhoneiro à Carga

Precisa contratar Carreiros 'terceiros' para sua operação?

Localize no mapa e contrate "online" caminhoneiros autônomos pelo **TruckPad**



MAIS DE 350.000
Caminhoneiros já usam nosso aplicativo, todos os dias!

VEJA COMO É FÁCIL:

Adicione suas Cargas

Entre no site www.TruckPad.com.br, faça seu cadastro e adicione sua carga. Acesse imediatamente os caminhoneiros mais próximos do ponto de embarque

Encontre caminhoneiros

Encontre no mapa caminhoneiros disponíveis e saiba quais motoristas podem fazer o transporte para você

Faça contato direto com os caminhoneiros

Entre em contato direto com os caminhoneiros por telefone ou por mensagem, ainda acesse a ficha cadastral do motorista

Gerencie seus fretes

Gerencie seus envios em um único lugar e aumente sua produtividade operacional

Acompanhe a viagem

Visualize a posição do motorista contratado ao longo da rota até a entrega final da mercadoria, no destino

Acesse os melhores caminhoneiros autônomos com o TruckPad!

Você pode monitorar e acompanhar seus motoristas Favoritos



AGILIDADE E RAPIDEZ



SEGURANÇA



ECONOMIA



COMPARTILHAMENTO DE LOCALIZAÇÃO

Para saber mais, fale com a gente

contato@truckpad.com.br



(11) 99891-1122



/TruckPad

Oferecimento

Caminhões e Ônibus

