# FROTA 10 to anos to an

Ano X Número 71 Março -2004 www.frotacia.com.br R\$ 8,50

# **Transporte urbano**

Incentivos reacendem interesse pelo gás

# Objeto do desejo

O mais cobiçado troféu da indústria brasileira de veículos comerciais ganha importância ainda maior, ao agregar os chassis de ônibus no ranking da premiação

















Parabéns, Agrale, DaimlerChrysler, Fiat, Ford e Volkswagen, pelo Prêmio Lótus recebido. Mas parabéns, principalmente, pela seriedade do trabalho realizado. Pela tecnologia no desenvolvimento, pela competitividade de mercado e pelo respeito ao consumidor. A Eaton sente-se orgulhosa de patrocinar este prêmio. Ainda há muito trabalho pela frente e muitos prêmios a conquistar. Hoje e sempre, podem contar com a Eaton.







Eaton - Transmissões e Embreagens





# Igual um guia de compras



elo décimo ano consecutivo FROTA&Cia homenageia as marcas e modelos de veículos comerciais mais vendidos no país. através do Prêmio Lótus. Mais do que uma simples eleição, o Prêmio Lótus reflete as preferências dos compradores brasileiros de forma inquestionável, pelo fato de estar baseado tão somente nos números de vendas ao mercado interno. fornecidos pelos próprios fabricantes de veículos através da Anfavea. Não sem razão, o Prêmio Lótus vem se consagrando, ao longo dos anos. como o mais respeitado ranking da indústria brasileira de veículos comerciais, reconhecido até mesmo pelos fabricantes. Sem contar os empresários ligados ao segmento do transporte rodoviário, leitores de FROTA&Cia, para os quais a premiação cumpre um importante papel. Qual seja, o de servir de balizador do mercado, um guia de compras para auxiliar no processo de decisão, quando da renovação da frota das empresas. Para continuar correspondendo à confiança do mercado, o Prêmio

Lótus está sempre se renovando. Por

isso, a partir dessa edição, o levantamento passa a incorporar para fins de premiação, os números de vendas relativos aos chassis de ônibus utilizados no transporte de passageiros, comercializados no mercado brasileiro. Agora organizados e segmentados em quatro categorias distintas: vans, leves, urbanos e rodoviários. Da mesma forma, o ranking passa a incluir o desempenho de cada fabricante, para fins de atribuição da liderança em cada segmento do mercado. Por fim, para coroar esse trabalho. a Editora Valdir dos Santos entrevistou dezenas de frotistas. fabricantes e revendedores, na tentativa de entender as razões da preferência pelas marcas e modelos dos veículos ganhadores. O resultado de todo esse esforço você poderá conferir nas páginas seguintes. Ou a qualquer hora do ano, no momento em que necessitar.

> José Augusto Ferraz Publisher



# DIRETORIA

**Diretores** José Augusto Ferraz Solange Sebrian

#### REDAÇÃO

Publisher e Jornalista Responsável José Augusto Ferraz – (MTB 12.035) joseferraz@frotacia.com.br

#### Editora

Valdir dos Santos valdir@frotacia.com.br **Colaborador** Eliane Cunha (fotos)

# ARTE

Fábio Bortoloto (MTB 31.295) fabio@frotacia.com.br

#### COMERCIAL

Diretora Solange Sebrian solange@frotacia.com.br Executiva de Contas

Arlete Lamounier arlete@frotacia.com.br CIRCULAÇÃO Gerente

José Carlos da Silva josecarlos@frotacia.com.br

ADMINISTRAÇÃO Gerente - Edna Amorim edna@frotacia.com.br

Assinaturas e Alterações de Dados Cadastrais

Serviço de Atendimento ao Assinante Fone/Fax (0\*\*11) 3864-9008 E-mail: circulação@frotacia.com.br

ASSINATURA ANUAL - R\$ 102,00 (12 edições) Preço do Exemplar Avulso: R\$ 8,50

#### REDAÇÃO, PUBLICIDADE, CIRCULAÇÃO E ADMINISTRAÇÃO

Rua Ministro Godói, 507 (Água Branca) 05015-000 — São Paulo — SP — Brasil Fone/Fax (0\*\*11) 3864-9008 Home page: www.frotacia.com.br

WWW.economiaetransporte.com.br FR0TA&Cia é uma publicação mensal, de circulação nacional e controlada, enviada a empresários e executivos em cargo de direção, de empresas de transportes de cargas e passageiros. Circula também junto a embarcadores de cargas, compradores de serviços de transportes, frotistas em geral e fornecedores

de produtos e serviços de transportes. Direitos autorais reservados. É proibida a reprodução total ou parcial de textos e ilustrações integrantes da edição impressa ou virtual, sem a prévia autorização dos editores. Matérias editoriais pagas não são aceitas e textos editoriais não tem qualquer vinculação com material publicitário. Conceitos expressos em artigos assinados e opiniões de entrevistados não são necessariamente os mesmos de FROTARCía

Editoração eletrônica - Editora Frota
Tratamento de imagens e fotolitos - Fênix
Impressão - SRG
Laboratório fotográfico - PH Color
Tiragem - 13.000 exemplares
Filiada ao Instituto Verificador de Circulação 11/2
Circulação - Abril/2004

Dispensada de emissão de documentos fiscais conforme Regime Especial Processo SF-04-908092/2002



## Conjuntura

Fabricantes fazem um balanço do mercado brasileiro de caminhões no ano passado e revelam suas expectativas para 2004

20

26

30

32

36

40

## **Tributos**

Especialistas
indicam caminhos
para amenizar os
efeitos da
elevação da
Cofins no caixa
das empresas



## DaimlerChrysler

A marca Mercedes-Benz continua à frente do mercado brasileiro e agrega cinco novos Prêmio Lótus a sua coleção de troféus

## Volkswagen

O Titan Tractor 18.310 desbanca marcas e modelos tradicionais e sobe pela primeira vez ao pódio dos pesados

#### Ford

O F-350 sustenta as vendas da Ford no segmento dos semileves e conquista dois troféus para a marca

## Fiat

Fiorino e Ducato consolidam liderança da fábrica mineira no segmento de furgões leves e grandes

#### Mercado

As vendas de caminhões pesados voltam a ganhar impulso, alavancadas pela expansão do agronegócio

## **Especialidades**

O transporte de cargas de lotação cresce na esteira da globalização e da descentralização industrial

# Suplemento Ônibus

#### 52 Conjuntura

Fabricantes de chassis e empresários de ônibus convivem com a oferta dos motores eletrônicos

#### 56 Mercado

O Prêmio Lótus passa a contemplar as marcas e modelos de chassis de ônibus mais vendidos no país



#### 62 Transporte urbano

A substituição dos ônibus urbanos por modelos movidos a gás desperta o interesse dos frotistas



66

#### 64 Transporte urbano

A Volkswagen apresenta sua linha 2004, com oito modelos de chassis com motores eletrônicos

Panorama

| Secões | Transporte On line | 06 |
|--------|--------------------|----|
|        | Ponto a ponto      | 50 |





O mercado votou e elegeu os vencedores do Prêmio Lótus - O Top do Transporte. A MWM parabeniza a Agrale e a Volkswagen pela conquista e tem muito orgulho de equipar estes vencedores. Todos eles contam com a força e a confiabilidade, características dos motores MWM, para vencerem em suas categorias. **CONTE SEMPRE COM A FORÇA DE UM MWM!** 







# Padronização visual

Desde março, os caminhões Mercedes-Benz estão sendo vendidos com faixas adesivas nas cabines e com acabamento interno padrão Accelo em atendimento a sugestões de clientes. Novos logotipos identificam aplicação e acessórios. "O novo visual realça a modernidade na parte externa e torna o interior da cabine mais agradável e aconchegante", diz Tânia Silvestri, diretora de Marketing.



# Sem discussão

Common-rail ou bomba unitária? Para Ronaldo Reimer, vice-presidente da Divisão Diesel da Bosch, fornecedora das duas tecnologias de injeção eletrônica de motores diesel, ambas atenderão às exigências do Conama V. "O common rail funciona melhor nos engenhos de menor volume, enquanto o outro nos de maior cilindrada", disse Reimer durante a comemoração dos 50 anos da Bosch no Brasil. A bomba unitária já é fabricada no Brasil, enquanto a common rail continuará sendo importada.

# ANTT cria novo registro

Antes que o Congresso aprove o projeto de regulamentação do transporte rodoviário de cargas, a Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT) decidiu cadastrar todos os operadores do serviço. A Resolução 437, de 16 de março cria o Registro Nacional de Transportadores Rodoviários de Carga (RNTRC), para empresas, autônomos e cooperativas. Para Flávio Benatti, presidente da Fetcesp, o cadastro é importante para impedir aventureiros na atividade. As inscrições começam em 16 de junho e podem ser feitas na ANTT, nas agências credenciadas e via correio.

# Projeto cômico

O presidente do Setcesp, Urubatan Helou traduziu de forma sintética o pensamento dos transportadores de cargas com relação ao Modercarga. "É um projeto cômico", comentou o empresário, "um arremedo de programa de renovação de frota", completou.







2002



2003



2004

Três títulos pesam muito na hora de escolher um caminhão, mas para o F-350 não pesam nada.

F-350. Eleito pelos consumidores o melhor caminhão semileve do ano pela terceira vez consecutiva.

Ford. Eleita a marca do ano em caminhões semileves pela segunda vez consecutiva.



2005





# Volvo cresce em exportações

A Volvo exportou 1.500 caminhões e 400 ônibus no ano passado mais 2.900 cabines para a Suécia, o que contribuiu para o faturamento de R\$ 1,73 bilhão em 2003, 40% mais do que em 2002, pois vendas internas aumentaram só 2%. Tommy Svensson, presidente da empresa, disse que investirá este ano R\$ 25 milhões de um total de R\$100 milhões em 3 anos. No ano passado, foram aplicados recursos no lançamento da série VM e na nova linha de pesados.



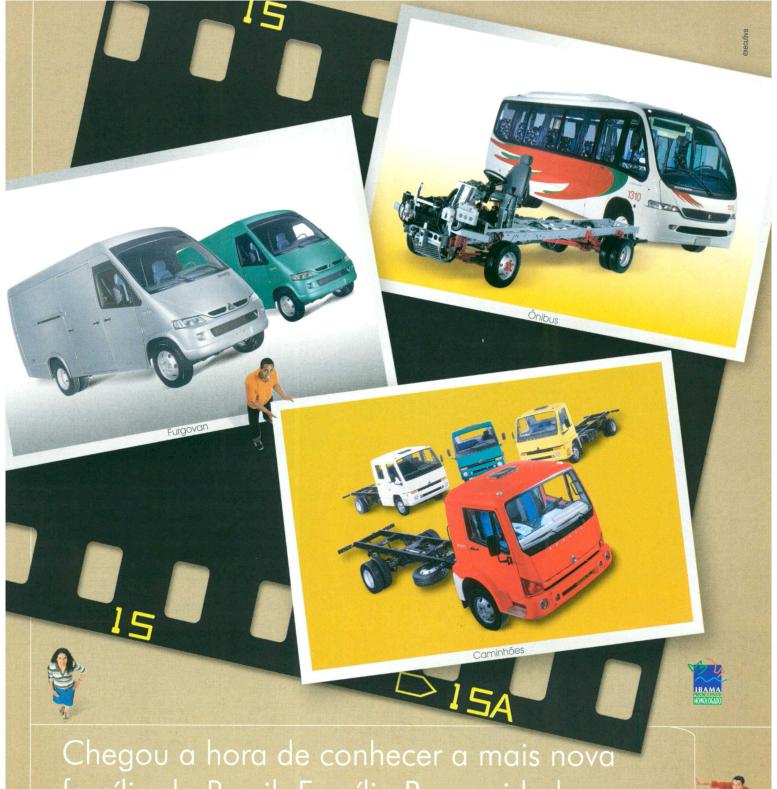
# Guerra de números

A Volkswagen comemorou a liderança no mercado de caminhões de 7 a 45 toneladas nas vendas a varejo em 2003, divulgando a diferença de apenas um caminhão em relação aos números divulgadas divulgados pela DaimlerChrysler, só que relativos às vendas no atacado: 21.006 contra 21.005. Incomodada, a fábrica da estrela foi aos Detrans e levantou o total de caminhões emplacados em 2003 desde semileves até extrapesados e apurou exatas 20.640 unidades. O esforço lhe garantiu a liderança com 31,1% de participação e a Volkswagen com 30,1%, por conta do emplacamento de 19.980 veículos.

# Curva ascendente

Com crescimento de 28%, o faturamento da Cummins Latin America ultrapassou a inédita marca de um bilhão de reais e o aumento em 34% nas vendas de 42 mil de motores. Para este ano, a empresa prevê chegar a 49 mil. A Cummins está investindo R\$ 25 milhões em 2003, para ampliar a capacidade instalada, desenvolver novos produtos e contratar mais 50 empregados A previsão da empresa é aumentar em 12% o faturamento em 2004.





família do Brasil: Família Prosperidade.

Novos Caminhões, Furgovans e Ônibus. Essa é a Família Prosperidade Agrale, uma família de veículos que alia a mais alta tecnologia e qualidade, assegurando maior economia e produtividade. Caminhões com grande capacidade de carga, Chassis especialmente desenvolvidos para fabricar Ônibus, e Furgões robustos e ágeis no trânsito urbano. A Agrale tem sempre uma solução inteligente que facilita e auxilia o desenvolvimento de todos os negócios de transportes. Adquira um veículo Agrale e entre para a Família Prosperidade.

Agrale. Uma família de veículos para o seu negócio prosperar.



www.agrale.com.br



# Questão de preço...

Para Gilson Mansur, diretor Adjunto de Vendas de Veículos Comerciais da DaimlerChrysler, o fenômeno de vendas chamado Volkswagen 18.310 se explica pelo preço praticado, R\$ 120 mil – que em alguns casos se equipara ao preço de um semipesado - contra R\$ 190 mil ou mais de um extrapesado. Esse preço atende ao aperto do valor do frete e a compra compensa para operações com carga inferior a 30 toneladas tipo bate-volta em médias distâncias. "Acima disso, o veículo não dá a velocidade esperada e se o motorista começar a forçar, vem a quebra", alfineta o diretor.

# ... ou de opção?

Em resposta ao colega da indústria, Antonio Dadalti, diretor da Volkswagen, diz que as empresas não vão deixar de comprar os extrapesados, mas, sim, de sub-utilizá-los. Por isso vão continuar optando pelo Titan da VW.



Tortuga, a linha de Câmaras de Ar mais diferenciada do mercado.





# Apoio consolidado

Transportadores que operam em São Paulo querem aproveitar o momento político, de proximidade das eleições municipais, para condicionar seu apoio à reeleição da prefeita Marta Suplicy a duas exigências básicas. Primeiro, a liberação dos caminhões para circularem em dias de rodízio de veículos. E, segundo, o fim das limitações de comprimento impostas aos veículos de carga, que impedem o seu triansito pelas ruas do centro da cidade.



# Rastreador Volvo Link

A Volvo começa a oferecer neste semestre seu sistema de rastreamento via satélite com troca de informações entre o motorista e a empresa pela internet. O produto dispensa uso de teclado e display e pode ser manipulado pelo motorista enquanto dirige, afirma André Carvalho, coordenador de telemática. Christiano Blume, gerente do projeto, diz que o sistema pode ser estendido a frotas mistas e incluído no financiamento de compra do caminhão.

# Brasspress retorna ao aéreo



A transportadora Braspress lançou o serviço Aeropress extensivo às suas 60 filiais na forma de operação rodoaérea, que não exige intervenção de agente de carga aérea. O diretor Urubatan Helou, diz que esta é a segunda vez que a Braspress ingressa nesse segmento. "Decidimos retornar para oferecer a opção a nossos clientes e incrementar os negócios", acrescentou.

Não é qualquer veículo que agüenta carregar tanta responsabilidade.

Fiorino, 11 vezes eleito o Furgão Leve do Ano, e Ducato, 3 vezes eleito o Furgão do Ano.





Outra vez a Fiat foi a grande vencedora do Prêmio Lótus, o mais importante para veículos comerciais.

O Fiorino Furgão foi eleito o Furgão Leve do Ano.

O Ducato Furgão foi eleito o Furgão do Ano e a

Ducato Van foi eleita a Van do Ano. Nada mais do que
o esperado: os mais vendidos são os mais premiados.

Ducato e Fiorino. Vencedores do Prêmio Lótus.

way first com by

Fotos meramente ilustrativas, com alguns itens opcionais





# Aqui tem mais confiança. Aqui tem Mercedes-Benz.

Mercedes-Benz, ganhadora do Prêmio Lótus 2004 em 10 categorias.



Prêmio Lótus Caminhão do Ano Mercedes-Benz L-1620: o mais vendido em 2003

Prêmio Lótus Chassi do Ano Mercedes-Benz OF-1721: o mais vendido em 2003

Prêmio Lótus Caminhão Leve do Ano Mercedes-Benz 710 Prêmio Lótus Caminhão Semipesado do Ano Mercedes-Benz L-1620

Prêmio Lótus Chassi Urbano do Ano Mercedes-Benz OF-1721

Prêmio Lótus Chassi Rodoviário do Ano Mercedes-Benz 0-400 RSD Prêmio Lótus Marca do Ano em Caminhões Semipesados

Prêmio Lótus Marca do Ano em Caminhões Pesados

Prêmio Lótus Marca do Ano em Chassis Urbanos

Prêmio Lótus Marca do Ano em Chassis Rodoviários

► A Mercedes-Benz agradece aos seus clientes pela confiança depositada na marca. Graças a essa parceria de sucesso nossos veículos ganharam tantos prêmios.

lacktriangle Você também pode ser um proprietário

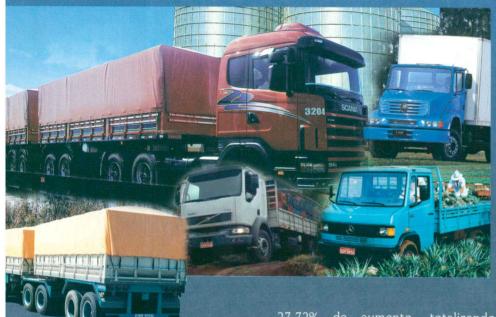
satisfeito. Acesse www.mercedes-benz.com.br ou ligue para **0800 90 90 90** e saiba tudo sobre a mais completa e premiada linha de veículos comerciais.

► A gente espera sua ligação.



# Em compasso de espera

Enquanto as vendas de caminhões pesados e semipesados crescem no embalo do agronegócio, os leves e médios de carga derrapam à espera do espetáculo do crescimento



mercado brasileiro de caminhões de 3,5 toneladas acima encerrou o ano de 2003 com 68.102 unidades comercializadas no atacado – incluindo os produtos trazidos da Argentina -, representando um aumento de 4,28% sobre o ano passado, quando foram contabilizadas exatas 65.308 unidades. Apenas os furgões apresentaram crescimento negativo. Do total de 16.608 unidades vendidas em 2002, a demanda caiu para 15.387 unidades, ou 7,35% a menos

O crescimento maior foi apurado ocorreu no segmento de pesados, com

27,72% de aumento, totalizando 17.838 unidades. Em segundo lugar aparecem os semipesados que alcançaram 18.240 veículos, representando um crescimento de 18,03% sobre o ano anterior. Todos os demais segmentos — semileves, leves e médios — registraram decréscimo nas vendas.

O aumento da demanda por caminhões semipesados e pesados, entre outros fatores, se explica pela evolução do agronegócio em 6,24%, segundo a CNA – Confederação Nacional da Agricultura, e pela expansão das fronteiras agrícolas cada vez mais distantes dos portos para onde escoam cerca de 80% da produção (ver matéria na pág.36).

A marca de melhor desempenho no ano passado foi a Scania, que vendeu 27,57% mais caminhões do que em 2002 (4.127 ante 3.235), depois de ter sofrido queda de 40,4% no ano anterior em comparação com 2001, quando vendeu 5.428 veículos de carga. Sua participação no mercado total evoluiu de 4,95% em 2002 para 6,06%.

Em seguida vem a Agrale, cujas vendas aumentaram 20,55% (657 unidades sobre 545), dando prosseguimento a uma ascensão iniciada em 2000, quando a marca totalizou 343 caminhões vendidos, 51,31% mais que em 1999. Sua participação de mercado brasileiro, no entanto, continua inferior a 1%.

Uma diferença de apenas 253 veículos vendidos no atacado – excluídas as vendas da Sprinter - garantiu a liderança histórica do mercado brasileiro de comerciais de carga para a DaimlerChrysler. A fábrica da estrela de três pontas contabilizou vendas de exatos 21.005 caminhões contra 20.752 da segunda colocada, a Volkswagen. Ou, 22.179 unidades, se acrescentadas os 1.174 furgões e vans internados da Argentina no mercado brasileiro.

Em que pese a proximidade da rival, a DaimlerChrysler está certa que manterá sua posição este ano porque construiu sua base para o futuro, afirma



Gilson Mansur: confiante na experiência acumulada com os motores eletrônicos

Gilson Mansur, seu diretor Adjunto de Vendas de Veículos Comerciais. Graças ao lançamento dos modelos eletrônicos desde 1998, que já representam 50% das vendas da marca, a passagem para Euro 3 é só questão de regulagem, acrescentou.

A preocupação da DaimlerChrysler agora é reduzir os custos dos eletrônicos. Para isso trouxe de volta à produção interna uma série de componentes que haviam sido terceirizados para se livrar dos custos financeiros da compra; e as peças importadas têm a contrapartida da exportação de componentes, diz ele, numa alusão à Volkswagen, que monta caminhões com a maioria de componentes de terceiros.

Antonio Dadalti, diretor de Vendas e Marketing da Volkswagen Veículos Comerciais disse que as vendas da marca devem continuar crescendo e que no varejo ultrapassou as vendas da Mercedes-Benz em caminhões de 7 toneladas para cima. Quanto aos eletrônicos, a VW já colocou cinco modelos no mercado (8.150, 13.170, 15.170, 17.250 e 23.250), que representam 70% das vendas do total de quinze modelos. Dadalti espera chegar ao final deste ano com 10 e 15% da produção de eletrônicos "para que possamos entrar em 2005 com algum degrau".

Os eletrônicos da Volkswagen usam motores Cummins, mas, no final do ano

Os números do ano

Confira na tabela abaixo o desempenho dos principais fabricantes de veículos comerciais no mercado brasileiro em 2003

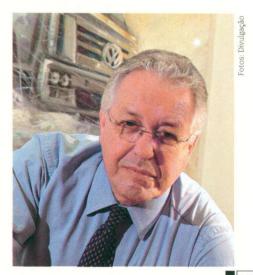
|                 | VEN    | DAS    | EVOLUÇÃO | MARKE  | T SHARE | EVOLUÇÃO |
|-----------------|--------|--------|----------|--------|---------|----------|
| FABRICANTE      | 2.002  | 2.003  | 2003     | 2002   | 2003    | 2003     |
| DaimlerChrysler | 20.026 | 22.179 | 10,75%   | 30,66% | 32,57%  | 6,21%    |
| Volkswagen      | 18.184 | 20.752 | 14,12%   | 27,84% | 30,47%  | 9,44%    |
| Ford            | 14.182 | 13.269 | -6,44%   | 21,72% | 19,48%  | -10,28%  |
| Volvo           | 4.318  | 4.713  | 9,15%    | 6,61%  | 6,92%   | 4,67%    |
| Scania          | 3.235  | 4.127  | 27,57%   | 4,95%  | 6,06%   | 22,34%   |
| lveco           | 3.517  | 1.965  | -44,13%  | 5,39%  | 2,89%   | -46,42%  |
| Agrale          | 545    | 657    | 20,55%   | 0,83%  | 0,96%   | 15,60%   |
| Fiat            | 367    | 277    | -24,52%  | 0,56%  | 0,41%   | -27,62%  |
| Peugeot Citroen | 50     | 154    | -        | 0,08%  | 0,23%   | -        |
| General Motors  | 455    | 9      | -98,02%  | 0,70%  | 0,01%   | -98,10%  |
| International   | 429    | -      | A        | 0,66%  | •       | -        |
| TOTAL           | 65.308 | 68.102 | 4,28%    |        |         |          |

começam a chegar os da MWM, que permitirão aumentar a oferta, segundo Dadalti. Já os caminhões pesados e os ônibus rodoviários só serão lançados em 2006 com motor Cummins de 8 litros, que está em desenvolvimento.

Mansur diz que a Volkswagen está crescendo na esteira do Euro II com motores mecânicos e que está instalando só agora os motores eletrônicos em cabines de 30 anos, período em que as da Mercedes-Benz passaram por três atualizações. "O preço praticado do 18.310 é de R\$ 120 mil – que em alguns casos se equipara ao de um semipesado - contra R\$ 190 mil ou mais de um extrapesado", afirma. É preço para atender ao aperto do valor do frete e a compra compensa para operações com carga inferior a 30 toneladas tipo batevolta em médias distâncias. "Acima disso, o veículo não dá a velocidade esperada e se o motorista começar a forçar, vem a quebra".

A Volvo, segunda colocada em vendas de pesados, oferece soluções de transporte com rápida amortização do investimento adicional. Carlos Pacheco, gerente de Vendas de Caminhões diz que as melhores empresas buscam mais produtividade, imagem e rentabilidade do que preço. "Quem apostar nessa escolha ganhará competitividade e terá crescimento sustentável". Pacheco acrescenta que os melhores motoristas são atraídos para as empresas que possuem veículos confortáveis e

Antonio Dadalti: reforço da linha, com a oferta dos motores MWM



lhes oferecem segurança e economia.

A Scania espera continuar crescendo em 2004, graças ao aumento da produção agropecuária. As boas vendas do final do ano e começo deste resultaram de visitas que o pessoal da marca fez no campo, a partir do final de agosto, antecipando-se à concorrência. O segundo semestre, no entanto, é uma incógnita, pois dependerá do desempenho da economia.

A Ford que registrou aumento de 85,53% na venda dos pesados, poderia ter tido um desempenho ainda melhor, segundo Flávio Padovan, diretor de Operações de Caminhões da Ford, se o Maxton estivesse disponível desde janeiro. "Tivemos só sete meses de venda, comecando entre abril e maio, mas em 2004, pretendemos vender bem mais, pois dos 130 distribuidores Ford, 65 já mantêm separadas as operações de caminhões". Além disso, a Ford está empenhada em reduzir precos de peças e melhorar a capacidade de atendimento com programa de suporte que avalia o atendimento e premia os concessionários que obtêm notas maiores, com melhores condições de operação.

A Iveco, que promete transferir da Argentina a produção de médios e pesados ao Brasil, se mostrou entusiasmada com as vendas do primeiro bimestre deste ano e espera não só recu-



|             |        |        |         | -      |        |         |
|-------------|--------|--------|---------|--------|--------|---------|
| CATEGORIA   | 2.002  | 2.003  | 2003    | 2002   | 2003   | 2003    |
| LEVES       | 19.214 | 18.298 | -4,77%  | 29,42% | 26,87% | -8,67%  |
| SEMIPESADOS | 15.454 | 18.240 | 18,03%  | 23,66% | 26,78% | 13,19%  |
| PESADOS     | 13.966 | 17.838 | 27,72%  | 21,38% | 26,19% | 22,48%  |
| MÉDIOS      | 10.493 | 8.334  | -20,58% | 16,07% | 12,24% | -23,83% |
| SEMILEVES   | 6.181  | 5.392  | -12,76% | 9,46%  | 7,92%  | -16,34% |
| TOTAL       | 65.308 | 68.102 | 4,28%   |        |        |         |

## Caem as vendas de furgões

|                       | VEN    | DAS    | EVOLUÇÃO | MARKET | SHARE  | EVOLUÇÃO |
|-----------------------|--------|--------|----------|--------|--------|----------|
| FABRICANTE            | 2.002  | 2.003  | 2003     | 2002   | 2003   | 2003     |
| Fiat                  | 11991  | 9953   | -17,00%  | 64,37% | 64,68% | 0,49%    |
| Renault               | 2.321  | 1.927  | -16,98%  | 12,46% | 12,52% | 0,52%    |
| Volkswagen            | 1359   | 1044   | -23,18%  | 7,30%  | 6,78%  | -6,99%   |
| DaimlerChrysler       | 895    | 1015   | 13,41%   | 4,80%  | 6,60%  | 37,30%   |
| Peugeot-Citroen       | 1041   | 956    | -8,17%   | 5,59%  | 6,21%  | 11,18%   |
| lveco                 | 902    | 366    | -59,42%  | 4,84%  | 2,38%  | -50,87%  |
| Agrale                | 117    | 122    | 4,27%    | 0,63%  | 0,79%  | -        |
| <b>General Motors</b> | 3      | 4      | 33,33%   | 0,02%  | 0,03%  | 61,43%   |
| TOTAL                 | 18.629 | 15.387 | -17,40%  |        |        |          |

perar o espaço perdido em 2003, como crescer mais. Carlos Vidal, gerente Nacional de Vendas, sustenta essa perspectiva não só no aumento da safra agrícola, que já despertou a procura pelo Eurotech 450E37, como na provável implantação do Modercarga e pela inauguração da nova linha de montagem de veículos médios e pesados em Sete Lagoas. A meta da empresa é vender mais de 150 caminhões pesados/mês e passar dos 8% de participação no segmento.

A Fiat que amargou queda nas vendas do Fiorino, Doblò e Ducato, está desde o ano passado buscando novos nichos de mercado fora do transporte

Flávio Padovan: empenhado em reduzir preços das peças para aumentar participação de cargas e de passageiros, que permaneceu em baixa todo o ano passado. Leonardo Pascoal Moreira da Costa, gerente de Veículos Comerciais, espera também a recuperação das vendas tradicionais, confiante na retomada dos investimentos pelos frotistas neste ano. "2003 foi um ano atípico para a marca, pois o PIB caiu e os concorrentes trouxeram novos produtos ao mercado".

Entusiasmada com o avanço de suas vendas, a Agrale está ampliando sua linha de caminhões leves, oferecendo modelos cada vez com maior capacidade de carga e aumentando o conforto dos ocupantes da cabine, que no modelo 9.2 tem espaço para escritório ou refeitório. "Com essa gama, temos todas as condições de continuar crescendo", diz Flávio Crosa, diretor de Vendas e Marketing.



# Eletrônicos Volkswagen. Caminhões tão inteligentes que têm até consciência ecológica.

- Índice de emissão de poluentes que já atende às leis que só entrarão em vigor em 2006
  - CONAMA Fase V (equivalência EURO III).
- Injeção eletrônica de última geração Common Rail.
- Cruise Control (piloto automático) de série em todos os modelos.
- Sistema eletrônico inteligente de alerta e autoproteção do motor.
- Sistema de injeção compatível e amigável com tecnologias futuras de eletrônica embarcada.



ELECTRONIC



Equipados com motores Cummins de Alta Tecnologia: INTERACT 4.0 e INTERACT 6.0

> Eletrônicos Volkswagen. Tecnologia sem complicação.



www.vwtruckbus.com.br



• VW 13.170 • VW 15.170 • VW 17.250 • VW 23.250



Volkswagen Caminhões e Ônibus: vencedora em cinco categorias do Prêmio Lótus 2004.



115 Concessionários totalmente equipados e treinados para prestar atendimento aos Caminhões Eletrônicos Volkswagen.



Assistência 24 horas nas cidades e estradas de todo o Brasil através do CHAMEVOLKS 0800 19 33 33

# Estrela iluminada

A marca Mercedes-Benz mantém a liderança do mercado brasileiro, conquista o segmento dos pesados e brilha com dois caminhões objetos de desejo, o semipesado L 1620 e o leve 710

Valdir dos Santos

pesar dos ataques e pressões, a DaimlerChrysler encerrou o ano de 2003 mantendo a liderança do mercado brasileiro de veículos comerciais. A marca contabilizou no período exatas 22.179 unidades comercializadas no atacado - incluindo as Sprinter de 3,5t acima - que representaram 32,57% do total de 68.102 veículos comerciais vendidos no país. Suas vendas aumentaram 10,75% sobre 2002, enquanto o mercado cresceu apenas 4,28%. De quebra, sua participação de mercado também evoluiu quase três pontos percentuais em comparação a 2001, ano em que a empresa teve sua

menor performance nos últimos 10 anos, 29,66%.

O bom desempenho da marca no segmento de comerciais de carga permitiu à DaimlerChrysler agregar cinco novos Prêmio Lótus a sua coleção de troféus. O L 1620 voltou a ostentar o título de "Caminhão do Ano" em função de ter sido o modelo mais vendido no país, bem como o de "Caminhão Semipesado do Ano". O modelo tomou o lugar do Mercedes-Benz 710, campeão no ano passado o qual, por sua vez, também não se fez de rogado ao conquistar o tetracampeonato na categoria "Caminhão Leve do Ano". A liderança

no segmento dos caminhões semipesados – com 44,94% de market share rendeu ainda um quarto título para a DaimlerChrysler, o de "Marca do Ano em Semipesados". Sem contar um inédito e ambicionado troféu de "Marca do Ano em Caminhões Pesados", como resultado da participação de 25,43% no segmento, numa acirrada disputa com Volvo e Scania

Campeão imbatível em sua categoria, o Mercedes-Benz L 1620 acumula treze Prêmio Lótus em sua carreira, sendo cinco como Caminhão do Ano e oito como Médio e Semipesado do Ano. Sucesso de vendas desde seu lan-



çamento, o L 1620 conquistou os clientes por ser confiável, pelo desempenho, capacidade de carga e manutenção barata, tendo se tornado o preferido dos autônomos e das pequenas empresas, na opinião de Marcelo Assunção, diretor comercial da Sadive, uma das maiores concessionárias Mercedes-Benz.

Some-se a isso a tradição da marca em resistência e durabilidade, o baixo consumo de combustível, manutenção rápida e fácil, disponibilidade de peças de reposição, preço competitivo e adequação à realidade do transporte brasileiro, argumenta Gilson Mansur, diretor Adjunto de Vendas de Veículos Comerciais da DaimlerChrysler.

O L 1620 acumulou vendas de 6.030 unidades em 2003, 25% mais do que em 2002, quando foram vendidos 4.823, tendo conquistado 34% do segmento de semipesados. Um dos fatores desse crescimento é a agricultura, onde funciona como veículo de apoio, afirma Mansur.

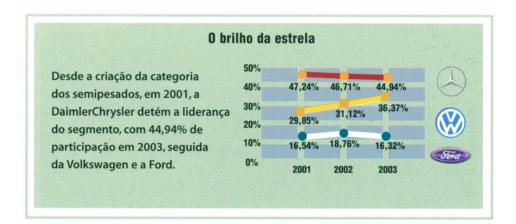
Oferecido nas versões 4x2 com 15.5 t de PBT e 6x2, 22 t de PBT, o L 1620 é mais vendido na versão de três eixos para funções rodoviárias no transporte de produtos industriais, hortifrutigranjeiros, cereais ensacados, cargas líquidas a granel e engarrafadas. "Seu sucesso decorre muito mais em função de seu custo-benefício e valor de revenda do que pelo custo de aquisição", diz Assunção. "Por isso vende mais do que os concorrentes, que são mais baratos, mas na ponta do lápis, saem mais caros", completa. É um dos modelos mais procurados na rede de concessionários, assegura Assunção.

Transportadores e frotistas ouvidos por **FROTA&Cia** atestaram as virtudes do modelo. Caso, por exemplo, de expressiva maio-

#### Carga cobicada

Os caminhões Mercedes-Benz L 1620 e 710 fazem parte do seleto grupo de modelos que ostentam o cobiçado título de "Caminhão do Ano", atribuído pelo Prêmio Lótus aos veículos comerciais mais vendidos no país, entre todas as categorias de peso. Desde o seu lançamento, os dois modelos acumulam um total de 73.092 unidades comercializadas no mercado





#### Dança de posições

Pela segunda vez, em nove anos, a marca Mercedes-Benz assume a liderança do segmento de caminhões pesados no Brasil, com 25,43% de participação.

Acompanhe no quadro abaixo a dança de posições, nos últimos três anos, na disputa pelo primeiro lugar no ranking.

| FABRICANTE    | 2001   | 2002   | 2003   |  |
|---------------|--------|--------|--------|--|
| Mercedes-Benz | 22,59% | 23,29% | 25,43% |  |
| Volvo         | 28,37% | 30,92% | 24,62% |  |
| Scania        | 35,25% | 22,95% | 23,02% | Y The state of the |
| Volkswagen    | 3,16%  | 10,60% | 17,14% | 18   |
| Ford          | 3,97%  | 4,90%  | 7,11%  |  |
| Iveco         | 4,33%  | 6,14%  | 2,67%  | STEN I   |
| International | 2,33%  | 1,20%  | _      |  |

ria dos membros da Cooperativa de Transporte de Produtos Químicos, de Mauá (SP), que elegeu o L 1620 como veículo preferencial: dos cem caminhões dos cooperados, setenta são desse modelo e os demais são pesados. Nelson Daloya, administrador da cooperativa, diz que a preferência se deve ao baixo custo operacional, alto valor de revenda e pouca manutenção. "Os motoristas gostam tanto do L 1620, que quase todo mês tem caminhão novo chegando na cooperativa; temos desde zero-km e até seis anos de uso".

Os caminhões são equipados com tanques e fazem médias e longas distâncias. A cooperativa, segundo Daloya, mantém boa parceria com a fábrica e a revenda, o que facilita a troca dos caminhões, o atendimento em pósvenda e o intercâmbio de informações. "Várias sugestões foram aplicadas e todas as melhorias nós aprovamos; os motoristas se queixam apenas da cabine apertada quando tem que fazer uma viagem mais longa e não dá para dormir na boléia".

Outro frotista que elogia o "Caminhão do Ano" é Dario Gonçalves Rocha, diretor da Rocha Pan, distribuidora de insumos para padarias em São Paulo e Minas Gerais. Na frota de 18 caminhões mantém um L1620, que é substituído a cada dois anos. A empresa chega a sobrecarregar o veículo com sacaria e o caminhão trucado chega no prazo fazendo economia de combustível, garante Rocha. "Este modelo com terceiro eixo não precisa mudar nada, desde 1997 troco pelo mesmo modelo e consigo vender pelo mesmo preço que comprei". Na compra do novo, sempre tenho que pagar uma boa diferença porque o preço aumenta muito no intervalo de dois anos, acrescenta.

Líder pela quarta vez na categoria dos leves, de PBT entre 6 e 10t, o Mercedes-Benz 710 contabilizou 4.639 unidades vendidas em 2003, representan-



Mercedes-Benz L 1620 da Cooperativa de Mauá: dos 100 caminhões de associados 70 são do modelo

## Cabine dupla nos planos



Lançado em 1996 como sucessor do Mercedes-Benz 1618, o L 1620 ganhou terceiro eixo de fábrica e atende as normas de emissões até 2005. Equipado com motor OM 366 LA, turbocooler, com potência de 211 cavalos a 2.600 rpm e torque de 67 mkgf, esse modelo já tem sua versão eletrônica, o L 1622, que ficará no lugar do L 1620 quando entrar em vigor o Conama Fase 5.

Gilson Mansur diz que na medida do possível, atende às sugestões dos clientes e que a cabine leito está nos planos de nova família em desenvolvimento. Uma versão do L 1620 com cabine leito foi mostrada na Fenatran, exportada para a Argentina onde o veículo traciona um reboque, recuperando o espaço de carga da cabine estendida.

do 25,35% do seu segmento, de 18.298 unidades. A diferença para o segundo colocado foi de 11,44%, tendo a VW vendido 4.108 unidades do 8.150. O F-4000, da Ford ficou em terceiro com 2.919 exemplares vendidos, ficando com 10,04% do segmento.

As vendas desse segmento, no entanto, vem caindo nos últimos três anos, de 22.320 em 2001, para 19.214 em 2002 (-13,91%) e 18.298 em 2003 (-4,76%). A queda na participação de mercado foi acompanhada no período: de 31,32% em 2001 para 29,42% em 2002 e para 26,87% no ano passado. As vendas da DaimlerChrysler também caíram, 8,65%, mais do que a Volkswagen, que teve queda de 1,65% e conquistou a liderança do segmento.

Para Gilson Mansur a queda se deve à diminuição do volume da carga fracionada por falta de crescimento do comércio varejista. "Temos provocado o mercado oferecendo programas de incentivo, baixando taxa de juros, 50% de entrada e 50% a prazo sem juros, mas sem sucesso; as vendas não passam de 500 unidades mensais". Na sua

opinião, a única forma de os leves e semileves voltarem a crescer será com a expansão do comércio.

A promessa de crescimento anunciada pelo governo animou a empresa que esperava uma retomada neste ano, mas as taxas de juros elevadas e a conturbação política vêm adiando a renovação da frota.

Mesmo assim, o Mercedinho 710 continua sendo o preferido do mercado desde o ano 2000: é confiável reunindo expertise da marca; tem manutenção barata e a mecânica dominada pelo mercado, na definição de Assunção, da Sadive. Segundo ele, o desempenho no transporte de carga urbana é valorizado pela agilidade no trânsito. "É o veículo preferido do transportador e do atacadista distribuidor pelo custo baixo de aquisição, benefícios do custo operacional, pela oferta fácil de peças que não deixa o cliente na mão", completa.

Um dos trunfos do "Leve do Ano" é a facilidade de carga e descarga dada a posição da plataforma de cargas mais baixa que a dos concorrentes, que agiliza o transporte de mercadorias nos centros urbanos. O outro é o amplo espaço para cargas. O motor OM 364 LA, turbocooler Euro II gera potência de 115 cv a 2.600 rpm e torque de 39 mkgf a 1.400 rpm, alia desempenho com menor consumo de combustível.

Para o diretor da Sadive, o 710 só sairá de linha por exigência de controle ambiental, do contrário, teria ainda muitos anos de sucesso. O 710 tem origem no modelo 608 lançado há mais de 30 anos e que passou por uma série de mudanças evolutivas. "Ultrapassou o F-4000, líder histórico entre os leves, porque atende melhor às necessidades do transporte urbano".

A Comercial Rocha Pan uniformizou a frota de caminhões leves com oito 710 para o serviço de distribuição urbana e interurbana. Seu proprietário Dario Gonçalves Rocha diz que optou pela



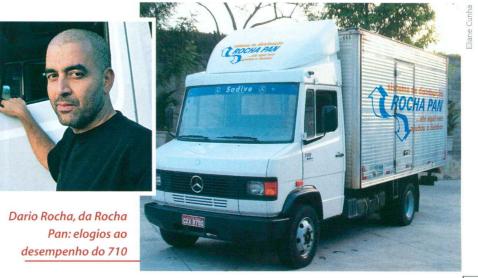
#### De olho na sucessão

Em recente pesquisa encomendada pela fábrica, os motoristas elogiaram as virtudes do sucessor natural do Mercedinho, a linha Acello, com cabinas avançadas e que atendem às exigências de controle de emissões Conama Fase V. Para Gilson Mansur o 715 deve herdar a fama do 710. Por onde roda o novo caminhão o cliente adora; a cabine parece a de um automóvel, além da fácil dirigibilidade. "Para o frotistas, mostramos que se sobrepõe ao 710 e aos concorrentes em economia de combustível. Se o motorista é o dono do caminhão é mais fácil vender", atesta o diretor.

As vendas do Acello 715 e 915 estão dentro do previsto, 800 carros em 2003 na média de 70 por mês, que está se repetindo em 2004. "Para manter o nível de vendas temos o 710 e tudo foi feito para que a marca tivesse dois produtos até 2006, quando ficarão só os eletrônicos", conclui.

marca pelas facilidades que tem na hora da compra dos veículos e das peças e pelo alto valor de revenda.

Dario elogia o desempenho do leve 710, quase sempre operando no limite, às vezes acima do peso no transporte de insumos para padarias. "Fiquei muito satisfeito quando a Mercedes-Benz substituiu os freios a vácuo por outros a ar". Dario diz que comparou seus custos com os leves da Ford e da Volks de outros distribuidores e concluiu que os Mercedes-Benz são mais econômicos, operando em condições parecidas.



# NÃO DEIXE A ESTRADA PEGAR VOCÊ.











Não seja uma presa fácil para os buracos. Os pneus Goodyear defendem seu caminhão ou ônibus de qualquer ataque. É a linha de pneus mais completa e exclusiva do mercado, com nada mais do que vinte e três opções de modelos com desenhos específicos para os serviços da sua frota. Todos desenvolvidos com uma tecnologia que maximiza o desempenho, eleva a resistência e aumenta a durabilidade e a recapabilidade dos pneus.

Nas asas da



www.goodyear.com.br

# A vitória do Titan

Dois anos depois de seu lançamento no mercado brasileiro, o Titan Tractor 18.310 sobe pela primeira vez ao pódio dos pesados e desbanca marcas e modelos tradicionais do segmento

Valdir dos Santos

Volkswagen obteve uma conquista inédita ao transformar, no curto intervalo de dois anos, o Titan Tractor 18.310 no caminhão mais vendido do país, dentro do segmento dos pesados. Mesmo competindo sozinho na categoria - contra 9 modelos da Volvo, 30 da Scania, 7 da Mercedes-Benz, 3 da Ford e 1 da Iveco – o 18.310 bateu todos os concorrentes ao conquistar a marca de 3.058 unidades comercializadas no mercado brasileiro.

Com isso, o modelo arrebatou para a Volkswagen mais um troféu do Prêmio Lótus 2004 – o de "Caminhão Pesado do Ano". Além deste, a marca faturou outras três distinções na categoria de comerciais de carga: a de "Caminhão Médio do Ano", pela venda de 2.233 unidades do modelo 13.180, "Marca do Ano em Caminhões Médios" pela participação de 54,19% no segmento e "Marca do Ano em Caminhões Leves", pela obtenção de 35,77% do mercado de 6 a 10t de PBT, com a venda de 6.545 unidades em 2003.

As vendas do Titan 18.310 no ano passado foram 106,62% maiores do que as 1.480 unidades comercializadas em 2002. O segundo e terceiro lugares na categoria dos pesados couberam, respectivamente, ao Volvo FH 12 380, campeão em 2003, com 2.737 unidades

e o Scania R 124 GA 400, que vendeu 1.791 unidades.

Segundo Antonio Dadalti, diretor de Vendas e Marketing da Volkswagen, o Titan veio somar-se à frota de pesados das empresas para atender às cargas cativas em operações dedicadas, que não atingem 45 toneladas nem operam em rotas de longa distância. Os extrapesados continuam nas rotas longas e no transporte de produtos de maior densidade,

exemplifica. O forte do Titan, segundo Dadalti, é o transporte de contêiner e de cargas fracionadas em baús.

Em 2003, o Titan fechou com 17% do segmento e a VW tem expectativa de chegar a 20% este ano quando pretende homologa-lo para operar como trucado 6x2 tornando regular uma prática do mercado para chegar às 45 toneladas. "A versão eletrônica só chega em 2006", afirma Dadalti.

O rápido avanço da Volkswagen na categoria provocou reações dos fabricantes tradicionais de pesados. Todos realçando o estágio tecnológico de seus produtos, como gerenciamento eletrônico e todas as vantagens em custo-benefício que isso traz, sem contar as cabines leito que oferecem mais conforto aos motoristas (ver matéria na pág. 16).

Nada, contudo, abalou a determinação da marca em seguir adiante com sua estratégia de marketing. Respaldado, é claro, rela rede de concessionários que apostaram nas virtudes do 18.310 e no testemunho dos clientes que não cansam de elogiar seu desempenho e custo-benefício.

> Para Roberto Nasser Ir., gerente de Vendas da concessionária Dibracam, quando aplicado nas operações para as quais é indicado, o 18.310 é imbatível e serve a muitos mer-

cados. Além das cargas industriais, esse cavalo mecânico também opera no campo transportando boi em pé, aves e ovos. Homologado para 43.600 quilos de peso máximo, admite semi-reboque três eixos e se encaixa perfeitamente no perfil dos grandes operadores logísticos, fazendo suprimento das indústrias pelo sistema milkrun (coleta de insumos e entrega direta nas linhas de montagem).

"É um caminhão estradeiro, que encontra suporte técnico em todo o território nacional, tem reduzido custo operacional e de manutenção", complementa Valdir Moreno Romero, diretor concessionária Tietê, que vendeu 206 unidades em 2003, 38% das vendas da marca na região metropolitana de São Paulo.

José Roberto Dall Occo, gerente de vendas da Chambord, de Guarulhos, diz

## Segmento invisível

Verdadeiro fenômeno de vendas, o 18.310 foi colocado num segmento que sempre existiu mas os fabricantes não percebiam, até que o empresário Ladair Michelon, em conversa com Antonio Dadalti, diretor de Vendas e Marketing da Volkswagen, alertou para esse nicho de mercado.

Em outras palavras, a Volkswagen descobriu que muitos frotistas estavam sub-utilizando os extrapesados, numa atitude economicamente errada. Quem transporta 28 toneladas não precisa de caminhão com capacidade para arrastar 50 ou 60. Assim surgiu o slogan "menos vocês não quer, mais você não precisa", que deu sustentação à campanha de lançamento do produto.

que as qualidades do Titan se refletem no mercado. "Quem compra um ou um lote, volta buscar o segundo", garante.

A Transportadora Júlio Simões, que mantém 50 desse modelo em sua frota de 1.200 caminhões, comprou 20 no ano passado e os colocou para prestar serviço para a própria Volkswagen, transportando peças para a fábrica em Resende (RJ). Três deles têm suspensão a ar, para levar vidros planos de grandes dimensões, que pesam entre 27 e 28 toneladas, em carretas especiais in loader. Outros com carretas de 30 paletes transportam produtos da Gessy Lever. "É a cabine avançada e sem leito que permi-

te engatar carreta de três eixos para 30 paletes sem exceder no comprimento", diz Ronaldo Pazin Jorge, gerente de Tráfego de Cargas. Além de adequar-se a necessidades como estas. a Júlio Simões dá preferência aos VW 18.310 por causa do preço de compra.

A Gafor adquiriu nove 18.310 em 2002 para operação dedicada à Shell transporte de gás em botijão em Araucária e em Goi-

ânia. Com o fim do contrato, os Titans foram distribuídos para diversas operações: dois se juntaram a outros doze da coligada Policargo, em Cubatão, e passaram a transportar contêineres; quatro com carretas siders fazem a linha para Buenos Aires; e os outros transportam gases para a AGA.

A compra, segundo Marcelo Pierri da Silva, coordenador de Manutenção, atendeu às condições de frete contratado com a Shell, pois o custo inicial era mais favorável. Os veículos atenderam plenamente às necessidades, mas o consumo era alto por causa de muitas manobras e trocas de marchas e da

> Volvo FH 12 380

# A conquista do céu

Em apenas 2 anos o Volkswagen 18.310 - Titan Tractor - atropelou os líderes históricos do segmento de pesados e conquista o primeiro lugar no pódio da categoria



1.216 unidades lendas em 2003



1.791 unidades 2.737 unidades ndas em 200 Vendas em 200



baixa velocidade da operação. Já as operações rodoviárias são recentes e ainda não permitiram uma avaliação do rendimento. De qualquer modo, Silva assegura que os custos de manutenção são mais baixos para a quilometragem que atingiram, de 120 a 150 mil quilômetros. Para superar a falta de leito na cabine do 18.310 nas viagens para Buenos Aires, Silva diz que a Gafor contratou motoristas gaúchos que pernoitam em casa ou a empresa paga hotel para os de outros estados.

As vendas do Titan devem prosseguir crescendo até atingir 10% este ano, pois o frete reprimido estimula as empresas investirem no equipamento de menor preço, estima Romero.

Se o 18.310 fez bonito nos pesados, nos médios a estrela mais uma vez foi o Volkswagen 13.180, que pela terceira vez leva o título de "Caminhão Médio do Ano" por conta da venda de 2.233 unidades em 2003.

Na opinião de Valdir Romero, diretor da Tietê, os caminhões médios têm mercado cativo no transporte urbano e de curtas e médias distâncias. Graças à

## Carisma e personalidade

Para José Roberto Dall Occo, gerente de vendas da Chambord, o 13.180 vendeu mais que a concorrência pelas mesmas razões que levaram a marca a crescer nos demais segmentos: a extensa rede de concessionários com peças e serviços disponíveis em todo o Brasil, o baixo custo das peças, o bom valor de revenda dos caminhões da marca e o conforto e a segurança que oferecem aos motoristas."O carisma e a personalidade da marca conquistaram o mercado", arrisca Dall Occo, que está há apenas um ano na Volkswagen depois de ter trabalhado mais de dez na concorrente.

Outra virtude do 13.180 apontada pelo revendedor é seu custo de aquisição mais baixo do que o concorrente, por isso mesmo mais comprado por pequenas e médias empresas e autônomos do que pelos grandes frotistas.

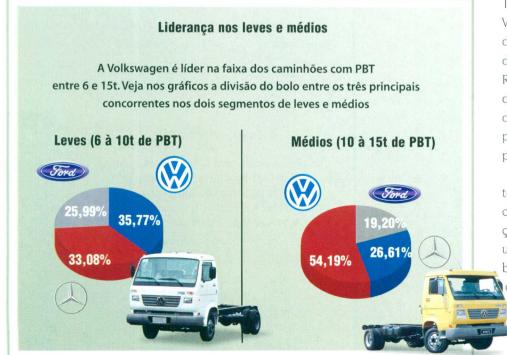
preferência dos atacadistas e distribuidores, os modelos da Volkswagen vêm agradando cada vez mais. O encolhimento se deve à especialização do transporte, que limitou sua atuação, ficando para as cidades o leve e para as estradas o semipesado e o pesado. "Antes tudo era feito pelo médio".

Romero aponta mais um motivo da

preferência pelo 13.180: a resistência do motor MWM, que reduz o tempo do veículo parado na oficina devido a manutenção fácil. "A mecânica é muito conhecida, as peças são encontradas com facilidade e os custos de manutenção são baixos", assegura. É um modelo que está há muitos anos no mercado, passou por uma atualização em 2000 e ganhou recentemente versão eletrônica, o 13.170 E, já disponível no mercado. "A VW mantém 115 concessionárias cobrindo todo o território nacional, oferecendo suporte aos veículos", acrescenta Romero. A Tietê vendeu 111 exemplares do 13.180, representando 32% das vendas na área da grande São Paulo e seus principais clientes são as empresas de pequeno porte e as prefeituras.

É verdade que não falta quem aposte no encolhimento da participação dos caminhões médios, por conta das restrições ao tráfego de caminhões nas áreas urbanas dos grandes centros e, também, por sua proximidade de preço com os semipesados de 14 a 16 toneladas.

A opinião, contudo, não tem a aprovação de Antonio Dadalti. O executivo acredita que as vendas pararam de cair e a Volkswagen está indo muito



bem, fornecendo o que o mercado quer nas versões de 13 e 15 t. "O preço é justo, o produto é confiável e a performance é boa", diz Dadalti. Para ele, a oferta de dois motores Cummins e MWM atrai o cliente, pois, dificilmente alguém deixa de comprar por causa das duas marcas do motor.

"É um produto para coleta e entrega entre cidades de 100 a 200 km de distância". Para atender ao nicho de bebidas, a Volkswagen oferece o modelo de 15 toneladas para quem opera com paletes e de 13 t, para quem trabalha com caixas. Para este ano, Dadalti vê pouca flutuação, pois depende muito do desempenho do comércio e das respostas econômicas da área em que atua.

A JTR Cargas, de Barueri (SP), mantém dois Volkswagen 13.180 em sua frota de 22 caminhões próprios entre os quais leves Mercedes-Benz. Destacando o desempenho como maior virtude do médio Volkswagen, Edson Ribeiro, diretor da empresa, atribui a escolha também "à robustez e agilidade do veículo, que tem a cubagem e a capacidade de peso exigidas pelas mercadorias que movimentamos". Equipados com baús, os 13.180 transportam carga fracionada, com destaque para material fotográfico, produtos farmacêuticos, cosméticos, autopeças e eletrônicos,

F:318



## Cabine leito só em 2006

Em relação à cabine leito, reclamada por muitos usuários, Antonio Dadalti diz que por enquanto ela está sendo oferecida por três ou quatro implementadores independentes, pois a original deve sair entre 2006 ou 2007. "Vamos fazer uma linha nova de caminhões, mas se estou vendendo 30 mil por ano, não vou mexer agora". Segundo ele, algumas famílias requerem cabinas maiores e os caminhões tratores serão os primeiros a recebe-las.

operando em rotas mistas de curtas e médias distâncias. Edson aponta uma única restrição aos VW 13.180, a dificuldade na troca de óleo do motor, cujo acesso ficou mais difícil no modelo atual. Como comprou os veículos em maio do ano passado, a empresa não tem planos de comprar mais este ano.

Em relação ao segmento dos caminhões leves, também liderado pela Volkswagen, Antonio Dadalti atribui a queda nas vendas de 4,77% (18.298 unidades em 2003 contra 19.214 em 2002) à subdivisão do segmento com os semileves de 3,5 toneladas. "Houve uma migração para esses semileves, o que está levando a VW a desenvolver o projeto de um veículo de 4,5 toneladas que está sendo preparado para 2005,

para preencher esse buraco onde não estamos". Trata-se de desenvolvimento interno, que nasce eletrônico, mas

da JTR Cargas:
destaques para o
desempenho,
agilidade e robustez

não é da linha LT, da Alemanha porque é muito caro, esclarece Dadalti.

O mercado de leves continua sendo o carro chefe em vendas de caminhões da Volkswagen, por isso apesar da queda nas vendas totais e da própria marca, sua participação de mercado aumentou.

Essa maior participação se deve, segundo Roberto Nasser Jr, gerente de vendas da Dibracam, à variedade de modelos, quatro, que atendem bem às necessidades dos frotistas e dos autônomos, pelo custo operacional baixo e pelo bom serviço de pós-venda.

"Os caminhões leves da VW vendem mais porque tem qualidade da marca e dos componentes, é versátil, funcional e bonito sem ser sofisticado; oferece conforto ao motorista e tem a simpatia dos clientes seja ele um autônomo ou frotista", define José Carlos Dall Occo, gerente da Chambord.

"As empresas de distribuição e coleta de carga urbana compram os leves da Volkswagen porque são ágeis, têm boa velocidade média, graças ao motor de 145 cv e servem a todas as especialidades do transporte", diz Romero, diretor da Tietê. Ele destaca entre as qualidades, o baixo custo operacional e de manutenção e o amplo espaço para carga com baús de 4,30 até 6,20 m.

# Três vezes campeão

O F-350 garante a sustentação das vendas da Ford no segmento de caminhões semileves pelo terceiro ano consecutivo e conquista outros dois Prêmio Lótus para a marca, nessa categoria

Valdir dos Santos

om 2.669 unidades vendidas, a Ford manteve a liderança na classe dos semileves e o F-350 se firma como o modelo mais vendido em sua classe, desde a instituição da categoria pela Anfavea em 2001. Por isso, ganha de novo os troféus de "Caminhão Semileve do Ano" e "Marca do Ano em Caminhões Leves" por ter obtido 49,5% do mercado que foi de 5.392 veículos em 2003.

Atrás do F-350 aparecem o Sprinter Furgão nas versões 312 e 413, com 1.015 unidades, seguido do Daily, da Iveco, com 995 unidades. Disputam essa categoria ainda o Ducato Maxi, Agrale 6.000, Sprinter 312, 412 e 413 chassi, Boxer e Jumper da Peugeot e Citroën.

Para Flávio Padovan, diretor de Operações de Caminhões Ford, o F-350 é um produto que deu certo e não tem concorrente, localizado entre a picape e o caminhão F-4000. Com rodado simples, o F-350 serve muito bem às atividades de serviços tanto no campo, em estradas de terra, como na cidade, podendo circular pelos grandes centros com agilidade.

Equipado com baú, atende bem ao transporte de cargas leves e volumosas, pois a cabine baixa permite o avanço do baú sobre ela, ampliando o espaço da carga. Nas operações de serviço de eletricidade ou telecomunicações, tem es-

Flávio Totis, da Autoban: opção pelo Ford F350 depois de comparar com o Sprinter e o Daily

paço para todos os equipamentos, inclusive escada e equipe de instaladores.

A cabine é confortável e de fácil acesso como a de um automóvel e o rodado simples no eixo traseiro permite ao caminhão pagar pedágio de automóvel.

"Quem precisa de um veículo para entregas rápidas e de grande autonomia, tem no F-350 o modelo ideal", atesta Roberto Stenico, gerente de vendas de caminhões da revendedora Caoa. O chassi tipo escada suporta pbt de até 4.500 quilos e o centro de gravidade baixo permite instalação de escada e guincho. "Produto 100% nacional, com peças disponíveis e assistência técnica da

Ford e da Cummins, que fornece o motor, é mais um atrativo", complementa.

Quem circula pelas rodovias Anhangüera e Bandeirantes, em São Paulo, já deve ter cruzado com os veículos de inspeção da Autoban, administradora desse sistema rodoviário. De uma frota de treze caminhões semileves, a Autoban tem cinco F-350, está comprando mais cinco e substituindo os oito similares Sprinter usados no serviço de inspeção de tráfego. Os F-350 foram escolhidos

pela empresa depois de uma análise comparativa com o concorrentes Sprinter e Daily.

"Os F-350 somaram mais pontos nesse estudo em que foram avaliados, preço, custos operacionais, robustez, conforto, sensação de segurança e visibilidade aos ocupantes", conta Flávio Totis, gestor da frota da Autoban. Além disso, o F-350 se adequou melhor ao projeto de carroceria desenhado pela empresa para acondicionar os equipamentos necessários ao serviço, como ferramentas, sinalizadores e instrumentos para o atendimento aos usuários das estradas.

"Não é o mais barato entre os caminhões de sua categoria, mas o preço não tem peso decisivo na compra", disse. Os Sprinter, por exemplo, consomem 20% mais combustível, exemplificou. O primeiro, F-350 foi comprado em 2002 e já está com 400 mil km rodados. Submetido à manutenção preventiva, o veículo ainda não deu problemas mecânicos, segundo Totis.

A Etil Comércio de Materiais Elétricos, de São Paulo, por exemplo, trocou dois caminhões Bongo por dois F-350 e não se arrepende. Com sete meses de uso, os dois F-350 comprados no ano passado saem de manhã e só retornam no final da tarde, percorrendo de 250 a 300 km por dia circulando por toda a região metropolitana distribuindo material elétrico. "Já passaram dos 50 mil km e só fizemos as revisões necessárias. A mecânica é excelente, o motor é forte, o eixo simples na traseira permite circular pelo centro da cidade, e os motoristas elogiam o conforto da cabine", diz Fernando Borges, encarregado da expedição. Ele diz também que o F-350 é econômico, fazendo em torno de 7 km por litro de diesel. Fernando diz que os caminhões da Kia tinham problemas mecânicos e muitas vezes ficavam parados esperando peças serem importadas.



## Frota utility

Os caminhões semileves, de rodado simples e PBT de 3,5 toneladas, prestam-se ao transporte urbano de cargas, mas ganharam impulso de vendas nas frotas utility, de serviços de instalação e reparos de linhas de telefone e eletricidade. Em 2001, foram vendidos 8.158 unidades nessa categoria, 66% mais do que no ano passado. Na opinião de Flávio Padovan, diretor de Operações de Caminhões Ford a diminuição se deve a dois fatores: o crescimento negativo do transporte urbano de cargas e o adiamento das compras de caminhões por parte das empresas de telefonia e eletricidade.

#### Liderança folgada

A comercialização de 2.669 unidades do F-350 garantiu para a Ford uma participação de 49,50% do mercado de veículos semileves. Acompanhe no quadro abaixo a fatia de mercado desse segmento, que coube a cada fabricante em 2003.



#### Mercado disputado

Seis fabricantes de veículos disputam o segmento de comerciais semileves no Brasil, segmento que contabilizou vendas de 5.392 unidades em 2003.

Compare as vendas de cada modelo, junto ao mercado brasileiro.

| Ranking | Marca           | Modelo          | Vendas |  |
|---------|-----------------|-----------------|--------|--|
| 1       | Ford            | F 350           | 2.669  |  |
| 2       | Mercedes-Benz   | Sprinter Furgão | 1.015  |  |
| 3       | lveco           | Daily CC 35/49  | 629    |  |
| 4       | lveco           | Daily Furgão    | 366    |  |
| 5       | Fiat            | Ducato Maxi     | 277    |  |
| 6       | Mercedes-Benz   | Sprinter Chassi | 159    |  |
| 7       | Agrale          | 6000            | 123    |  |
| 8       | Peugeot-Citroen | PE - Boxer TA   | 87     |  |
| 9       | Peugeot-Citroen | CI Jumper F     | 67     |  |
|         |                 |                 |        |  |

# Cardápio variado

A marca italiana consolida sua liderança no segmento de furgões de carga graças à hegemonia do campeoníssimo Fiorino Furgão. Mais o reforço do Ducato Furgão e o Doblò na versão Cargo

**Valdir dos Santos** 

presença imbatível em primeiro lugar do Fiorino no ranking de vendas dos furgões leves se repetiu pela 11a. vez na história do Prêmio Lótus. Em 2003, ano em que o segmento encolheu 14,23% (11.490 unidades ante 13.397 em 2002) o modelo da Fiat continuou firme no pódio com a venda de 6.881 unidades, um decréscimo de 13,73% em relação ao ano anterior quando contabilizou exatas 7.836 unidades. O mesmo se deu com o Fiat Ducato que manteve a liderança entre os furgões com 1.294 unidades vendidas – mesmo registrando queda de 33,77% em relação às vendas de 2002 (1.954 unidades). Como resultado dessa performance, a Fiat leva novamente para Betim e Sete Lagoas os troféus de "Furgão leve do Ano" e "Furgão do Ano", outorgado pelo Prêmio Lótus.

O Doblò Cargo, da mesma marca, que vendeu 1724 unidades (19,85% menos do que em 2002 com 2.151 unidades), continuou em segundo lugar entre os mais vendidos no segmento.

A exemplo dos leves, o segmento dos furgões de maior porte continuou acusando redução das encomendas, um movimento iniciado em 2001. Depois de alcançar o patamar de 6.042 unidades em 2001, os volumes caíram para 5.232 e 3.897 unidades em 2002 e 2003, respectivamente.

A queda nas vendas dos dois segmentos tem uma só razão, segundo João Carlos Bourg, diretor de Vendas de Veículos Comerciais e Frotistas da Fiat: a redução da atividade econômica com queda do PIB em 2003 e do comércio em particular. "Transportando menos, as empresas controlam os investimentos e adiam a programação de troca da frota", comenta.

O fato não impediu que a Fiat efetuasse algumas vendas importantes no finas, e 53 Ducato para a Souza Cruz, que sinalizam uma retomada. Além disso, a Fiat vem buscando novos nichos para o Ducato, como o transporte de valores, ambulância e transporte de executivos para recuperar as vendas.

Adaptável às mais diferentes aplicações, de táxi-dog a encomendas expressas, passando por floriculturas, lavanderias, profissionais de compras e vendas, o furgão Fiorino conquistou pequenas,



médias e grandes empresas, além de autônomos. "As empresas, em geral, fazem leasing por três anos e ao final dos contratos os trocam por preços compensadores", conta Airton César Gadelini, gerente de vendas da Itavema, concessionária Fiat de Diadema (SP).

A durabilidade do Fiorino é atestada pela RRJ, empresa de carga expressa de São Paulo. "Temos Fiorino ano 1994. com mais de 900 mil quilômetros rodados, que continua fazendo 200 km por dia como os outros mais novos", diz Eduardo Amorim, gerente Operacional da RRJ. A empresa mantém oficina própria para manutenção de 28 Fiorinos e 29 Unos de um total de 468 veículos. Como a compra mais recente havia sido em 2001, a RRJ decidiu renovar parte da frota de Uno este ano, adquirindo em média dois veículos por mês, mas ainda não tem planos para o Fiorino. "O ideal seria trocar a cada três ou quatro anos, mas a situação dos negócios não tem permitido", diz Amorim. Entre os fatores que ele leva em conta na hora da troca estão a oportunidade do negócio, o preço, a exigência do cliente e o custo-benefício do veículo.

A Tam Express tem frota mais nova do que a da RRJ, "três anos no máximo", segundo Marcelo Rodrigues, diretor de cargas. "É lógico que em bases menores, onde os veículos rodam menos e em condições melhores do que no trânsito de São Paulo ou Rio a troca pode ser adiada por mais uns anos". Só em São

> Fiat Ducato da TAM Express: frota crescente



# Mineirinho bom de briga

Pelo décimo primeiro ano consecutivo o Fiat Fiorino Furgão mantém a liderança no segmento de furgões leves no Brasil, com folgada margem de vantagem sobre seus concorrentes diretos. Confira os números de vendas em 2003.









Partner Furgão 633

Kombi Furgão 1044

Kangoo Express 1154

Doblò Cargo 1724

Fiorino Furgão 6881

Paulo mantém 17 Fiorinos, que fazem serviços de coleta e distribuição. "Mecânica simples, pouca manutenção e baixo custo operacional são os pontos positivos do Fiorino", segundo Rodrigues.

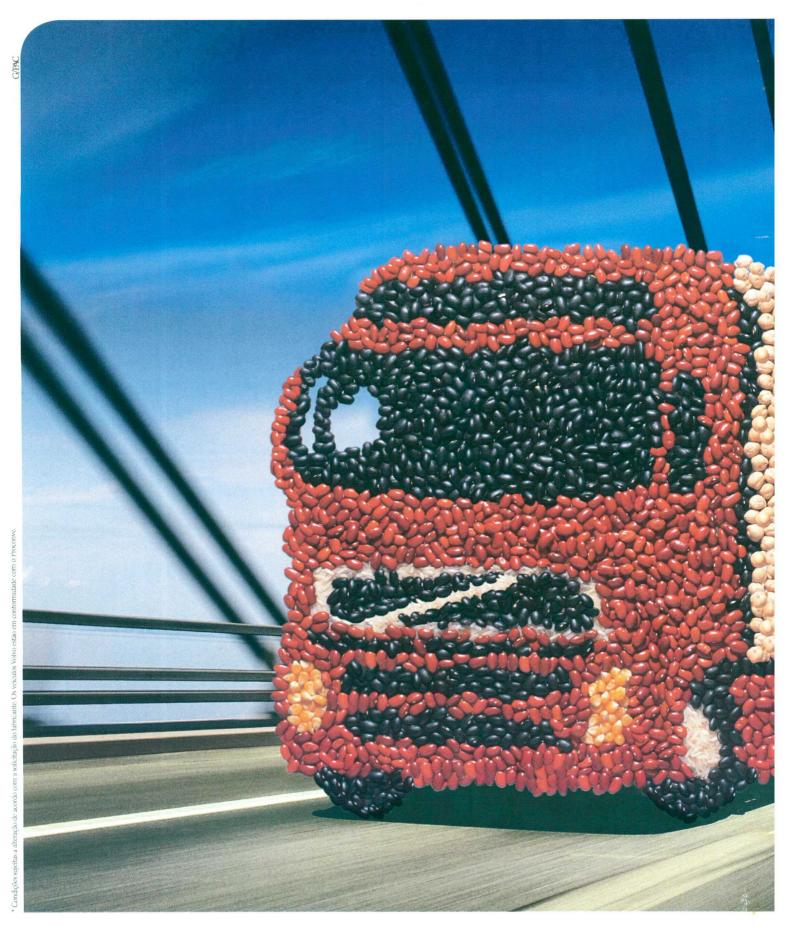
Uma parceria de negócios entre o transporte aéreo de cargas e passageiros oferecidos pela TAM e o fornecimento de veículos pela Fiat, além de ações conjuntas de marketing têm contribuído para aumentar o número de furgões Ducato na frota da TAM Express. "Temos 50% de Ducato e 25% de Sprinter e de Master", diz Rodrigues, cuja frota está distribuída pelas principais cidades brasileiras.

Dos 44 veículos próprios que mantém em São Paulo, a Tam Express tem quatro Ducato. "Dado o maior espaço para cargas, os furgões Ducato permitem melhor roteirização e atendimento dedicado a contratos com grandes clientes", explicou Rodrigues. "São veículos que se adaptam ao serviço de coleta e distribuição, que entram em zonas de restrições a veículos maiores e estão sempre disponíveis porque fazemos a manutenção preventiva", acrescentou.

### Visual renovado

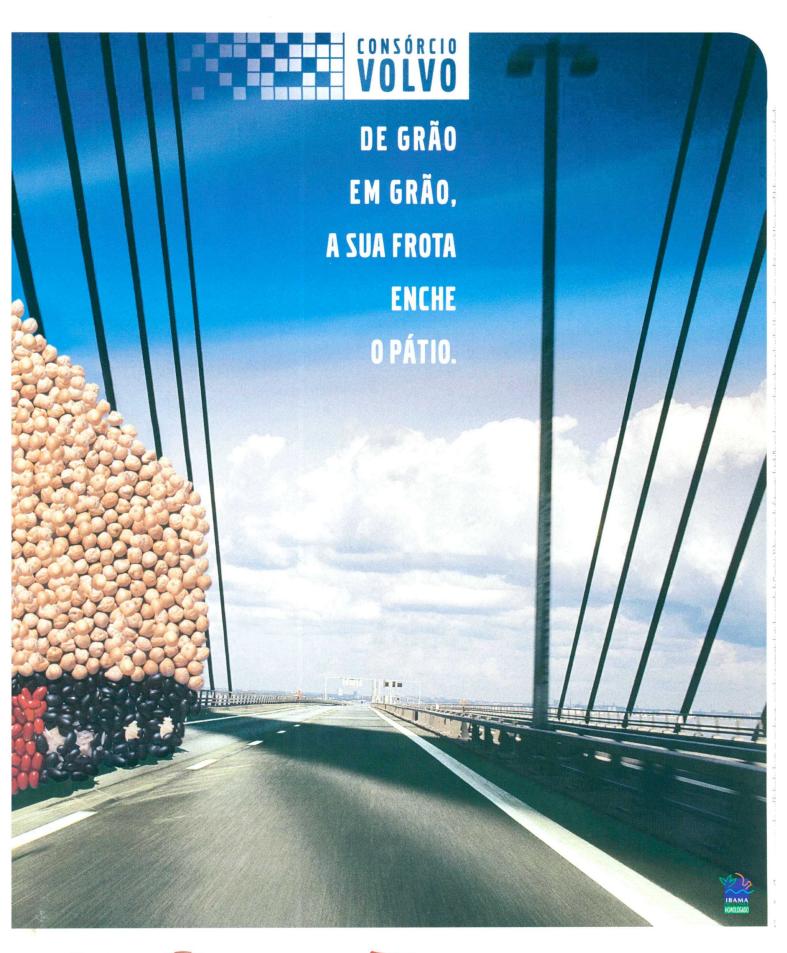


Às vésperas de alcançar 2 milhões de unidades produzidas no Brasil, a Fiat decidiu promover mudanças no visual do Fiat Mille Fire e, por extensão, no Fiat Fiorino Furgão, derivado do modelo. Agora, esse pequeno notável passa a exibir uma nova dianteira, com pára-choque, grade e conjunto ótico renovados, que transmitem mais modernidade e robustez ao veículo. Na traseira, o modelo traz novas lanternas e pára-choques remodelados. Além de mudanças no painel de instrumentos e no revestimento interno.



PARCELAS QUE TORNAM A JORNADA ATÉ SEU CAMINHÃO MUITO MAIS FÁCIL, SIMPLES E SEGURA. Na estrada da vida, é preciso encontrar a rota certa para alcançar os objetivos. E quando o objetivo é ampliar ou renovar a frota, nada como contar com o Consórcio Volvo – uma verdadeira mão amiga, que oferece todo o apoio para a conquista de sonhos. Faça parte do Consórcio Volvo e conte com a solidez da marca Volvo e da sua rede de concessionários. A jornada até seu caminhão novo vai ser muito mais segura, simples e tranqüila.













# Ladeira acima

As vendas de pesados voltam a ganhar impulso, alavancadas pelo crescimento do agronegócio mas, também, pelas péssimas condições de estradas, a chuva e o congestionamento dos portos

Valdir dos Santos

mercado de caminhões pesados registrou em 2003 aumento de 27,72% sobre o ano anterior, elevando a participação da categoria para 26,19% num visível equilíbrio com leves e semipesados. O crescimento dos modelos acima de 40 toneladas configura uma retomada em direção a um terço do mercado, posto que já havia conquistado na década de 1990.

No ano passado foram comercializados no mercado interno 17.838 caminhões pesados ante 14.837 unidades de 2002 e 13.966 em 2001. Dez anos atrás, por conta do Plano Real, as vendas do segmento chegaram a 18.180 veículos, (36,06% de participação) e, em 1995 alcançaram o seu pico histórico quando atingiram o patamar de 18.378 unidades. Daí em diante, as vendas foram diminuindo até chegar a 13.122 unidades em 1999, ano da crise cambial, quando a participação da categoria foi de 27,54%.

As tradicionais marcas dos pesados acusaram variações positivas das vendas: a Mercedes-Benz registrou 39,47% e a Scania, 28,11%. Apenas a Volvo cresceu 1,69% enquanto a lveco foi a exceção: o Eurotech fabricado na Argentina vendeu 477 unidades no mercado brasileiro em 2003.

contra 858 no ano anterior, um decréscimo de 44.4%

A descoberta de um nicho intermediário entre os semipesados e extrapesados pela Volkswagen e Ford contribuiu muito para o aumento de participação do segmento em 2003. O Titan Tractor da Volks e o Maxton da Ford, de cabines simples e mais baratos, venderam juntos 4.327, o dobro do ano anterior. A Volks cresceu 106,62% e a Ford, 85,53%. A tendência neste ano é aumentar ainda mais as vendas, segundo Flávio Padovan, diretor da Ford e Antonio Dadalti, da Volkswagen.

Especialistas na matéria apostam que cada ponto de crescimento do PIB faz o transporte crescer outros cinco. Em um ano que o PIB encolheu 0,2%, segundo o IBGE, a explicação para um aumento de 27,72% na venda de caminhões pesados encontra eco na atividade econômica que mais expandiu: o agronegócio, que faturou R\$ 508,27 bilhões, 6,54% mais do que em 2002, com crescimento de 23,3% nas exportações (US\$ 30 bilhões – 41,9% do total de US\$ 76 bilhões), segundo a Confederação Nacional da Agricultura (CNA). Só a soja teve aumento de 35,2% nas exportações. O agronegócio também aumentou suas importações em 6,6%.

Toda essa expansão aumentou o

poder aquisitivo dos produtores, exportadores e transportadores do setor,

que optaram pelos pesados de maior valor agregado para aumentar suas frotas e contrapor aos aumentos de frete dos autônomos nos picos da safra, explica Gilson Mansur, diretor Adjunto de Vendas da DaimlerChrysler.

O incremento das vendas dos pesados na agricultura e pecuária se deu também por outros fatores. O estado precário das rodovias, as chuvas e os congestionamentos nos portos diminuíram a produtividade dos caminhões no transporte da safra. Por isso, o temor das montadoras de que o crescimento dos bitrens pudesse reduzir as compras de veículos tratores, não se concretizou. Os caminhões extrapesados continuaram sendo necessários para atender à demanda de cargas do agronegócio que a cada ano amplia suas fronteiras e vai se distanciando dos portos para onde carreiam 80% da produção.

O setor industrial, apesar de não ter registrado crescimento no ano passado, também vem exigindo mais do setor de transportes de longa distância e a con-



seqüente compra de caminhões pesados. As transportadoras aumentaram seus contratos de serviços dedicados com frotas cativas, para atender à expansão de indústrias para as regiões Sul e Nordeste, e também ao crescimento do comércio nessas regiões e onde a

agricultura se expandiu. "Alguns negócios estimularam os empresários que estavam em dúvida sobre investimentos", argumentou Roberto Leoncini, novo diretor de Vendas de Caminhões Scania. Em apoio à afirmação, ele cita a compra de 200 pesados pela Binotto, que provocou uma onda de novas aquisições como as do G10 e da Coopercarga, duas cooperativas em expansão.

Carlos Pacheco, gerente de Vendas de Caminhões Volvo, acrescenta outro fator que estimulou o transporte de longas distâncias: novas indústrias instaladas no Sul e Nordeste passaram a exigir maior rigor nos prazos de entrega, com eficiência e rapidez, que só os caminhões pesados podem cumprir com conforto aos motoristas. "Nesse serviço operam veículos com potências de 420 a 460 hp e caixas eletrônicas, que conseguem manter altas velocidades médias, mesmo nas estradas mal conservadas, cumprindo o "transit-time" dos operadores logísticos, que atendem aos estoques reduzidos de seus clientes com pontualidade".

Mais interessante de tudo é o fato de as vendas continuarem firmes em 2004. O ano começou com forte



demanda por caminhões pesados, tomando de surpresa as montadoras
que retornavam de férias coletivas,
sem estoque no pátio e com um mês
de fevereiro mais curto para a produção. Mansur conta ainda que a escassez de aço e pneus no começo deste
ano só não prejudicou a produção
porque houve queda nas vendas dos
caminhões leves. A Scania, por outro
lado, tinha parte da produção comprometida com vendas do ano passado e a Volvo, com exportações.

Nos dois primeiros meses de 2004 foram vendidos 3.605 caminhões, dos quais Mansur calcula que 70% foram para o agronegócio. Com maior capacidade de produção, a DaimlerChrysler vendeu 821 e ficou com 22,8% de participação, a Volkswagen vendeu 779, a Scania, 757 e a Volvo 656. "Pelo volume de pedidos, o primeiro semestre será muito bom, mas não há nenhum indicador que o segundo garanta esse ritmo", disse o diretor da DaimlerChrysler. "Nosso objetivo é manter a liderança, mas a disputa será grande e a diferença deve ser de poucas unidades".

Segundo Mansur, o segmento está muito bem servido, com produtos de alta tecnologia e com serviços de pósvenda bem distribuídos. Para ele, ganha a preferência do frotista, aquele que conseguir prestar o melhor serviço e estiver mais próximo das operações do cliente, seja no campo ou nas rodovias.

Do lado da Scania, as expectativas de vendas não são tão otimistas, prevendo crescimento de 10% sobre 2003, quando cresceu 28,11% em relação a 2002. Em 2003, com 4.106 veículos vendidos, a Scania recuperou espaço que vinha perdendo desde 2001, quando aplicou um mega-reajuste nos preços.

Para a Volvo as vendas também devem chegar a 4.500 unidades, ante as 4.391 do ano passado. "Estamos confiantes no aumento da produção indus-



## Vocação rodoviária

Para Carlos Pacheco, da Volvo, a participação do mercado de pesados está relacionada á vocação do transporte no Brasil, um país com longas distâncias, com muitas empresas eficientes e organizadas. "Até mesmo na Europa onde o transporte ferroviário é forte, nota-se um incremento do modal rodoviário. No Brasil, acreditamos que a ferrovia irá atender a poucos tipos de carga e aumentará sua eficiência ao fazer a integração com o rodoviário".



## Crescimento limitado

O aumento da participação dos pesados nos últimos três anos tem um limite, segundo os executivos das montadoras que disputam esse mercado. Ninguém acredita que a categoria venha ultrapassar 30% das vendas, pois a classe dos semipesados também vem registrando sucessivos incrementos, para atender ao transporte rodoviário de médias e em alguns casos até longas distâncias.

trial e da safra que promete chegar a 127 milhões de toneladas. Uma vez que nossa gama de produtos foi atualizada em 2003, temos todas as condições de atender às exigências do mercado", garante Pacheco.

A Iveco, de outro lado, também admite que começou 2004 com ótimos negócios. Seu modelo Eurotech 450E37 conseguiu conquistar 5,7 % no segmento no primeiro bimestre, contra 2% de igual período de 2002. Para Car-

los Vidal, gerente nacional de vendas da Iveco, o recorde da safra agrícola de 2003 está refletindo nas vendas agora.

Além das perspectivas de crescimento da safra agrícola, a Iveco está otimista com relação ao Modercarga e à inauguração da nova linha de montagem de veículos médios e pesados em Sete Lagoas. "Esperamos para 2004 vender mais de 150 caminhões pesados/mês, alcançando mais de 8% de participação no segmento".



## Liderança no original, segurança na reposição.

Líder em todas as montadoras, a Bosch desenvolveu as mais avançadas tecnologias em sistemas Diesel, como o UPS, Common Rail e UIS. Por isso, pode oferecer a mais abrangente linha de produtos para veículos Diesel, com múltiplos benefícios também na reposição.

- Melhor performance do motor
- Menor ruído e reduzida emissão de poluentes
- Dosagem precisa do combustível injetado
- Ampla cobertura de frota

Por tudo isso, na hora da troca, fique com a segurança e os benefícios do líder mundial. Fique com Bosch.















ANOS DE BRASIL



## Mercado em

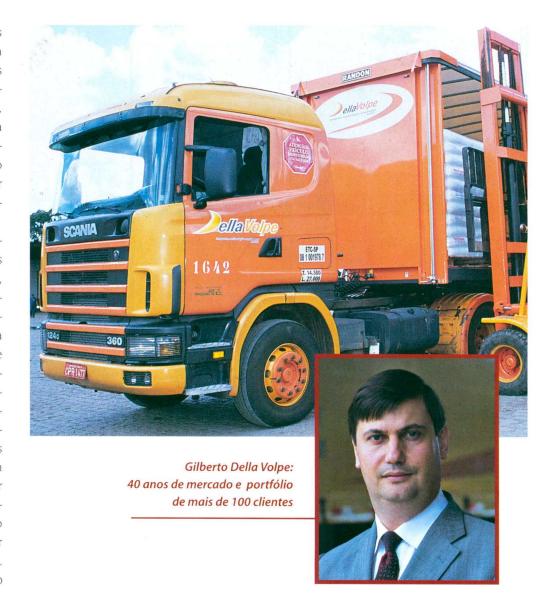
## expansão

A globalização, associada à descentralização industrial e a expansão das fronteiras agrícolas estimulam o crescimento do transporte de cargas de lotação por empresas especializadas

Vera Campos

o volume de cargas transportadas pelo modal rodoviário, mais da metade é atribuído às empresas que operam na especialidade de lotação ou carga completa. A informação, fornecida pela CTL - Câmara Técnica Lotação, órgão estatutário da NTC, revela a importância da especialidade no contexto macroeconômico. Sem contar o seu caráter estratégico, dentro da cadeia logística de suprimentos.

Para completar o quadro, o mercado de lotação vêm apresentando as maiores taxas de crescimento anual. dentre as especialidades de transporte, estimulado por uma série de fatores. José de Souza, coordenador da CTL, destaca a adoção de políticas de redução de estoques por parte da indústria, o que elevou o fluxo das cargas tanto para o suprimento como para a distribuição. Depois, a descentralização industrial e a expansão das fronteiras agrícolas, que permitiram ampliar a oferta de transporte. E, por último, o ingresso dos grandes operadores logísticos internacionais no mercado, que passaram a oferecer mais serviço às empresas de lotação. "Apenas para se ter uma idéia, todo o



transporte do agrobusiness, ferro e aço é feito com carga completa", exemplifica o coordenador.

Se, de um lado, o mercado se mostra comprador, por outro a competição está cada mais acirrada. "O mercado pode estar em crescimento, mas a rentabilidade está em baixa. Isso ficou mais evidente no último ano, quando o número de empresas concorrentes aumentou e a oferta caiu", observa Gilberto Della Volpe, diretor executivo da Transportes Della Volpe, há 40 anos no mercado de lotação e com um portfólio de mais de 100 clientes dos ramos de química, petroquímica, aço, papel, celulose e líquidos embalados e



não refrigerados.

Por isso, o bom atendimento e a oferta de serviços são atributos que fazem a diferença e devem contribuir para a seleção natural entre as empresas do segmento. Mais que nunca é preciso trabalhar afinado com a necessidade

## Breve perfil da especialidade

O transportador de lotação faz a matéria-prima ou um componente chegar à indústria na hora certa de ser empregado e sem risco de paralisar a produção. Sua clientela é formada por clientes de grande porte, com elevado nível de exigência. O serviço é firmado por período determinado, geralmente mediante contrato. Veículos de grande capacidade, sistema de troca de motoristas ao longo da viagem para atender às necessidades de prazo, investimentos em tecnologia da informação para troca de dados e acompanhamento da carga e terminal de cargas equipado para operações de transbordo são alguns dos principais requisitos do mercado. Por isso, o serviço de carga fechada é praticado por empresas bem estruturadas e experientes, onde o carreteiro romântico e tradicional não tem lugar.

do cliente e reestruturar a empresa no que for necessário, tornando-a mais enxuta, ágil e eficiente. Esse foi o caso da tradicional Ajofer, que atende grandes clientes no segmento de pneus, óleos lubrificantes, produtos alimentícios e de limpeza. Após 3 anos consecutivos de faturamento estagnado, reviu sua estratégia comercial e de serviços. Só assim conseguiu crescer 25% em 2003 e mais 20% em 2004, segundo suas expectativas.

Além de uma boa gestão organizacional e da oferta de serviços diferenciados, investir em tecnologia da informação é uma necessidade constante das empresas de transporte de carga fechada. Na Della Volpe, os investimentos em TI nos últimos cinco anos giraram em torno dos R\$ 5 milhões, aplicados em sistemas de monitoramento por satélite de cargas e de caminhões, e em um sistema de gestão operacional "compatível" com os diversos sistemas utilizados pelos clientes, que interliga os 35 pontos de embarque e filiais da empresa.

O segredo do sucesso é estar em permanente "sincronia" com os embarcadores, oferecendo informações precisas e imediatas sobre localização das cargas, cumprimento de prazos, agendando entregas e retiradas, e enviando dados das Notas Fiscais, só para citar alguns exemplos. Isso se traduz em melhorias no nível de serviços e no controle dos processos, com disponibilização de informações que permitam aos embarcadores acompanhar o andamento dos trabalhos.

Também conta pontos a favor do transportador uma frota de veículos relativamente nova e com a manutenção em dia. Afinal, no mercado de carga completa as entregas são contínuas e o caminhão tem de ser ágil, não pode falhar. "Para ter produtividade, o veículo de estrada tem de ser novo, econômico e dar conforto ao motorista", enumera Antonio Carlos de Oliveira, sócio-diretor da Ajofer, com uma frota dedicada de 130 carretas, algumas dessas transformadas. Em 2003, a empresa investiu R\$ 3 milhões na

4

aquisição de 20 cavalos-mecânicos. Neste ano, serão aplicados mais R\$ 4 milhões entre cavalos e semi-reboques. Toda a frota da Ajofer é monitorada e rastreada, até por exigência dos clientes, pois os produtos transportados são de alto valor agregado e, não raro, circulam nas estradas durante as 24 horas do dia. Os investimentos em gerenciamento de risco e em veículos consomem de 10% a 12% do faturamento da empresa.

## O que faz a CTL

A Câmara Técnica Lotação – CTL é um órgão estatutário auxiliar na administração da Associação Nacional do Transporte de Cargas e Logística, que reúne 15 grandes empresas dedicadas ao segmento.

Entre seus objetivos, a CTL cuida de examinar e discutir interesses específicos da Carga Lotação, além de propiciar a troca de experiências entre os membros da CTL com vistas ao processo de melhoria continua na prestação de serviços aos clientes. A câmara também contribui para o fortalecimento da representação do segmento lotação, junto às áreas do Governo Municipal, Estadual e Federal.

FROTA&Cia Serviço CTL – Câmara Técnica Transportes Lotação Rua da Gávea, 1390 – Vila Maria - São Paulo/SP Fone: (0xx11) 6632-1513 ou

(0xx19) 9792-5426 e-mail: ctl@ntc.org.br





### Carrocerias a seis mãos

Para atender às necessidades dos clientes, a Júlio Simões, que trabalha com carga seca e grandes pesos (celulose, cal, papel, resinas plásticas e produtos siderúrgicos, entre outros), chegou até a criar diviuma são dedicada ao desenvolvimento de carrocerias, desenvolvidas a seis mãos com os clientes e os fabricantes. A empresa é uma das que segue o padrão de renovação anual de frota e, nos últimos dois anos, reforçou os investimentos em sistemas de informação, de gerenciamento de risco e de monitoramento de cargas. No transporte de cargas do grupo, a atividade de lotação responde por 60%. "Trabalhamos em várias frentes, além do transporte de cargas. O mercado vai oferecendo oportunidades e novas demandas e temos de segui-las", diz Jaime Palaiasica, gestor de contratos da Júlio Simões.



## O MAIOR DISTRIBUIDOR FORD DA AMÉRICA LATINA







## **Empresa Diamante**

Caoa Caminhões, de São Paulo, supera as expectativas de crescimento, graças ao apoio do titular e a equipe voltada para a **satisfação do cliente** 

ANTES MESMO DE COMPLETAR UM ANO, como franquia 51, a Caoa, da Vila Leopoldina, em São Paulo (SP), já recebia, no final de 2003, o título de campeã de vendas de caminhões no Brasil, incluindo todas as marcas. No período de setembro/03 à março/04, as vendas atingiram o pico de 140 caminhões por mês. "Nosso objetivo é vender, em média, 150 unidades".

afirma o diretor José Luiz Margon, lembrando que a loja, antes de se tornar franquia 51, costumava comercializar 40 caminhões.

O apoio do titular foi decisivo para o sucesso, conforme relata José Luiz Margon:"O Dr.Carlos Alberto de O. Andrade acredita no negócio de caminhões e dá suporte técnico e financeiro; ele nunca recusou uma solicitação desta loja. É fundamental a anuência do dono, pois se trata de um investimento alto, que não dá retorno rápido"

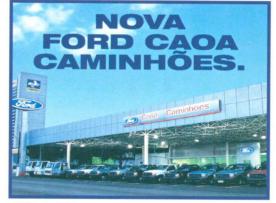
O diretor lembra que os funcionários são constantemente treinados, respeitando a nova

filosofia de atendimento, voltada para a melhoria contínua, que visa colocálos mais próximos do cliente, atendendo integralmente suas necessidades técnicas e operacionais. Este por sua vez, recebe um cartão com o telefone móvel dos profissionais que ele deve procurar em caso de emergência. A iniciativa reafirma para o cliente que a Caoa pode atendê-lo a qualquer hora e em qualquer lugar, o que significa muito para quem depende do caminhão circulando. " A equipe está entusiasmada, veste a camisa da empresa e topa os desafios, sempre com determinação", garante o executivo. Ele conhece os 60 funcionários pelo nome e todos tem acesso à sua sala.

Nas duas primeiras avalizações do Programa Peso (Programa de Excelência e Suporte Operacional), realizadas em 2003 e 2004, a Caoa Caminhões

obteve a classificação máxima (Diamante).

Para José Luiz Margon, o segredo é cumprir à risca todas as exigências da montadora. "Contratamos um profissional somente para cuidar do Peso, que verifica se a empresa está cumprindo os itens do programa e leva para a diretoria os ajustes necessários". Também foi criada a função do monitor de pós-venda, uma espécie de gerente de Serviço externo, que visita os principais clientes, cujo retorno tem superado as expectativas de captação de novos clientes,



PUBLICIDADE FORTALECE A IMAGEM DA NOVA UNIDADE

além de fidelizar a carteira atual.

O crescimento acima do esperado já levou a Caoa a iniciar reforma de prédio próprio, localizado nas proximidades, para ampliar o atendimento. "É uma área de 6.800 m², na qual deveremos montar um pátio para a entrega dos caminhões zero-quilômetro, além de boxes rápido de serviço", explica José Luis Margon.



Especialistas apontam caminhos para amenizar os efeitos da elevação da Cofins nas empresas, e as eventuais saídas para se livrar do mico

Vera Campos

assado o susto inicial, aos poucos, os transportadores de cargas começam a encontrar saídas para amenizar o impacto da Lei 10.833/2003 que instituiu, a partir de 1º de fevereiro, a não-cumulatividade da Cofins (Contribuição para o Financiamento da Seguridade Social) e elevou o percentual do tributo de 3% para 7,6% sobre o valor adicionado do faturamento das empresas.

Afinal, se somados ao 1,65% de PIS, em vigor desde abril de 2003, e ao 1% de aumento da CIDE, a majoração da Cofins representou a gota d'água para o setor, por elevar para 55,45% a já pesada carga tributária do TRC, segundo cálculos da NTC&Logística.

O mico, contudo, não é tão horrível quanto se pinta. Primeiro, porque a elevação das alíquotas da Cofins e do PIS atingem somente as empresas que apuram o imposto de renda pelo Lucro Real e as com faturamento anual igual ou superior a R\$ 48 milhões. Além disso, os percentuais são aplicados sobre uma base de cálculo que deve representar o valor agregado pela empresa ao produto ou serviço. Ou seja, a lei permite o abatimento sobre os gastos

a amenizar empresas, o mico

Orival da Cruz recomenda simulações e opção pela menos onerosa

incorridos com a aquisição de bens para revenda, aquisição de insumos, consumo de energia elétrica, despesas com aluguel, despesas financeiras e depreciação de máquinas e edifícios.

Caso o impacto da não-cumulatividade seja negativo, uma sugestão é optar pelo lucro presumido, afastando a incidência das novas regras. O presidente do Sindicato das Empresas de Serviços Contábeis da Baixada Santista, Orival da Cruz, sócio da Atac – As-



## Um pouco de história

Antes da vigência da Lei no. 10.833/2003, a alíquota da Cofins era de 3% e era cumulativa na cadeia de produção. A partir de fevereiro deste ano, para as empresas tributadas pelo lucro real os 7,6% continuam sendo aplicados sobre o valor residual, ou seja, é possível abater do faturamento o valor equivalente a 7,6% das soma de despesas provenientes de insumos e de energia elétrica, aluguéis, despesas financeiras e depreciação de máquinas e edifícios. Assim, a tributação incide apenas sobre o valor agregado por determinado elo da cadeia ao produto ou serviço. O mesmo vale para o PIS desde abril de 2003, com alíquota de 1,65%.

sessores em Técnicas Administrativas e Contábeis Ltda, que tem várias transportadoras como clientes, recomenda às empresas que declararam IR pelo lucro real em 2003 fazerem uma simulação da aplicação das novas alíquotas sobre os números do exercício anterior e sobre a projeção para 2004 e, a partir daí, optar pela menos onerosa.

É fato, no entanto, que a não-cumulatividade acabou pesando no bolso de determinados setores da economia. Caso, por exemplo, da prestação de serviços, uma vez que o alto custo da mão-de-obra empregada e de autônomos não pode ser computado como insumo e, portanto, não gera descontos. Além disso, as empresas do TRC participam de uma cadeia curta, pois não fabricam nada e, dessa forma, não têm muito PIS e Cofins retido nas etapas anteriores, o que pode elevar o valor a ser pago.

Em uma simulação, o Decope - Departamento de Custos Operacionais e Pesquisa Econômicas da NTC&Logística constatou que, se o mix de uma transportadora for composto de 65% de carreteiros pessoas físicas, 10% carreteiros pessoas jurídicas e 25% frota

própria, o peso da Cofins dobra, passando de 3% para 6%. "Se a empresa usar percentual mais elevado de carreteiros pessoas físicas, este impacto poderá ser ainda maior", destaca Neuto Gonçalves dos Reis, assessor técnico da entidade. A situação menos ruim é a de quem trabalha só com carreteiros pessoas jurídicas ou com frota própria. No primeiro caso, o custo da Cofins vai para 3,81% e, no segundo, para 3,73% . "Se trabalhar com pessoas jurídicas a empresa contratante fica dispensada do pagamento dos 20% de INSS do au-

tônomo", acrescenta Reis.

Não sem motivo, a Transportadora Americana vêm tentando repassar aos embarcadores os índices defendidos pelas entidades do setor. "Não temos outra opção", diz o diretor presidente Celso Lucchiari. Na empresa, o peso da Cofins aumentou 2,11% e o do PIS 0,7%, "o que é significativo quando aplicado sobre um faturamento de R\$ 100 milhões/ano", diz Lucchiari.

Outra saída encontrada pela TA para reduzir o impacto da medida é transformar os autônomos agregados – que representam o segundo maior custo da empresa depois dos funcionários – em pessoas jurídicas. "Vamos fazer uma campanha nesse sentido. Estamos contratando vários escritórios de contabilidade, um em cada uma das capitais das regiões Sul e Sudeste, onde atuamos, para dar toda a assistência contábil ao motorista autônomo que trabalha com exclusividade para nós, facilitando a sua vida", informa o diretor.

No Expresso Araçatuba, os aumentos nos custos ocasionados pela elevação das alíquotas foram, em média, de 2,65%, e estão sendo repassados aos embarcadores. "50% dos casos já estão resolvidos. O embate mais difícil é em relação aos clientes com contrato por



tempo de serviço, mas estamos negociando", afirma o gerente de contabilidade geral Itali del Padre. O faturamento anual da empresa gira em torno de R\$ 150 milhões.

Em relação aos serviços operacionais, a ordem na Araçatuba é terceirizálos para pessoas jurídicas. "Nas situações em que for possível escolher, optaremos por uma empresa prestadora de serviços em vez de um autônomo", salienta del Padre. Ele explica que, desde 1999, quando as empresas contratantes passaram a ter de recolher 20% de INSS dos autônomos, o Araçatuba vem se movimentando no sentido de que esses motoristas se transformem em pessoa jurídica. Hoje, dos 1500 motoristas prestadores de serviços com que trabalha ao mês, 60% são PJ. Mesmo assim, no segmento de transporte rodoviário da carga, a mão-de-obra ainda é o custo mais alto na empresa, representando 20% do custo total.

"As empresas têm de fazer uma análise criteriosa de tudo o que dá direito a desconto na tributação, e isso requer um trabalho minucioso", reforça o gerente do Araçatuba. Outra estratégia para reduzir os impactos negativos da nova Lei é evitar fazer compras à vista, já que os juros entram como abatimento. Por isso, o Araçatuba está reavaliando as vantagens do leasing, que tem juros superiores aos do Finame.

A Rodoviário Ramos, que faz distribuição de carga industrial e também atua como operadora logística, já acionou seu departamento jurídico para avaliar a possibilidade de transformar os agregados em pessoas jurídicas. Em 2003, esse pessoal representou 42% do transporte da empresa. A Ramos também está negociando pessoalmente com os clientes, grandes indústrias, o impacto de 3,8% que o aumento do tributo ocasionou. "90% já aderiram", informa o diretor comercial José Carlos Santos Ferreira.



Itali del Padre: tercerizar para pessoas jurídicas

## Solução caso a caso

Em vista da complexidade da nova legislação da Cofins, os especialistas em tributação recomendam às empresas estudar o seu caso individualmente para apurar os seus impactos sobre o faturamento. E concordam num outro ponto: as empresas têm de manter a sua contabilidade em dia e estar bem informadas e permanentemente assessoradas, para fazerem a coisa certa. "É preciso compreender o sistema tributário como um todo, aplicar bem a legislação", afirma Valdete Marinheiro, assessora jurídica e tributária da Fetcesp e da CNT. "O acompanhamento tem de ser diário, deve-se fazer uma radiografia da empresa o tempo todo", completa.

## **Opcão pelo Simples**

Na hipótese de a empresa optar pela apuração pelo Lucro Real, o contribuinte tem ainda a alternativa de fazer um planejamento tributário. Uma das opções é criar uma nova empresa e transferir-lhe a parte de sua folha de salários (motoristas, pessoal de armazenagem, de logística, etc). Essa nova empresa deverá ser tributada pelo lucro presumido ou, preferencialmente, pelo Simples, e trabalhar como contratada da empresa-mãe, fornecendo nota fiscal, computada como despesa da primeira. "A opção pelo Simples é a melhor opção, pois reduz a carga de empresas com um número de funcionários muito grande", ressalta o advogado tributarista Alessandro Dessimoni, da Menezes e Lopes Advogados, empresa de serviços jurídicos, especializada em atacadistas, operadores logísticos e transportadoras. Ele acrescenta ainda que, apesar dos encargos sociais, é vantajoso transformar os motoristas pessoas físicas em funcionários dessa nova empresa.

## Ano III • n° 31 • Suplemento da Revista Frota Edição n° 71 • Março/2004

## Desfile de Campeões

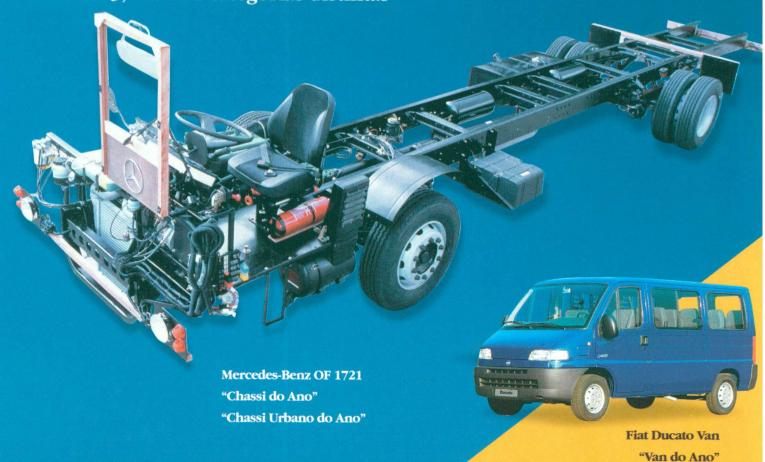
Prêmio Lótus inova ao apontar as marcas e modelos de chassis que conquistaram a preferência dos compradores brasileiros em 2003, em oito categorias distintas

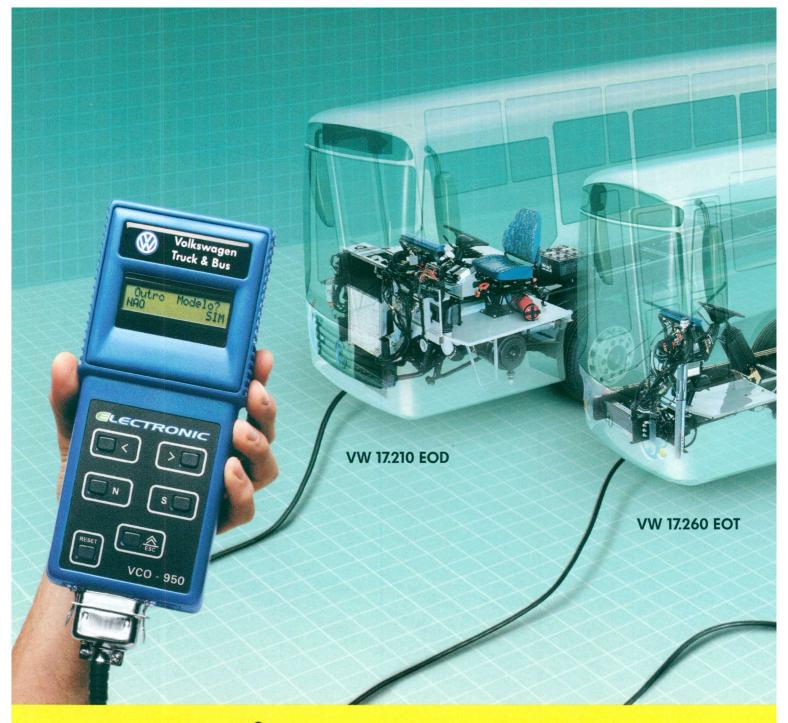


Volkswagen 9150 OD "Chassi Leve do Ano"



Mercedes-Benz O 400 RSD "Chassi Rodoviário do Ano"





Chegaram os Ônibus Inteligentes Volkswagen. Tecnologia descomplicada e programação sob medida para as suas rotas.

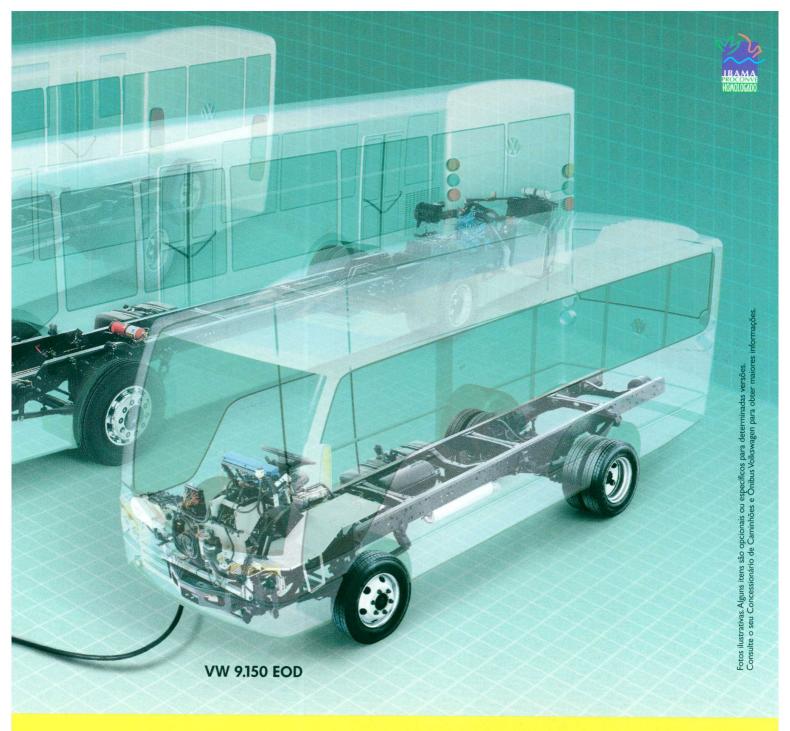
www.vwtruckbus.com.br



Motorização com gerenciamento eletrônico de última geração - Common Rail.VW 8.150 EOD e VW 9.150 EOD - motores MWM e Cummins. VW 17.210 EOD e VW 17.260 EOT - motores MWM de 6 cilindros na nova série X.12



Recurso eletrônico exclusivo, de série, para programação sob medida a cada tipo de rota, garantindo melhor desempenho e maior economia (para motores MWM).



A nova Linha de Ônibus Inteligentes Volkswagen foi feita sob medida para as suas rotas, sejam elas em terrenos planos, com ladeiras ou ainda em trânsito congestionado ou livre. O controle de diversas funções está ao seu alcance, para obtenção dos melhores resultados.

• Consulte o seu Concessionário Volkswagen e conheça todas as combinações possíveis para deixar esses ônibus ainda mais sob medida para as suas rotas.

Eletrônicos Volkswagen. Tecnologia sem complicação.







Relações de eixo traseiro programáveis para rotas de trânsito lento ou rápido (somente para o modelo VW 17.210 EOD).



Acessório que gerencia a operação do veículo, fornecendo dados instantâneos para o motorista e acumulados ao administrador da frota.

## Para turistas

Depois de desenvolver uma carroceria com teto removível para transporte de muçulmanos na Arábia Saudita, a Marcopolo acaba de produzir outra similar, especialmente para serviços de city tour. Trata-se do Viale Double Decker Sunny, de dois andares e sem teto, cuja primeira unidade foi comprada pela prefeitura de Campo Grande (MS).

Construído sobre plataforma Low Entry, o veículo tem rampa de acesso para deficientes e capacidade para transportar 74 pessoas. As poltronas têm cinto de segurança e o veículo vem equipado com microfone, alto-falantes e vários opcionais. Por causa do entreeixos menor que a dos rodoviários o novo Viale pode circular por vias estreitas com mais facilidade.



## Verbas para o transporte escolar

recessor enclosed

O governo federal anunciou que vai liberar R\$ 246 milhões para o transporte escolar em Estados e municípios. Os recursos poderão ser usados para a compra de ônibus, carros ou barcos. E, ainda, para o custeio do transporte de alunos que estudam na área rural ou precisam se deslocar para escolas localizadas em áreas urbanas.

## Fim dos vermelhinhos

Exatamente 50 anos depois de entrar em operação e se tornar um símbolo da capital inglesa, os Routemaster, ônibus vermelhos de dois andares e formas arredondadas começam a ser retirados de circulação. Técnicos da prefeitura alegam esgotamento da capacidade operacional e custo operacional elevado por exigência do cobrador, pois o motorista fica em cabine fechada. Em seu lugar, começam a circular outros modelos mais modernos, alguns de dois andares. Os antigos estão à venda por duas mil libras.



B





Tudo o que um ônibus urbano precisa está aqui. Os chassis Volkswagen 8.150 e 9.150 são modernos, robustos e confiáveis. E, para formar um conjunto imbatível, são equipados com motores eletrônicos Cummins Interact 4, de terceira geração. Possuem controle da potência de acordo com as variações do percurso, baixa emissão de poluentes (conforme Euro III - CONAMA V), melhor desempenho e economia de combustível. O motor também permite programar parâmetros como velocidade máxima, tempo de uso de marcha lenta, além de diagnosticar e prever falhas, o que reduz o custo de manutenção e prolonga a vida útil do motor. É muito bom ficar falando tudo o que a linha Interact oferece. Mas é muito melhor você conferir os detalhes no site Cummins.







# minntur

## Tempo de transição

Fabricantes de chassis cumprem exigências de emissões com motores eletrônicos. O mercado, contudo, deve crescer com a ajuda dos mecânicos

s vendas de chassis de ônibus cresceram 4,59% em 2003 saltando de 16.534 para 17.294 unidades – e garantiram para a DaimlerChrysler a manutenção da liderança do mercado. A detentora da marca Mercedes-Benz encerrou o ano com 42,84% de participação e 7.408 veículos vendidos. O campeão de vendas o Mercedes-Benz OF 1721 - com 2.791 unidades - vendeu 18,84% mais do que o segundo colocado, o Volkswagen 17.210 OD. Na classe dos rodoviários, a Mercedes-Benz também foi a primeira do pódio, num mercado de 1.285 unidades, com a venda de 267 plataformas O 400 RSD 6x2, o equivalente a 5,53% mais do que o segundo no ranking, a O 400 RSE, versão 4x2 do mesmo modelo e marca.

Na categoria chassi leve, que reúne microônibus e minibus, o mais vendido foi o Volkswagen 9.150 OD, com 1.646 unidades, 40,20% mais do que o segundo colocado, o Mercedes-Benz LO 914. A Agrale liderou as vendas no segmento com 39,08% de participação e 3.226 veículos vendidos, em um total de 8.254. O segmento de vans teve na Ducato, da Fiat seu modelo vencedor, com 1.464 unidades ven-

### Mercado Brasileiro de Chassis de Ônibus

Acompanhe a evolução das vendas e da participação de mercado de cada fabricante de chassi para ônibus, no consolidado do ano de 2003

|                 | Ven    | ıdas   | Evolução | Market  | Share   | Evolução |
|-----------------|--------|--------|----------|---------|---------|----------|
| Fabricante      | 2.002  | 2.003  | 2.003    | 2.002   | 2.003   | 2.003    |
| Agrale          | 3.691  | 3.226  | -12,60%  | 22,32%  | 18,65%  | -16,44%  |
| DaimlerChrysler | 7.575  | 7.408  | -2,20%   | 45,81%  | 42,84%  | -6,50%   |
| lveco           | 271    | 562    | 107,38%  | 1,64%   | 3,25%   | 98,27%   |
| Scania          | 327    | 503    | 53,82%   | 1,98%   | 2,91%   | 47,06%   |
| Volkswagen      | 4.311  | 5.400  | 25,26%   | 26,07%  | 31,22%  | 19,76%   |
| Volvo           | 359    | 195    | -45,68%  | 2,17%   | 1,13%   | -48,07%  |
| VENDAS TOTAIS   | 16.534 | 17.294 | 4,60%    | 100,00% | 100,00% | 0,00%    |



Fonte: Anfavea/Datalótus

onte: Anfavea/Datalótus



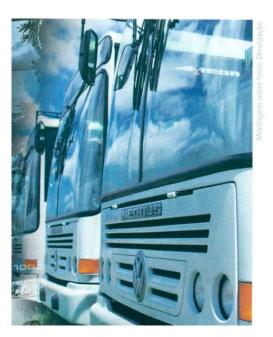
Motor eletrônico equipa chassi Volkswagen: obediência à nova Lei de Emissões

didas, 27,84% do total de 5.258. Em segundo ficou a Sprinter, com 1.238 e em terceiro a Besta, da Kia Motors, 1.093.

O crescimento do mercado de ônibus em 2003 acentuou a tendência de anos anteriores de aumento da participação de microônibus, e o conseqüente encolhimento de vans e urbanos médios, além do tímido avanço dos modelos rodoviários.

O mercado de 2004 poderá manter esse ritmo, mesmo crescendo 4% e chegando a 18 mil unidades, como prevê Gilson Mansur, diretor Adjunto de Vendas de Veículos Comerciais da DaimlerChrysler. O segmento de ônibus urbanos continua comprador, graças ao ano de eleições de prefeitos e a renovação das grandes frotas, caso de São Paulo e Belo Horizonte.

Mas há uma grande expectativa sobre o comportamento das vendas nes-



### **Chassis Leves**

|                 | Ve    | ndas  | Evolução | Marke  | et Share | Evolução |
|-----------------|-------|-------|----------|--------|----------|----------|
| Fabricante      | 2.002 | 2.003 | 2.003    | 2.002  | 2.003    | 2.003    |
| Agrale          | 3.691 | 3.226 | -12,60%  | 51,02% | 39,08%   | -23,40%  |
| DaimlerChrysler | 1.850 | 1.758 | -4,97%   | 25,57% | 21,30%   | -16,72%  |
| Iveco           | 271   | 562   | 107,38%  | 3,75%  | 6,81%    | 81,75%   |
| Volkswagen      | 1.422 | 2.708 | 90,44%   | 19,66% | 32,81%   | 66,90%   |
| TOTAL           | 7.234 | 8.254 | 14,10%   | 43,75% | 47,73%   | 9,09%    |

### **Chassis Urbanos**

|                 | Ve    | ndas  | Evolução | Marke  | et Share | Evolução |
|-----------------|-------|-------|----------|--------|----------|----------|
| Fabricante      | 2.002 | 2.003 | 2.003    | 2.002  | 2.003    | 2.003    |
| DaimlerChrysler | 5.028 | 5.018 | -0,20%   | 61,65% | 64,71%   | 4,96%    |
| Scania          | 32    | 18    | -43,75%  | 0,39%  | 0,23%    | -40,84%  |
| Volkswagen      | 2.889 | 2.608 | -9,73%   | 35,42% | 33,63%   | -5,06%   |
| Volvo           | 207   | 111   | -46,38%  | 2,54%  | 1,43%    | -43,60%  |
| TOTAL           | 8.156 | 7.755 | -4,92%   | 49,33% | 44,84%   | -9,10%   |

te ano de transição dos modelos com motores de injeção mecânica para eletrônica. Enquanto a Volkswagen optou pela estratégia de comercializar 100% de eletrônicos este ano, tendo feito o lançamento em março último, a DaimlerChrysler, que começou há seis anos com eletrônicos, tem a vantagem de mesclar as duas tecnologias e introduzir 40% de chassis Euro III.

A grande promessa da marca Mercedes-Benz é o OF 1721 eletrônico, que será lançado neste semestre para disputar com o histórico campeão de vendas. O fabricante promete manter as qualidades da versão mecânica com maior economia que a eletrônica propicia. Segundo Mansur, os clientes têm se queixado de não poder repassar os aumentos do diesel à tarifa que já acumulam de 20 a 30% no custo operacional. "Só um modelo mais econômico poderá amenizar essa defasagem", opinou. Além desse, a Mercedes-Benz já tem dois modelos Euro III. o OF 1418 e o

OH 1418, que vêm conquistando adeptos no mercado.

Antonio Dadalti, diretor de Vendas e Marketing da Volkswagen, diz que espera alcançar 35% do segmento de ônibus urbanos, incluindo os microônibus não eletrônicos. Em 2003, a participação da VW na categoria dos médios chegou a 33,62%. Dadalti conta que tinha planos de deixar estoque de chassis mecânicos na rede de concessionários para serem vendidos no primeiro trimestre, enquanto não chegassem os eletrônicos, mas tudo que foi produzido em 2003 foi vendido, só restando 150 com motores traseiros. "Vendemos tudo, só em dezembro foram mais de 700 ônibus, estouramos a boca do balão", alegra-se.

A DaimlerChrysler está confiante que este ano seja melhor que 2003, pois já efetuou vendas importantes como boa parte dos 300 chassis com motor dianteiro para o mercado de Belo Horizonte, numa compra coletiva, via sindicato, sendo a maioria dos modelos



Flávio Crosa, apostando na recuperação da participação, com o chassi de 9 ton.

## mercado de São Paulo pode absorver um pouco mais. Por isso ele espera vender seus eletrônicos mais caros, porém mais econômicos.

O mercado de vans para o transporte urbano de passageiros tem uma clara tendência de encolhimento e os fabricantes estão buscando alternativas de aplicações como o transporte turístico, de executivos em hotéis, ambulâncias, até carro forte, como tem feito a Fiat. João Cláudio Bourg, diretor de Vendas a Frotistas e Comerciais Leves considera Ducato um veículo único, não importa a aplicação. "Se cai no transporte de passageiros, temos que encontrar outros nichos".

Iá o segmento rodoviário tem se caracterizado pela concentração cada vez mais nos grandes grupos empresariais e toda vez que há uma incorporação, são duas empresas que deixam de comprar por um período, pois quando há sobreposição de linhas, sobram ônibus. Caso, por exemplo, da recente compra da mineira São Geraldo pela conterrânea Gontijo.

### Fonte: Anfavea/Datalótus 2.003 2.002 **Fabricante** 2.002 2.003 2.003 2.003 -9,33% 60,98% 49,18% -19,35% **DaimlerChrysler** 697 632 64,41% 25,81% 37,74% 46,24% Scania 295 485 0,00% 0,00% 6,54% 0,00% 84 Volkswagen -50,52% 151 84 -44,37% 13,21% 6,54% Volvo Chassis Rod. 1.143 1.285 12,42% 6,92% 7,43% 7.39%

**Chasis Leves** 

Evolução

Vendas

Acrescente-se a isso, a tendência desse mercado investir cada vez na compra de modelos 4x2, em lugar da configuração 6x2 mais ajustada aos "double deck" porque o número de passageiros vem diminuindo e o de pedágios aumentando, diz Mansur.

**Market Share** 

Evolução

A Volkswagen, que está ingressando nesse mercado espera vender 500 unidades em 2004 porque o chassi 18.310 tem despertado muito interesse depois da compra de 150 pela Pluma. "Não vejo porque esse mercado possa encolher mais, pois no passado chegou a participar com 17/18% e hoje está entre 7 e 8%". Dadalti diz que a frota está precisando ser renovada, mas os custos estão altos. Por isso, acredita que seu produto pode emplacar como aconteceu com o caminhão 18.310 com uma carroceria sem sofisticação. "Vamos buscar um nicho que não esteja sendo atendido", concluiu.

Redução do número de passageiros, combinada com o aumento dos pedágios, acentua tendência de utilização da versão 4x2 em substituição ao 6x2

### OF 1721 e OF 1417 e OF1418.

Na classe dos leves, a maior disputa é entre Agrale (incluindo Volare) e a Volkswagen, cuja participação se aproxima: em 2002, o fabricante gaúcho obteve 51,02% e a VW, 19,66%; em 2003, a Agrale caiu para 39,08% e a VW subiu para 32,81%. No período, a DaimlerChrysler encolheu, de 25,57% para 21,30%. Flávio Crosa, diretor de Vendas e Marketing da Agrale está confiante que este ano a distância volte a aumentar, pois dispõe do modelo de 9 toneladas para competir com a Volkswagen, que oferece 500 quilos a mais, e um total de oito modelos enquanto a concorrente tem apenas dois. Dadalti, de outro lado, atribui o sucesso de seus modelos à concepção do projeto, que agradou ao mercado de transporte urbano de passageiros e que neste ano ainda venderá modelos não eletrônicos.

Para Mansur, o micro já chegou no limite de participação. Mesmo assim o





## CITY CLASS. CONFORTO PARA SEU LADO EMOCIONAL. ECONOMIA PARA O RACIONAL.



City Class é o primeiro microônibus da Iveco fabricado no Brasil com chassi especialmente desenvolvido para o transporte de passageiros. Ágil, seguro, confortável e econômico, é ideal para o trânsito intenso dos grandes centros urbanos. Por dentro, traz diferenciais de espaço e conforto. E no desempenho, oferece a melhor relação custo-benefício da categoria, com seu motor Eletrônico Common Rail Euro III. São cinco modelos de microônibus para as mais diversas aplicações: Padrão SP Trans, Urbano, Escolar, Turismo e Executivo. Tudo para trazer o máximo de conforto para você e seus passageiros. City Class. O melhor microônibus da categoria.







## Os eleitos do ano

Edição 2004 do Prêmio Lótus passa a contemplar as marcas e modelos de chassis de ônibus mais vendidos no país, num total de oito categorias



Mercedes-Benz OF 1721: eleito pela segunda vez "como o Chassi do Ano"

mais completo levantamento anual da indústria de chassis para ônibus chega a sua segunda edição, incorporando inúmeras melhorias. A partir de agora, o ranking de FROTA&Cia, publicado no caderno ônibus, passa a incluir as vans para o transporte de passageiros. E apresentar as marcas e modelos de chassis mais vendidos no mercado brasileiro com base em uma nova segmentação: leves, urbanos e rodoviários. De quebra, o estudo ainda traz as marcas que

conquistaram a liderança de mercado nessas três categorias, a partir dos números oficiais de vendas divulgados pelos próprios fabricantes, através da Anfavea.

No topo da pirâmide aparece o Mercedes-Benz OF-1721, fabricado pela DaimlerChrysler, eleito pelo segundo ano consecutivo o "Chassi do Ano". O modelo foi o mais vendido no país no ano passado, entre todas as categorias, com um total de 2.791 unidades.

As vantagens do OF 1721 sobressaem diante da concor-



Frota da Himalaia Transportes: 80 OF1721 e 500 mil km rodados

rência, assegura Álvaro Queiroz, representante de Vendas de Ônibus Mercedes-Benz da Rio Bahia Veículos, de Salvador (BA). Para suportar o excesso de carga e a severidade do serviço nos grandes centros urbanos, o OF 1721 foi construído com a robustez necessária para agüentar o tranco. "Mesmo assim, a fábrica não descuidou do custo operacional, outro fator exigido pelos operadores do transporte urbano, que tem as tarifas sob rígido controle", garante Queiroz.

No segmento das vans, o destaque ficou para o Fiat Ducato cujas vendas

alcançaram 1.464 unidades em 2003 e, por isso, leva o Prêmio Lótus na categoria "Van do Ano".

Apesar do segmento vir encolhendo desde o ano 2000, por culpa dos regulamentos que passaram a exigir a substituição das vans por veículos de maior capacidade, o Ducato Van vem acusando crescimento contínuo das vendas. "A Fiat vem buscando alternativas para a van Ducato, como as versões luxo para transporte de executivos e de turis-

# Fiat Ducato Van "Van do Ano"

| Classificação | Modelo                | Vendas 2.003 |
|---------------|-----------------------|--------------|
| 1             | Ducato Van            | 1.464        |
| 2             | Sprinter CDI Van      | 1.238        |
| 3             | Besta Van             | 1.093        |
| 4             | Master Minibus        | 762          |
| 5             | <b>Jumper Minibus</b> | 582          |
| 6             | Maxi Van              | 119          |

Vans



## À espera do eletrônico

Responsável por uma frota de 80 ônibus com chassi OF 1721 que já rodou 500 mil km, Felipe Ricardo Batista dos Santos, diretor de Operações da Himalaia

Transportes, comenta que a opção pelo modelo foi resultado de uma forte parceria com a fábrica.

com a fábrica. Ricardo, que opera um total de 200 ônibus, todos da marca Mercedes-Benz, circulando por 27 linhas intermunicipais na zona Oeste da capital paulista, diz que a DaimlerChrysler tem procurado melhorar os veículos e treinar os motoristas e mecânicos da empresa. Sem contar as vantagens advindas da uniformização do almoxarifado de pecas. Depois de testar e aprovar os eletrônicos OF 1417, o diretor operacional da Himalaia espera o lançamento da versão eletrônica do OF-1721, previsto para maio, para comprar novos ônibus desse modelo. Segundo Felipe, as linhas suburbanas cumpridas pela empresa exigem metas de consumo de combustíveis de 2,7 km/litro e durabilidade das Ionas de freio de 20 mil para que a tarifa cubra os custos. Um desafio só superado atualmente pelos novos OF 1417 que fazem 2,8 km por litro de diesel. "Embora o consumo das lonas – em torno de 17 a 18 mi1 km - ainda deixe a desejar", atesta o diretor.

# mercado

Fiat Ducato Van na versão ambulância: 300 unidades para o governo mineiro



mo, bem como ambulâncias", diz João Cláudio Bourg, diretor de Vendas a Frotistas e Veículos Comerciais. E citou a concorrência do governo mineiro que venceu para a venda de 300 unidades na versão ambulância.

Em outro mercado, para aplicações em minibus e microônibus, o Prêmio Lótus 2004 na categoria "Chassi Leve do Ano" vai para o modelo 9.150 OD, fabricado pela Volkswagen, que contabilizou vendas de exatas 1.646 unidades no mercado interno. Antonio Dadalti, diretor de Vendas e Marketing da

Volkswagen, credita o sucesso do 9.150 ao fato de o modelo incorporar inúmeras melhorias para atender às solicitações dos clientes. Caso da maior durabilidade da suspensão, caixa de câmbio que resistisse ao anda e pára do transporte urbano, embreagem grande, freios mais potentes e por aí afora. "Depois, bastou fazer um bom programa de demonstração e as vendas explodiram", diz eufórico.

Se a fórmula deu certo para o modelo, no conjunto do segmento o título de "Marca do Ano em Chassis Leves" ficou

**Chassi Leve** 

## Volkswagen 9150 OD "Chassi Leve do Ano"

| Classificação | Modelo               | Vendas 2.003 |
|---------------|----------------------|--------------|
| 1             | Volkswagen 9.150 OD  | 1.646        |
| 2             | Mercedes-Benz LO 914 | 1.174        |
| 3             | Agrale MA 6.0        | 948          |
| 4             | Agrale W 8           | 941          |
| 5             | Volkswagen 8.150 OD  | 802          |
| 6             | Agrale MA 8.0        | 628          |
| 7             | Iveco Daily Scudato  | 562          |
| 8             | Agrale MA 8.5        | 349          |
| 9             | Mercedes-Benz LO 812 | 336          |
| 10            | Agrale MA 5.0        | 314          |



## Parceria de sucesso

Para Francisco Heleno Gaiato, da revendedora Agrale Truckbus, localizada na zona norte de São Paulo, a oferta do carro pronto, com financiamento pelo Cooperfat do Banco do Brasil, a juros baixos e 10% de entrada", explica o sucesso da parceria Agrale-Volare. "Se comprar o chassi para encarroçar depois, o cliente precisa de dois financiamentos e ainda perde tempo esperando a entrega do veículo, explica o especialista.

## **Elogios ao Volare**

Uma rápida enquete com transportadores autônomos de passageiros em São Paulo, revelou boas impressões sobre os Volare, montados sobre chassi Agrale. Economia, facilidade de dirigir, boa mecânica, anda bem e tem bons freios, foram os principais atributos. No geral, são veículos novos, com menos de um ano de uso, mas que já rodaram entre 60 mil e 160 mil km. A crítica mais ouvida se refere ao arrangue do motor. "Demora para sair, mas deslancha bem depois", citou Edmilson Gomes de Souza, proprietário de um A6 que opera na linha Lauzane-Lapa.

## Chassi Urbano

| Classificação | Modelo                 | Vendas 2.003 |
|---------------|------------------------|--------------|
| 1             | Mercedes-Benz OF 1721  | 2.791        |
| 2             | Volkswagen 17.210 OD   | 2.091        |
| 3             | Mercedes-Benz OF 1417  | 1.697        |
| 4             | Volkswagen 17.240 OT   | 517          |
| 5             | Mercedes-Benz 0-500 M  | 167          |
| 6             | Mercedes-Benz OH-1621L | 166          |
| 7             | Mercedes-Benz OH-1628L | 93           |
| 8             | Volvo B 10M 4X2 Art.   | 66           |
| 9             | Mercedes-Benz OH-1417  | 34           |
| 10            | Volvo B 10M Bi-Art.    | 32           |



para a Agrale, em razão das vendas acumuladas dos sete modelos postos à disposição do mercado, num total de 3.226 unidades. Credite-se a essa façanha o acordo firmado com a

Marcopolo para equipar toda a linha Volare. "Fomos os precursores no desenvolvimento de um projeto integrado de chassi e carroceria", explica Flávio Crozza, diretor de Vendas e Marketing da Agrale. "O esforço resultou em um produto feito na medida para resistir ao anda-e-pára do transporte de passageiros", completa o dirigente, orgulhoso da produção média anual de 1.200 unidades ou 8 mil chassis em seis anos para um só cliente.

O bom desempenho nas vendas, somente no segmento de chassis urbanos, rendeu um segundo título para o Mercedes-Benz OF-1721. O modelo faturou o troféu de "Chassi Urbano do Ano", por sua aparição no primeiro lu-



gar do ranking.

O sucesso do modelo na categoria colaborou para uma outra vitória, desta vez para o fabricante. A DaimlerChrysler conquistou o título de "Marca do Ano em Chassis Urbano" outorgado pelo Prêmio Lótus. A homenagem é uma retribuição ao fato da empresa ter encerrado o ano com 39,08% de participação no segmento, referentes à venda de 3.226 unidades sobre um total de 7.755 chassis.

O mesmo se deu no mercado de chassis para aplicações rodoviárias, on-

Os Volare, sobre chassi Agrale: elogios dos usuários



## Aplausos para a tecnologia

Terceiro colocado no ranking dos chassis para aplicações urbanas, o Mercedes-Benz OF 1417 vem atestando as vantagens da motorização eletrônica para os frotistas de ônibus. O modelo, embora menor que o OF 1721, vem conquistando usuários por causa do menor consumo de combustível e o melhor desempenho do produto."O item tecnologia tem grande importância para o cliente no processo de renovação de frota, com reflexos no custo operacional e na rentabilidade das empresas, explica Gilson Mansur, diretor Adjunto de Vendas de Veículos Comerciais da DaimlerChrysler.

# mercado

Volkswagen 18310: aposta da marca para competir no segmento rodoviário e repetir o sucesso do cavalo mecânico



de a DaimlerChrysler fez dobradinha no pódio. A fábrica da estrela de três pontas levou de uma só vez os títulos de "Chassi Rodoviário do Ano" e "Marca do Ano em Chassis Rodoviários". Tudo por conta do bom desempenho do modelo Mercedes-Benz O 400 RSD em 2003 (267 unidades vendidas) e do primeiro lugar no ranking do segmento, com 49,18% de participação, como resultado da comercialização de 632 chassis para uso rodoviário.

Em defesa do produto, Gilson Mansur, diretor Adjunto de Vendas de Veículos Comerciais da DaimlerChrysler, explica que o bom desempenho nas vendas se deve ao bom rendimento, baixo consumo, maior intervalo nas trocas de óleo e a facilidade de manutenção, graças ao sistema de autodiagnose. "O motor eletrônico OM 457 LA, de 360 cv, torque de 168 mkgf a 1.100 rpm, confere à plataforma O 400 RSD 6x2 velocidades médias altas, mesmo em aclives, sem a necessidade de troca de marchas. Isso reduz o tempo de viagem e diminui o cansaço do motorista", completa Mansur.

## Chassi Rodoviário



| Classificação | Modelo                   | Vendas 2.003 |
|---------------|--------------------------|--------------|
| 1             | Mercedes-Benz 0 400 RSD  | 267          |
| 2             | Mercedes-Benz 0 400 R SE | 253          |
| 3             | Scania K 124 IB 6X2      | 228          |
| 4             | Scania K 124 IB 4x2      | 217          |
| 5             | Mercedes-Benz 0 500 R    | 112          |
| 6             | Volkswagen 18.310 OT     | 84           |
| 7             | Volvo B 7 ROD 4X2        | 38           |
| 8             | Scania K 124 IB 8X2      | 19           |
| 9             | Scania B 10 R 6X2        | 18           |
| 10            | Volvo K 94 IB 4X2        | 16           |

|                 | Participação de Mercado |        |
|-----------------|-------------------------|--------|
| DaimlerChrysler |                         | 49,18% |
| Scania          |                         | 37,74% |
| Volkswagen      |                         | 6,54%  |
| Volvo           |                         | 6,54%  |

## Aposta no futuro

Depois de estrear com sucesso no segmento de ônibus

rodoviário e empatar com a Volvo na terceira colocação, a Volkswagen aposta todas as fichas no recém lançado chassi VW 18.310, à

exemplo do ocorrido com a versão cavalo mecânico. E, o que é mais curioso, incentivada pela diminuição do número de passageiros verificada nos últimos anos e a cobranca do pedágio por eixo. Explica-se: embora esteja preparado e homologado para a versão 6x2, o 18.310 só será oferecido inicialmente na configuração 4x2. "Essa é a tendência do mercado porque não existem mais passageiros para lotar os ônibus de dois andares, um veículo que pesa muito, roda vazio e ainda paga pedágio de três eixos", comenta Antonio Dadalti, diretor de Vendas e Marketing da empresa.

## A corrida do gás

A substituição dos ônibus urbanos por modelos movidos a gás, incentivada pela Petrobrás com apoio do BNDES e da Comgás, seduz os frotistas

descoberta de uma jazida de 419 bilhões de metros cúbicos de gás na bacia de Santos, pela Petrobrás, vêm provocando uma nova "corrida do ouro", agora em torno desse combustível, notadamente para uso veicular. Tudo porque a oferta do produto foi significativamente ampliada. E, por isso, o consumo deverá ser fortemente estimulado nas regiões Centro-Oeste, Sudeste e Sul, já abrangidas pelo gasoduto Brasil-Bolívia, que tem interligação com as bacias de Campos e Santos. Para regiões distantes do gasoduto, a Petrobrás promete abasteci-

mento por caminhões, como parte do esforço da estatal para aumentar de 3 para 10% a participação do gás na matriz energética até 2005.

De quebra, a Petrobrás decidiu estabelecer por dez anos uma relação de preço do metro cúbico do gás, equivalente a 55% do litro de óleo diesel, proporção que pode ficar ainda mais favorável com o aumento do consumo: 10%, redução de 2% até 17% se o aumento chegar a 70%.

De olho nesse mercado, o BNDES anunciou um financiamento inédito para a aquisição de ônibus a gás: 90% do

Ônibus à gás na Gatusa: em operação desde 1998



# urbano



Roberto Brederode, da SPTrans: financiamento com 2 anos de carência e 96 meses para pagar

valor do veículo, 24 meses de carência e 96 meses para pagar, totalizando dez anos, informou Roberto Brederode, gerente Geral de Engenharia e Inspeção Veicular, da SPTrans, gerenciadora do sistema em São Paulo.

Além da redução do preço do combustível, as empresas de ônibus não terão gastos na instalação de compressores nas garagens para abastecer os ônibus a gás, que será bancado pela Comgás. A empresa vai fornecer o combustível diretamente aos frotistas eliminando uma etapa do ICMS.

A proposta praticamente viabiliza o ingresso de 600 ônibus a gás na cidade de São Paulo, prometidos pela Prefeitura para este ano. Bem como alavanca os planos do governo do Estado para a substituição dos ônibus a diesel por modelos alimentados por esse combustível alternativo. E não apenas das linhas intermunicipais como, também, da frota de fretamento, num total de 25 mil veículos, como afirmou Jurandir Fernandes, secretário de Transportes Metropolitanos.

Os Consórcios Sete (Gatusa e Kuba), Sudoeste (Oak Tree), Unisul (Paratodos) e Sambaíba já aderiram ao programa e a Prefeitura aguarda a confirmação do comprometimento de mais empresas. Por isso, o programa que previa a inclusão de 450 ônibus para homenagear o aniversário da cidade, foi acrescido de mais 150.

Na Gatusa, dos 254 ônibus que compõem a frota, 65 são a gás com

motor traseiro e suspensão a ar nas rodas traseiras. Em operação desde 1998, esses veículos já rodaram cer-

ca de 400 mil km cada, sem apresentar problemas adicionais de manutenção, segundo Barnabé, gerente de manutenção. "O ônibus a gás consome mais do que o diesel, mas o combustível é mais barato, então o custo se equilibra". José Cunha, diretor da Gatusa, disse que seria antipatriótico não investir no gás. "Para quem fez investimentos como eu, que fui pioneiro, um programa como este vem em boa hora", disse confirmando que vai comprar 80 na primeira etapa.

A Oak Tree, por sua vez, mantém atualmente 20 ônibus a gás, dos 32 adquiridos entre 1997 e 1999 e os mais antigos, com seis anos já rodaram em média 215 mil km cada um. "Os custos de manutenção do motor são muito mais elevados do que o similar a diesel porque diversos componentes são importados e fornecidos apenas pelo fabricante", informa a empresa. Embora a montadora assegure autonomia de 300 km dos cilindros instalados nos ônibus, os da Oak Tree conseguem rodar só 260 km.

Sem notar diferenças em termos operacionais, a empresa informa que os motores a gás são sensivelmente mais silenciosos e os índices de emissão de material particulado, baixíssimos em comparação com o motor diesel.

A Oak Tree condiciona a compra de 40 novos ônibus a gás à implementação das medidas como, eliminação de intermediário na venda do gás, relação de 55% do valor do metro cúbico de

## Um minuto para abastecer

A DaimlerChrysler detém a tecnologia dos ônibus a gás há pelo menos 17 anos e seus motores já estão na terceira A empresa aguarda com grande expectativa as encomendas que as operadoras de São Paulo devem fazer ainda neste semesdas de Veículos Comerciais Gilson Mansur, que tem recebido consultas também de outros municípios O modelo atual é o OH 1623 LG. com motor traseiro e suspensão a ar nas rodas traseiras e representa uma grande evolução desde os primeiros de 1987."O e hoje apenas um minuto", exemplifica Mansur.

Ele diz que a diferença de preço - cerca de 30% a mais, em comparação aos modelos a diesel - se justifica pelo kit eletrônico para a ignição que ainda é importado e os cilindros de gás de pressão muito elevada. A redução desse acréscimo vai depender do volume de produção. "Vamos negociar redução de preços dos componentes a partir de uma programação regular de fornecimento".





Na USP, veículos acusaram problemas com módulo eletrônico

gás por litro do diesel metropolitano, "pois atualmente a conta combustível do gás é 30% maior que a do diesel".

A empresa espera ainda que o custo de aquisição diminua, pois na primeira compra, os veículos custaram 40% mais do que o similar a diesel e que a linha de financiamento traga vantagens sobre os modelos em operação.

A Universidade de São Paulo adquiriu em julho de 2001 três ônibus a gás Mercedes-Benz chassi OH 1623 LG, que são usados no transporte de funcionários, alunos e moradores das redondezas da cidade universitária. Até fevereiro de 2004 um deles havia rodado 70 mil quilômetros, o outro 120 mil e o terceiro havia sido enviado à fábrica para a troca do motor.

O engenheiro Sukederu Nagamine, diretor da Divisão de Apoio à qual o setor de transporte está subordinado, disse que a troca nada teve a ver com o funcionamento a gás. Nagamine se queixou do módulo eletrônico "que exige reparo com qualquer sujeirinha". Como não dispõe de reservatório de gás, o abastecimento é feito em posto na Avenida Jaguaré, o mais próximo da USP. "A substituição dos outros três ônibus a diesel dependerá da política de transportes", disse Nagamine.

Enquanto os pedidos não se efetivam os fabricantes instalados no país — à exceção da DaimlerChrysler - aguardam o momento oportuno para inicia-

rem a produção de veículos à gás.

A Agrale desenvolveu, testou e está em condições de produzir microônibus a gás com motor importado da Cummins de US Port, Canadá de 4 cilindros com ignição eletrônica, garante Flávio Crosa, diretor de Vendas e Marketing.

A Iveco, que domina a tecnologia em motores a gás na Europa divulgou que a qualquer momento poderá trazela ao Brasil e que já mantém um veículo rodando em teste em São Paulo.

A Scania informa estar acompanhando atentamente essa política de incentivo aos combustíveis alternativos e a confirmação da demanda antes de trazer a tecnologia, o suporte de pósvenda e assistência técnica de veículos a gás para América Latina.

A Volvo mantém ônibus a gás na Suécia, mas ainda não considera a hipótese de traze-los ao Brasil. Bernardo Fedalto, gerente de Vendas de Ônibus da Volvo, diz que os ônibus a diesel com motores eletrônicos que atendem às exigências de controle de emissões do Conama Fase 5 e que com pequenas modificações atenderão exigências futuras. Fedalto comenta que os motores a gás utilizam o ciclo Otto e quebram mais que os motores do ciclo diesel.

## Os custos da conversão

Estudo do Instituto Brasileiro de Petróleo e Gás (IBP) apurou custo de R\$35 mil para converter um motor diesel em Otto para uso de gás, incluindo cilindros de gás e o serviço. Para recuperar o investimento em um ano, um ônibus teria de rodar 350 km por dia, sete dias por semana, consumindo 175 m3 de GNV ao dia e o m³ deveria custar 50% do litro de diesel. Para estimular as conversões, o IBP sugere redução do IPVA, do ISS sobre a receita da operação, isenção temporária das taxas de importação dos componentes de conversão e redução do ICMS, PIS e Cofins sobre o GNV. O IBP sugere que essas conversões sejam bancadas por programas internacionais da ONU e por governos preocupados com a melhoria ambiental.

## Experiência mundial

O mais recente relatório da GVR Repórter revela a existência de 29 mil ônibus a gás rodando na Europa, 72% na Ucrânia e 56 mil caminhões, dos quais 38% também na Ucrânia, onde o gás custa 40% do preço do diesel. Além da DaimlerChrysler, a Cummins, Caterpillar, Iveco, Volvo e Scania dominam a tecnologia do motor a gás.

# ncament

## As novas armas da Volksbus

Para atender as novas normas de emissões a Volkswagen apresenta sua linha 2004, com oito modelos de chassis equipados com motores eletrônicos

Volkswagen Caminhões e Ônibus já definiu a estratégia e parte da artilharia para combater no mercado brasileiro de ônibus, agora sob as novas regras impostas pelo Conama V (Euro III), relativas às normas de emissões. Em 2004 todos os chassis médios para aplicação urbana passam a ser oferecidos exclusivamente com motores eletrônicos; em 2005 é a vez dos micros serem substituídos e, por último, os chassis para uso rodoviário, em 2006.

Em cumprimento a esse cronograma, a empresa apresentou a linha Volksbus 2004 que incorpora, de uma só tacada, oito novos modelos para uso no transporte de passageiros. Todos comandados por uma módulo eletrônico de controle (ECM) e injeção common rail.

No segmento de chassis leves, para minibus e microônibus, chegam os modelos 8.150EOD e 9.150 EOD, ambos oferecidos com opção de motores Cummins e MWM. Os médios, por sua vez, ganharam o reforço de três novas versões, todas com motorização MWM: o 15.180EOD(a partir do segundo semestre), o 17.210EOD e o 17.260

EOT, este último com motor traseiro. No segmento rodoviário a empresa traz o chassi 18.3100T, equipado com motor Cummins série C, o mesmo que equipa o caminhão 18.310 Titan Tractor.

Entre outras novidades, os novos chassis Volkswagen oferecem um exclusivo pacote eletrônico, que permite programar o desempenho do veículo de acordo com o tipo de rota ou operação.

Batizado de Volksguard, o recurso possibilita adequar o motor para o tipo de itinerário e considerando a sua topo-



grafia, velocidade média permitida, tráfego e peso transportado. Da mesma forma, é possível pré-determinar a rotação máxima por marcha, a velocidade do veículo, impedir o tráfego com portas abertas e por aí afora. E, até mesmo alterar as relações de eixo traseiro —caso do VW 17.210EOD - de acordo com a rota.

Para auxiliar nessa tarefa, as revendas da marca ou mesmo os próprios frotistas e transportadores, poderão contar com a ferramenta VCO-950, um aparelho de diagnóstico capaz de ler e coletar os dados enviados pelos sensores implantados nos motores eletrônicos. Com apenas seis botões, é possível acessar mais de 300 funções em tempo real, como a identificação do motor, sua velocidade, rotação, temperatura do líquido de arrefecimento, pressão do turbocompressor e do óleo, fator de carga, posição do acelerador, torque de saída, códigos de falha etc. A ferramenta também possibilita alterar os parâmetros da central eletrônica do motor, de acordo com a conveniência do usuário.

Os motoristas, por sua vez, passam

a contar com eficiente computador de bordo, instalado nos veículos com motor eletrônico. De fácil consulta e visualização, o acessório fornece dados instantâneos relativos ao consumo, velocidade, condições do motor, entre outros, com opção de imprimir relatórios e gráficos comparativos.

Entre todas as estrelas da festa, o destaque maior ficou para o novo chassi VW 18.310OT, o primeiro da família Volksbus que nasce com vocação rodoviária.

Sucesso antes mesmo do lançamento por conta da encomenda feita pela Pluma de 130 unidades, o novo chassi possui estrutura modular que possibilita instalação de carrocerias entre 12,0 e 13,20m, suspensão pneumática, volante regulável opcional e capacidade para 6.500 kg no eixo dianteiro e 11.500 no traseiro.

O VW 18.310OT vem equipado com o motor Cummins 6CTAA, de 303 cv (a 2.200rpm) e 8,3 litros e caixa de transmissão Eaton FS8406 A, de 6 velocidades ou, opcionalmente, a ZF Ecomat 5HP590 automática, com retarder. promete repetir o sucesso do
Titan Tractor 18.310, eleito
"Caminhão Pesado do Ano" pelo
Prêmio Lótus. Para Antonio
Dadalti, Diretor Vendas e
Marketing, a combinação de um
chassi barato – caso do Titan – e
uma carroceria barata torna o
conjunto muito interessante.
"Vamos descobrir, a exemplo do
que fizemos com o caminhão, as
empresas que tenham rotas que
não exigem um ônibus pesado. É

esse o nicho que vamos buscar,



## Na cola do Titan

A nova arma da Volkswagen





## Programa FORÇA

A Kimberly-Clark distinguiu quatro de seus 23 fornecedores de transportes com um certificado de excelência do serviço prestado. Para avaliar as empresas foi criado o programa FORÇA, que pontua mês a mês o desempenho e qualidade na entrega, a proteção das cargas, entre outros. As empresas de transportes premiadas foram: Flipper, TNB, Transcena e Bom Amigo.

## Mudanças na Scania

Guilherme de Azevedo Cajado, vindo da Caterpillar é o novo diretor de Desenvolvimento de Negócios com a Rede; Humberto Tadeu Marin, que dirigia a Codema passa a gerente de Soluções de Negócios; Silvio Munhoz deixou a diretoria de Vendas de Caminhões para dirigir a Codema e em seu lugar assumiu Roberto Leoncini; Christopher Podgorski diretor Geral de Vendas e Serviços da Scania Brasil coordena os novos executivos.

## IV Prêmio Alpargatas

A São Paulo Alpargatas promoveu pelo quarto ano consecutivo o Prêmio Mais, Melhor, Mais Simples e Mais Rápido. A iniciativa objetiva destacar as empresas de transportes que alcançaram a meta da companhia, com base nos parâmetros de sinistralidade, acuracidade de entregas, auditorias nas transportadoras, atendimento e ocorrências. O título de "Transportador Preferencial" coube à Displan Encomendas Urgentes, que atingiu 99% de índice de atendimento. Além desta, receberam o certificado de "Transportador Qualificado" as empresas: Patrus, Serta Logística, Tegon Valenti, Mira e Jamef.





## Mclane compra Volvo

A McLane do Brasil decidiu incorporar a sua frota mais 20 caminhões pesados Volvo modelo FH 12 380, negociados com a Vocal. Oldmar Silveira, gerente de Desenvolvimento de Novos Negócios da McLane do Brasil diz que a compra vai permitir à empresa ampliar a oferta de serviços e ingressar em novos segmentos. "Temos a expectativa de rodar cerca de 14 mil km ao mês com os novos caminhões, otimizando ainda mais nosso tempo na estrada", comenta.

## **ALL prestigia agregados**

Todos os anos, a América Latina Logística (ALL) premia seus motoristas agregados em festa com suas famílias, numa reunião de 300 pessoas. O GP 2003 foi para Paulo Barbosa, proprietário e Valter Lopes motorista, que acumularam mais pontos na avaliação feita pela empresa e, por isso, faturaram um automóvel Gol zero km. Os demais premiados receberam moto, televisor, entre outros prêmios e o direito de usar no veículo o Símbolo de Excelência em Agregados, que identifica os "Feras da Estrada 2003".

## Pastorello na Exata

Mauricio Barbosa Pastorello é o novo diretor da Exata Logística, do Grupo Araçatuba. Pastorello acumula experiência de mais de 20 anos de na área de logística, com passagens pelo Expresso Mercúrio e Emery/Menlo Worldwide.

Preços de caminhões , **Ĉe C o n o m i a e** se Usados Prieus, Recapage bustíveis, Lubrificantes, s<mark>e C o n o m i a e</mark> ustos Operaciona Automóveis, Utilitários, Caminhões, O**t l a n S p o l'et e** ais de Frete e Er

> A mais completa fonte de informações sobre Custos e Preços do Transporte

Multas Pedágio אילינות פוניבות בינגווא אילינות או אילינות או אילינות איניבונים אילינות איניבונים איניבוני

## AUMENTE A SUA FROTA SEM COMPRAR NENHUM CAMINHAO.

CHEGOU O AUTOTRAC CAMINHONEIRO. A tecnologia de rastreamento via satélite chegou para o caminhoneiro autônomo. Com isso, ganha o caminhoneiro e ganham as transportadoras e embarcadores, que passam a contar com informação, logística e segurança nos caminhões que não fazem parte da frota própria rastreada. Além disso, os clientes da Autotrac conseguem, por meio da internet, localizar todos os caminhões equipados com o Autotrac Caminhoneiro, podendo contratá-los diretamente pelo sistema. Menos custos, mais segurança e a garantia do padrão de qualidade no transporte que você exige, sem precisar adquirir o equipamento de comunicação ou comprar e equipar um novo caminhão.



# MICHELIN. SEMPRE PERTO EM QUALQUER CAMINHO.

Não importa onde você esteja. Vai ter sempre uma revenda Michelin perto de você, pronta para oferecer a mais alta tecnologia em pneus, com serviços de recapagem, alinhamento, balanceamento, ressulcagem e tudo mais para o seu caminhão. Ligue para o nosso SAC, diga em que cidade você está e informe-se sobre a revenda Michelin mais próxima. Depois, é só seguir tranquilo, com pneus Michelin.

SAC 0800 90 9400 www.michelin.com.br

