BANCO MONEO

ESPECIALISTA EM TRANSPORTE.
ESPECIALISTA EM BONS NEGÓCIOS.

Volare NEOBUS Marcopolo

bancomoneo.com.br

BATUCA

GARANTA SEU ÔNIBUS

100% FINANCIADO

FINAME
70% a 80%

Alienação fiduciária de novos ônibus
(em até 60 meses)

EMPRÉSTIMO
20% a 30%

Garantia adicional de ônibus usados
(até 36 meses)

VANTAGENS DE NEGOCIAÇÃO

- Parcelas que cabem no bolso
- Boleto único
- Atendimento personalizado
- Única plataforma de aprovação de crédito
- Carência de 90 dias

OUVIDORIA: 0800 723 50 40

MONEO
SERVIÇOS FINANCEIROS

*Sujeito à aprovação de crédito / Passível de cessão dos direitos creditórios.

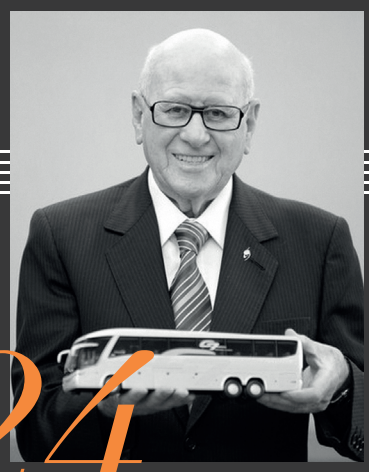
Sumário

08

TECNOLOGIA
A mobilidade urbana vai mudar. Ou será que ela já mudou e nós não percebemos?

18

ESTILO
O retorno das barbershops - que parecem ter voltado para ficar.



07

EDITORIAL
O que a décima edição da Moneo Revista reserva para você.

24

ESPECIAL
Revisitamos a história de Paulo Bellini, ícone do setor, que faleceu este ano.

32

SAÚDE
Saiba como pequenos exercícios no dia a dia podem fazer a diferença nas nossas vidas.

38

TRANSPORTE
Ônibus rodoviários de 15 metros são novidade e já agitam o mercado.

42

ESPORTE
Com expansão no País, rugby conquista cada vez mais apaixonados.

50

VIAGEM
Por que o Uruguai está virando o destino favorito dos brasileiros.

62

ECONOMIA
Enquanto o Refrota 17 não emplaca, rodoviários e micros puxam a produção brasileira de ônibus.

70

CULTURA
O que está acontecendo no mundo pop.

74

GASTRONOMIA
Como as lámens estão abandonando a imagem de simples "miojo".

Moneo

revista

CRIAÇÃO E EXECUÇÃO

Agência Batuca

www.agenciabatuca.com.br

REDAÇÃO

Secco Consultoria de Comunicação

Mídia Help Assessoria em Comunicação

FOTOGRAFIA

Acervo Marcopolo

Divulgação

Valério Trabanco

PROJETO GRÁFICO

Agência Batuca

CONSELHO EDITORIAL

Oliver Markus d'Haese

Mara Regina B. de Lima

Adriana Terres Angar

José Carlos Secco

Helena Ben

Leonardo Luciani Pereira

COORDENAÇÃO GERAL

Banco Moneo

Av. Rio Branco, 4889 | 4º andar | Bairro Ana Rech

Caxias do Sul | RS | CEP: 95060-145

www.bancomoneo.com.br

Ouvidoria: 0800 723 50 40

CONTATO

bancomoneo@bancomoneo.com.br

TIRAGEM 4.000 UNIDADES

GRÁFICA GRAFOCEM | SETEMBRO 2017

Queremos impulsionar nossos conteúdos com a sua participação. Por isso, saber o que você pensa e suas expectativas com relação às nossas matérias é muito importante para nós. Envie-nos suas sugestões e opiniões pelo e-mail bancomoneo@bancomoneo.com.br.

Com seu apoio, vamos ainda mais longe.

Editorial

Para celebrar a chegada da décima edição da Moneo Revista, criamos um verdadeiro mosaico do ramo de transporte rodoviário de passageiros, reunindo assuntos relevantes para empresários, trabalhadores e futuros empreendedores.

Sempre em busca de personagens inspiradores, a Moneo Revista traz como destaque uma matéria feita com carinho e carregada de emoção: uma homenagem à trajetória de vida de Paulo Bellini, o visionário fundador da Marcopolo. De origem humilde, o ambicioso idealizador do Banco Moneo nos deixou em 2017 e tem detalhes da sua vida contados nas páginas desta revista que jamais existiria sem a sua confiança. Definitivamente, é uma pessoa que conquistou toda a nossa admiração e carinho.

Da emoção, partimos para um panorama de como o mercado nacional e o Refrota deverão se comportar no restante de 2017. Assunto recorrente em diversas revistas do segmento de transportes e jornais de âmbito nacional, a verdade é que o Refrota ainda não emplacou. Enquanto isso, ocasiona retração de 26,1% nas vendas de ônibus urbanos. Ao que tudo indica, a retomada da produção nacional vem mesmo das exportações, que continuam em alta, assim como do crescimento de 15,3% e 28,4%, respectivamente, nos segmentos de rodoviários e micros no primeiro semestre.

Na carona da renovação de frota dos rodoviários, a "descoberta" do ônibus de 15 metros está agitando o mercado nacional. Com os novos veículos, em uma só viagem é possível aumentar a oferta de poltronas e, sem mudanças significativas nos custos, crescer também a receita dos empresários de ônibus e a demanda para os fabricantes de chassis e carrocerias.

Em busca de mais informações sobre novas tecnologias no ramo, abordamos a mobilidade – que passará por profundas transformações. Ou melhor: já está passando, porque os avanços tecnológicos nessa área têm andado a passos largos.

Como não vivemos somente para os negócios, esta edição ainda aborda temas como gastronomia, saúde e viagens. Destaque para as novas barbershops, que chegaram com uma proposta de aliar sofisticação e oferecer novos procedimentos estéticos, com serviços de qualidade para todo tipo de público.

Esperamos que receba de coração aberto a nova Moneo Revista. Ela tem muito mais para prender a sua atenção! Também pedimos que escreva, ligue ou mande sua mensagem para nos contar o que achou. É com a sua ajuda que construímos uma revista cada vez melhor!

Boa leitura!

Mara Regina B. de Lima,
Gerente Comercial.

A mobilidade está prestes a ser transformada

(José Carlos Secco)

Ela será um combustível poderoso para a inovação urbana

Mais do que o surgimento dos ônibus e carros autônomos, a mobilidade urbana passará por profundas e sensíveis transformações nos próximos anos. Vamos assistir, vivenciar e experimentar diversas mudanças, combinadas, que vão alterar a maneira como as cidades funcionam hoje e permitir que sejam administradas de forma mais eficiente.

Esta realidade, ou melhor, este futuro – pois para o Brasil a distância ainda é enorme – está sendo desenhada e construída em diversas metrópoles no exterior. No País, a cultura, os investimentos e o mínimo foco no coletivo e na sociedade, entre muitos outros fatores, vão retardar toda essa evolução e nos afastar cada vez mais das soluções que pavimentarão uma civilização mais evoluída, inteligente e produtiva.

Carros, ônibus e caminhões autônomos ganham a cada dia mais e mais intimidade na rotina de americanos, franceses, ingleses e também asiáticos. A tecnologia que aqui causa apreensão por substituir o elemento humano para a condução de veículos por sensores, radares, câmeras, GPS e outros recursos tecnológicos, guia diversos experimentos e, apesar de ainda não ser totalmente compreendida ou causar estranheza, já passa a ser vista como "normal", conforme esses avanços vão sendo colocados em testes e em prática.

pullman
HOTELS
navya

CITY PILOT
MA IN 2016

Estados Unidos, Alemanha, Finlândia e Japão intensificam os seus programas de desenvolvimento de ônibus autônomos realizando testes em áreas segregadas. Mas já é possível ser transportado por um "ônibus" sem motorista. A grande e principal mudança é que esses veículos, apesar de serem chamados de ônibus, têm outro conceito, são menores e transportam no máximo 30 passageiros. Os dois principais veículos em utilização têm capacidade para apenas 12 pessoas.

Na Califórnia, dois ônibus autônomos começaram a circular em um estacionamento na Bay Area, de São Francisco, em programa-piloto de um veículo sem volante ou operador humano. Com capacidade para 12 passageiros, produzidos pela empresa francesa EasyMile, os ônibus estão sendo avaliados e, em alguns meses, os operadores terão permissão do departamento de trânsito para transitar em áreas públicas. A previsão é de que os veículos comecem a rodar ainda neste ano ou no início de 2018.

Em Amsterdã, nos Países Baixos, a Mercedes-Benz iniciou, no ano passado, demonstrações com o veículo Future Bus, que utiliza uma tecnologia chamada CityPilot. Mais parecido com o ônibus que conhecemos, a diferença é a ausência de motorista, que fica responsável pelo monitoramento do veículo e toma providências em caso de necessidade. O Future Bus fez um percurso de 20 quilômetros à velocidade de 70 km/h em uma linha segregada de trânsito rápido para ônibus.

Helsinki, solução para o transporte público

A aplicação de diferentes tecnologias para mudar o transporte público não é novidade para a população de Helsinki, na Finlândia, considerada uma das cidades líderes no uso de tecnologias para repensar o transporte público para passageiros. A metrópole foi uma das primeiras a permitir o tráfego de ônibus autônomos em vias públicas porque as autoridades locais acreditam que esses veículos podem ajudar a reduzir o trânsito urbano.

O ônibus de Helsinki é um projeto que envolve diversas universidades com cooperação e financiamento de agências do governo e da União Europeia. O projeto, avaliado em US$ 1,2 milhão e conhecido como Sohjoa, é um dos que podem ajudar a redução do uso de carros, de engarrafamentos e da emissão de gases poluentes.

Há algum tempo, Helsinki também já havia experimentado um serviço de micro-ônibus sob demanda, o Kutsuplus, operado pela agência regional de transporte durante quatro anos. Pelo telefone, os passageiros podiam escolher os locais de embarque e desembarque. O software do serviço combinava os pedidos de diversos passageiros e calculava uma rota ideal para o ônibus.

No ano passado, o projeto se mudou para uma rota mais complexa em Espoo, nos arredores de Helsinki, e agora está funcionando também na cidade de Tampere, 180 quilômetros ao norte.

CIDADES COM APENAS 20% DOS VEÍCULOS DE HOJE

De acordo com o italiano Carlo Ratti, inventor, arquiteto, engenheiro e professor do MIT (Massachusetts Institute of Technology), em Boston, EUA, onde dirige o MIT SENSEable, um grupo de pesquisa que explora a forma como as novas tecnologias estão mudando as formas de planejamento e vivência das cidades, as cidades serão transformadas pelos veículos autônomos, pois irão provocar impactos importantes na rotina, reduzindo o número de acidentes e impulsionando novos formatos de mobilidades, como o car sharing (o compartilhamento de veículos).
Segundo ele, a combinação de fenômenos como o car sharing e o ride sharing, que vão crescer de forma exponencial com os veículos autônomos, resultará em uma cidade na qual será preciso apenas 20% dos carros utilizados atualmente. Os carros são pouco utilizados e ficam parados, em média, 95% do dia, ocupando importante e valioso espaço imobiliário. Por isso, são um dos principais alvos da economia compartilhada, a chamada sharing economy. Os veículos autônomos vão ajudar a mudar essa realidade e eliminar as diferenças do que se conhece hoje como transporte público e privado.

olli
olli

OLLI

Um dos primeiros ônibus autônomos é o Olli, testado em National Harbor, Washington, impresso em 3D, autônomo, reciclável, elétrico que pode transportar até 12 pessoas. Equipado com algumas das mais avançadas tecnologias de veículos do mundo, incluindo o IBM Watson Internet de Coisas (IoT), melhora a experiência do passageiro além de permitir sua interação com o veículo.
Desenvolvido pela Local Motors, inicialmente deverá suprir demandas de transporte público em áreas fechadas. Universidades e aeroportos, por exemplo, serão os primeiros locais a receberem a novidade, antes que ela seja aprovada para funcionar em áreas de grande tráfego.
O Olli é o primeiro veículo a incorporar a tecnologia cognitiva "Watson", da IBM, que torna o veículo capaz de interagir com humanos por meio de comandos de voz. Desse modo, os passageiros poderão perguntar e responder questões, que vão de dúvidas sobre o itinerário a dicas a respeito do local de destino.

"O Olli oferece uma solução de transporte inteligente, segura e sustentável que há muito se espera", disse John Rogers Jr., CEO e cofundador da Local Motors.
Para funcionar sem um motorista, o Olli utiliza um sistema de sensores de laser, o mesmo adotado pelos carros autônomos do Google. O ônibus também inclui sensores para supervisão remota, monitoramento de velocidade e precauções de segurança, como um sensor frontal que para o veículo automaticamente caso ele entre contato com algo.
Os criadores do Olli esperam que a interface vocal exclusiva do sistema ajude a quebrar barreiras e faça com que as pessoas aceitem mais os robôs.
Para o futuro, a Local Motors projeta uma integração de Watson com os perfis dos passageiros nas redes sociais para oferecer uma interação mais personalizada. Um dos maiores desafios para o Olli é o que Rogers chama de fielding, ou seja, adaptar o Olli às especificações locais de cada região e oferecer o serviço para governos locais e outros compradores.
Já há interesse imediato em colocar Olli em vias públicas.
O condado de Miami-Dade está explorando um programa-piloto em que diversos veículos autônomos seriam usados para transportar pessoas em torno de Miami.

ARMA

Lançado em outubro de 2015 pela empresa francesa Navya, o Arma é um ônibus 100% autônomo e elétrico que está em operação em 30 países, entre eles França, EUA, Suíça e Austrália. Com capacidade para 15 passageiros (todos devem permanecer sentados durante o trajeto), o veículo alcança até 45 km/h e demonstra o mais alto nível de autonomia possível.

Em janeiro passado, durante a realização do CES - International Consumer Electronics Show, maior feira de eletrônicos do mundo, que aconteceu em Las Vegas, o Arma circulou entre o Las Vegas Boulevard e a Eighth Street, dirigindo entre carros e ônibus convencionais e dando carona para turistas e aos moradores em geral. Na viagem inaugural, a prefeita Carolyn Goodman diz que ficou surpresa depois dos primeiros minutos de passeio. "Ele se move lindamente entre os carros e ônibus convencionais", comentou.

O Arma é desenvolvido sob três pilares essenciais: percepção, decisão e navegação. O ônibus é composto por sensores 3D que mapeiam o ambiente, determinam o posicionamento e visualizam eventuais objetos, tem acesso a GPS, hodômetro para estimar a velocidade e confirmar a posição nas ruas, e câmeras capazes de detectar o ambiente e identificar obstáculos.

O preço estimado do Arma é 235 mil euros. A empresa que adquire o veículo tem direito a utilizá-lo por quatro anos, o que atenua o valor com a diluição do investimento. Sem contar a economia com os custos de contratação do motorista, que passa a ser dispensável, e com o combustível, já que o veículo é elétrico.

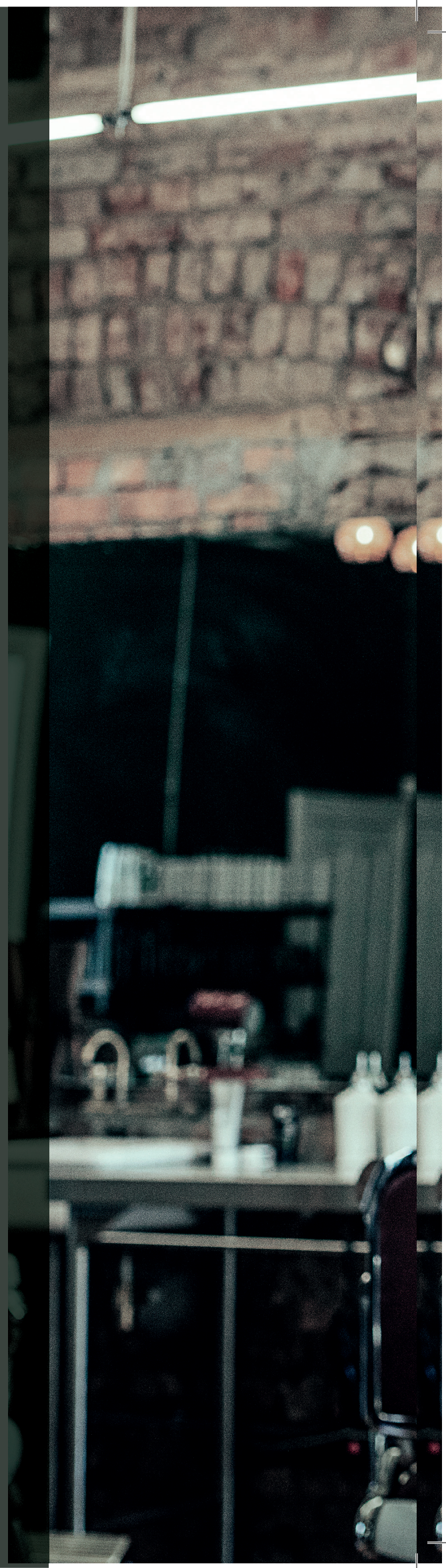
Segundo a fabricante, o ônibus é indicado para aeroportos, hotéis, hospitais e áreas urbanas e industriais onde haja necessidade de transporte contínuo com a rota já definida.

navya
AUTONOMOUS
SHUTTLE

Barba, cabelo & bigode

As velhas barbearias estão de volta e mostram que cuidar da aparência pode ser muito mais fácil com a ajuda de profissionais

Pode reparar a sua volta: nunca os homens ostentaram os pelos no rosto com tanto orgulho como nos dias de hoje. Por conta disso, era apenas uma questão de tempo para que as barbearias do tipo tradicional, com direito a cadeira de couro, toalha quente e navalha afiada voltassem a chamar a atenção do público masculino. Com um calculado toque vintage que atrai clientes de diferentes gerações, os novos espaços que surgem a cada dia primam por serviços no melhor estilo "barba, cabelo e bigode" – sem deixar de lado as preocupações estéticas típicas dos homens atuais. Em um ambiente que estava quase em extinção, a proposta vai muito além de cuidar do visual, mas jogar conversa fora com os amigos e até mesmo saborear uma cerveja artesanal. De olho em um público preocupado com a aparência, mas que passa longe dos exageros estéticos, as novas "barber-shops" ainda oferecem uma gama de procedimentos estéticos – indo de limpeza facial até corte de unhas.



Diz a lenda que as primeiras barbearias surgiram na Grécia Antiga sob a influência de deuses como Apolo e Ares, que se preocupavam muito com a aparência. Desde então, os homens vêm se esforçando para manter os pelos faciais em ordem, sendo que somente depois da invenção da lâmina descartável passaram a se sentir mais seguros diante dos compromissos da vida. De olho em um público vaidoso na medida e sem medo de se entregar aos cuidados de profissionais do estilo, a Barbearia 9 de Julho é uma das principais referências do país quando o assunto é barba.

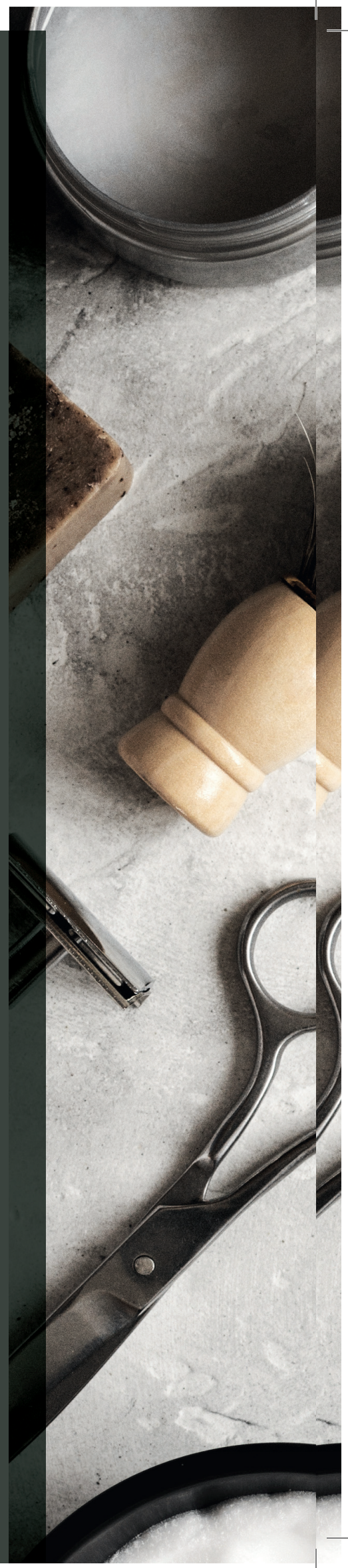
Há uma década no mercado, foi pioneira ao resgatar o estilo clássico dos espaços do início do século passado. Com oito lojas espalhadas por todas as zonas de São Paulo, os sócios Tiago Cecco e Anderson Nápoles encaram o ofício como uma missão – em meio a uma decoração descolada com uma pitada de rock n' roll e preços convidativos, que ficam entre 30 e 50 reais.

Com foco no homem contemporâneo, a casa é famosa por oferecer serviços sem frescura e ainda contar com profissionais no melhor estilo "old school" – dedicados ao ofício, mas atentos às tendências no visual masculino. "Uma barbearia de verdade oferece corte de cabelo e barba. Na carta de serviços, nada de alisamentos, descolorações e tampouco colorações. O diferencial da Barbearia 9 de Julho é o fato de sermos verdadeiramente clássicos, com serviços de qualidade. O ambiente amigável e o papo descontraído também são nossa marca nestes 10 anos", destaca Cecco. O perfil do frequentador das cadeiras retrô do espaço é variado – entre homens de diferentes idades e ocupações. "Como temos várias lojas nos mais distintos bairros da cidade, nosso cliente não tem apenas uma cara: atendemos desde o público alternativo da Augusta, passando pelos executivos do Itaim, os descolados da Vila Madalena chegando até aos senhores mais tradicionais que adoram estar pelo Centro", comenta.

Mercado em expansão

Ao apostar no conceito "você nasceu para ser homem", a QOD Barber Shop é um dos espaços mais conhecidos do Sul do país. Com seis endereços, o espaço une o conceito antigo à ideia de um lugar inteiramente dedicado ao sexo masculino. Por lá, o velho ritual das navalhas e toalhas quentes é levado a sério, com barbeiros treinados em uma escola própria – tudo para manter a excelência. Com o sucesso da casa, produtos exclusivos com o selo da casa ganharam espaço no mercado – com destaque para uma linha composta por um bálsamo para barba e um shampoo 3 em 1 assinada pelo jogador Douglas, do Grêmio. "No futuro, o projeto será levado para outros parceiros estratégicos bastante conhecidos e com pontos de vendas espalhados no mercado brasileiro", adianta o diretor da empresa, Fernando Hilal. Na visão do empresário, as barbearias retomaram seu espaço por entender os anseios do homem moderno, que se sente pouco à vontade em um salão de cabeleireiro tradicional.

Por falar em cosméticos voltados exclusivamente para os homens, é importante avaliar o quanto as barbearias movimentam o segmento com uma variedade de produtos, entre shampoos, cremes, sabonetes, ceras e outros itens de barbear. De acordo com a ABIHPEC (Associação Brasileira de Higiene Pessoal, Perfumaria e Cosméticos), a venda destes artigos aumentou no país de forma significativa nos últimos anos. Em 2015, mesmo com o início de uma crise econômica nacional, o setor cresceu 2,4%. Entre os anos de 2008 a 2014, o resultado foi ainda mais impressionante: a indústria teve um incremento de 100%, saltando de US$ 2,284 bilhões para US$ 4,572 bilhões. Ainda segundo a entidade, o Brasil ocupa o segundo lugar do ranking de maiores consumidores do mundo, ficando apenas atrás dos Estados Unidos. Atualmente, os produtos representam mais de 10% do consumo total de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos no Brasil, que totaliza U$ 43 bilhões.



Para cada homem, um estilo

Antes de sentar na cadeira do barbeiro, que tal avaliar melhor a fisionomia do rosto para ficar com o visual em dia?

ROSTO OVAL OU RETANGULAR

Se sua linha da mandíbula é quadrada, a forma é retangular. Já se sua linha da mandíbula é curvada, a forma é oval. Os homens com esse formato têm mais facilidade para combinar qualquer tipo de barba e corte de cabelo.

ROSTO TRIANGULAR

Para rostos com forma triangular, recomenda-se bigode ou barba cheia (mas curta), pois esse rosto tem como pontos marcantes a testa mais larga e, conforme as linhas descem, o rosto vai se estreitando — parecendo um triângulo invertido.

ROSTO QUADRADO

A indicação para esse rosto é um tipo de barba que dê um pouco mais de comprimento ao rosto – desenhos mais arredondados também favorecem. Se você tem o rosto quadrado, o tipo ideal é a barba tradicional, mais cheia e por fazer, bem como os cavanhaques.

ROSTO REDONDO

O rosto redondo tem as medidas da altura e largura bem próximas e geralmente apresenta as maçãs do rosto mais largas do que a testa e o queixo. Os homens com esse formato de rosto devem evitar as costeletas e muita barba na bochecha.

À frente do seu tempo

(José Carlos Secco)

Paulo Bellini teve como hábito quebrar paradigmas

Visionário, um homem à frente do seu tempo. Assim podemos descrever uma das várias facetas que compuseram a personalidade de Paulo Bellini. Presença marcante desde o primeiro momento, quando em 1949 vislumbrou a oportunidade de fabricar carrocerias de ônibus e não de caminhões, como a maioria das chapeadoras da época, até o estilo e cultura que se transformaram no grande diferencial da Marcopolo, de que o importante são as pessoas e motivadas "fazem acontecer", passando pela criação do Banco Moneo, para facilitar e alavancar as vendas dos ônibus da marca.

Assim como um mosaico, cada detalhe de sua trajetória de quase 68 anos liderando uma das maiores fabricantes de carrocerias de ônibus do mundo compõe as realizações e o alcance de suas atividades, ações e, sobretudo, comportamento. Assim como um vinho excepcional ou uma obra-prima, o senhor Paulo, como era conhecido, soube evoluir com o tempo, com os relacionamentos e com as experiências vividas.

Mais do que a quebra permanente de paradigmas, se destacou por uma forte determinação pela qualidade dos produtos, pelo crescimento sustentado da empresa e pela valorização do ser humano. Assim, dedicou-se à criação de um ambiente de confiança para garantir a permanente motivação das equipes e do relacionamento estreito e transparente com os clientes e parceiros, inovando continuamente.

"O grande segredo da Marcopolo sempre foi o atendimento às necessidades, desejos e buscas do cliente. Isso vai muito além de fazer o melhor ônibus. Por outro lado, o foco do meu pai sempre foi a fábrica, interagir e motivar todas as pessoas. Fazia isto percorrendo a fábrica e depois com a ação de Final de Ano, Encontro Marcado, uma de suas marcas registradas", define Mauro Bellini, presidente do Conselho de Administração do Banco Moneo e membro do Comitê de Estratégia da Marcopolo.

"Com naturalidade e simplicidade, podemos fazer acontecer e ser referência para uma sociedade melhor, mais humana e, principalmente, inclusiva"

Paulo Bellini

Neto dos imigrantes italianos José e Maria Bellini, que chegaram à região da Serra Gaúcha há mais de cem anos (1895), Paulo Bellini é filho de Alberto e Ermelinda, que também foram desbravadores de Caxias do Sul. Seu pai, não cursou escola e, aos 14 anos, já trabalhava em uma oficina. Paulo estudou e aprendeu a ler e escrever em italiano com a sua tia e professora Magdalena Bellini, que nas noites respondia as cartas e correspondências recebidas da Itália pelos colonos. Tornou-se um dos pioneiros no plantio de trigo no Rio Grande do Sul e fundou e dirigiu a Metalúrgica Bellini.

Formado em Contabilidade, Bellini transformou a Marcopolo em um dos símbolos e orgulhos de Caxias do Sul, do Rio Grande do Sul e de todo o País. Do primeiro grupo de 17 colaboradores e das primeiras carrocerias em madeira, que levavam 90 dias para serem fabricadas, os desafios para construir praticamente do zero um novo segmento na indústria automotiva brasileira foram enormes. Não existia padrão e nem conceito de fabricação. Os chassis eram próprios para caminhões, o que obrigou o desenvolvimento de processos produtivos diferenciados e mudanças mecânicas significativas.

Na década de 60, mais um paradigma quebrado: o empresário vislumbrou a potencialidade do mercado internacional e, ainda em 1961, realizou a primeira exportação de ônibus brasileiros para o Uruguai. A partir daí, as exportações foram crescendo, até que, na década de 1990, depois de alcançar a liderança no mercado brasileiro e de exportar para mais de 70 países, a Marcopolo buscava a expansão, especialmente no exterior. Para dar o salto que precisava, iniciou o seu programa de internacionalização, passando a abrir fábricas fora do Brasil.

Primeiro em Portugal e depois na Argentina, México, Colômbia, África do Sul, Índia, Egito e, mais recentemente, China e Austrália, com a aquisição do maior fabricante local de ônibus, a Volgren. Hoje também possui participação na New Flyer, maior fabricante de ônibus urbanos e rodoviários da América do Norte, e se transformou em uma

multinacional brasileira, com operações em 11 países e vendas já realizadas para mais de 100 outras nações.
Na mesma época, a empresa, estrategicamente, iniciou um programa de profissionalização de seus diretores, com a contratação de diversos executivos com as mais diversas expertises, sempre procurando manter e valorizar seus profissionais.

Sistema Marcopolo de Produção Solidária

Segundo o próprio Paulo Bellini, o "divisor de águas" da Marcopolo ocorreu em 1986, quando, depois de uma viagem ao Japão com o objetivo de conhecer os processos de administração participativa, ele apoiou, com entusiasmo, a implantação de novas filosofias de trabalho. Neste período, introduziu o SIMPS – Sistema Marcopolo de Produção Solidária e o SUMAM – Sugestões de Melhoramentos do Ambiente Marcopolo. As fábricas da Marcopolo foram adaptadas com sucesso aos novos métodos, tornando-se referência internacional. Isto reforçou a importância da disposição para "fazer acontecer", que é marca dos colaboradores da Marcopolo. Posteriormente, o SIMPS e o SUMAM serviram de base para o Sistema Marcopolo, que passou a reunir as principais ferramentas e técnicas utilizadas como suporte para a produção, como o Programa 5S, Kanban, Qualidade e outros, que foram evoluindo com o passar do tempo.

Mais recentemente, em 2016, com a celebração dos 30 anos do SIMPS e SUMAM, a Marcopolo iniciou um novo ciclo, "revitalizando" esses programas, tendo como base a filosofia LEAN Manufacturing, inspirada no Sistema Toyota de Produção, e usando ainda mais o Kaizen como ferramenta de melhoria contínua.

Os frutos dos esforços empreendidos na revitalização do Sistema Marcopolo de Produção Solidária, pela aplicação dos conceitos LEAN e no envolvimento dos colaboradores de todas as áreas trouxeram grandes ganhos nos indicadores de segurança, qualidade e eficiência e contribuíram para aumentar a competitividade da empresa.

Em 2012, com o objetivo de registrar as experiências que ajudaram a construir e para explicar um pouco dessa 'cultura Marcopolo', Paulo Bellini lançou o livro "Marcopolo, sua viagem começa aqui", escrito a muitas mãos por intermédio do relato de histórias vividas por mais de 100 colaboradores.

"Fui movido pela emoção que observei quando o pessoal da casa contava suas recordações com alegria e bom humor", explicou Bellini. "Existe mesmo uma cultura peculiar, com a qual convivemos com naturalidade, sem nos dar conta da sua decisiva importância. Mas é ela que mantém a Marcopolo crescendo por mais de seis décadas e que nos levou aos cinco continentes, dando à empresa uma dimensão com a qual eu nunca havia sonhado."

Como presidente emérito desde 2012, Bellini sempre zelou pela cultura da Marcopolo, sua marca e imagem, além de garantir a permanente valorização e motivação dos seus colaboradores. Um dos meios criados para estar próximo das pessoas na empresa foi o Encontro Marcado. Todo final de ano, Bellini encontrava os colaboradores e entregava-lhes um brinde. Em seu registro no livro, afirmou: "Para mim, é uma oportunidade de poder agradecer a dedicação pelo trabalho desenvolvido durante o ano, a participação indireta dos familiares e desejar um ano ótimo e que eles possam trabalhar com alegria e bom humor."

A preocupação de Paulo Bellini com as pessoas era reconhecida pelos colaboradores, que durante esses encontros ofereciam presentes feitos por eles mesmos. Bellini relatou: "São verdadeiras obras de arte: miniaturas de ônibus, quadros, poemas, músicas. Ou seja, eu recebo muito mais do que dou a eles".

Na Marcopolo, Bellini exerceu funções em diversas áreas da empresa, inicialmente cuidando da administração, contabilidade, pessoal e compras. Tornou-se diretor-presidente em outubro de 1969 e foi eleito presidente do Conselho de Administração da Marcopolo em 2006, posição que ocupou até 2012, quando foi nomeado presidente emérito.

Mexa-se!

No dia a dia, manter pequenas atitudes saudáveis pode evitar uma série de problemas físicos e mentais

Todo mundo sabe: estar em movimento é questão essencial da vida. Apesar de boa parte das pessoas entenderem as necessidades de se manter uma rotina constante de exercícios, informações da Organização Mundial da Saúde (OMS) apontam para um dado alarmante – quase 70% da população do planeta é sedentária, ou seja, não pratica nenhum tipo de atividade física.

Para sair dessa estatística – que engloba homens e mulheres de diferentes faixas etárias – as opções vão muito além de correr para a academia mais próxima ou se dedicar à prática de um esporte nos finais de semana. No simples ato de subir uma escada, caminhar um quarteirão a mais ou simplesmente carregar as compras até em casa, pode estar o segredo de uma existência mais saudável – e com disposição de sobra. A motivação para começar? De acordo com especialistas, a lista de malefícios para quem não se mexe é grande – vai muito além do ganho de peso e inclui riscos altos de elevar os níveis de diabetes e colesterol.

Ao longo da vida, a importância da prática de exercícios físicos constantes passa por diferentes estágios. Na infância, pular e correr auxilia na produção do hormônio do crescimento e no desenvolvimento cognitivo e de motricidade das crianças. Mais tarde, durante a adolescência e boa parte da vida adulta, se manter em constante movimento tem impacto direto no bom funcionamento dos músculos, na prevenção de uma série de doenças e no equilíbrio do sono.

Já acima dos 55 anos, o exercício se torna ainda mais essencial, já que evita problemas no coração e ainda ajuda o corpo a não perder a flexibilidade. "Para os homens, ainda existe um agravante: os efeitos da sarcopenia, a redução natural de tecido muscular e, consequentemente, de força. A melhor forma de atenuar esses efeitos é com a prática de exercícios físicos, especialmente a musculação", explica o educador físico Marcos Vinícius Ferreira.

Um gás na rotina

No Brasil, estima-se que cerca de 300 mil pessoas morrem por ano de doenças associadas diretamente ao sedentarismo – uma a cada dois minutos. A solução para ficar de fora do índice é simples e está ao alcance de todos: praticar 30 minutos de exercício físico pelo menos cinco vezes por semana.

Para quem tem dificuldades de inserir os exercícios de forma definitiva na rotina, a dica é começar se mexendo um pouco mais a cada dia. Uma série de pequenos movimentos tem o poder de fazer grande diferença para o corpo a curto e longo prazo – e tudo isso sem nenhuma relação entre tempo e dinheiro. "Eu digo que é impossível que alguém não consiga tirar meia hora por dia para se exercitar. A recomendação, independente da modalidade escolhida, é começar com intensidade baixa e ir aumentando gradativamente até alcançar um nível de intensidade alto. De preferência, sempre com o auxílio de um profissional da área de educação física", comenta Ferreira, especialista em fisiologia do exercício.

Para os atletas esporádicos, que de vez em quando encaram uma pelada ou uma caminhada que termina em corrida, um aviso: a prática não continuada de exercícios pode ser tão prejudicial quanto se manter sedentário. "O esportista eventual corre mais riscos, pois nessa situação expõe seu corpo a uma intensidade física para o qual não está preparado, elevando a frequência cardíaca e, consequentemente, aumentando o risco de desencadear um infarto, uma parada cardiorrespiratória ou um acidente vascular cerebral", alerta o educador físico.

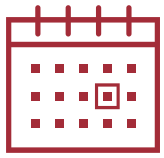
Para quem ainda insiste em arranjar desculpas para não se manter em movimento, a solução pode estar mais perto do que se imagina – com modestas atitudes diárias. Na lista de atividades, especialistas sugerem ações pequenas e de grande impacto: descer uma ou duas paradas antes do seu trabalho e ir caminhando ao destino, trocar o carro pela bicicleta em distâncias curtas, preferir escadas no lugar de elevadores ou escadas rolantes, não utilizar o controle remoto da televisão e levar o cachorro para passear, entre outras ações.

BRASIL: QUASE METADE DA POPULAÇÃO É SEDENTÁRIA

Uma pesquisa apresentada pelo Ministério do Esporte em 2016 apontou que 45,9% dos brasileiros não pratica nenhuma atividade física. O dado é o mais recente levantado pelo estudo Diagnóstico Nacional do Esporte, que tem como objetivo ampliar e detalhar as informações sobre a cultura esportiva no Brasil. De acordo com a pesquisa, entre os praticantes de esporte no país, as mulheres levam vantagem com 50,4% se dedicando a algum tipo de exercício. Em um universo de 8.902 entrevistas domiciliares, o estudo considerou como sedentários os entrevistados que declararam não ter feito nenhuma atividade física.

"O Brasil estava desprovido de dados. Os países europeus fazem um trabalho há mais de 20 anos para saber exatamente qual é o perfil de praticantes e sedentários. Por aqui, detectamos que quanto menor a escolaridade, menor é a prática esportiva. Apresentamos também a questão do abandono. A entrada no mercado de trabalho ou na universidade está levando o jovem a abandonar a prática esportiva. Precisamos repensar também a política de trabalho. São informações que precisam ser debatidas", explicou Cássia Damiani, à época diretora do Departamento de Planejamento e Gestão Estratégica do Ministério do Esporte.

Corpo em movimento



Escolha três dias na semana para fazer uma caminhada

Dispense as escadas rolantes nos shopping centers

Troque o carro pela bicicleta em curtas distâncias

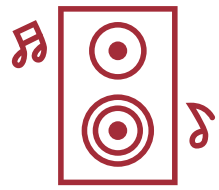
Prefira as escadas ao invés do elevador

Levante para falar com um colega ao invés de chamá-lo pelo telefone ou pelo computador

Brinque com crianças – gasta calorias e ainda diverte

Estacione o carro em um local um pouco mais distante do destino

Desça um ponto antes do local de trabalho ou da casa



Dance ao som de uma playlist caprichada

Ônibus rodoviários de 15 metros agitam mercado

(Adamo Bazani)

Montadoras e fabricantes de carrocerias informam que há filas de encomendas

Uma solicitação antiga dos transportadores de passageiros, que só entrou em prática neste ano, a ampliação do comprimento máximo total de ônibus rodoviários de 14 metros para 15 metros tem sido também um alento para montadoras e fabricantes de carrocerias de ônibus em época de crise.

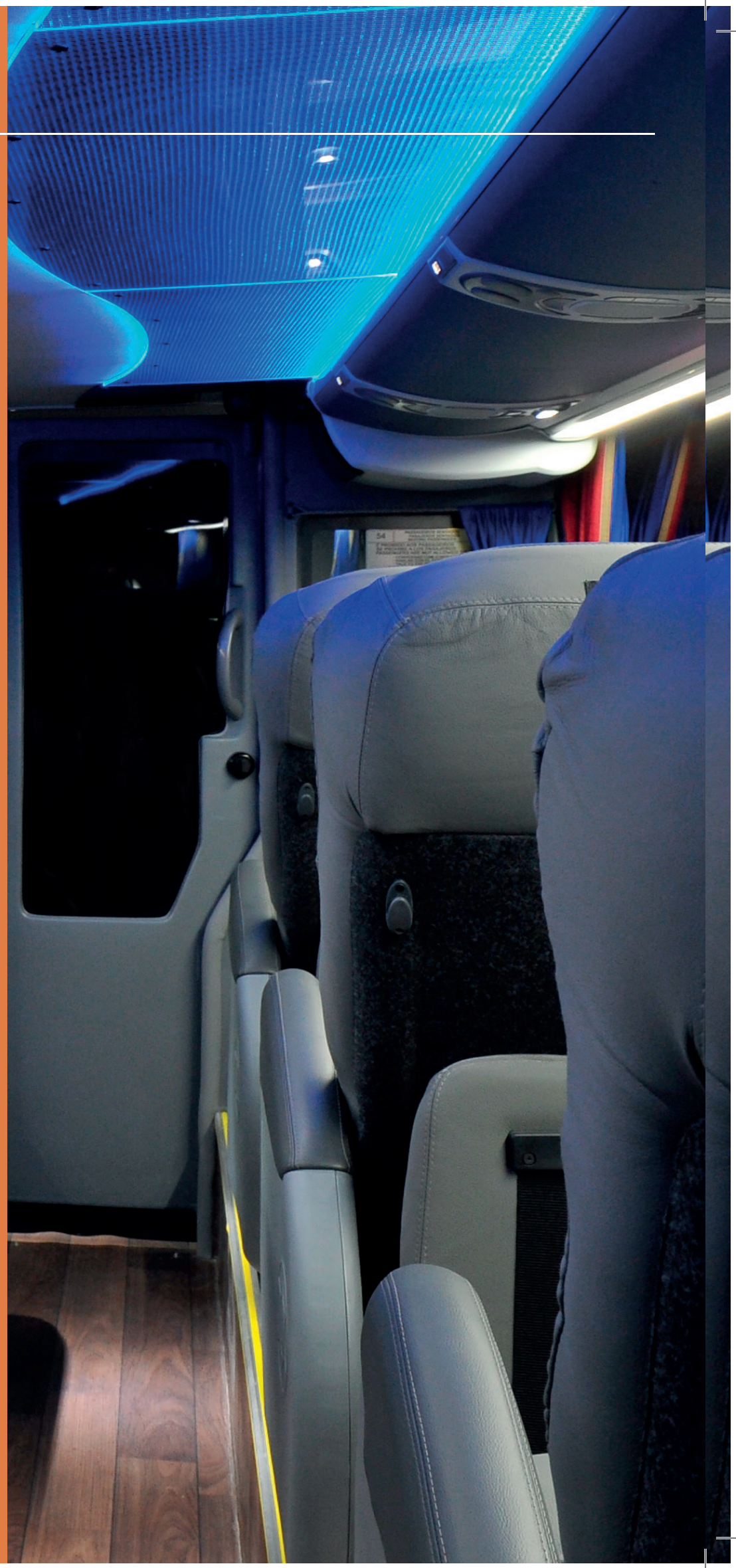
Como os veículos, em uma só viagem, conseguem levar até 16 passageiros a mais, praticamente com os mesmos custos do modelo de 14 metros, a rentabilidade dos donos de empresas de ônibus aumenta, e os fabricantes de chassis e carrocerias já começam a sentir os bons resultados.

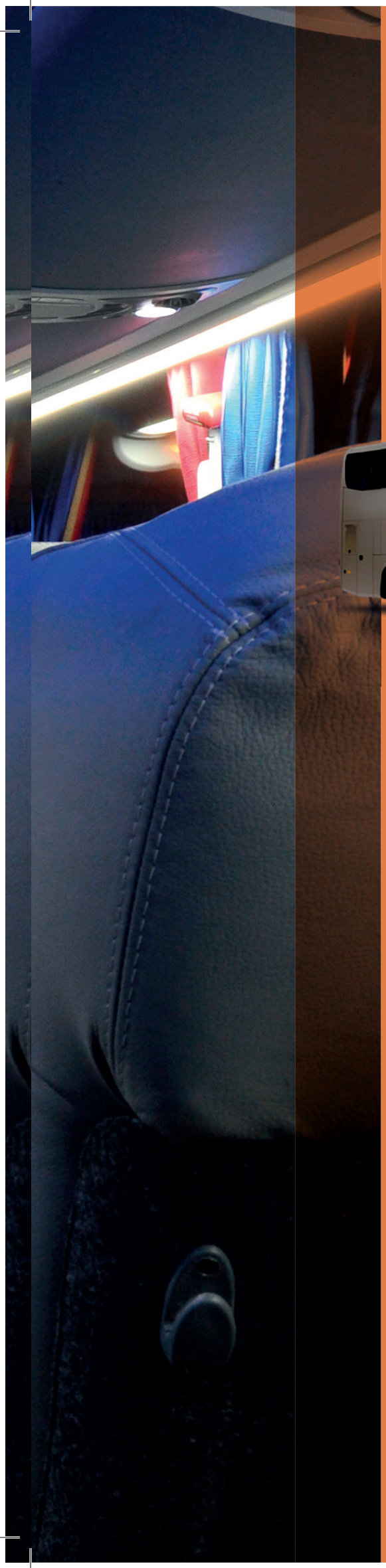
O setor estava preocupado com o aumento dos "espaços não remunerados", com mais lugares para pessoas portadoras de deficiência e gratuidades, como jovens de baixa renda e idosos, determinado por lei federal.

Dos 541 ônibus rodoviários feitos pela Marcopolo para o mercado interno até julho, metade deste total corresponde a ônibus de dois pisos (Double Decker) e, desse volume, quase a metade é de veículos de 15 metros. A encarroçadora foi a primeira do Brasil a produzir e homologar ônibus rodoviários para o mercado interno com 15 metros de comprimento e lidera o segmento. Em outubro de 2016, tinha sido concluída a montagem de um Paradiso 1800 DD sobre chassi Volvo.

"Quando as leis vão ao encontro do que o setor precisa, há um ganho geral. Enquanto no segmento de ônibus urbanos há entraves, como definições de tarifas e dificuldades de se encontrar uma solução para o custeio das gratuidades, no setor de veículos rodoviários o ônibus de 15 metros foi o atendimento de uma demanda antiga, que pode aquecer o segmento e beneficiar os passageiros" – disse o presidente da Volvo Bus Latin América, Fabiano Todeschini.

Além de atender à Volvo, de Curitiba, a Marcopolo fabrica carrocerias rodoviárias de 15 metros para Scania e Mercedes-Benz, ambas em São Bernardo do Campo. A Mercedes-Benz apresentou o modelo oficialmente em abril, já com unidades vendidas para grandes empresas como Águia Branca, do Espírito Santo, e Garcia, do Paraná.





Para o diretor de Vendas e Marketing Ônibus da Mercedes-Benz, Walter Barbosa, a expectativa com o modelo é de expansão deste mercado de ônibus de categoria mais elevada.

"Os ônibus de dois andares 8 x 2, de 14 metros, respondiam por 3% de toda a produção de veículos rodoviários, em especial para turismo de alto luxo e algumas linhas regulares de grande distância. Com este um metro a mais, os ônibus com 4 eixos devem representar 15% do mercado, porque é uma configuração cuja relação custo-benefício é maior",
comentou o executivo.

A Mercedes-Benz já vendeu 24 ônibus de 15 metros, está negociando outros 80 e deve concluir o ano com mais de 200 unidades comercializadas.
Já a Scania vendeu 152 unidades e deve entregar mais 50 ônibus. O preço de cada veículo de 15 metros se aproxima de R$ 1 milhão, enquanto a versão de 14 metros custa em torno de R$ 900 mil. Os empresários de ônibus acreditam que esta diferença de R$ 100 mil facilmente pode se pagar pela maior capacidade de cada veículo. Dependendo da configuração, é possível transportar 69 pessoas num ônibus de 15 metros de dois andares e 53 pessoas num veículo de 14 metros.

Com a mão na bola

Ao arrebatar torcedores apaixonados, rugby cresce no país com incentivos especiais e ligas espalhadas por todas as regiões

O ano era 1895. De família aristocrata, um jovem chamado Charles Miller chegava ao Rio de Janeiro de mala e cuia e com uma vontade peculiar: compartilhar com os amigos brasileiros a prática de dois esportes que despontavam com relativo sucesso na Europa – o rugby e o futebol. Em pouco tempo, o pioneiro fez muito por aqui – organizando as partidas iniciais de cada uma das modalidades e abrindo espaço para a formação de clubes com potencial para atingir uma legião de torcedores. Diferenças de adeptos à parte, uma coisa é certa: desde então, muita bola atravessou a trave por aqui – seja com os pés ou com as mãos. Apesar de arrebatar menos entusiastas do que seu irmão mais popular, o rugby nunca saiu de cena e atualmente conta com mais de 300 times e agremiações e cerca de 60 mil atletas registrados. O interesse pelo esporte cresceu de forma surpreendente depois dos Jogos Olímpicos de 2016, quando voltou à competição de elite depois de mais de 90 anos de embargo.

RUGBY STADIUM
RUGBY STADIUM
RUGBY STADIUM
RUGBY STADIUM

Entre as diferenças básicas com o popular futebol, está o fato dos praticantes utilizarem as mãos para capturar uma bola de formato oval e dos 15 ou sete jogadores em campo. A modalidade conta com duas categorias – o popular "Union" e o pouco difundido "League". Com dinâmicas de jogo semelhantes, os esportes apresentam variações no número de atletas, no tamanho do campo e na pontuação geral. Muito além de saber as regras de cada estilo, os praticantes precisam estar em dia com a saúde, já que os treinos intensos requerem rapidez, força, resistência e habilidade com as mãos e com os pés. "O rugby é muito atrativo e a nível mundial é o segundo esporte coletivo mais praticado. Além disso, é dinâmico, contínuo e de muita raça e coração. Isto faz com que as pessoas que assistem a um jogo pela primeira vez fiquem encantadas. Quem já pratica, vira fã para a vida toda", explica o CEO da Confederação Brasileira de Rugby (CBRu), Agustín Danza.

Cada vez mais profissional e com campeonatos disputados, o rugby brasileiro chama a atenção de uma torcida fiel – entre novos e velhos admiradores. Por conta do crescimento do interesse pela modalidade e da implementação de programas técnicos desenvolvidos pela CBRu há dois anos, o nível dos atletas nacionais está crescendo exponencialmente e chamando a atenção do mundo. "Os jogadores de alto rendimento agora treinam diariamente em academias que seguem um programa baseado nas melhores práticas internacionais. Em pouco tempo, a expectativa é conseguirmos igualar e superar física e tecnicamente rivais historicamente superiores, como o Chile, os Estados Unidos e o Canadá", comenta Danza. Apesar da garra dos praticantes, nem tudo são flores e a falta de locais adequados para os jogos e o baixo número de patrocinadores – que permitiriam a disseminação do esporte a mais pessoas – estão na lista de aspectos a serem melhorados nos próximos anos.

Rio 2016, o impacto

Mesmo com uma campanha pouco expressiva – a equipe masculina amargou um 11º lugar, enquanto a feminina garantiu a nona colocação no quadro geral da modalidade – o rugby chamou a atenção do público nas Olimpíadas. Com transmissão em canais abertos e fechados de televisão, as partidas do estranho futebol jogado com as mãos ganharam destaque e, consequentemente, uma leva de novos apreciadores surgiu por todo o país. "Os Jogos Olímpicos Rio 2016 foram um marco na história do rugby, principalmente para o Brasil. Por fazer parte do programa olímpico, ganhamos visibilidade e novos investimentos. Conseguimos levar o esporte para milhares de escolas, disseminar nossa modalidade através de todos os meios de comunicação, conseguir novos parceiros e o apoio do COB (Comitê Olímpico Brasileiro) e do Ministério do Esporte", comemora o dirigente. De acordo com dados da CBRu, o esporte é o que mais cresce no país: com 15% de adesão ao ano.

O resultado já pode ser sentido na prática com um significativo aumento no número de acessos aos portais que se dedicam a desvendar os segredos do rugby. Além disso, os espaços para a prática também se tornaram mais acessíveis – com novos times amadores surgindo até mesmo em áreas carentes através de ações sociais.

A recomendação da CBRu é que os interessados usem a internet para saber mais sobre o esporte e conheçam a liga de sua região. "Existem clubes em todos os estados do Brasil. Para incentivar os fãs ainda mais, este ano aumentaremos consideravelmente o número de partidas da seleção brasileira em solo nacional e estamos trabalhando para termos cada vez mais jogos em grandes estádios, como o Pacaembu", comemora Danza. Além disso, a entidade organiza torneios nacionais femininos e masculinos e executa vários programas de rugby escolar em diferentes cidades. Pronto para se render ao poder da bola oval?

Mais sobre o rugby

Existem duas modalidades de rugby no mundo: o rugby "Union" e o rugby "League" – ambos têm regras diferentes e são administrados por entidades distintas, mas com origens comuns.

O rugby "Union" é o mais difundido – e pode ser praticado com 15 ou sete jogadores. Ambos os estilos contam com as mesmas regras, com apenas poucas variações.

A bola de rugby tem formato oval e varia de 28 a 30 centímetros, com peso entre 410 a 460 gramas.

Em uma partida, há três ou quatro árbitros. Entretanto, cabe a apenas um conduzir o jogo.

O campo tem formato retangular, com comprimento máximo de 144 metros e largura de 70 metros. A superfície é predominantemente de grama (natural ou artificial). Não é permitido jogar em quadras de concreto ou asfalto.

Cada partida de rugby tem duração de até 80 minutos, sendo esses divididos em dois tempos de 40 minutos – excluindo prorrogações e outros prolongamentos.

É permitido passar a bola somente com as mãos – para os lados ou para trás. Ao conduzir a bola para frente, os jogadores devem usar apenas os pés.

É permitido agarrar o jogador que tem a posse da bola para roubá-la – o movimento é chamado "tackle".

É permitido que dois ou mais jogadores se unam para bloquear o jogador adversário que tenha a posse da bola e tomá-la – tática chamada de "maul".

Existem dois tipos de cartões: o amarelo, que expulsa o jogador por 10 minutos, e o vermelho, que expulsa o jogador definitivamente da partida.

Existem quatro formas de pontuação, sendo elas o objetivo do jogo.

Coração celeste

Na rota dos turistas, Uruguai encanta quem busca paisagens naturais, um pouco de história e boa mesa

Um país pequeno, mas de alma grande. Com um espaço singular no imaginário da América do Sul, o Uruguai segue como um dos destinos favoritos dos brasileiros quando o assunto é desbravar a vizinhança. Apesar de ainda dividir suas atenções com a Argentina, uma coisa é certa: nunca a nação celeste despertou tanto o interesse verde e amarelo. Em um território de 176 mil quilômetros quadrados delimitados pelo Rio da Prata, o lugar conta com uma população de pouco mais de três milhões de habitantes – a maioria formada por gente disposta a uma boa conversa regada a doses generosas de mate e carne assada. Para os visitantes, o rico passado colonial da região é um dos atrativos mais interessantes, já que, pelas cidades, construções modernas dividem o espaço com impressionantes prédios históricos. Muito além de oferecer paisagens exuberantes – com direito a praias badaladas e um interior de charme bucólico – o país ainda é famoso por sua gastronomia riquíssima, mesclada por influências europeias e indígenas.

Anoitecer na praia em Punta del Este, Uruguai.

Montevidéu é a principal porta de entrada do Uruguai, tanto para quem chega do Brasil de avião como para quem cruza as águas vindo de Buenos Aires. De cara, uma particularidade encanta os turistas: a capital não conta com o caos urbano comum a grandes metrópoles e circular a pé, de ônibus ou de carro é bastante fácil. Entre as atrações imperdíveis da cidade estão as "ramblas" – amplas avenidas situadas às margens do rio. Um passeio pela região conhecida como "Ciudad Vieja" também não deve ficar de fora do roteiro dos turistas, já que por lá chamam a atenção construções imponentes, em especial a Puerta de la Ciudadela. Pelas imediações, ainda vale a pena um tour pelo espetacular Teatro Solís, erguido em 1856 e que oferece uma intensa agenda cultural até os dias de hoje. Uma parada estratégica para degustar a culinária local no Mercado do Porto também é essencial – afinal é impossível resistir ao típico "asado" uruguaio. Para os amantes do futebol, a dica é conhecer o Estádio Centenário, palco da primeira Copa do Mundo, disputada em 1930.

Letreiro em Montevidéu, Uruguai.

Video

Além da capital

Para quem prefere apreciar a natureza, Punta del Leste é o destino certo. Com temperatura agradável e praticamente ensolarada em todas as estações, a cidade mais visitada do país encanta diferentes perfis de turistas – sejam os que buscam a agitação noturna da região central ou os que preferem a tranquilidade dos vilarejos

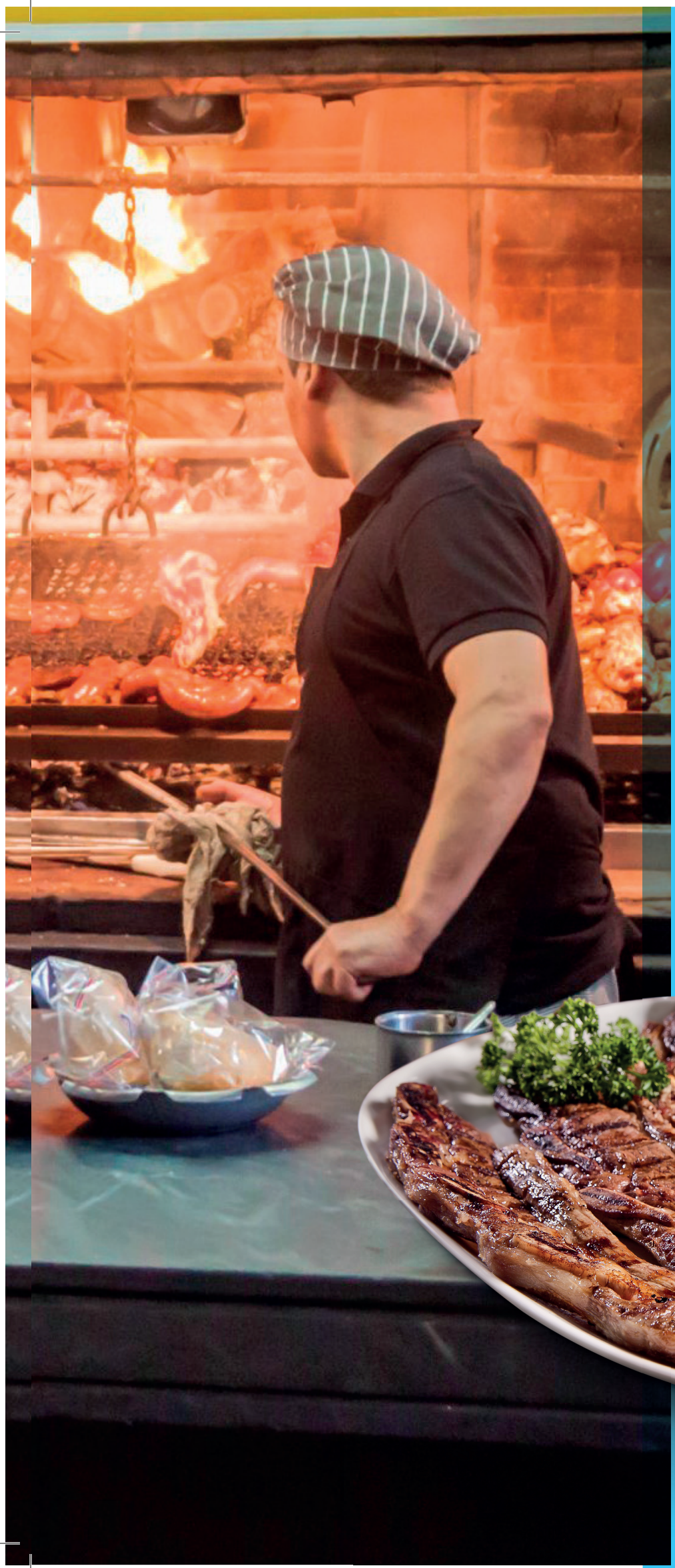
em seus arredores. A chamada "pérola do Uruguai" conta com infraestrutura de primeira, com opções entre pousadas modestas e hotéis luxuosos – entre eles o badalado Conrad Punta del Este Resort & Casino. Na praia conhecida como La Brava, famosa por suas ondas fortes, se avista o monumento "La Mano", popular escultura de cinco dedos parcialmente enterrados na areia. Em suas proximidades, fica a tranquila vila de José Ignacio, um antigo vilarejo de pescadores de enseadas vazias, barzinhos simples e um estilo rústico típico das cidades de interior do país. Os restaurantes especializados em carne merecem uma atenção especial, sobretudo o mítico Garzon, comandado por Francis Malmann, um dos chefs mais premiados do mundo.

La Mano, escultura em Punta del Este, Uruguai.

A cidade de Colonia del Sacramento – distante 180 quilômetros de Montevidéu e a apenas 50 quilômetros de Buenos Aires, na Argentina – é mais uma atração local que atrai visitantes – sobretudo os interessados no rico passado uruguaio. No roteiro, chama a atenção o belíssimo centro histórico local, reconhecido como Patrimônio da Humanidade pela Unesco. Ao andar nas ruas, é possível apreciar casas e praças que ainda contam com características da época das colonizações portuguesa e espanhola – e que remetem ao século 17. Entre os principais pontos turísticos da região, está o Portão de Campo, antiga muralha e ponte levadiça recuperada em 1971 com a ajuda da população. Além disso, chama a atenção a Plaza de Toros, antiga arena de touradas inaugurada em 1910 e fechada dois anos depois por conta da proibição dessa prática no país. Na Praça Maior, impressiona a Basílica do Santíssimo Sacramento, igreja mais antiga da nação, erguida em 1680.

Casa histórica em Colonia del Sacramento, Uruguai.

Churrasco uruguaio em restaurante no Mercado del Puerto, Uruguai.



MESA FARTA – E DELICIOSA

Com fama internacional, a carne local merece um capítulo à parte quando se fala nos encantos do país. O churrasco uruguaio é sempre preparado na grelha e oferece muitas opções de cortes: chorizo e ojo de bife, comuns na Argentina, assim como entrecôte, filé mignon e picanha. O prato mais estrelado é o asado de tira – costela assada e servida em ponto um pouco mais mal passado do que os brasileiros estão acostumados. O popular chivito, sanduíche recheado com carne, queijo, presunto, ovos e maionese, também merece estar no cardápio de quem visita o Uruguai – sobretudo em sua versão acompanhada de "papas fritas". Para quem não resiste a uma boa sobremesa, a dica é se render ao sabor único do doce de leite local, mais encorpado e escuro do que o produzido em qualquer parte do mundo, e aos alfajores artesanais – cobertos com chocolate ou açúcar.

Para beber, a opção mais tradicional fica entre as famosas cervejas Patricia e Norteña e os celebrados vinhos produzidos a partir de uvas Tannat em pequenas vinícolas do interior.

Na estrada

Por conta da proximidade, uma viagem de carro ou de ônibus até o Uruguai é uma opção viável e relativamente agradável. As estradas locais são simples e predominantemente retas – com exceção nos trechos entre Montevidéu/Punta del Este e Montevidéu/Colonia del Sacramento, quando há duplicação de pista. A sinalização é boa, mas o GPS pode tirar os motoristas do aperto – e ainda indicar quando houver pedágios. Não há postos de fiscalização policial nas estradas, porém "blitz" ocasionais são comuns, especialmente na época de verão. Uma curiosidade: na rota 9, a rodovia subitamente se transforma em uma pista de emergência de pouso para aviões – com indicações claras e seguras.

COMO CHEGAR

Existem voos diários e diretos para Montevidéu partindo de Porto Alegre e São Paulo. Na capital uruguaia, o desembarque acontece no Aeroporto Internacional Carrasco. De ônibus também se chega ao país e companhias possuem rotas que partem do Sul e do Sudeste do Brasil.

COMO CIRCULAR

Desbravar o Uruguai de carro é uma das opções mais confortáveis, principalmente para quem tem Punta del Este como destino: a dica é fazer a viagem através das rotas 9 e 10 desde o Chuí, no Rio Grande do Sul. Os serviços de ônibus costumam ser eficientes.

QUANDO IR

As estações são bem definidas – e atraem turistas o ano todo. Na primavera e no outono, as temperaturas se mantêm agradáveis, tendendo para o frio. O verão é quente e úmido, enquanto o inverno pode ser gélido.

ONDE FICAR

Há opções para todos os gostos – de pousadas rústicas e charmosas a hotéis de luxo com direito a cassinos. Como as cidades são pequenas, hospedar-se pelos arredores do centro é essencial para quem quer ter acesso a lojas e restaurantes.

PARA SE LOCOMOVER

Entre uma cidade e outra, a opção mais acessível são os ônibus da empresa Viazul (www.viazul.com). Por meio da companhia, é possível conhecer praticamente todos os principais destinos do país. Os turistas devem ver preços e reservar passagens com antecedência pelo site, já que o acesso à internet em Cuba não é fácil.

Enquanto o refrota não emplaca...

(José Carlos Secco)

Rodoviários e micros puxam produção brasileira de ônibus.

Com crescimento de 15,3% e 28,4% no semestre, respectivamente, segmentos de rodoviários e micros apontam início de retomada na renovação da frota nacional.

Audace 800
DIMELTMOZ
Marcopolo

A produção brasileira de ônibus atingiu, no primeiro semestre de 2017, 6.490 unidades, com redução de 7,8% em relação ao mesmo período de 2016. A retração é resultado do represamento das compras no segmento de urbanos que, enquanto o programa do governo Refrota 17 não emplaca, caiu 26,1%. O resultado não foi pior porque as exportações cresceram 25% nos primeiros seis meses do ano e compensaram, parcialmente, a queda de 19,2% no mercado interno, que representou a compra de 4.232 novos veículos, contra os 5.253 fabricados no ano passado.

Na contramão dessa retração, dois importantes segmentos apresentaram crescimento: o dos rodoviários, com 15,3% de aumento, e o de micro-ônibus, com 28,4%. O desempenho alcançado pode indicar o início do processo de recuperação do mercado brasileiro, que vem sendo fortemente impactado pela crise econômica desde o final de 2013.

O setor de rodoviários, que havia registrado dois anos muito ruins, mostrou importantes sinais de melhora no mercado doméstico. A maior demanda deve ser mantida, sobretudo, em razão da obrigatoriedade de redução na idade média da frota para as linhas interestaduais e internacionais, para oito anos até o final de 2017, para seis anos em 2018 e para cinco anos até o encerramento de 2019. A prorrogação da regulamentação de acessibilidade que vigoraria a partir de 1º de julho, para todos os modelos, também poderá gerar aumento de demanda no período.

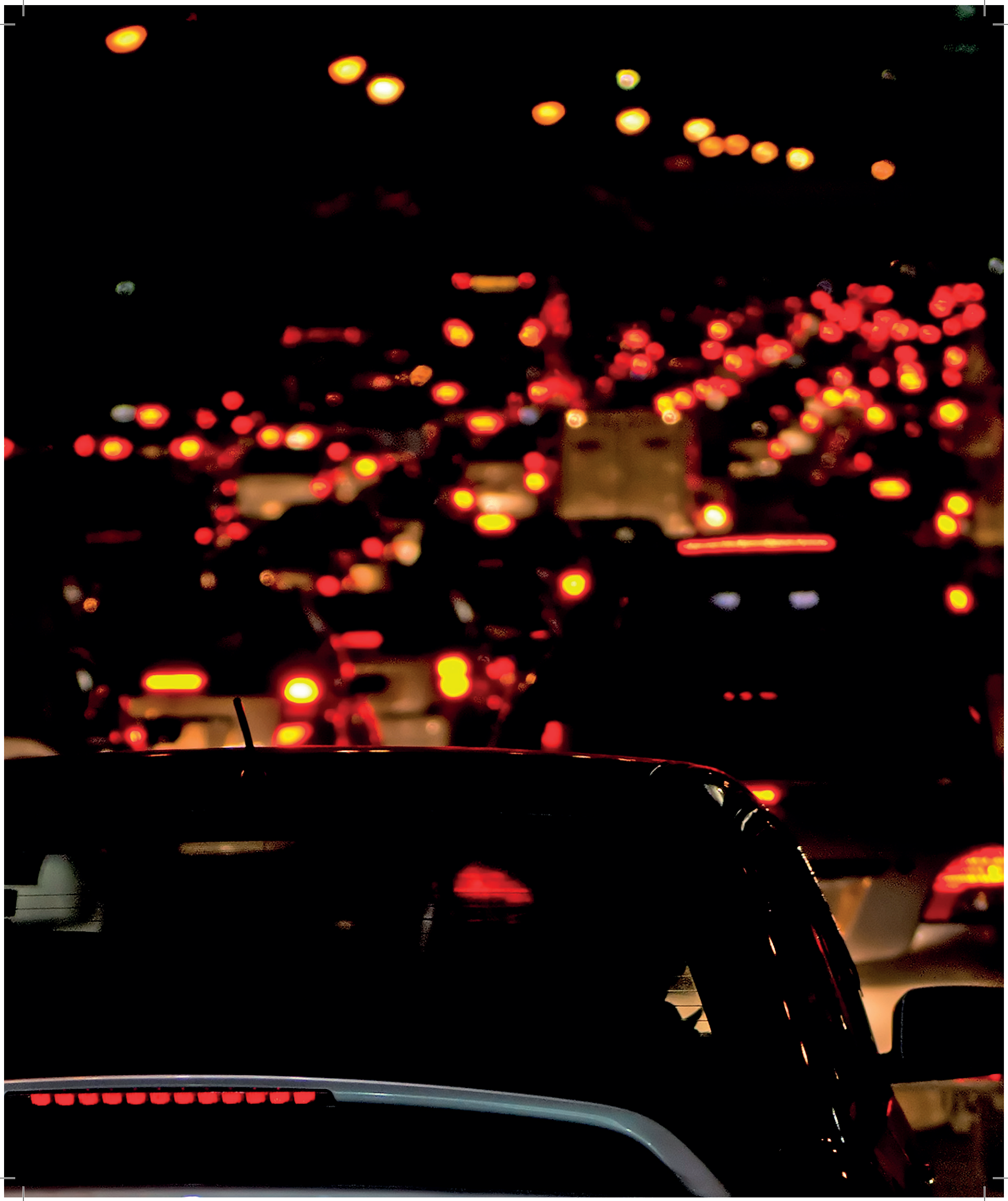
Já no segmento de micro-ônibus, o principal motivo para o crescimento de 28,4% foi devido à renovação de frota em razão do conhecido represamento dos pedidos de compras que vinha ocorrendo desde 2014. As indefinições com relação ao reajuste de tarifas e licitações ainda impactam negativamente os volumes de vendas e a rentabilidade no segmento de urbanos. Além disso, fizeram com que os operadores optassem por veículos menores e com custos operacionais e de manutenção mais baixos.

Como nos últimos três anos, a produção brasileira de ônibus segue dependendo diretamente do bom resultado das exportações, que nos primeiros seis meses deste ano totalizaram 2.258 unidades, 25% mais do que as 1.807 unidades comercializadas no mesmo período de 2016.

Em compasso de espera

Anunciado no final do ano passado e concebido para promover a renovação da frota brasileira de ônibus urbanos com linhas de crédito de R$ 3 bilhões, o programa Refrota 17 representou, até o momento, a aquisição de menos de 200 veículos em todo o Brasil. Os empresários estão esperando a liberação destes recursos e, com isso, a renovação de cerca de 10% da frota de ônibus urbanos e metropolitanos do País está paralisada.

Em meio à polêmica sobre a norma que atrela o financiamento pelo Refrota à quantidade de veículos e desconsidera a variação de preços entre o momento de adesão e a liberação dos recursos, os operadores estão em compasso de espera e aguardando o momento mais oportuno para voltarem a renovar suas frotas. As quedas sucessivas em termos de unidades produzidas trimestralmente no Brasil indicam este processo de represamento de pedidos.



Momento sem precedentes

Nunca, em toda a história da indústria automobilística brasileira, o segmento de veículos comerciais passou por uma fase tão longa, ruim e aguda. Desde o início da produção nacional de veículos e implantação das montadoras e fábricas de autopeças, nunca ocorreu uma crise como a atual.

A discreta retomada registrada no mercado interno no primeiro semestre ainda está muito longe de ser a ideal, pois os volumes de pedidos ainda estão 70% menor que em 2013. Contudo, é um alento, apesar de o mercado nacional de veículos comerciais não ter data certa para retomar.

Para a maioria dos executivos das empresas, o que realmente impulsionará os negócios de caminhões e ônibus será a melhora da economia brasileira.

Neste momento, nem mesmo financiamentos subsidiados podem resolver. E a primeira razão é muito simples: a economia brasileira está literalmente estacionada. Há uma imensa frota de caminhões e ônibus nos pátios dos operadores de transporte. Com a crise econômica, o transporte de mercadorias ou cargas e pessoas diminuiu muito, como no segmento de fretamento de ônibus para o transporte diário de funcionários. Depois porque no período de 2009 a 2013, esses operadores de transporte compraram muito mais caminhões e ônibus do que precisavam, estimulados pelas baixas taxas de juros das linhas de financiamento da Finame (que entre 2009 e 2013 variaram de 2% a 6% ao ano, com um período de carência de um ano e a possibilidade de financiamento de 100% do valor do veículo).

Tudo isso faz com que a inércia seja muito maior do que se imaginava. Agora, a economia precisará retomar de maneira robusta e consistente para que, primeiro, esses operadores voltem a colocar em uso os veículos praticamente novos e atualmente parados.

Somente depois disso, eles poderão voltar a renovar suas frotas mais rapidamente. Até lá, a renovação só será pontual ou, no caso dos ônibus, cumprirá a legislação.

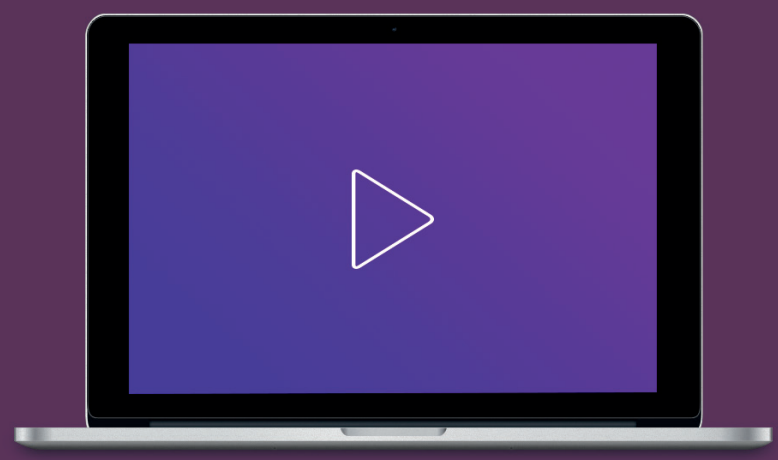
Neste momento sem precedentes, o fato mais importante e animador para todos os ligados à indústria nacional do ônibus é que ela ainda é uma das mais avançadas e com maior potencial de crescimento do mundo.

O ônibus representa a mobilidade e é o caminho mais rápido e eficiente para um transporte coletivo público de qualidade e sustentável.

Drops cultural

UM BEATLE ENTRE NÓS

Sim, ele está de volta! Apesar de ser figurinha carimbada no Brasil nos últimos anos – entre 2010 e 2014 foram nada menos do que sete apresentações por aqui – Paul McCartney está pronto para retornar ao país e em grande estilo. O músico desembarca em solo nacional em outubro com uma turnê em comemoração aos 50 anos do álbum Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band, um dos mais lendários trabalhos dos Beatles. A aguardada agenda de shows, que ainda passa por ajustes e confirmações, deve incluir capitais como Belo Horizonte, Salvador, Porto Alegre e Manaus. Na ativa e sem sinais de cansaço, o britânico ainda prepara para 2017 um novo disco com produção de Greg Kurstin, conhecido por coescrever e produzir o sucesso "Hello", de Adele.



BRIGA DE GIGANTES

Disposta a conquistar a preferência do espectador que aprecia a comodidade de assistir séries e filmes online através do streaming, a Amazon Prime chega com tudo no Brasil – e pronta para comprar briga com a poderosa Netflix. Apesar de estar disponível no país desde o final do ano passado – e por apenas 19 reais por mês – o serviço começa a ganhar força por aqui somente agora, com a entrada de produções badaladas em seu portfólio. Entre as atrações exclusivas que chamam a atenção, está o aguardado "Crisis In Six Scenes", seriado dirigido e estreado pelo cineasta Woody Allen. No catálogo da multinacional – a primeira empresa global a valer 1 trilhão de dólares – ainda constam tramas premiadas, como "Mozart In The Jungle" e "Transparent".

PARA SONHAR ACORDADO

Mesmo não levando a estatueta de melhor filme no Oscar deste ano, "La La Land" ainda mostra disposição para empolgar o público. Ao trazer o glamour dos anos 50 para as telonas, a produção – dirigida Damien Chazelle e estrelada por Emma Stone e Ryan Gosling – ganha um novo formato: musicais ao vivo – e com direito a uma grande orquestra e coreografias originais. As primeiras sessões do espetáculo aconteceram em maio com um coral conduzido por Justin Hurwitz, vencedor do prêmio de melhor canção original. A Lionsgate, responsável pelo longa-metragem, confirmou que a atração irá fazer uma turnê mundial, passando por países como Inglaterra, Canadá, México, Itália, Turquia e Suíça. De acordo com os realizadores, o Brasil também deve estar na rota.

A VEZ DAS MULHERES

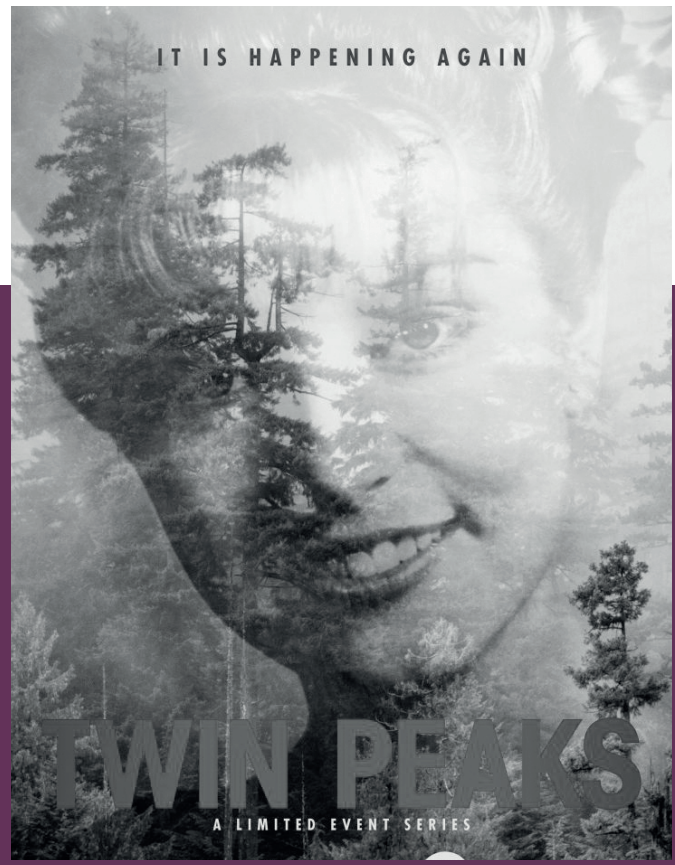
Pode esquecer George Clooney, Brad Pitt, Matt Damon e companhia. Com mais uma sequência a caminho, "Onze Homens e Um Segredo" – que já rendeu mais dois filmes de igual sucesso nas bilheterias – se prepara para voltar aos cinemas em uma nova versão, desta vez com mulheres nos papéis principais. De acordo com os produtores, a trama é uma sequência dos longas-metragens anteriores e traz Sandra Bullock no papel da irmã de Danny Ocean, icônico personagem de Clooney. No enredo recheado de humor, ação e suspense, ela sai da cadeia e conta com a ajuda de Cate Blanchett para formar uma equipe de ladras dispostas a roubar um colar em um luxuoso baile de gala. O elenco da produção, que estreia em 2018, ainda traz nomes de peso como Rihanna, Anne Hathaway e Helena Bonham Carter.

HISTÓRIAS DO REI

Uma nova biografia de Roberto Carlos está a caminho e com lançamento previsto para o fim deste ano. Com autoria de Paulo Cesar de Araújo – escritor que já havia se dedicado à vida do cantor em um livro que foi recolhido de circulação em 2007 – a obra tem como missão explicar o mito de forma definitiva. Entre uma polêmica e outra, a apuração do jornalista promete não poupar o artista de episódios controversos – como a traumática perda de parte da perna direita em um acidente na infância. A editora Record prepara uma tiragem inicial de 50 mil cópias da obra, número considerado acima da média para o mercado nacional. Na contramão, Roberto declara que também pretende lançar um projeto onde repassa toda a sua trajetória, apesar de ainda não ter definido uma data para o material chegar às livrarias.

PRINCE – VIVO E INÉDITO

Um ano depois de sua morte, Prince deve voltar às paradas de sucesso – e com canções inéditas. Com apenas seis faixas, o álbum póstumo "Deliverance" teria sido gravado entre 2006 e 2008 nos estúdios da gravadora RMA, responsável pelo lançamento que chega às lojas. O parceiro do artista no trabalho foi o instrumentista Ian Boxill, que concluiu o disco ao longo do último ano, incluindo composições, arranjos e produção. "Eu espero que muitas pessoas se confortem quando ouvirem Prince cantando essas músicas", afirmou o realizador em comunicado para a imprensa. De acordo com pessoas próximas ao astro, todo o material foi escrito e gravado quando o cantor – que faleceu de overdose acidental aos 57 anos – era um artista independente, em protesto contra a indústria musical.



CLÁSSICO REVISITADO

Sucesso nos anos 90, a cultuada série "Twin Peaks" acaba de retornar às telinhas – depois de 27 anos e com mistérios que vão muito além de quem matou Laura Palmer. Em sua terceira temporada, a produção – criada e dirigida por David Linch – chega ao canal Showtime com 18 episódios e conta com boa parte de seu elenco original, bem como alguns novatos – entre nomes como Monica Bellucci, Michael Cera e Eddie Vedder. "Eu vejo tudo isso como um grande filme dividido em partes. Posso dizer que foi uma experiência muito prazerosa", declara o lendário realizador. A trama do novo capítulo tem ligação direta com o famoso caso investigado pelo agente do FBI Dale Cooper – interpretado mais uma vez por Kyle MacLachlan – em uma excêntrica cidade do interior americano.

Tradição na tigela

Com a abertura de restaurantes especializados, lámens se tornam aposta gastronômica da vez nas grandes cidades do Brasil

Um pote de massa fininha com caldo grosso, encorpado e fumegante. Para quem imediatamente associou a receita aos famosos macarrões instantâneos de gosto duvidoso, uma notícia: o lámen vai muito além do preparo em três minutos e dos sachês de glutamato de sódio. De origem oriental, o prato carrega a delicadeza da gastronomia japonesa com direito a ingredientes selecionados, preparos cheios de técnicas especiais e segredos que atravessam gerações. No cardápio de casas especializadas mundo afora, a receita – que se resume a pasta fresca de farinha de trigo, água, sal e kansui acompanhada de molhos a base de missô, milho e manteiga – conquista paladares exigentes com o toque de chefs estrelados. No Brasil, as casas que oferecem tigelas cheias de aromas e sabores inesquecíveis se multiplicam com direito a ambientes modernos e cardápios ousados – e tudo isso sem mexer na tradição de uma das culinárias mais tradicionais do mundo.

De origem chinesa, o lámen – que também pode ser chamado de ramen ou noodle – ganhou fama no Japão, onde é considerado uma instituição nacional. Desde o século 17 nas mesas orientais, foi somente depois da Segunda Guerra Mundial que o macarrão com caldo se tornou popular em diferentes partes do planeta. No início, o prato era feito com ingredientes baratos: legumes e carcaças de galinha, além de muita água. Com o tempo, a receita foi se sofisticando e ganhou molhos diferentes – e mil e uma combinações de sabores, entre carnes, aves e frutos do mar, sem deixar de lado uma seleção de legumes e verduras em preparos que podem levar até 12 horas. O toque final fica por conta do chamado “topping” – ou seja, o que fica por cima da massa – como opções entre ovo de gema cremosa ou nori, uma espécie de alga marinha. A melhor forma de saborear o quitute? Do jeito que o cliente desejar, mas de preferência com hashis de bambu.

Apesar de fazer sucesso nos países do Oriente, o lámen durante muito tempo ficou restrito aos guetos das grandes metrópoles – especialmente em bairros com ascendência japonesa e chinesa. O interesse global veio com força em 2004 quando o chef americano de origem coreana David Chang abriu uma casa no East Village de Nova York para servir diferentes versões do prato. Batizado de Momofuku Noodle Bar – nome que faz referência ao empresário Momofuku Ando, o inventor do famoso Nissin Miojo – o restaurante virou uma febre internacional por conta de seus bowls de macarrão caseiros servidos com caldos deliciosos. Não demoraria muito para filas se formarem na porta do local e as reservas se tornarem rotina. Neste momento, a receita entrava para o segmento de alta gastronomia – com uma onda de espaços temáticos se espalhando mundo afora e seu divulgador se transformando em um dos maiores astros culinários atuais.

Preparo mais que especial

No Brasil, o lámen vive sua fase mais popular com a abertura de espaços especializados e que atraem a atenção de um público aberto a novas experiências na cozinha. Depois de viver três anos em Tóquio, o chef Daniel Hirata voltou a São Paulo com uma ideia na cabeça: inserir o prato, que prefere chamar de ramen, no mapa da culinária paulistana. Como já trabalhava com comida oriental encarou o desafio de frente e, no final de 2015, abriu as portas do Hirá Ramen Izakaya, espaço disputado na Vila Madalena. "Os japoneses amam o prato, que é considerado comida de conforto. O restaurante foi um novo desafio e o Daniel teve que retornar ao Japão para fazer cursos com vários mestres do assunto. Essa viagem foi fundamental para trazer um ramen moderno e cheio de personalidade para o país", conta Valéria Hirata, sócia da casa. No cardápio, faz especial sucesso o caldo "ton tori", um blend de frango e porco que forma um sabor único e rico com a capacidade de "viciar" os clientes.

De acordo com a dupla, a execução das receitas envolve grande técnica. "O controle do tempo de cozimento dos ingredientes do caldo e a altura do fogo é muito importante. Hoje, existem muitos estilos de ramen no Japão: podem ser de galinha, de porco, de carne de gado ou de frutos do mar ou até misturar dois ou mais elementos. Cada ramen-ya, ou seja, cada restaurante especializado no assunto, desenvolve o seu prato base, quase como uma assinatura", explicam. O restaurante oferece oito tipos diferentes de preparo, todos com critérios sazonais. Na cozinha do Hirá Ramen Izakaya, tudo começa pelo preparo do caldo base, que pode levar até dois dias para ficar pronto. Depois, os toppings são igualmente elaborados – com destaque para o "chashu", barriga de porco fatiada com cuidado para ficar macia e suculenta. O macarrão é feito pelos experientes japoneses da MN em Mogi das Cruzes com orientações trazidas do Japão pelo chef.

Irashaimase!

Caldo que faz a diferença

Com prestígio entre os apreciadores do bom lámen "made in Brazil", o Tan Tan Noodle Bar, também localizado em São Paulo, é outro nome forte da cena que eleva o prato ao status de obra-prima. Sob o comando de Thiago dos Santos Bañares – que tem passagem por restaurantes estrelados como D.O.M, Arturito e ZDeli – o espaço se orgulha de servir uma das tigelas mais famosas da cidade. "O destaque fica por conta do caldo, superencorpado e puro, feito somente de frango", destaca o cozinheiro. Ainda na capital paulista, fica o Jojo Ramen, casa comandada por Simone Xirata, empresária que foi provar seu primeiro bowl no Japão há menos de seis anos. "A missão da casa é de te levar ao Japão sem sair do Brasil. Explorando cores e texturas por meio de técnicas vindas de lá, trazemos o tradicionalismo da cultura na elaboração dos pratos", conta. Entre os diferenciais do lugar, está o cardápio assinado pelo chef japonês Takeshi Koitani, dono de duas casas em Nakano, região metropolitana de Tóquio.

Muito além do miojo

Que tal esquecer a versão industrializada do lámen e conhecer o verdadeiro sabor de um prato único? A Moneo te indica cinco lugares que valem a visita!

HIRÁ RAMEN IZAKAYA

Rua Fradique Coutinho, 1240
Pinheiros, São Paulo/SP

LAMEN HOUSE

Rua Petit Carneiro, 272
Água Verde, Curitiba/PR

LAMEN KAZU

Rua Tomás Gonzaga, 51
Liberdade, São Paulo/SP

IZAKAYA DANJOU

Rua Félix da Cunha, 641
Floresta, Porto Alegre/RS

SUSHIC

Rua Dr. Abel Capela, s/nº
Coqueiros, Florianópolis/SC

MIAKO

Rua Farani, 20
Botafogo, Rio de Janeiro/RJ

Indicadores Econômicos

(setembro 2017)

Moedas

MOEDA	COMPRA	VENDA	VAR.%	DATA
Dólar Comercial	R$ 3,123	R$ 3,125	-0,41%	05/set
Dólar Paralelo	R$ 3,10	R$ 3,27	-0,30%	05/set
Dólar Turismo	R$ 3,10	R$ 3,27	-0,30%	05/set
Dólar X Euro	$ 1,192	$ 1,192	0,00%	05/set
Real X Euro	R$ 3,739	R$ 3,74	0,00%	05/set
Dólar PTax	R$ 3,134	R$ 3,14	0,09%	05/set
Dólar Futuro	R$ 3,13	R$ 3,13	-0,58%	05/set

Inflação

DESCRIÇÃO	FECH.	PERIODICIDADE	DATA
Indice de Custo de Vida Mes	0,36%	mês	20/fev
Indice de Custo de Vida Ano	5,31%	ano	20/fev
IGP-DI Mes (FGV)	-0,30%	mês	05/set
IGP-M Variacao Ano (FGV)	-2,56%	ano	05/set
IGP-M Mes (FGV)	0,10%	mês	05/set
INPC - Mes (IBGE)	0,17%	mês	05/set
IPC-DI Variacao Ano (FGV)	2,19%	ano	05/set
IPCA - Mes (IBGE)	0,24%	mês	05/set
IPCA - Variacao Ano (IBGE)	1,43%	ano	05/set

Investimentos

DESCRIÇÃO	FECH.	PERIODICIDADE	DATA
CDB Pre 30 dias	7,91%	ano	05/set
Poupanca em D+1	0,52%	mês	05/set
Poupanca em D+0	0,52%	mês	05/set
CDI Ano - CETIP	9,14%	ano	05/set

Salário Mínimo

VIGÊNCIA	VALOR MENSAL	VALOR DIÁRIO	VALOR HORA	D.O.U
01.01.2017	R$ 937,00	R$ 31,23	R$ 4,26	30/dez
01.01.2016	R$ 880,00	R$ 29,33	R$ 4,00	30/dez

BNDES Finame

CLASSIFICAÇÃO	PRODUTO	%FINANCIADO	CUSTO BNDES	CUSTO INTERMEDIAÇÃO	SOBRE TAXA	SPREAD BANCO	CUSTO FINANCEIRO
Micro - Pequena - Média empresa I - Media empresa a II*	Finame TJLP	80%	1,70%	0,40%	-	A negociar	TJLP
Grande empresa**	Finame TJLP	50% 30%	1,70% 1,70%	0,40% 0,40%	***0,28%	A negociar	TJLP TAXA MÉDIA SELIC

Juros

DESCRIÇÃO	FECH.	PERIODICIDADE	DATA
Taxa de Juros Longo Prazo Ano	7,00%	ano	05/set
Selic Meta Copom Bacen	9,25%	ano	05/set

% aa

* Micro - Pequena - Média empresa I - Media empresa II

** Grande empresa

*** Sobre Taxa Fixa para as operações contratadas.

Fonte: CMA, 05 de Setembro de 2017;
G1 - GLOBO; Guia Trabalhista

Bem-estar aos passageiros

As poltronas Marcopolo são desenvolvidas para proporcionar o máximo de conforto, segurança e ergonomia aos passageiros e qualidade para sua frota. Escolha entre os diversos modelos de poltronas e tecidos para personalizar o interior de cada ônibus.

IBAMA PROCONVE HOMOLOGADO

mkt 06/17

Cinto de segurança salva vidas.

Imagens meramente ilustrativas. Consulte o representante de sua região para saber mais sobre os modelos e suas configurações
www.marcopolo.com.br - nas redes sociais: OnibusMarcopolo

Marcopolo