

Rei da Estrada

ANO XVII, NÚMERO 75



JULHO/AGOSTO 1998



Ao Trabalho!

Os caminhões da Série 4 já estão em atividade nas mais diversas aplicações



**Publicação bimestral
da Scania Latin America.
Editada pela Vice-Presidência
de Comunicação.**

Diretor:
Walter Nori

Gerente de Comunicação:
Joaquim Castanheira

Editor Responsável:
Mauro Cassane
(MTb 19.786)

Revisão:
Vicente dos Anjos

Fotos:
Emanuel A.P., Mônica Zanon,
Luiz Vilani, Milton Dória,
Arquivo Scania

**Diagramação,
Editoração e Produção:**
Technoart Propaganda Ltda.

Fotolitos:
AWA

Impressão:
Gráficos Burti

Tiragem desta Edição:
37.000 unidades



Correspondências:
Av. José Odorizzi, 151
São Bernardo do Campo - SP
CEP 09810-902

É autorizada a reprodução de qualquer matéria
editorial, desde que citada a fonte.



SCANIA
Scania Latin America Ltda.

A Sinfonia Continua

Hans Hedlund - Presidente da Scania Latin America



Emanuel A. P.

No mês em que a Scania completa 41 anos no Brasil, estou me despedindo. Cumpri aqui minha jornada na companhia. Uma jornada que me

enche de orgulho e emoção. Cheguei ao País há quatro anos para assumir a presidência da Scania em um de seus momentos mais desafiadores: entre minhas diversas missões, estavam a consolidação da integração das operações da Scania na América Latina e o lançamento dos veículos da Série 4 na região. Essas metas foram alcançadas graças ao empenho de nossos colaboradores, concessionários e fornecedores.

A Scania não é mais só Brasil, é América Latina. Mais do que isso, integramos nossas fábricas à estrutura de produção da Scania no mundo. Com o lançamento da Série 4 no continente latino-americano, passamos a produzir um veículo mundial. Nosso sistema de produção tem o selo máximo de qualidade, a ISO 9002, e de respeito ao meio ambiente, a ISO 14001. Fomos a primeira montadora no continente latino-americano a receber essa cobiçada certificação ambiental. Aliás, com a devida licença de modéstia, fomos os primeiros em muitas outras coisas ao longo de nossa jornada na América Latina.

Além de orgulho, me considero também um homem de sorte. Estou me aposentando em uma empresa líder de mercado, com qualidade atestada, respeito ao meio-ambiente, compromisso com seus clientes e que valoriza o ser humano. Nessa minha jornada na Scania, conseguimos grandes resultados graças a um elenco afinado de 2.700 craques que trabalham comigo.

Cheguei aqui em 3 de julho de 1994 e assumi minhas funções no dia 15 do mesmo mês. Completei agora quatro anos à frente de um grande projeto:

a preparação da Scania para o lançamento dos veículos da Série 4 no mercado latino-americano. Projeto realizado. E, melhor ainda, com sucesso. Agora a Scania entra para a virada do milênio como uma empresa global. Nossos produtos, nossos métodos de produção e nossos profissionais estão dentro de nosso padrão mundial de qualidade.

Foi um trabalho duro. Mas conseguimos. E não vamos parar. Aliás, nunca paramos. Ninguém melhor do que nossos parceiros clientes e concessionários para saber que a Scania está sempre acelerando. Seguindo em frente e saindo na frente. Com os caminhões e ônibus da Série 4 estamos produzindo aqui o que há de mais moderno em se tratando de veículos pesados. Nossa filosofia é essa: investir no Brasil. Afinal, depois de mais de 40 anos neste País, quem não vira brasileiro? Fizemos da Scania uma empresa mundial, mas aqui dentro bate forte um coração bem Brasil. Obrigado, amigos clientes, colaboradores, fornecedores e concessionários. Fizemos história juntos. Estou me aposentando e volto à minha terra natal, a Suécia. Agora passo a batuta para um maestro que vocês já conhecem: Jorma Halonen. A harmoniosa sinfonia continua.

4

Caminhões

Depois do show de apresentação, os caminhões da Série 4 pegam no batente e vão mostrando sua eficiência nas mais diversas aplicações.

17

Treinamento

Começam a ser treinados os primeiros motoristas.

8

Série 4

O lançamento dos ônibus urbanos da Série 4 encanta a imprensa especializada.

18

Artigo

Saiba como promover uma sucessão familiar com sucesso.

10

Consórcio

Um plano especial de 100 meses, feito sob medida para os autônomos.

19

Financiamento

Um leasing especial, feito sob medida para os grandes frotistas.

12

Copa do Mundo

Personagens de destaque na Copa do Mundo, os ônibus Scania transportaram todos os jogadores da competição.

20

Ônibus

Empresa de Londrina/PR oferece aos passageiros o melhor em conforto e já começa a equipar sua frota com ônibus urbanos da Série 4.

14

Pós-Venda

Os postos de pós-venda aproximam cada vez mais a Scania de seus clientes.

22

Perfil

Fã da Scania constrói réplica perfeita de um Scania T113.

16

Meio Ambiente

Manual da Scania dá dicas aos motoristas de como ajudar a preservar o meio ambiente.

Além das Novas Formas

A logística de transporte exige que o caminhão seja uma ferramenta eficaz, produtiva e rentável. Nas mãos de diferentes tipos de transportadores, os caminhões da Série 4 despontam como a melhor solução para o transporte.

Reportagem: João Geraldo / Fotos: Emanuel A. P.

Os primeiros caminhões Scania Série 4 em operação começam a mostrar que a novidade vai além das novas formas e cores. Independente da aplicação a eles destinada, estão mexendo com as relações entre o frotista e seus motoristas e no caso do autônomo - que é o seu próprio patrão - o homem e a máquina. Quem já está utilizando os veículos deixa transparecer uma idéia: tanto em desempenho quanto em conforto - e por que não o design? - a performance dos novos modelos é a ideal tanto para o frotista quanto para o motorista, seja ele empregado ou dono do caminhão.

Para entender o que está acontecendo basta saber que graças às inovações tecnológicas, a nova série con-

segue reunir, de forma inédita, desempenho e conforto, itens extremamente importantes no moderno e competitivo mercado de caminhões pesados. "O novo produto está trazendo compradores de outras marcas para conhecê-lo, principalmente o P94", revela Teodoro Silva, gerente de vendas da Codema, uma dos maiores distribuidores de caminhões da marca.

O depoimento do empresário de transporte Luiz Donizette Rodrigues, proprietário da Evelyn Transportes, de Guarulhos/SP, um dos primeiros frotistas a adquirir os novos caminhões, ajuda a compreender o que está acontecendo no mercado com a chegada dos novos Scania. "Os motoristas sentem-se dentro de um carro de

luxo", brincou o empresário, que comprou três cavalos-mecânicos estradeiros 124, dois T e um R, para tracionar semi-reboque baú com lonado e de alumínio para o transporte de cargas aéreas.

Novos tempos - "Aqui na empresa, dirigir o novo caminhão soou como uma premiação para os motoristas, porque escolhemos aqueles que melhor se sobressaem no desempenho da função", disse o superintendente da Equipav S/A Açúcar e Álcool, Cláudio Belodi. "São os novos tempos, não podemos cuidar apenas das nossas máquinas, o motorista



também é um grande patrimônio da empresa”, defendeu.

Independente do tipo de aplicação, os caminhões da Série 4 têm recebido elogios dos clientes, a maioria deles creditados ao desempenho e conforto, principalmente. “Os caminhões estão ainda com pouca quilometragem, mas acredito que são mais econômicos do que os modelos da Série 3, porque têm mais torque no motor mas, com certeza, ganham no conforto” diz Donizette.

O empresário mantém sempre os caminhões novos de sua frota cobrindo os percursos menores, dentro do Estado de São Paulo, porém, devido a uma emergência teve de permitir que um dos Série 4 fizesse uma viagem até Brasília. Segundo ele, o motorista cobriu o trecho em 12 horas, quando o normal são 14 horas.

Apesar de ser o dono da transportadora, ele mesmo tem sua



“Vou curtir umas férias na boléia do Série 4”, diz Luiz Donizetti Rodrigues, proprietário da Evelyn Transportes

queda pela marca e mais ainda pela nova série. “O banco elétrico parece ser de uma BMW. Os motoristas não querem mais descer do veículo”. De vez em quando Donizette encosta o automóvel, convida a esposa e faz um passeio com o caminhão, mas tem em mente fazer um percurso maior, pretende rodar cerca de 4000 quilômetros durante 15 dias na estrada, no mês de julho. “Vou curtir umas férias na boléia do Série 4”, diz.

Frotista da marca há anos, sua em-

presa incorpora outras unidades de 320 e 360 cv de potência da série 3 e há planos para adquirir mais modelos da série 4. Resta decidir o tamanho do motor, 11 ou 12 litros, quanto à cabine não resta dúvida de que será R, porque possibilita a utilização de uma carreta maior.

Quem também tem preferência pelos Scania de cabine avançada é Belodi, da Equipav, cuja empresa está localizada na região de Lins, interior do Estado de São Paulo. A companhia acaba de adquirir 15 unidades do R124C 6X4 que fo-

ram agregadas a outros 28 R113 e dois T113, adquiridos a partir de 1992 e conta com outras três unidades do T112 que operam em apoio ao cultivo de cana-de-açúcar.

Os novos modelos chegaram à usina para operar no transporte de cana. “Nossa opção em continuar com a marca se deve ao desempenho dos outros modelos, que estão indo muito bem, e temos grande interesse em padronizar cada vez mais a frota”, explica Belodi. Ele adianta que a empresa vai adquirir mais um lote da Série 4 no próximo ano.



Os novos caminhões ganham as estradas e a confiança dos clientes.

Apesar da marca não ser novidade na frota da Equipav, os novos caminhões provocaram um certo *frisson* entre os motoristas da companhia. “Eles estão achando o caminhão muito luxuoso. Claro que aqui na empresa nós defendemos o conforto, mas esses veículos são superiores em acabamento, motor e tudo o mais, se comparados a qualquer outro caminhão”, dispara o superintendente, que ainda não tem uma avaliação em relação ao desempenho da série 4 porque a frota está entrando em operação.

Os caminhões vão atuar no transporte de cana operando em estradas de terra e trechos de asfalto, rodando a média de 90.000 quilômetros/ano cada um. Como todos os motoristas queriam trabalhar com veículos novos, a empresa adotou como critério selecionar os profissionais com melhor desempenho.

Betoneira - Dona de 180 caminhões, sendo 90% da marca Scania, a Concrepav S/A Engenharia de Concreto, de Campinas, também está aumentando sua frota, com a aquisição de 25 modelos P94 R, com motor de 260hp. Equipados com tomada de força na traseira para operar como betoneiras, os dois primeiros que já foram

entregues provocaram grande expectativa entre os funcionários da companhia.

Quem já percebeu a superioridade do novo Scania é o motorista autônomo Roque Caetano Goya, proprietário de um modelo T124, com motor de 360 hp, que desde o final de abril transporta pedra de Limeira para as obras de duplicação do trecho de rodovia entre Piracicaba e Rio Claro e retorna carregado de areia. “Estou muito contente com o motor deste caminhão, sobe mais e está mais econômico em torno de 4% a 5%”, quando comparado com o T113, ano 97, que acaba de ser substituído.

Carreteiro há 21 anos, Goya elogia o conforto da cabine, com banco elétrico e confortável, a facilidade de trocas de marchas, para reduzir, principalmente, e o entre-eixo que aumentou de 4,20m para 4,30m.

Em breve vai engatar baú e fazer viagens na faixa de 6.000 quilômetros. “Ainda não avaliei este caminhão em longas distâncias, mas sei que ele dará conta do recado”, diz. Goya comprou

o T124 equipado com aparelho de ar condicionado, para aumentar seu conforto a bordo, transportando pedra e areia ou em rotas de longa distância.

“A expectativa é grande em torno do novo caminhão”, admite Teodoro da Silva, gerente da Codema. Este sentimento, segundo ele, foi alavancado pela festa de lançamento da nova linha, a qual incluiu

levar os clientes para conhecer a fábrica. “Foi uma grande novidade para eles, principalmente ao conhecer as células de produ-

ção e ver que dentro da companhia a qualidade dos produtos é garantida a cada etapa da produção” diz.

Há mais de 10 anos trabalhando com caminhões, ele concorda que um dos pontos fortes da nova série é o conforto. Em seu dia-a-dia à frente de uma revenda que acaba de completar 48 anos de atividades, Teodoro conta que cada vez mais a palavra do motorista ganha peso na decisão de compra do caminhão. “Esse profissional é a principal ferramenta, conhece o produto, portanto tem de ter influência na hora da aquisição do novo produto”. 🌱

“Opinião do motorista tem grande influência na escolha de um caminhão”

Teodoro da Silva - Gerente de Vendas da Codema/São Paulo



Fora da estrada: desempenho surpreendente e conforto para o motorista

Uma Aplicação Especial

Os caminhões da Mebasa Guindastes e Retroescavadeiras Ltda., empresa especializada em levantar estruturas, máquinas e equipamentos, são preparados com guindaste para pegar no pesado. Neste tipo de segmento, o novo Scania, na versão P124 6X4 também está se sobressaindo e recebendo elogios do motorista que o opera diariamente e do seu proprietário, Bruno Amoroso, que não desce da andamento de sua frota.

Quem escuta o empresário falando do novo veículo pode até pensar que ele não conhece bem caminhão, tal o elenco de elogios. Na verdade não é nada disso, Bruno tem uma frota de outra marca e segundo ele, este novo caminhão da série 4 é um espetáculo, em todo o seu conjunto. “Comprei pela modernidade e acertei. O motorista já me disse que o veí-

culo é mais confortável do que o seu carro, que é novo”. O empresário já tinha visto foto da nova linha em uma revista, no ano passado, e quando soube que seria lançada no Brasil decidiu pela compra. Resultado: ele já faz planos para a aquisição de um P94.

A frota da empresa não é estradeira, portanto, não necessita de veículos com cabine-leito, mas de acordo com o Bruno Amoroso, o produto adquirido é exatamente o que ele precisa, atende muito bem as necessidades do seu negócio. Ele diz ter entrado na cabine de outros modelos da série 4 e formou a seguinte opinião: a nova linha (referindo-se à cabine avançada) tem apenas um concorrente no Brasil.

De acordo com o empresário, com a superioridade do novo caminhão em relação aos demais veículos de

sua frota qualquer motorista rende mais. Quanto ao consumo ele diz que ainda não tem uma medida exata mas já deu para perceber que o veículo é econômico.

Após receber o equipamento do guindaste, o veículo teve seu PBT elevado para 30 toneladas. O aumento de peso se deve ao equipamento, o qual incorpora uma lança telescópica que se projeta até 47 metros de altura para levantar o que for necessário.

Para o empresário não é só o desempenho e o conforto do caminhão que contam. Ele valoriza também a aparência do veículo. “Eu tinha um veículo amarelo, porque se aproxima da cor da minha empresa, mas acabou vindo branco. Para resolver meu problema, mandei pintar o guindaste de branco e amarelo. Ficou um espetáculo, parece caminhão para show”. 🌟

Guindaste acoplado ao Série 4 ergue estruturas gigantes





Os jornalistas conferiram a facilidade de acesso aos novos ônibus

Sonho dos Passageiros Vira Realidade

É assim que todos gostariam de se locomover nas cidades: com conforto, segurança e rapidez. Em vez de subir nos ônibus, eles é que se abaixam para nos apanhar. No interior, muito espaço. No ar, nada de poluição. Sonho? Para a Scania já é realidade.

Ea história se repete. Dois meses após o lançamento dos caminhões da Série 4, a Scania lança seus ônibus urbanos, intermunicipais e de fretamento da mesma série. O lançamento oficial começou no dia 12 de maio com um dia de evento especialmente dedicado à imprensa. Compareceram mais de 120 jornalistas vindos de vários estados do Brasil e países da América do Sul onde a Scania tem um mercado em potencial para veículos desse tipo.

O evento com os jornalistas foi uma "avant première" do que iria ser apresentado nos três dias seguintes para os clientes de ônibus. Recepção com coquetel, vídeo com os novos produtos em telão, show musical e de dança e os ônibus: as vedetes do espetáculo. No palco, as classes de chassis U, I e H. Ou, para os mais íntimos, os ônibus de piso baixo para aplicação urbana, os ônibus para o segmento intermunicipal e os bem conhecidos por sua versatilidade, os

chassis de motor dianteiro.

Os ônibus foram apresentados em todas as versões disponíveis de forma encarroçada e com o respectivo chassi ao lado. Como era festa, os chassis foram pintados em cores fosforescentes. Na platéia, jornalistas atentos às novidades. E não foram poucas. Piso baixo, motor a álcool, suspensão inteligente, novo motor de

9 litros com menos emissões de poluentes e ruídos, mais conforto para os passageiros e para os motoristas além,

Em quatro dias, mais de seiscentas pessoas assistiram à apresentação dos novos ônibus da Série 4

naturalmente, de maior lucratividade para os empresários.

Estáticos no palco, os ônibus apresentavam apenas um lado de suas vantagens: a beleza e o design moderno. Crédito para os encarregadores brasileiros. Porém, após o show eles circularam com os jorna-

listas. Nesse momento foi possível entender que os passageiros serão os grandes privilegiados com essa nova geração de ônibus. Os veículos da Série 4 decretaram o fim do sufoco em locomoção nas grandes cidades.

O que antes era um verdadeiro malabarismo com as pernas para subir nos ônibus, agora virou um gentil “ajoelamento” dos ônibus para

facilitar o acesso. Antes passageiros se aventuravam pendurados à porta de entrada. Agora, com os veículos da

Série 4, os ônibus não andam com a porta aberta. Sem contar o silêncio, o conforto, a maior potência e o maior espaço no salão dos passageiros. Os jornalistas sentiram “in loco” todas essas vantagens.

Para Mário Pati, periodista do Diário Popular, de São Paulo, o que

mais chamou atenção no lançamento da Scania foi o piso rebaixado dos ônibus da classe U. “Saber que idosos e deficientes físicos podem ter acesso facilitado a esses ônibus urbanos é fabuloso”, diz Pati, que edita um caderno de veículos no jornal. Já o jornalista Evando Nogueira, da editoria de Economia do Diário do Grande ABC, entusiasmou-se com os ônibus a álcool. “É uma solução inteligente para grandes centros urbanos”, diz.

O evento para o lançamento dos ônibus da Série 4 reuniu, em quatro dias, mais de 600 pessoas entre clientes, autoridades, concessionários e jornalistas. Todos presenciaram o show, viram os produtos e puderam conferir, na prática, o que esses ônibus são capazes de fazer pelos passageiros, pelos motoristas, pela comunidade e, melhor ainda, para seus proprietários. 🍀



No interior do veículo: conforto e segurança

Em Busca dos Autônomos

Um ano após assumir o controle da operação iniciada pela Batistella, a Scania aproveita mudança na legislação e desenvolve o Plus Plan, sistema de consórcio que beneficia autônomos e pequenos frotistas.

Reportagem: Roberto Queiroz / Fotos: Luiz Vilani

A combinação entre maior prazo e maior número de cotas permitidas por grupo é a base da nova proposta do consórcio Scania, que se mostra particularmente adequada a caminhoneiros autônomos e pequenos frotistas. A iniciativa é materializada por meio do Plus Plan, que garante a entrega de veículos em prazos de até 100 meses e em grupos de 300 cotas.

A idéia começou a ser desenvolvida em setembro de 1997, quando o Banco Central alterou a legislação que rege a atividade dos consórcios, permitindo o aumento do número de cotas por grupo. Anteriormente, havia uma limitação relacionada ao prazo do grupo, para que o ritmo de entrega fosse mantido em duas unidades/mês, sendo uma por meio de sorteio e outra por lance.

“Com prazo maior para quitação do bem, assim como com o maior número de cotas entre as quais se faz o rateio, o valor das prestações cai bas-

tante”, comenta Antônio Carlos da Rocha, diretor geral da Scania Administradora de Consórcios S/C Ltda. “Com isso, será exercida certa atração sobre o caminhoneiro autônomo”.

Um dos interesses da companhia é aumentar a participação dos autônomos nas vendas de seus caminhões, calculada em torno de 2%. É bem verdade que a categoria passa por significativa mudança de padrões, em que muitos desses profissionais se transformaram em empresas de pequeníssimo porte, com dois ou três caminhões.

Isso levou à errônea conclusão que os autônomos seriam uma classe em extinção. Na verdade, está apenas havendo uma evolução natural nesse mercado e, além disso, é preciso lembrar que se está falando de caminhões pesados. Muitos dos autônomos

estão migrando da categoria de médios, segmento em que a presença deles é mais facilmente detectada.

Outro detalhe a ser considerado é que os autônomos não costumam frequentar muito as estatísticas de caminhões novos, pelo simples fato da limitação financeira mantê-los mais maciçamente no mercado de usados. “Mas sabe-se que os autônomos têm dois sonhos: comprar um caminhão novo e, de preferência, um pesado Scania”, afirma Rocha.

Tradicionalmente, cerca de 1/3 das vendas de caminhões Scania é realizada por meio do consórcio. Excepcionalmente, em 1996 essa parcela su-

Os Sortudos

Esses transportadores entraram no Plus Plan para conhecer e incrementar a frota. Deram sorte. O primeiro grupo, na ocasião do lançamento dos caminhões da Série 4, sorteou caminhões de graça.

Francisco José Ramos (à esquerda), de Penápolis/SP,

ao lado de Flávio Mermejo, Diretor de Vendas de Caminhões da Scania, é proprietário da Ramos Transportes Rodoviários. Sua frota é composta por 12 caminhões Scania. O empresário entrou pela primeira vez em um consórcio e foi sorteado com um Scania Série 4. “Já conheço e confio nos produtos da marca. Mas ganhar um Scania, e logo um da Série 4, posso dizer que sou realmente um homem de sorte”, diz Ramos, acrescentando “esse novo Scania vai me dar também sorte nos negócios”. Após o teste drive na pista da Scania, Ramos já queria levar seu presente para casa. “Por mim dispense o ônibus e volto dirigindo essa maravilha”.



biu para 46% e, em 1997, para 52%. Com a mudança de linha para a Série 4 os números de 1998 deverão sofrer uma certa distorção.

Desde que assumiu a operação, há um ano, o Consórcio Scania vende cotas novas e administra o remanescente da administração anterior. Atualmente, existem 10.000 caminhões a serem entregues, sendo 5.400 deles já vendidos pela própria Scania. Mensalmente, a administração emite 17.000 bloquetes para 8.000 CGCs diferentes.

Com o Plus Plan, a montadora acredita na expansão dos grupos de 100 meses, mas em maio de 1997 o perfil da carteira indicava uma preferência de 80% pelos grupos de 60 meses e apenas 20% pelos de 100 meses.

O sistema prevê a entrega de dois veículos/mês. Até sua contemplação, o consorciado paga 1% do bem na mensalidade. Depois, passa para 2% do valor. Os lances são decrescentes e fixos, pois começam em 50% e vão

caindo 1% ao mês, à medida em que mais cotas vão sendo contempladas. A cada seis meses, o cotista tem uma oportunidade extra, com o sorteio de um caminhão grátis entre os consorciados com todas as prestações em dia.

Como a estrutura do Plus Plan deu certo, foi adaptada também ao funcionamento dos grupos de 60 meses, que passaram a reunir 180 cotas. Outra alteração positiva foi a determinação de entrega de 4 veículos por gru-

po, 1 no sorteio, outro no lance livre e 2 em lances fixos de 21 parcelas.

Os incentivos da fábrica também são grandes na modalidade. Com a 12ª parcela paga, sorteia-se um ganhador que terá quitadas 48 parcelas. Com a 24ª, quitam-se 36 e com a 36ª quitam-se as últimas 24. "A formação de um terceiro grupo em apenas um mês de operação do sistema mostra o sucesso da proposta", avalia Rocha.

Mesmo com a transição provocada pela troca da linha de produto, o consórcio já vendeu 1.200 novas cotas no

primeiro quadrimestre do ano, enquanto o ritmo da entrega está em 320 unidades/mês. "O perfil básico de nosso público é o cliente de 3 a 8 veículos", comenta Rocha.

A solidez do empreendimento vem atraindo alguns segmentos bem significativos da geração de carga própria, caso dos madeireiros do Norte, dos arroseiros do sul, dos plantadores de soja no Centro-Oeste. No geral, a carga própria chega a absorver 30% da demanda natural do consórcio Scania.

A garantia do nome também gerou um interessante efeito no mercado de caminhões usados, com a parcela do consórcio sendo referência de preço. Por exemplo, um caminhão ano 94 tem sido repassado pelo valor equivalente a 50 parcelas.

Mas isso não é tudo. O consórcio Scania também já desenvolveu merecida imagem de objetividade e sobriedade na administração de custos. Tanto que historicamente vem praticando preços em torno de 3% abaixo dos valores praticados pelas concessionárias, detalhe que certamente deverá ser considerado pelos futuros clientes da marca. 🌟

**"O prazo de 100 meses
permite prestações mais
baixas, ideal para pequenos
transportadores"**

Antônio Carlos da Rocha - Diretor Geral da
Scania Administradora de Consórcios



Jorge Firmino da Silva (à direita), de Montes Claros/MG, sendo cumprimentado por Wilson Pereira, Chefe de Vendas de Caminhões da Scania. Tendo começado com apenas um caminhão, hoje possui dois Scania. Está também no consórcio Plus Plan de 100 meses. Tirou a sorte grande e ganhou um T114. "Esse caminhão vai ajudar a alavancar meus negócios", afirma Silva. Na opinião dele, os novos caminhões da marca são os mais sofisticados do mercado.



Osmar Passamani (à esquerda), da Transpassa, ao lado de Flávio Mermejo, transporta madeira na região Norte do Brasil e café no Espírito Santo/ES. O empresário tem uma frota de 15 caminhões pesados, sendo oito da marca Scania. Sua operação consiste em levar café para Belém/PA e, de lá, trazer madeira para o Espírito Santo/ES. A frota de Scania foi inteiramente composta através do Consórcio Nacional Scania. O empresário está no consórcio Plus Plan que tem um prazo mais longo, 100 meses. Nesse consórcio ele tirou a sorte grande: ganhou de presente um Scania T114.

O Craque de Todas as Seleções

Elegantes, seguros e nada discretos, os ônibus rodoviários Scania, da Série 4, possibilitaram as idas e vindas das seleções nesse mundial de futebol.

A turma toda reunida em frente à televisão. Pipoca, cerveja, quentão, salgadinhos, tudo a postos. O País literalmente parado. Nas ruas, uma cidade fantasma. Deserto. A telinha monopoliza a atenção dos brasileiros. É uma partida de futebol. Mas não uma partida comum. É muito mais que isso. Não é um simples time que está jogando. É a seleção brasileira. Mais importante que isso: é a Copa do Mundo na França.

Esse sim é o assunto do momento. Não importa quem leve a taça de campeão. O assunto nessa época é futebol. De quatro em quatro anos, o Brasil celebra sua maior vocação no esporte: o futebol. Nessa copa, em particular, uma presença ficou na imagem de todos no mundo inteiro. Uma presença silenciosa, nem tão discreta e fundamental: os ônibus que transportaram as delegações e os jogadores.

Mesmo os menos atentos os notaram. Bonitos e bem decorados,

apareceram na maioria das emissoras de televisão. A cada entrevista, reportagens especiais, clips, flashes, fotos, lá estavam eles. Imponentes e ostentando em seus adesivos o símbolo da copa. Os ônibus dessa copa foram, todos, Scania. Transportaram os jogadores brasileiros, franceses, ingleses, alemães, marroquinos, italianos. Todos. Nas vitórias e nas derrotas. Nas alegrias e nas tristezas. Ah, se eles falassem... se aqueles confortáveis bancos pudessem contar cada uma das emoções antes e depois de cada jogo dessa copa.

Os ônibus Scania

foram os expectadores privilegiados. Eles sim presenciaram todas as emoções desta Copa. As torcidas, as comemorações, os lamentos, as vaias e as glórias. Foram os companheiros de todas as equipes. E, porque não dizer, a segurança também. Os 52 ônibus K124 classe turística foram selecionados para serem os titulares desta copa depois de ser

Antes e depois dos jogos:
boa dose de conforto

aprovados em uma verdadeira bateria de requisitos. Beleza, segurança, conforto, potência e confiabilidade. Os ônibus rodoviários Scania da Série 4 ficaram com a nota máxima em todos esses quesitos.

A responsabilidade dos ônibus K124 foi grande. Imagine um estádio lotado esperando uma seleção que

atrasou porque o ônibus quebrou. Impensável numa copa do mundo. Impraticável, na França. Por isso, o quesito confiabilidade. Nesse ponto, prevaleceu o padrão mundial da Scania. Na França, assim como no Brasil, o pós-venda é parte integrante dos produtos da marca. Os serviços da Scania estão presentes com uma política de proximidade aos clientes em todos os mercados em

que atuam os veículos da marca. São mais de 100 em todo o mundo.

Mas o conforto desses ônibus não foi um privilégio reservados aos atletas da copa. Em breve estará aqui na América Latina. Aos mortais. Complementando a gama de veículos da Série 4 da Scania. "Ainda neste ano, os brasileiros terão o mesmo prazer que os craques da Copa do Mundo", diz Roberto Cury, gerente de Vendas de Ônibus da Scania Brasil. 🍷



Juntos ao Cliente



Novidade em Foz do Iguaçu: concessionária Scania divide área com posto de estrada

Com o lançamento dos veículos da Série 4, a Scania alavanca sua política de abertura de postos de pós-venda com o objetivo de encurtar as distâncias com os clientes.

O antigo ditado bíblico “se Maomé não vai à montanha, a montanha vai a Maomé” faz mais do que sentido na nova filosofia de atuação da Scania junto a seus clientes. A rede de concessionárias da empresa está estrategicamente instalada em todo o território nacional. Não há um único Estado no Brasil que não tenha uma concessionária da marca. São revendas grandes, bem equipadas, vistosas e divididas, como qualquer outra empresa, em diversos departamentos e áreas. Mas o País tem dimensões continentais e as distâncias são sempre longas. Para encurtá-las, o negócio é ir para perto dos clientes. E o atalho para se chegar a esse ob-

jetivo são os postos de pós-venda.

“Nossa rede de concessionárias é bem estruturada em todo o Brasil, agora vamos encurtar as distâncias levando os serviços da Scania para perto de nossos clientes com os postos de pós-venda”, afirma Emanuel Queiroz, diretor de Pós-Venda da Scania Bra-

sil. A expansão da rede, através de postos de serviço, começou em 1996 com a inauguração da primeira concessionária deste tipo na cidade de Garibaldi, interior do Estado do Rio Grande do Sul, região que possui uma grande concentração de caminhões da marca.

Com os postos de pós venda, a Scania melhorou consideravelmente o nível de atendimento a seus clientes. “Não esperamos os clientes nas concessionárias, colocamos as concessionárias perto dos clientes”, diz Queiroz. Com esse trabalho pioneiro no Brasil, a empresa deu mais agilidade no atendimento aos produtos da marca e, em conjunto com os ser-

Os Postos de Pós-Venda da Scania

Cidade	Inauguração	Concessionária
Patos de Minas - MG	03/07/98	Itaipu
Ji-Paraná - RO	25/06/98	Rovema
Foz do Iguaçu - PR	24/04/98	Cotrasa
Poços de Caldas - MG	17/04/98	Quinta Roda
Balsas - MA	18/12/97	Alpha
Vila Maria - SP	11/12/97	Codema
Jales - SP	24/10/97	Escandinávia
Barreiras - BA	10/12/96	Movesa
Porto Ferreira - SP	29/10/96	Quinta Roda
Montes Claros - MG	23/10/96	Itaipu
Petrolina - PE	10/06/96	Novepe
Garibaldi - RS	07/05/96	Brasdiesel

viços oferecidos ao mercado, diminuiu o tempo parado dos veículos no momento das manutenções.

O resultado disso é a maior satisfação do cliente que tem um produto com a garantia de um atendimento rápido e eficiente. Rapidez, inclusive, que conferiu à Scania, por duas vezes, o prêmio de melhor pós-venda do Brasil, de acordo com a revista *Reposição e Negócios*, publicação especializada em serviços e assistência técnica a veículos.

Nos últimos três anos, a Scania inaugurou 10 postos de pós-venda em todo o Brasil. Os últimos quatro foram neste ano. Foram os primeiros da Série 4. Um em Poços de Caldas, em Minas Gerais, outro em Foz do Iguaçu, Paraná, e recentemente mais dois: em Ji-Paraná, Rondônia, e Patos de Minas, Minas Gerais.

Em Poços de Caldas, cidade conhecida no País por suas atrações turísticas, o posto de pós-venda chegou pelos braços da concessionária Quinta Roda. “A região tem um número muito grande de clientes com o Acordo de Manutenção e eles estão distantes cerca de 200 quilômetros da concessionária matriz. Esse foi um dos principais motivos de chegarmos até eles”, conta Luiz Antonio Pigozzo, responsável pelo desenvolvimento dos Postos de Pós-Venda da Scania.

Depois de Poços de Caldas veio Foz do Iguaçu, no Paraná. Por mera coincidência, outra cidade turística. Mas por nenhuma coincidência, um local estratégico de passagem de caminhões pesados com o aumento dos negócios no Mercosul. O posto de pós-venda de Foz do Iguaçu tem uma peculiaridade interessante e inédita no Brasil: foi a primeira concessionária de caminhões, especializada em serviços, praticamente dividindo o espaço com um posto de abastecimento de combustível de estrada.

Segundo Pigozzo, a parceria com o posto de estrada é vantajoso para todos: posto, caminhoneiros e a Scania. “O caminhoneiro pára para



Em Poços de Caldas, um espaço planejado para o atendimento aos Acordos de Manutenção

fazer a manutenção e abastece ou vice-versa. É prático e confortável”, justifica. A Scania está estudando a possibilidade de abrir mais postos de pós-venda em postos de abastecimento de combustível. “Nosso objetivo é chegar aos nossos clientes”, diz Pigozzo.

No final de junho foi aberto mais um posto. Desta vez, no Norte do Brasil. Fica em Ji-Paraná, Rondônia. Situado aproximadamente a meio caminho entre a capital do Estado, Porto Velho, e Vilhena, onde fica a concessionária Scania Rovema. “Esse posto fica a 300 quilômetros de Porto Velho e a 350 quilômetros de Vilhena”, afirma Pigozzo. Ji-Paraná, além de ser a segunda maior cidade do Estado de Rondônia, fica às margens da BR-364, rodovia recentemente recuperada, que liga a região Centro-Oeste ao terminal graneleiro de Porto Velho, no Rio Madeira.

“Por lá, com certeza, vai passar um gigantesco volume de caminhões pesados durante a safra de grãos da região”, diz Pigozzo. O terminal do Rio Madeira foi inaugurado há um ano e é uma opção mais barata para facilitar o escoamento de grãos da região Cen-

tro-Oeste em direção aos mercados de exportação. Esse é, efetivamente, o primeiro posto de pós-venda da Scania na região Norte.

Já no início do mês de julho, foi a vez da cidade de Patos de Minas. A concessionária mineira Itaipu, que fica em Contagem, abriu seu segundo posto de pós-venda. O primeiro foi em Montes Claros, inaugurado no ano passado. O município de Patos de Minas tem uma grande concentração de caminhões Scania e a BR-365, que passa pela cidade, virou opção para os caminhoneiros que seguem do Sul para o Nordeste e querem evitar os pedágios da Via Dutra.

A Scania pretende até o ano 2000 contabilizar 200 concessionárias na América Latina. Antes da virada do milênio, no Brasil, serão 140 revendedoras. Esse crescimento, em sua maioria, está concentrado nos postos de pós-venda. “Já temos as megaconcessionárias em todo o Brasil. Agora vamos até nossos clientes com casas menores, especializadas em serviços. Este é o nosso grande diferencial no mercado de veículos pesados”, afirma Emanuel Queiroz. 🌿



Manual do Meio Ambiente: transformando o motorista em aliado da ecologia

Dicas para Uma Vida Melhor

Manual da Scania ensina aos motoristas como pequenas atitudes podem melhorar o meio ambiente.

Os motoristas de caminhões e ônibus podem ser os grandes aliados na preservação do meio ambiente. Segundo dados da Scania Latin America, apenas 10% do impacto ambiental de um veículo estão em sua produção e desenvolvimento. Os 90% restantes ficam por conta da operação. Por isso, dentro de sua política ambiental, a Scania está lançando na América Latina um manual intitulado “O Scania e o meio ambiente”. Trata-se de uma cartilha de 14 páginas com várias dicas sobre como tirar o melhor proveito dos veículos da marca e, ao mesmo tempo, proteger o meio ambiente.

Com linguagem simples e acessível, e completamente ilustrado, esse é o primeiro manual da região dirigido a motoristas de caminhões e ônibus

com uma abordagem exclusivamente voltada para a ecologia. Além de recomendações técnicas, o manual também aborda atitudes comportamentais que ajudam a preservar o meio ambiente, como a possibilidade de reciclagem de peças e componentes, preservação dos pneus, a lavagem do veículo com produtos biodegradáveis e a importância de não se jogar lixo pela janela.

“Com esse manual pretendemos sensibilizar os motoristas, mostrando que pequenas atitudes representam grandes ganhos para o meio ambiente” afirma Vera Lúcia Tavares, Coordenadora Ambiental da Scania. O manual também será editado em espanhol para ser distribuído para toda a América Latina. “Nosso objetivo é difundir esses conceitos em todos os

mercados em que comercializamos nossos produtos”, diz Celso Torii, Gerente de Marketing de Pós-Venda da Scania Latin America. As cartilhas serão distribuídas em conjunto com os manuais de operação dos novos veículos da Série 4. Quem tiver interesse em adquirir o manual pode procurá-lo em qualquer concessionária Scania em toda a América Latina.

A Scania foi a primeira montadora da América Latina a receber a ISO 14001. A empresa foi certificada em setembro do ano passado. A certificação da Scania exigiu grandes investimentos em treinamento e várias ações voltadas à conscientização de todo seu pessoal. Foram cerca de 10 mil horas de treinamento para todos os funcionários e o pessoal terceirizado que trabalha dentro da empresa. 🌱

Pós-Graduação para Motoristas

Curso Master Driver da Scania prepara uma nova geração de profissionais da estrada.

Melhorar o que está bom. Esta é a filosofia do curso especialmente preparado para motoristas de caminhões e ônibus Scania. Afinal, dizer para um motorista que ele precisa aprender é até mesmo ofensivo. A estrada é uma grande escola. Mas aperfeiçoar para tirar o melhor proveito da máquina é outra estória. Mesmo porque, a evolução tecnológica chegou com a velocidade de um raio aos veículos estradeiros. Com os veículos da Série 4 da Scania foi mais rápido ainda.

Os caminhões e ônibus da marca que já estão rodando pelas estradas brasileiras incorporam uma vasta gama de inovações técnicas, muitas delas ainda inéditas no mercado brasileiro. Com mais potência e mais conforto, dirigir ficou mais fácil. "Porém se não dirigir da forma certa o desempenho do veículo pode ser ruim", diz Evandro Luiz Maggio, coordenador do projeto Master Driver da Scania Latin America.

Com o lançamento dos veículos da Série 4, a Scania resolveu oferecer ao mercado o curso Master Driver. Trata-se de uma espécie de pós-graduação para os motoristas. Para dar maior agilidade na formação desses profissionais, a Scania ministrou cursos para multiplicadores em seu centro de

treinamento. "Formamos 65 Master Drivers na América Latina. São profissionais escolhidos em nossa rede de concessionárias que irão dar o curso para os motoristas", diz Maggio.

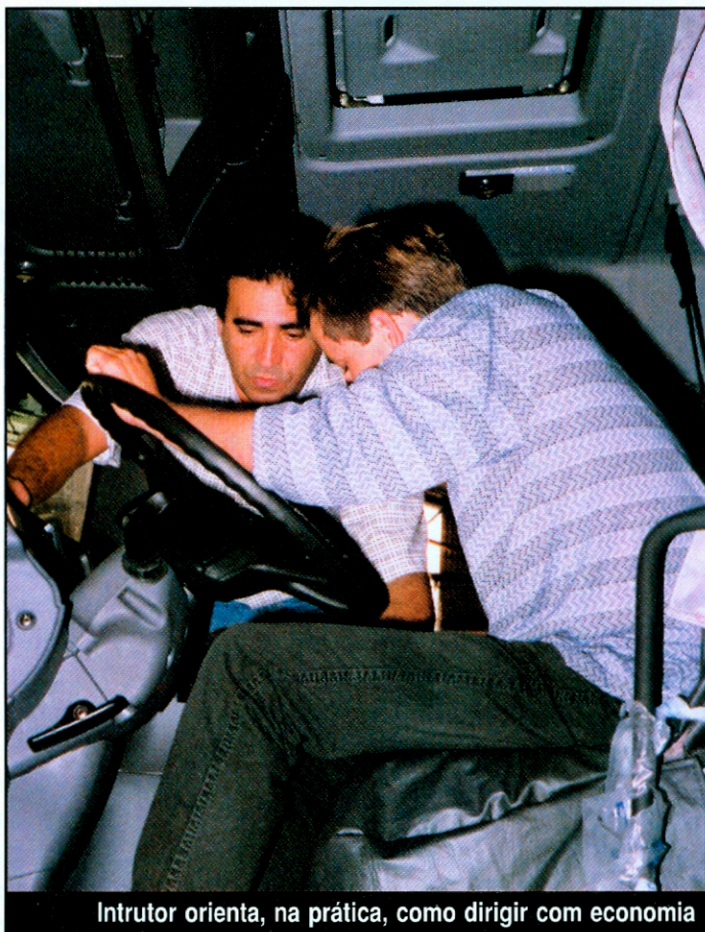
Os Master Drivers não são motoristas, são instrutores de motoristas. O curso para os motoristas pode ser ministrado na maioria das concessionárias Scania e tem duração de dois dias. Para ser mais eficiente, a Scania recomenda que as turmas sejam compostas no máximo por oito alunos. Qualquer cliente pode solicitar o cur-

so para seu pessoal. A concessionária agrupa os interessados levando-se em conta a semelhança de aplicação. "A idéia é fazer grupos de motoristas com trabalhos similares o que possibilita otimizar o curso", explica Maggio.

De acordo com Maggio, a principal vantagem do conceito Master Driver é a considerável melhora na performance dos veículos Scania. "Em alguns casos foi possível uma redução de até 20% no consumo de combustível", diz. É possível mensurar esses valores porque o curso é dividido em aulas teóricas e práticas.

A primeira turma de motoristas que recebeu o treinamento foi em Londrina, na concessionária P.B. Lopes.

O exemplo do motorista Gentil Licati Akiyama, serve bem para ilustrar a eficácia do curso. Na primeira volta, Akiyama fez uma média de consumo de 1,64 quilômetro por litro. Na segunda volta, após o treinamento, obteve a marca de 1,98 quilômetro por litro, registrando uma economia de 21%. "Melhorei muito com esse curso. Recomendo para meus companheiros", diz ele. Sem contar que, na segunda volta, o tempo de percurso foi sensivelmente diminuído. Em outras palavras, o treinamento Master Drive permitiu obter maior rapidez com menor consumo de combustível. 🌿



Instrutor orienta, na prática, como dirigir com economia

Controle e Gestão na Empresa Familiar

Texto: Renato Bernhoeft / Foto: Emanuel A. P.

Um dos graves erros que continua sendo cometido no tratamento das empresas familiares no Brasil é não fazer uma clara separação entre controle e gestão. Fala-se muito em profissionalizar o gerenciamento dos negócios para enfrentar os desafios da globalização e de uma economia estável. Mas na maioria dos casos descuida-se da profissionalização dos controladores ou sócios do mesmo negócio. Uma simples análise dos grupos familiares que tiveram seus negócios comprados por grupos de investidores nos últimos cinco anos no Brasil demonstra isto com clareza. Algumas destas empresas conseguiriam uma recuperação rápida desde que houvesse entendimento entre os seus controladores. Não adianta desenvolver empresas para o primeiro mundo com acionistas que têm conflitos de interesse e posturas individuais de terceiro mundo.

Portanto é da maior prioridade, especialmente com o acirramento da competição no mundo dos negócios e a redução das margens de lucro em todas as atividades, que se estabeleçam algumas prioridades no encaminhamento do tema. Criar modelos de gestão profissionalizada pressupõe realizar idêntico trabalho junto aos controladores. É bom sempre lembrar: não existe modelo de gestão que resista à falta de um modelo e acordo societários.

Eis algumas recomendações que já se mostraram eficazes em vários grupos nacionais que continuam sob controle de famílias, independente de terem aberto ou não seu capital.

★ **Mantenha a empresa capitalizada.** Muito cuidado para não se

deixar levar pelos interesses individuais dos acionistas que priorizam a distribuição do lucro em detrimento da capitalização da empresa.

★ **Cuidado com os ciclos de vida.**

A vida de uma empresa, bem como suas exigências, são determinadas pelo mercado. Ou seja, fornecedores, clientes e concorrentes. A vida dos acionistas obedece a outro ciclo, que tem muito mais à ver com sua idade, projeto de vida, necessidades, caprichos, etc. Nem sempre estes andam afinados e com as mesmas prioridades. Com a pulverização do controle esta tende a se acentuar como dificuldade.



Renato Bernhoeft, consultor de empresas, Presidente das Organizações Bernhoeft e membro do FBN - Family Business Network

★ **Permita negociações internas.**

Em muitas empresas de controle familiar nos Estados Unidos e Europa existe uma "bolsa" interna. Ela tem a finalidade de permitir transações

acionárias entre acionistas familiares antes que haja ofertas a terceiros. Estas experiências já vêm ocorrendo no Brasil e demonstram que uma maneira de viabilizar uma sociedade - especialmente a familiar onde os sócios não tiveram a liberdade da escolha - é permitir que as operações de compra e venda não se tornem processos litigiosos. Devem estar previstas como algo normal e possível. E quem pode ajudar nesta prioridade é o fundador que deve evitar deixar testamentos "amarrados". Em geral os únicos que têm alguma vantagem com esta providência são os advogados que depois estarão "defendendo" as partes envolvidas.

★ **Internacionalize de verdade.**

Não basta internacionalizar os negócios. Ao fazer parcerias ou associações com grupos estrangeiros aproveite também para internacionalizar as famílias dos controladores. E internacionalizar não é apenas comprar apartamento em Miami ou Paris. É estudar, conhecer e conviver com o mundo empresarial e cultural dos países mais desenvolvidos.

★ **Crie diferentes "fóruns".** Não esqueça que o tratamento das empresas familiares envolve, necessariamente, três distintas áreas. Todas elas importantes e que exigem ser administradas. A família, cuja complexidade só vai aumentar. A sociedade controladora, representada pelos que detenham parcelas da propriedade sob a forma de participação acionária. E a empresa que não pode ser descuidada tanto a curto como a longo prazos. Para tanto crie um "fórum" respectivo para cada uma destas áreas onde eventuais conflitos ou interesses serão administrados. 🌿



Convite à Compra

Um leasing mais versátil e com prestações mais baixas é a novidade da Scania para quem precisa ampliar a frota.

Com a chegada dos caminhões da Série 4, chega também ao mercado uma nova modalidade de financiamento para aquisição dos veículos Scania: o Flex Leasing. Trata-se de uma variação do leasing financeiro, bem mais próxima ao leasing operacional, cuja principal vantagem é a possibilidade de refinarciar o valor residual do veículo em 12 ou 24 meses, mantendo a mesma taxa de juros do contrato inicial ou a que estiver vigente, a que for menor.

Outra vantagem dessa operação é a flexibilidade. Após o término do contrato, que pode ser de 24 ou 36 meses, o cliente tem três opções: ou paga o valor residual liquidando a operação, ou renova o contrato refinanciando o valor residual final ou devolve o veículo ao banco. O agente financeiro é


o Citibank, tradicional parceiro da Scania em financiamentos a vendas.

Em uma comparação direta com o leasing financeiro, o Flex Leasing tem a vantagem de ter uma prestação bem mais baixa porque tem um valor residual de 55% para o prazo de 24 meses e 45% na opção de prazo de 36 meses. "Enquanto no leasing normal de um veículo no valor de US\$ 100 mil uma prestação em 24 meses sai em média US\$ 5,85 mil, no Flex Leasing fica em torno de US\$ 3,2 mil", afirma Jorge Teixeira de Oliveira, chefe de Economia de Vendas da Scania.

Segundo Jorge, esse tipo de operação é ideal para médios e grandes frotistas. "O menor valor das prestações permite a aquisição de um número maior de veículos", diz. No leasing normal, as prestações incluem

os valores do seguro e no Flex Leasing as prestações, além do seguro, incluem também o valor de um plano de manutenção básico. As prestações são corrigidas pela variação cambial.

O Flex Leasing é uma operação nova na Scania. Começou a estar disponível oficialmente no final de abril. Mas suas vantagens estão chamando cada vez mais a atenção dos clientes em todo o País.

De acordo com Francisco Gilmar Rizutti, Gerente Geral da Filial da concessionária Codema, de Santos/SP, alguns dos maiores clientes de sua região já manifestaram interesse em adquirir caminhões nesse novo sistema. "Muitos clientes estão estudando o plano e já estamos enviando as fichas cadastrais ao Citibank para liberação do crédito" afirma Rizutti. 



Os Ônibus são sensação na cidade

Calor é Bom na Praia

Empresa de transporte urbano de Londrina inova e oferece aos passageiros ônibus com ar-condicionado.

Reportagem: José Granado / Fotos: Milton Doria

Transporte coletivo metropolitano nunca foi muito agradável para o usuário. Além da distância ser maior, o calor durante a viagem incomoda bastante. A situação fica ainda pior numa região onde a temperatura é alta durante quase todo o ano, como no caso de Londrina, no Norte do Paraná, e nas cidades circunvizinhas. Mas a empresa londrinense Transportes Coletivos Ltda. (Til) conseguiu solucionar este problema. Desde o dia primeiro de janeiro deste ano, 12 ônibus Scania L113 equipados com ar-condicionado fazem a linha Ibiporã - Cambé, transportando mensalmente 800 mil passageiros e percorrendo cer-

ca de 400 mil quilômetros.

Segundo o gerente da empresa, Eduardo Dias Pereira da Silva, a Til foi a primeira transportadora metro-



"Em breve estaremos com os ônibus da Série 4", diz Eduardo Dias Pereira da Silva, Gerente da Til

politana nas regiões Sul e Sudeste a utilizar climatização do ambiente de seus carros. Os resultados foram positivos em todos os aspectos. Mas, logo no início da operação com os novos carros, os usuários ficaram bastante surpresos proporcionando até mesmo cenas engraçadas. "Muitos deles não têm ar-condicionado nem dentro de suas casas, por isso tomaram um tamanho susto quando entraram no ônibus. Mas a reação foi tão boa, que nos primeiros finais de semana a lotação aumentou em razão do grande número de pessoas que foram fazer turismo para aproveitar o ar-condicionado".

O “Frescão”, apelido que os ônibus ganharam da população, está ajudando inclusive a mudar a cultura do transporte coletivo na região. “Em primeiro lugar acabou aquela correria para pegar lugar na janela. Também percebemos que o usuário sentindo-se mais confortável passou a cuidar mais da higiene do carro. Com isso, a Til está fazendo do ônibus melhor alternativa de transporte de passageiros da região. Temos relatos de pessoas que deixaram seus carros na garagem para andar de Frescão”, conta Dias.

A frota Scania de L 113 também refletiu no aumento de produtividade dos motoristas da empresa. “Como

o motor fica na traseira do ônibus, o condutor convive com menos barulho e calor durante as viagens e, assim fica menos estressado. Com isso produz mais no período em que está trabalhando, além de demonstrar um nível de satisfação maior em relação à empresa”, aponta Dias.

A Til, porém, não se acomodou com o sucesso que obteve a partir do L 113 climatizado. Já está com um pedido para aquisição de um lote dos novos ônibus urbanos da Série 4. Mais uma vez a transportadora inova e consegue a privilegiada posição de ser uma das primeiras empresas de transporte metropolitano do País que vai rodar com os ônibus de piso baixo da Scania.

Os novos chassis são da classe U e possuem piso rebaixado, sem degraus, que facilita o acesso e saída dos passageiros, proporcionando mais conforto e segurança. Eles podem ser equipados com sistema eletrônico que ajusta



Passageiros fazem turismo para provar a novidade

o piso ao meio-fio e facilita o acesso principalmente de idosos e pessoas com problemas de locomoção.

Há ainda outros equipamentos que visam garantir mais segurança ao usuário. Um deles, o Bus Stop Brake, sistema que libera a partida do ônibus apenas se as portas estiverem fechadas. Os freios ficaram mais eficientes com discos e ABS, que são opcionais. Outro equipamento, o Retarder auxilia na frenagem sem fricção, proporcionando paradas mais leves e ainda economizando lonas e tambores de freios. “Esses novos modelos da Scania são os mais confiáveis que existem atualmente. Além de garantir maior segurança ao usuário, permitem uma operação menos estafante para o motorista devido à sua alta tecnologia”, garante Dias.

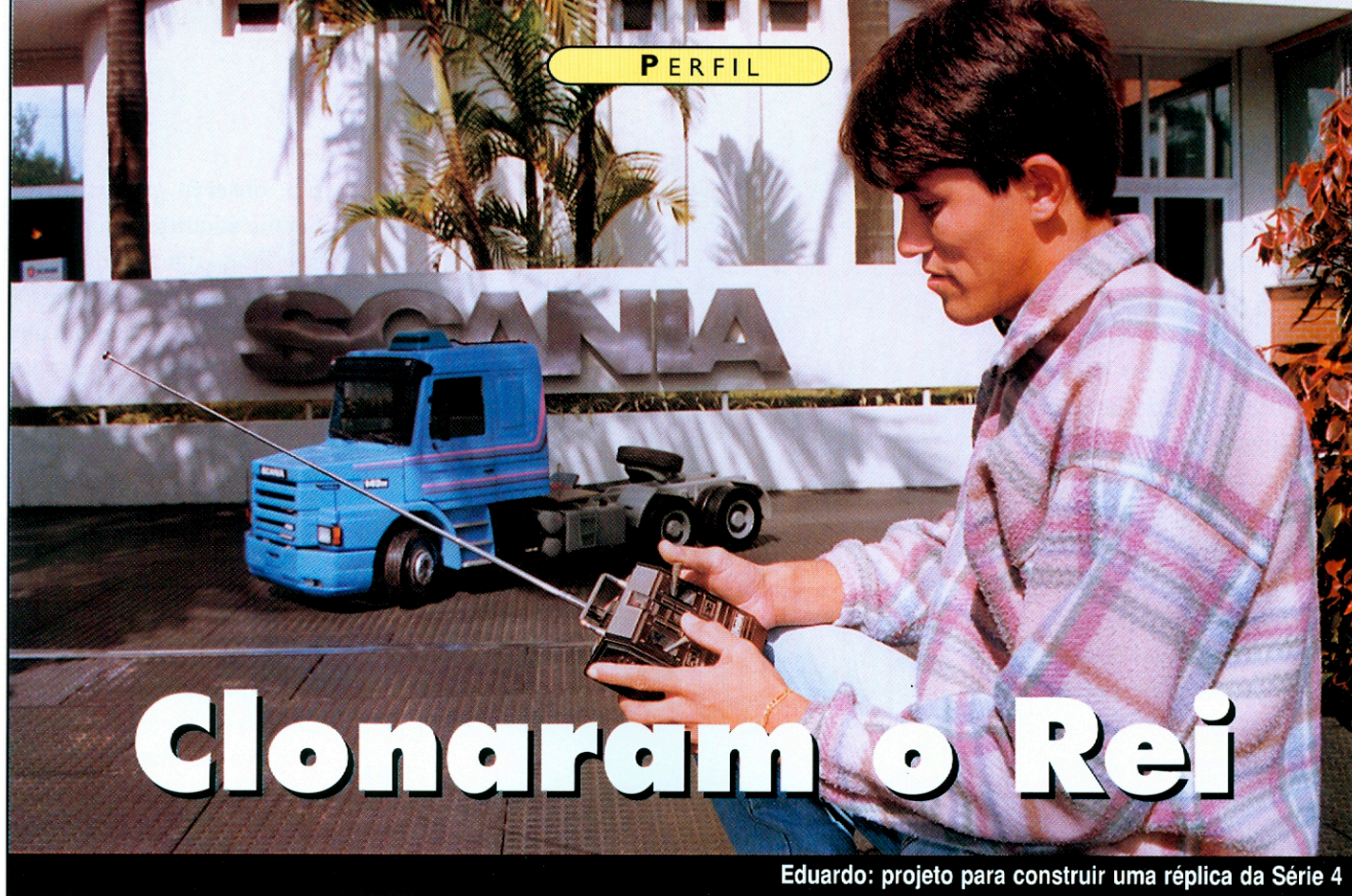
A diretora técnica da Companhia Municipal de Urbanismo de Londrina (Comurb), Lúcia Brandão, que gerencia o sistema de transporte do municí-

pio, observa que os novos Scania adquiridos representam muito mais do que o ganho de conforto para o usuário. Segundo ela, agora que o projeto da região metropolitana de Londrina foi aprovado, unindo a cidade a mais seis municípios, é interessante que o ônibus de piso baixo seja testado por uma empresa de transporte com estas características. “Além das vantagens para o usuário, a Série 4 da Scania elimina as necessidades de adequações nas plataformas, facilitando a vida dos empresários também. Esse é o tipo de veículo que a Comurb indica para Londrina a partir do próximo ano”, afirma.

A P.B. Lopes, concessionário Scania na região, tam-

bém sediada em Londrina, enfatiza que o novo produto da marca já se firmou desde o lançamento. “Esses novos ônibus mudam o perfil do transporte urbano de passageiros, pois o conceito do veículo, de mais conforto, segurança e pontualidade, atende todas as necessidades dos empresários do setor e dos passageiros”, comemora Rodrigo de Andrade Lopes, diretor da empresa.

O novo lançamento da Scania animou ainda mais a P.B. Lopes a executar seu plano de expansão. A concessionária, que atende o Norte do Paraná com sua matriz em Londrina e uma filial em Maringá, também tem um representante regional exclusivo para atender empresas de ônibus, pretende agora abrir postos de serviços em mais cinco cidades paranaenses até o ano 2002. “O produto nos deu uma segurança extra para executar o plano porque permitiu alavancar ainda mais as vendas”, afirma Lopes. 🌿



Eduardo: projeto para construir uma réplica da Série 4

Admirador dos caminhões Scania, José Eduardo Silva, constrói em 2 anos réplica perfeita do modelo Série 3.

Reportagem: Camila Sandrin / Foto: Emanuel A. P.

O marceneiro Eduardo Pereira Silva, da cidade de Lençóis Paulista, próxima a Bauru, no interior de São Paulo, levou dois anos construindo a réplica do caminhão Scania Série 3, um sonho cultivado desde criança.

A idéia de construir a réplica do caminhão começou quando Eduardo tinha 13 anos e seu pai era caminhoneiro: “Meus brinquedos sempre foram caminhões de madeira ou plástico. Fugi da escola na 5ª série do 1º grau, para ser marceneiro”, comenta.

A réplica em madeira tem 1,80 m de comprimento, 75 cm de altura e é comandada por controle remoto, que possibilita ao caminhão ir para a frente e para trás, de um lado para o outro. Fiel ao original da Série 3, o caminhão tem os vidros automáticos, luz de freio e pára brisa.

Com a marcenaria nos fundos da sua casa, Eduardo hoje não trabalha sozinho: seu sócio, Claudio Augusto

Fantini, antigo fabricante de caixotes para verduras, há alguns meses ajudou Eduardo a finalizar o trabalho: “Quando conheci o Edu, o caminhão estava quase pronto, colaborei apenas nos retoques finais”, acrescenta.

Durante dois anos ininterruptos, Eduardo, nas horas vagas, principalmente no horário do almoço, tinha como passatempo predileto a construção de sua obra: o T143, da Série 3. “Cheguei a ficar de duas a três semanas montando a lateral do caminhão, uma das partes mais complicadas. Eu tinha traçado todo o desenho desde o início, mas a dificuldade foi encontrar a técnica para cortar a madeira de forma arredondada”, afirma.

Eduardo já fez algumas apresentações da réplica. Uma delas foi em uma feira agro-pecuária de que a Concessionária Transcam, de Bauru, participou. E a vontade de ver a réplica finalizada e “rodando”, fez Eduardo até

mesmo atrasar seus compromissos na marcenaria. Mesas para cortar, camas para serrar, armários para corrigir, e tudo em cima de prazos curtos, tiveram que ficar para segundo plano até o objetivo ser concluído.

Ele diz que sua maior dificuldade foi o custo do projeto: ao todo foram gastos R\$ 1.500,00. “Só a bateria para que o caminhão andasse custou 450 reais. Agora, meu novo desafio é construir um Scania Série 4. Mas desta vez vou batalhar um patrocínio”.

Deslumbrado com o novo caminhão, Eduardo afirma que constrói uma réplica mais sofisticada do que essa em bem menos tempo: “Com recursos financeiros, construo a réplica do caminhão em 60 dias”, assegura. O único problema é sentimental: “Só vou ter que convencer minha namorada a ser paciente mais uma vez, pois da outra ela achou que eu a tinha trocado pela réplica”, finaliza. 🌿



SCANIA



SCANIA: O ÔNIBUS DA COPA.

A Scania foi escolhida como Transportadora Oficial de todas as seleções durante a Copa do Mundo na França. Do primeiro ao último jogo, nossos ônibus levarão os melhores jogadores do futebol mundial das concentrações aos estádios, dos estádios às concentrações. Nessas ocasiões, eles também poderão sentir a segurança e o conforto já conhecidos por milhões de passageiros em todo o mundo.

