

Rei da Estrada

ANO XVII, NÚMERO 76



SETEMBRO/OUTUBRO 1998



Sonho de Viajante

Novos ônibus rodoviários da Scania
aliam alto conforto com sofisticação tecnológica



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

Foto Capa:
Emanuel A.P.

**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.

Nossa linha está completa

Jorma Halonen - Presidente da Scania Latin America

Nesse mês de setembro estamos concluindo uma importante etapa na história da Scania no Brasil. Estamos lançando os ônibus rodoviários da Série 4. Agora, nossa linha de veículos está completa. Em março lançamos os caminhões. Em maio, os ônibus urbanos e intermunicipais e, agora, em setembro, chegou a vez dos rodoviários.

Passamos praticamente este ano inteiro lançando produtos no mercado brasileiro. Hoje, com muito orgulho, produzimos aqui no País um produto mundial. Ou seja, os veículos que a Scania faz no Brasil são os mesmos que a empresa fabrica na Europa. Nada, absolutamente, os difere. Para chegar a esse nível, investimos pesadamente em uma completa reformulação de nossa produção e em treinamento de nosso pessoal.

Mas esses esforços têm suas compensações. O mercado brasileiro é o mais importante do mundo para a Scania. Por isso, estamos trabalhando para oferecer a nossos clientes o melhor. E não estou falando somente das qualidades técnicas de nossos produtos, estou falando de serviços também. Nossa preocupação com os clientes não está somente no momento da comercialização dos caminhões ou ônibus. Queremos a satisfação do cliente ainda antes da venda desses produtos. Para isso, temos um bem treinado time de profissionais que está permanentemente em campo, junto



aos clientes, para saber qual o produto mais adequado à sua operação e qual a melhor forma para se adquirir esse veículo.

Também dividimos todos os nossos veículos por classes, para facilitar ainda mais a escolha do caminhão ou ônibus mais apropriado. Depois que nossos clientes escolhem o produto, eles também estão levando para casa todo um pacote de serviços da Scania: treinamento especial para seus motoristas, acordo de manutenção, sistema de troca de componentes, atendimento e socorro 24 horas por dia. O resultado desse trabalho diferenciado rendeu à Scania, pela segunda vez, o título de melhor pós-venda do Brasil do ano passado.

Em meio a todas essas transformações, assumo um novo cargo na empresa: o de Presidente da Scania Latin America. A Scania vai chegando ao fim deste ano com uma linha completa de novos produtos, uma nova fábrica e novos nomes na direção da empresa. Flávio Mermejo assumiu a Direção Geral da Scania Brasil e Silvio Munhoz é o novo diretor de Vendas de Caminhões. Tudo isso com um objetivo comum: vocês, clientes.

4 Entrevista

Jorma Halonen assume a presidência da Scania Latin America com uma missão: estreitar ainda mais as relações com os clientes.

6 Fatos

Congresso da Fenabrave escolhe a Scania como a melhor montadora do Brasil no que se refere ao relacionamento com sua rede de concessionárias.

8 Lançamento

Chega ao mercado latino-americano os novos ônibus rodoviários da Scania. Esses veículos trazem uma série de melhorias tecnológicas ainda inéditas na região.

12 Lançamento

Field Test: Empresários testam e aprovam os rodoviários da Série 4.

14 Caminhões

Transporte de ovos e produtos químicos, duas operações delicadas que exigem o máximo dos caminhões da Série 4.

16 Ônibus

A Viação 1001 completa 50 anos de vida renovando sua frota e investindo nos ônibus Scania.

18 Financiamento

Agora ficou mais fácil dar um lance no consórcio. A Scania criou uma linha especial de financiamento para esse fim.

20 Pós-Venda

Pela segunda vez, o pós-venda da Scania é escolhido o melhor do Brasil.

22 Mudanças

Flávio Mermejo assume a Direção Geral da Scania Brasil.

"Quem quer vender tem que sair a campo"

Jorma Halonen é o novo presidente da Scania Latin America. Assumiu o posto oficialmente no dia 1º de agosto passado substituindo Hans Hedlund, que acaba de se aposentar. Halonen já está no Brasil há dois anos. Chegou à Scania em 1996 para assumir a Vice-Presidência de Vendas e Marketing. Nesse período, ficou mais tempo em campo do que em seu gabinete: visitou 70 concessionárias, 14 importadores na América Latina e mais de 100 clientes. Essa é a marca registrada de seu estilo e uma clara demonstração de como será a Scania sob seu comando: uma empresa que vai até seus clientes.



Rei — *Quais os planos da Scania para o futuro?*

J.H. — Hoje temos um produto global na América Latina. Já concluímos o lançamento de todos os veículos da Série 4. Isso quer dizer que os caminhões e ônibus que produzimos aqui são os mesmos que são produzidos na Europa ou em qualquer outra parte do mundo. Nosso principal objetivo agora será oferecer, além de veículos tecnologicamente avançados, também o melhor serviço. Vamos treinar e capacitar o nosso homem de vendas e o de nossa rede de concessionárias, para que eles sejam capazes de prestar a nossos clientes um completo suporte a nível de informações sobre financiamento, veículo mais adequado e serviços de pós-venda. Vamos trabalhar ainda mais próximos a nossos clien-

tes, procurando ajudá-los, inclusive, no gerenciamento de seus custos. Queremos oferecer uma solução completa de transporte para o cliente; mas essa solução tem que ser economicamente interessante. Estamos caminhando para fazer o produto que o cliente quer.

Rei — *Qual é a prioridade número um de sua gestão frente à Scania Latin America?*

J.H. — Vamos baixar custos já. Não temos mais tempo para esperar. Reduziremos nossos custos e vamos trabalhar em parceria com os concessionários para que eles também possam baixar seus custos. Com isso nos tornaremos mais competitivos e eficientes. Nos últimos anos, investimos 300 milhões de dólares para modernizar e aumentar nossa capacidade produtiva.

Hoje nossa capacidade é de 20 mil unidades por ano, contra 11 mil unidades antes. Quer dizer que estamos preparados para atender ao potencial do mercado brasileiro e latino-americano. Nosso desafio primordial agora é baixar custos para continuarmos na liderança desses mercados.

Rei— *A concorrência e os novos competidores que estão chegando assustam?*

J.H.— A Scania é uma empresa global. Atuamos em mais de 100 mercados e enfrentamos acirrada concorrência no mundo inteiro. Só no Chile, por exemplo, um mercado que vem crescendo a cada ano, existem mais de 20 marcas diferentes de caminhões pesados. A Scania está no mercado brasileiro há mais de 40 anos. Temos tradição e conhecemos muito bem o País. Além disso, ao longo desse tempo, formamos uma grande e bem estruturada rede de concessionárias. Possuímos 89 concessionárias estrategicamente instaladas em todo o território nacional. Esse será o grande desafio para as empresas que estão chegando, pois ter revendas nas grandes capitais não é difícil, o complicado é chegar ao interior do País, que é extenso demais. Mas não devemos dormir. Até há bem pouco tempo tínhamos somente dois concorrentes diretos: Mercedes e Volvo. Agora Iveco, Navistar e Paccar já descobriram o mercado brasileiro. E outras marcas com certeza também virão. Temos a vantagem de nossa rede de concessionárias e de um produto modular, que permite atendimento rápido aos clientes e mais flexibilidade à produção. Porém é uma vantagem momentânea, pois os concorrentes já estão seguindo nossos passos nesse caminho. Por isso que não podemos ficar parados. Vamos trabalhar duro para diminuir nossos custos, treinar nosso pessoal e nos aproximar cada vez mais de nossos clientes, oferecendo um pacote completo de serviços antes, durante e depois das vendas.

Rei— *O que significa exatamente essa aproximação com os clientes?*

J.H.— Não vamos mais esperar o cliente visitar a concessionária. Nós é que vamos visitá-lo. Nesse negócio

não existem atalhos. É preciso falar com os clientes para saber como eles trabalham e quais os produtos que necessitam. E isso não é uma estratégia ou um conselho, é uma necessidade de mercado. Para podermos oferecer o melhor produto e

prestar o melhor serviço temos que estar juntos aos clientes, conhecer sua operação, seu dia-a-dia. Não se conhece o mercado sentado no gabinete. Quem quer vender tem que sair a campo, tem que conhecer o produto, conhecer os serviços oferecidos e ter condições de ajudar o cliente até mesmo na forma mais interessante para se comprar um caminhão ou ônibus. Na Europa, por exemplo, um homem de vendas de caminhões trata de até 80% dos assuntos relacionados ao produto. Temos que chegar a essa etapa. Para isso, vamos investir em treinamento, em todos os níveis, na Scania e na rede de concessionárias, para podermos ter profissionais de vendas com esse perfil.

Rei— *Os concessionários terão uma nova postura no mercado?*

J.H.— Os concessionários devem compreender a importância dessa reestruturação. Eles devem aumentar a consciência dos custos e da eficiência, concentrando-se, sempre que possível, 100% nos negócios da Scania. Eles devem capacitar seu próprio pessoal dando-lhe um melhor conhecimento do produto. Só o conhecimento técnico não é suficiente. Eles devem também dominar o conceito total da Scania. Os

vendedores das concessionárias devem igualmente ter engajamento, aprender a cumprir o que prometem, tanto no que se relaciona com os prazos de entrega e fornecimento de peças de re-

posição como no trabalho feito nas oficinas. Vamos medir futuramente a satisfação dos clientes muito mais do que fazíamos até agora. Vamos controlar para saber o quanto cumprimos o que prometemos, tanto na Scania como na

concessionária. O compromisso é algo importante.

Rei— *O que diferencia os produtos Scania dos produtos de seus concorrentes?*

J.H.— Temos um produto modular que é único no mundo. Com a complementação da Série 4, estamos atualizados com o que há de mais moderno no mundo em termos de veículos de transporte, tanto de passageiros como de carga. Também fazemos um veículo sob medida, de acordo com as especificações dos clientes. Além disso, promovemos um intenso programa de treinamento para capacitar toda a nossa rede de concessionárias para prestar serviços a esses produtos. Nosso diferencial vai mais longe: no ano passado fomos mais uma vez o melhor pós-venda do País.

Rei— *O Brasil vai continuar sendo o maior mercado do mundo para a Scania?*

J.H.— Com certeza. Não só o Brasil, mas toda a América Latina tem um potencial muito grande para caminhões e ônibus da marca. A região responde por 23% das vendas mundiais de caminhões da Scania e por cerca de 40% das vendas de ônibus.

“Com a complementação da Série 4, estamos atualizados com o que há de mais moderno no mundo em termos de veículos de transporte, tanto de passageiros como de carga”

Continua

Rei— *A Scania vai continuar ampliando a rede de concessionárias?*

J.H.— Em cinco anos vamos aumentar substancialmente nossa rede de concessionárias para estarmos ainda mais próximos de nossos clientes. Nesse período nosso objetivo é estar com 120 revendas em todo o Brasil. Esse crescimento será em conjunto com nossos tradicionais parceiros que já estão no mercado e já conhecem o negócio Scania. E vamos crescer, principalmente através dos postos de pós-venda. Essa é a estratégia da companhia: encurtar distâncias com os clientes e reduzir custos. O cliente pode até viajar 500 quilômetros para adquirir um caminhão ou ônibus, mas não faz a mesma coisa quando quer fazer a manutenção de seus produtos. Para um atendimento eficiente aos clientes não são necessárias grandes e luxuosas estruturas. Os postos de pós-venda são simples mas extremamente ágeis e funcionais. É isso que o cliente necessita.

Rei— *Qual é a vantagem dos clientes com essa nova postura da Scania e de sua rede de concessionárias?*

J.H.— A Scania, através de sua rede de concessionárias, vai estar junto a seus clientes em todas as etapas da venda de um produto de nossa marca. Estaremos em sintonia com ele. Vamos trabalhar juntos: vendas, engenharia, produção, marketing e pós-venda com um objetivo comum: a satisfação de nossos clientes. Com a Série 4, estamos mais bem preparados e com produtos tecnologicamente avançados. Melhor ainda, com o sistema modular de produção podemos montar o caminhão ou ônibus adequado às mais diferentes atividades. Por isso, agora, mais do que nunca, nosso homem de vendas passará a maior parte de seu tempo visitando os clientes. Na verdade nós montaremos nossos veículos em conjunto com nossos clientes. Dessa forma, todos ganham. 🍀

Jornalistas aprovam "Master Driver"

Curso desenvolvido pela Scania para treinar os motoristas profissionais é apresentado à imprensa especializada.

Na última semana de julho, a Scania apresentou para jornalistas especializados em transporte como funciona o projeto "Master Driver". Trata-se de um curso destinado exclusivamente aos motoristas, com duração de dois dias, com os seguintes objetivos: transmitir informações sobre as novidades técnicas do produto e reciclar o profissional para obter a melhor performance do veículo.

O evento para a imprensa teve a participação de 18 jornalistas das principais publicações especializadas do País, além dos cadernos de Veículos dos jornais O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo e Diário Popular. A apresentação do "Master Driver" aos jornalistas aconteceu de 20 a 23 de julho na sede da Scania. Em cada um desses dias, um grupo composto por quatro ou cinco jornalistas conheceram os conceitos gerais do programa e também tiveram oportunidade de dirigir um caminhão R124 na pista de teste da empresa, colocando em prática os conceitos para uma condução mais eficaz.

O evento foi dividido em duas partes: teórica e prática. Após uma apresentação de como funciona a estrutura do projeto "Master Driver", os participantes deram as primeiras voltas na pista de teste, dirigindo o caminhão da forma como eles consideravam correto. Depois dessas primeiras voltas, o instrutor, assim como faz no curso para os motoristas, deu as dicas de como melhorar o desempenho no trajeto. Após as dicas, mais uma bateria de voltas na pista, desta vez com a intervenção do instrutor, que foi mostrando como melhorar a performance do caminhão na prática. "Os jornalistas especializados em transporte também precisam conhecer como se tira o melhor proveito dos caminhões", afirma Dilene Antonucci, da Revista Carga Pesada, de Londrina, Paraná.

A apresentação do projeto "Master Driver" para a imprensa especializada não foi exatamente um curso. A idéia foi mostrar a importância de se treinar motoristas e os ganhos reais obtidos com esse treinamento. "Nossa experiência nos primeiros treinamentos com motoristas profissionais mostrou que o consumo de combustível cai, em média, 10%. Isso sem contar o aumento da vida útil dos veículos", comenta Arthur Westin, um dos coordenadores do projeto na Scania. Na pista de teste da Scania, que possui apenas um quilômetro, os jornalistas também conseguiram resultados satisfatórios no consumo de combustível, baixando o consumo numa média de 15%. E uma surpresa a mais: além de serem mais econômicos, andaram mais rápido. "É interessante como você pode ser mais econômico e mais rápido também. Basta conhecer o caminhão e o trajeto" diz João Geraldo da Silva, editor da Revista Carreiro.

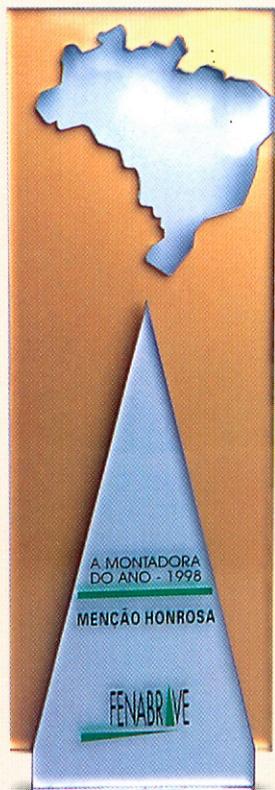


Na pista de teste, 15% a menos no consumo

Scania recebe Prêmio da Fenabrave

Mais um prêmio para a Scania. A empresa foi eleita a melhor montadora do Brasil no que se refere ao relacionamento com sua rede de concessionárias. A escolha foi feita por representantes dos revendedores do todo o Brasil, durante o VIII Congresso da Fenabrave, entidade que reúne concessionários das marcas de veículos comercializados no mercado brasileiro. O evento foi realizado no Riocentro, no Rio de Janeiro, no início de agosto. A premiação foi entregue no próprio local para Flávio Mermejo, Diretor Geral da Scania Brasil.

Com 89 concessionárias estrategicamente instaladas em todo o território nacional, a Scania, líder no segmento de caminhões pesados, vem investindo inten-



samente em um programa para ampliar sua rede de revendedores. O objetivo, de acordo com Mermejo, é crescer através de postos de pós-venda (revendas especializadas em serviços). “Até o ano de 2002 pretendemos estar com aproximadamente 120 concessionárias em todo o País”, diz Mermejo. “Não se pode pensar em uma Scania forte sem uma rede de concessionárias forte”.

A política de se aproximar de seus clientes através de postos de pós-venda, o atendimento em 24 horas dos pedidos de peças de reposição, além de um pacote de serviços oferecidos aos clientes, rendeu à Scania, no ano passado, também o título de “melhor pós-venda do Brasil”. É a segunda vez que a empresa recebe esse título.

Transportando a cúpula

Promover a competitividade no Mercosul. Esse foi o tema central do World Economic Forum de 1998, que aconteceu de 21 a 23 de julho passado, em Buenos Aires, Argentina. A reunião desse ano reuniu os principais representantes dos países que compõem o Mercado Comum do Sul. Também participaram nesse fórum todos os chefes de estados dos países membros.

A Scania Latin America marcou presença no evento. Nestor Rapanelli, Presidente do Conselho de Administração e o Diretor Comercial, José Badia, ambos da Scania Argentina, participaram das reuniões do fórum. Além disso, modernos ônibus rodoviários Scania fizeram todo o serviço de transporte dos participantes desse encontro internacional. A exemplo do que aconteceu na Copa do Mundo da França, o pessoal do World Economic Forum também não abriu mão da segurança e do conforto na hora do transporte.



Segurança e conforto aos executivos do fórum

Série 4
Lançamento

Um avião n



Viação Cometa: uma das pioneiras a rodar com o chassi da Série 4

as estradas

Scania lança seus novos rodoviários no mercado latino-americano. Os veículos reúnem uma série de inovações tecnológicas em que os principais pontos estão no conforto e na segurança dos passageiros.

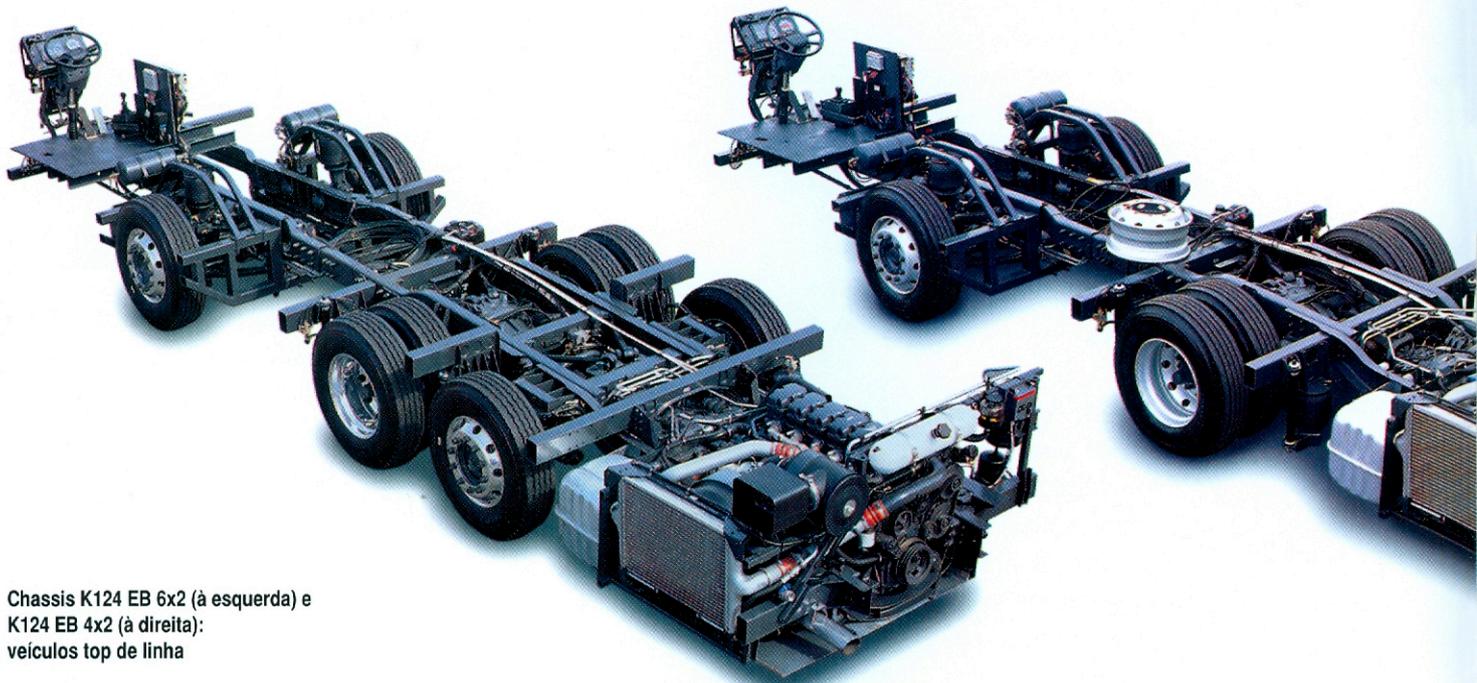
A Scania está complementando sua linha de veículos da Série 4 com o lançamento dos novos chassis para ônibus rodoviários. São os chassis K124 e K94, de motor traseiro. Agora, a empresa passa a oferecer ao mercado latino-americano uma linha de chassis cobrindo todas as aplicações de transporte por ônibus. Em maio deste ano, a Scania lançou os chassis para ônibus urbanos, intermunicipais e para condições severas de operação.

Os ônibus Scania da Série 4 passam a ser oferecidos em quatro classes distintas: classe U (para aplicações urbanas), classe I (para aplicações urbanas, rodoviárias e fretamento), classe E (para aplicações rodoviárias e de turismo) e classe H (para aplicações mais severas, tanto urbanas como rodoviárias). Os chassis K124 estão disponíveis nas classes I e E e o K94, somente na classe I. Nas próximas páginas conheça os detalhes desses verdadeiros “aviões do asfalto”.



Tecnologia ao gosto do freguês

A modularidade dos chassis K permite diversas combinações que atendem uma grande gama de aplicações.



Chassis K124 EB 6x2 (à esquerda) e K124 EB 4x2 (à direita): veículos top de linha

Os ônibus da Série 4 são montados a partir de módulos, o que permite um número variado de combinações e, conseqüentemente, mais flexibilidade e agilidade na produção. Esse sistema garante, por exemplo, a possibilidade de o frotista ter os ônibus mais adequados às suas operações, sem tornar mais complexos a manutenção e o estoque de peças de reposição.

A segurança foi uma prioridade em todas as etapas do projeto. O desempenho da frenagem é excelente com freios a disco no eixo frontal e de tração, auxiliados pelo sistema ABS,

componentes presentes em todos os veículos da Classe E. O Scania Retarder, equipamento auxiliar de frenagem que, entre outras coisas, permite a manutenção de velocidades mais elevadas em declives sem comprometimento da segurança, é um opcional que pode equipar qualquer um dos novos ônibus rodoviários.

A consideração ao meio ambiente foi um dos pontos importantes na concepção dos produtos da Série 4. Os motores apresentam índices de emissões que atendem com folga às exigências do Conama IV e da Euro 2,

norma ambiental que entrará em vigor para ônibus rodoviário no Brasil somente no ano 2000. Os motores Scania também apresentam melhores características de desempenho e menor consumo específico que seus antecessores. Além de apresentar menores índices de emissão de poluentes com melhor desempenho, esses veículos também são mais silenciosos.

O chassi K é o ônibus rodoviário mais conhecido da Scania. Cerca de 35.000 unidades foram vendidas em todo o mundo desde o início de sua produção nos anos 80. A Série 4 ofe-

rece características técnicas ainda mais avançadas. O ônibus K pode ser equipado com motor Scania de 12 ou de 9 litros.

Um autêntico estradeiro - A grande novidade deste lançamento são os ônibus da Classe E. Esses veículos, sucesso de vendas na Europa, são equipados com motor de 12 litros com potências de 360 cv ou 420 cv. O K124 da Classe E é o top de linha da nova geração de chassis de ônibus Scania.

Trata-se de um chassis de aplicação rodoviária para operações em linhas regulares, fretamento e turismo. Esses chassis, modulares, foram inteiramente projetados para proporcionar o máximo em conforto e segurança para os passageiros. Além disso, apresentam uma série de melhorias tec-

nológicas inéditas no mercado latino-americano.

A suspensão dianteira independente é inédita no mercado latino-americano de ônibus. O equipamento garante mais con-

forto aos passageiros e maior estabilidade do veículo. Freios a disco e regulagem eletrônica da suspensão como componentes standards são também exemplos desse ineditismo. Os novos chassis da Scania estão disponíveis com duas diferentes alturas em seu módulo frontal: baixa, para versões "low driver", ou normal, para encarroçamentos convencionais. Na versão "low driver", o posto do motorista é rebaixado, facilitando o trabalho dos encarroçadores na produção de ônibus de dois andares (double decker) ou piso alto (high decker).

Os ônibus da Classe E são indicados para aplicações rodoviárias em linhas regulares e em turismo. Devido às suas qualidades em conforto e segurança, esses ônibus foram escolhidos para transportar todas as delegações dos países durante a Copa do Mundo de 1998, na França. 🌟

Bom para qualquer terreno

Era o que faltava para os robustos F94: um chassi um pouco mais alto que garante um transporte eficiente também em lugares onde era impensável o transporte de passageiros por ônibus.



O F94 tem um mercado promissor na América do Sul, África e Ásia

Depois de lançar os chassis F94 com altura normal, a Scania lança agora uma versão mais alta, com um vão livre maior, concebida para aplicações ainda mais severas.

Os chassis F94 serão produzidos exclusivamente pela Scania Latin America. Com a completa globalização da produção da Scania, a partir da Série 4, a planta da empresa, em São Bernardo do Campo, São Paulo, tornou-se o centro de abastecimento desses modelos para todo o mercado mundial. Sua principal característica é um chassi robusto, com motor posicionado na parte frontal, que atende às mais diversas condições de operação.

Todas as inovações tecnológicas dos F94 foram desenvolvidas em conjunto pela engenharia da empresa no Brasil e Suécia. Um número maior de peças e componentes desse novo ônibus também foi desenvolvido por fornecedores da região.

Os ônibus F94, tanto na versão urbana (de 220 hp) como na rodoviária (de 310 hp), têm um mercado promissor, principalmente, na América do Sul, na África e na Ásia.

Os chassis F94 são equipados com o novo motor de 9 litros, que alia baixo consumo de combustível a reduzidos níveis de emissões de poluentes — atendendo às rigorosas exigências do Conama IV no Brasil e da Euro 2, em vigor na Europa. Há duas opções de potência: 220 cv (DSC9 11) e 310 cv (DSC9 15).

Com o novo motor de 9 litros, o torque máximo continua alto a baixas rotações, seguindo a filosofia dos veículos Scania e garantindo seu tradicional desempenho e dirigibilidade. A baixa rotação também contribui para um nível de ruído ainda mais reduzido.

Os motores Scania de 9 litros já são conhecidos no mercado latino-americano. Na região, eles equipam os caminhões Scania utilizados no segmento de distribuição em pequenas e médias distâncias. Nesta sua nova versão, com mais potência e torque elevado, esses motores aliam alta tecnologia com soluções simples que tornam o seu desempenho muito mais eficiente.

Série 4
Lançamento

FIELD TEST



Ônibus da Gontijo ...

Prova de fogo

Sem saber, milhares de passageiros em todo o País já experimentaram os novos ônibus rodoviários da Scania. Desde o ano passado, três empresas transportadoras estão avaliando, em condições reais de uso, o desempenho dos novos modelos Scania.

Reportagem: Luiz Carlos de Medeiros / Fotos: Emanuel A. P.

Gontijo, Única e 1001. Os 2 mil ônibus dessas empresas percorrem todos os meses cerca de 20 milhões de quilômetros, praticamente metade da distância que separa a Terra de Vênus (o planeta vizinho está a 40,2 milhões de quilômetros da Terra). Juntas, essas três empresas transportam cerca de 2 milhões de passageiros por mês – algo como toda a população de Salvador, capital da Bahia. Os ônibus da Gontijo, da Única e da 1001 ligam diversas localidades do País, trafegando nas mais diferentes condições de estrada e de clima.

Esse foi o cenário escolhido para testar os novos chassis de ônibus rodoviários da Scania no País. Para a realização do teste, a Scania entregou a cada uma das empresas um modelo específico – a Gontijo e a 1001 receberam uma versão K124 IB 4x2 e a Única uma versão K124 EB 6x2 – e fez uma só exigência: os veículos de-

veriam ser utilizados normalmente nas linhas, rodando em condições reais de uso. A quilometragem percorrida pelos modelos não deixa dúvidas de que a exigência foi atendida: o ônibus Série 4 da Gontijo, que hoje faz a ligação entre Mantena, Minas Gerais (na divisa com o Espírito Santo) e Porto Velho, em Rondônia, rodou mais de 150 mil quilômetros; o da 1001, que liga o Rio a Friburgo, cerca de 70 mil quilômetros; e o da Única, que trafega entre Rio, Petrópolis e Juiz de Fora, em Minas Gerais, aproximadamente 50 mil quilômetros. A viação Cometa, outro gigante do setor, está iniciando testes com um K124 IB.

Iniciado em meados do ano passado, o teste, na opinião de Marco Antonio Gontijo, diretor da Viação Gontijo, empresa com sede em Belo Horizonte e que opera uma frota de 1.100 ônibus, atendendo a 13 estados do País, “foi um verdadeiro desafio

para a Scania e uma prova de confiança no produto”. Para ele, o teste de campo, na forma como foi executado, traz benefícios tanto para a Scania como para o transportador. “Há uma grande diferença entre avaliar um veículo rodando com motoristas do próprio fabricante e um veículo trabalhando em linhas regulares”, observa.

Marco Antonio sabe do que está falando. Somente na linha Mantena - Porto Velho, seis motoristas se revezam na condução do veículo. O ônibus não pára. São 56 horas de viagem, de noite e de dia, sob chuva e sol, enfrentando as mais diferentes condições de estrada. O trajeto tem mais de 3,6 mil quilômetros. Viagens como essas são uma verdadeira prova de resistência para os ônibus. Uma prova que vem sendo cumprida com sucesso pelo Scania Série 4.

“Um dos pontos que mais nos chamou a atenção foi a economia de com-



... da Única ...



... e da 1001. Prova de campo em mais de 270 mil quilômetros.

bastível do novo modelo Scania.", destaca o diretor da Gontijo. Além do menor consumo de combustível, fator chave para a redução dos custos operacionais, Marco Antonio observa que os ônibus Série 4 têm um torque melhor, são mais estáveis e mais confortáveis. "Outro ponto forte é a menor quantidade de peças. Um exemplo: o novo motor utiliza só uma correia, o que representa um avanço significativo. Quem já ficou parado na estrada, por causa de uma peça como uma correia quebrada, sabe do que estou falando", comenta.

Fernando Guimarães, diretor da 1001, empresa com sede no Rio de Janeiro e uma frota de 700 ônibus que cruza os Estados de São Paulo, Rio, Minas Gerais e Espírito Santo, também destaca a importância da confiança no veículo. "Em uma empresa como a nossa, são comprados mais de 100 carros de uma só vez. Imagine o que representa manter esses veículos parados por causa de um problema mal resolvido no desenvolvimento do modelo", comenta. Para Guimarães, está aí uma das vantagens do teste de campo realizado pela Scania com os ônibus Série 4. "Na medida em que o transportador está testando o veículo em condições reais de uso, ele está não só tendo a oportunidade de conhecer

melhor o produto, como treinando a equipe e avaliando inclusive a assistência técnica, algo que cresce em importância com o atual nível de eletrônica embarcada nos ônibus", ressalta.

Outra vantagem do teste de campo, na opinião de Guimarães, é o de que tanto o transportador como o fabricante podem avaliar de forma efetiva a resistência do modelo às condições brasileiras. Ele cita como exemplo a linha que liga o Rio a Governador Valadares, percurso em que o veículo passa por 110 quebra-molas.

Conforto na Serra - O ônibus Série 4 testado pela 1001 tem rodado principalmente na linha Rio - Friburgo, um percurso de 160 quilômetros, a maior parte de Serra, com resultados que Guimarães classifica como excelentes. "O consumo de combustível é muito menor do que outros modelos, o nível de ruído é baixo e a estabilidade é ótima, o que melhora o conforto dos passageiros", observa. Segundo Guimarães, o desempenho do novo modelo pode ser avaliado pelos dados registrados no rotograma, uma espécie de mapa com os tempos de percurso. "Os motoristas precisam seguir o veículo em determinados trechos para não chegar antes da hora na rodoviária", comenta.

Anatanael do Espírito Santo, com 20 anos de estrada e um dos motoristas da 1001 que dirigiu o ônibus Série 4, confirma: "Na Serra, é só acionar o computador (na verdade, o Scania Retarder, equipamento que mantém constante a velocidade do veículo em declives), e seguir em frente". Anatanael diz que com o tempo ganho no percurso, ele pode atravessar a ponte Rio-Niterói numa velocidade média de 35 a 40 quilômetros, contra os 50 quilômetros/hora de outros modelos.

Na Única, também do Rio de Janeiro, o ônibus Série 4 se transformou em sensação entre os passageiros da linha Rio - Petrópolis. E não é para menos. Com 4,10 metros e dois andares (double-deck), o modelo provocava uma corrida às bilheteiras assim que chegava à plataforma, conta Luiz Antônio Pinhais Assunção, gerente operacional da empresa. "O carro é muito bom, confortável e apresenta importantes inovações", afirma. 🍀

Para realizar o teste, a Gontijo recebeu um ônibus equipado com Scania Retarder, Comfort-Shift e suspensão a ar com ELC (Electronic Level Control); a 1001 um modelo com ABS e Scania Retarder e a Única uma versão com ABS, Scania Retarder, Comfort-Shift e suspensão dianteira independente.



Classe D: versatilidade e rapidez

Transporte Sem Risco

De ovos a equipamentos pesados, os novos caminhões Série 4 cumprem com sucesso a sua tarefa: transportar produtos com segurança e eficiência.

Reportagem: Luiz Carlos de Medeiros / Fotos: Emanuel A. P.

Há anos, a Per'Fa, de Belo Horizonte, realiza uma missão extremamente delicada: transportar toneladas e toneladas de ovos entre os centros produtores, principalmente entre a cidade paulista de Bastos, conhecida como "A Capital do Ovo", e os Estados do Rio de Janeiro, Paraná e Minas Gerais. A operação, é claro, exige cuidados especiais: tanto na acomodação da carga como na condução do veículo nas estradas.

A Transportes Niquini, também de Belo Horizonte, não trabalha com ovos. Mas a segurança em suas operações também é fundamental: a Niquini transporta combustível e produtos químicos, além de equipamentos e peças de reposição, para empresas mineradoras. Os caminhões da Niquini circulam principalmente entre Camaçari, na Bahia, e Minas Gerais.

Essas duas empresas têm, desde meados do ano, algo mais em comum do que o fato de trabalharem em Minas Gerais: ambas optaram por caminhões Scania Série 4 para as operações de transporte interestadual. A Niquini adquiriu dois modelos T124 e a Per'Fa quatro caminhões P94.

"Nossa opção pelos novos modelos Scania foi feita com base na estabilidade do veículo e no maior conforto para a carga, além do menor custo de manutenção", explica Marcos Antonio dos Santos, gerente geral da Per'Fa. Essa é a primeira experiência da empresa com veículos Scania. Tudo indica que trouxe bons resultados. A Per'Fa adquiriu um P 94 logo após o lançamento da Série 4 e, a seguir, encomendou outras três unidades.

Atacadista e distribuidora de ovos, batata, cebola e alho, a Per'Fa man-

tém uma frota própria de 28 caminhões, nove dos quais operam exclusivamente no transporte interestadual. Os outros 18 veículos fazem a distribuição dos produtos na região metropolitana de Belo Horizonte. A Per'Fa, hoje com cerca de 300 funcionários, está há sete anos no mercado, mas o proprietário da empresa, Perácio Dias Motta, atua há cerca de 30 anos no segmento de distribuição de ovos. A empresa transporta atualmente 910 toneladas de ovos por semana. Entre os clientes da Per'Fa, estão hipermercados, sacolões e outros distribuidores.

Marcos Antonio tem uma expectativa positiva em relação aos novos modelos Scania. "O P94 está há poucas semanas em operação, o que dificulta uma avaliação mais precisa em termos de custos. Mas as indicações

Classe G: o estradeiro
"Topa Tudo"

são de redução nos gastos com manutenção", comenta. Para ele, outro aspecto importante é o conforto oferecido pelo novo modelo, tanto para o motorista como para a carga. "No transporte de um produto frágil como ovos, esse conforto é fundamental. E essa necessidade o P94 atende muito bem", diz.

Segurança e redução de custos também foram os motivos que levaram a Niquini a comprar os novos

modelos Scania, os primeiros da marca que a empresa adquiriu, através do sistema leasing, após 1991. "Mais do que nunca, as empresas transportadoras precisam ser competitivas. Nossa filosofia é trabalhar em conjunto com nossos clientes para reduzir custos", destaca Dilton Niquini, um dos proprietários da transportadora. Com um frota de 88 caminhões e cerca de 200 funcionários, a Niquini acumula uma experiência de 26 anos de atuação no transporte de produtos para as mineradoras.

"Colocar em operação um caminhão novo, principalmente um Scania, tem uma repercussão muito positiva junto aos clientes", comenta Dilton. Segundo ele, assim que o T124 começou a circular, vários clientes ligaram para a transportadora elogiando a iniciativa da empresa. "Esse é um aspecto muito importante. Os clientes ficam mais confiantes ao verificarem que a empresa está investindo e buscando



melhorar a eficiência e a segurança no transporte", ressalta.

"Se os clientes gostaram, imagine os motoristas", observa Dário de Souza Niquini, gerente operacional da transportadora. Dário, que adotou como critério entregar os caminhões novos aos motoristas com mais tempo de casa e mais experiência, não poupa elogios à Série 4. "Eu também não resisti e dei algumas voltas com o Scania. A inovação é total. Visibilidade, câmbio, motor, freios, facilidade de manutenção. Tudo está melhor".

Tanto na Niquini como na Per'Fa, os novos modelos Scania estão em operação há poucas semanas. Mas, apesar do pouco tempo de trabalho e independente da carga que transportam – ovos, no caso da Per'Fa, e produtos químicos ou equipamentos, no caso da Niquini – ambas já perceberam que a Série 4 está acrescentando mais eficiência e segurança ao transporte. Além, é claro, de estilo. 🍀

"Bom demais"

Raimundo Geraldo de Souza Passos, motorista com mais de 20 anos de estrada, há oito na Niquini, foi o profissional escolhido pela transportadora para pilotar o novo Scania T124. Ele se considera um feliz. "Esse caminhão é bom demais", destaca. Raimundo, que ainda está "descobrimdo" tudo o que o modelo tem a oferecer (no momento

dessa entrevista, ele havia rodado cerca de 9 mil quilômetros com o Scania Série 4), ficou impressionado com o conforto do veículo. "É como dirigir um automóvel", compara. Entre os principais pontos destacados por Raimundo estão a facilidade para regulagem do banco e a ampla visibilidade. "A sensação ao volante é de mais segurança", afirma.

Fã de música sertaneja, uma companhia inseparável em suas viagens, Raimundo sabe que, com o T124, vai poder acompanhar melhor as melodias de sucesso. "O nível de ruído na cabina é muito baixo", elogia. O motorista da Niquini também gostou muito da nova suspensão. "Peguei um trecho de estrada ruim, sem asfalto e com buracos, e o caminhão não pulava. Parecia até que a estrada era boa", observa.

1001 razões para preferir Scania

A qualidade do serviço por meio da profissionalização sempre foi a meta da Auto Viação 1001. Com essa maneira de pensar, a empresa não deixa lugar para dúvidas: sua frota tem que ter os melhores ônibus. Daí a preferência pela marca Scania.

Reportagem: Nélio Lima / Foto: Emanuel A. P.

O presidente da 1001, Amaury de Andrade, gosta de dizer que para sua empresa a qualidade não é uma fórmula, nem um discurso: é um modo de agir, orientado pelo objetivo de prestar um serviço cada vez melhor aos seus usuários. A exemplo de seu dirigente, todos os 2.150 funcionários da empresa têm consciência disso e atuam na mesma direção. Veja, por exemplo, os ônibus da frota - formada por veículos Scania na sua quase totalidade: estão sempre limpos, novos e em perfeitas condições de funcionamento.

O segredo não está apenas na escolha certa da marca. Na sede da empresa, chamam atenção as modernas oficinas que integram o Parque Industrial. Ali trabalham 460 técnicos e operários altamente qualificados. Cabe a eles manter os ônibus nas melhores condições, garantindo assim a segurança e o bem-estar dos usuários.

Após um dia inteiro rodando, todo ônibus da 1001 só volta a pegar a estrada depois de uma inspeção rigorosa, com lubrificação e troca de óleo quando necessária, além de passar por uma completa limpeza interna e lavagem externa. Quando constatado algum defeito, o veículo é transferido

para a manutenção corretiva.

A manutenção preventiva é feita por quilometragem e as peças são trocadas a intervalos regulares, mesmo que ainda estejam em boas condições. E as oficinas, na realidade, são três: uma para troca de peças, uma para lanternagem, capotaria e pintura, e a terceira para reparos mecânicos de grande porte. Há ainda a borracharia, a marcenaria e a lavanderia. Do mesmo modo como ocorre com os veículos, as máquinas e equipamentos utilizados são de última geração e a empresa se orgulha de realizar internamente um trabalho de altíssima qualidade.

A 1001 é a maior empresa de transporte rodoviário de passageiros do Estado do Rio de Janeiro. Gera 2.150 empregos diretos e 1.000 indiretos, recolhendo anualmente cerca de R\$ 10 milhões em impostos. Ela percorre cerca de seis milhões de quilômetros por mês. São 115 linhas, que atendem a todo o norte do Estado, além de Minas Gerais, São Paulo e Espírito Santo. No ano passado, foram transportados 13,8 milhões de passageiros.

Completando 50 anos de atividade neste ano, a Viação 1001 adquiriu seu primeiro ônibus da marca em 1983. Depois dessa unidade, a empresa não parou mais. “A Auto Viação 1001 e a Scania são parceiras de longa data e têm ótimas relações comerciais”, diz o presidente Amaury de Andrade, que acrescenta, com orgulho: “Possuímos 614 veículos Scania, com idade média de três anos e meio.”

Quando ressalta essa parceria, o presidente da 1001 está se referindo não apenas aos evidentes benefícios e vantagens proporcionados pela operação de uma frota homogênea de alta qualidade, mas à troca direta e permanente de informações entre a transportadora e a Scania, aos programas de manutenção monitorados pela concessionária e aos programas comuns de treinamento de pessoal. Os mecânicos da empresa também têm sido enviados à Scania para cursos especiais de manutenção e reparo. Três anos atrás, o ônibus-escola da Scania realizou um verdadeiro tour pelas várias oficinas da empresa (Rio de Janeiro, Niterói, Campos), a fim de proporcionar treinamento aos seus mecânicos. Agora, a 1001 prepara-se para receber a visita dos monitores do novo

programa “Master Driver” para treinar seus motoristas.

O sucesso da 1001 se baseia na compreensão de que seu produto é uma prestação de serviço que depende diretamente do bom desempenho de todos. Os funcionários recebem sólida formação profissional em cursos práticos, palestras e reciclagens. No ano passado, por exemplo, todos os motoristas da empresa passaram pelo Curso de Comportamento Defensivo no Trânsito. Neste ano, instrutores e inspetores já concluíram um curso sobre o novo Código de Trânsito Brasileiro.

Na sala VIP - Símbolo do pioneirismo da 1001, a linha Niterói-São Paulo, denominada de Top Line, reestruturada no início dos anos 90, representou uma verdadeira revolução na qualidade do transporte rodoviário oferecido nesse percurso. Os modernos ônibus Scania utilizados na linha foram totalmente redimensionados, com quase o dobro de espaço entre as poltronas leito-turismo, conforto que exigiu a redução do número de assentos e a ampliação do comprimento da carroçaria para 14 metros. O apoio para os pés permite ao passageiro melhor acomodação. Os vidros das janelas são

colados e vedados, o que proporciona melhor isolamento acústico. O sistema de ar condicionado utiliza gás ecológico. Os executivos Top Line utilizam caixa de marchas com oito velocidades e comando eletrônico que garante maior segurança. O motor é silencioso e polui menos. É oferecido lanche a bordo. Um detector de metais aumenta a segurança (nunca foram registrados assaltos na linha). Na Rodoviária Novo Rio, os passageiros aguardam o embarque em sala VIP, com cafezinho, toalete e ar refrigerado.

O presidente Amaury de Andrade considera que a reformulação do setor de transporte rodoviário de passageiros era um fato para o qual seria necessário abrir os olhos mais cedo ou mais tarde. Na 1001 aconteceu mais cedo. A empresa não teme a livre concorrência e está pronta para ela, inteiramente informatizada, com frota de última geração, e com quadro de pessoal bem formado e motivado.

Com sua filosofia de trabalho de qualidade permanente e respeito ao ser humano, a 1001 ganhou em 1997 o Prêmio Daniel Barata de Qualidade, concedido pela Fetranspor, na categoria de Melhor Empresa de Transporte Rodoviário de Passageiros. 🌿



Com a mão no veículo

Programa especial da Scania, desenvolvido em conjunto com Citibank, permite entrega antecipada do veículo a consorciado que já tiver quitado em torno de 50% do valor do bem.

Reportagem: Roberto Queiroz / Fotos: Arquivo Scania, Emanuel A. P.

Convencionalmente, o consórcio é a modalidade de aquisição de um bem indicada a quem pode fazer uma programação de pagamentos a longo prazo, que eventualmente pode ser abreviada por lance ou sorteio. Mas, agora, a Scania oferece a oportunidade, a quem precisa do veículo mais de-

pressa, de financiar o lance necessário ao arremate. Essa importante opção, na medida em que se trata de alternativa a ser avaliada pelo cotista em caso de real necessidade, é um programa chamado Financiamento do Lance Quitador. Disponibilizado pelo Citibank, agente preferencial parcei-

ro da Scania, o financiamento é um desdobramento do Scania Plan, que agora se estende ao consórcio.

“A medida é pioneira entre montadoras”, esclarece Benedito Carlos Carneiro, gerente de economia de mercado da Scania. “O objetivo desse produto financeiro é antecipar a retirada

T124, um dos modelos mais procurados pelos consorciados



do bem, um caminhão ou ônibus, através do lance quitador, que pode ser financiado pelo Citibank”.

“O programa é direcionado principalmente a autônomos e pequenos frotistas, que de outra forma dificilmente teriam condições de arcar com a diferença de uma só vez. Além disso, a proposta é bastante atraente para grupos relativamente adiantados, que já tenham pago aproximadamente metade do valor estabelecido”, acrescenta Natalino Antonio de Lima, gerente de tesouraria e finanças de produto da Scania.

Condições - O Citibank estabelece três condições básicas como necessárias à concessão desse crédito: a primeira é que o lance seja de quitação total do saldo devedor; a segunda é que o pretendente já tenha pago em torno da metade da cota; e a terceira é que o interessado tenha suas prestações absolutamente em dia e o contrato previamente aprovado pelo banco.

O Financiamento do Lance Quitador terá um prazo de até 36 me-

ses, com taxa de juros pré-fixada e seguro total obrigatório válido pelo prazo da operação, já incluído no valor das parcelas. A idéia é manter a prestação do financiamento mais ou menos igual à do consórcio.

Renato Jacob, gerente do Citibank responsável pelo Scania Plan, esclarece que “ao adquirir o financiamento, o consórcio tem suas parcelas originais minimamente acrescidas. E, com o caminhão rodando, ele consegue pagar a prestação e ainda ter algum lucro”.

Em um exercício de cálculo, apenas como exemplo, se o lance quitador for de R\$ 55.000,00, o consorciado terá seu financiamento de 36 meses amortizado em parcelas de R\$ 2.400,00, sem o custo de seguro.

A maneira de se adquirir esse financiamento é bastante simples. Com aproximadamente uma semana de an-

tecedência da data da assembléia mensal do consórcio, o interessado deve remeter ao Citibank seu cadastro preenchido e assinado, juntamente com a documentação requerida.

Essa movimentação, bem como o esclarecimento de dúvidas, pode ser encaminhada por meio das concessionárias Scania. São elas, por sinal, que no dia anterior à assembléia estarão recebendo uma comunicação do

banco com os nomes dos cotistas aprovados e autorizados a formalizar o lance quitador.

Caso o lance seja vencedor, o contrato de financiamento do Citibank é assinado na própria assembléia. Em caso negativo, a operação pode ser transferida para o mês seguinte, a critério do cotista. O Citibank coloca à disposição dos interessados os telefones: (011) 576-1207 e 576-1825. 🌿

“O lance quitador beneficia principalmente os autônomos e pequenos frotistas”

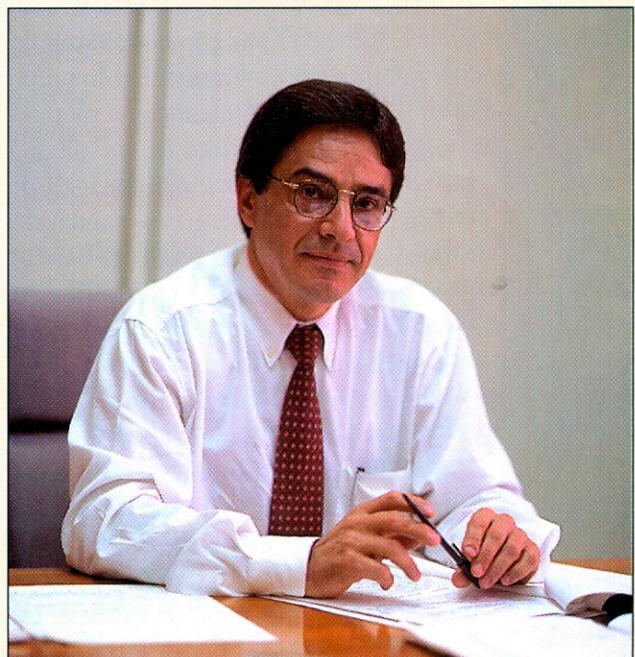
Natalino Antonio de Lima
Gerente de Tesouraria e Finanças de Produto da Scania

Um cenário otimista

A requalificação dos autônomos tradicionais em pequenas empresas familiares, com a reunião de três ou quatro veículos em uma única frota, vem mascarando sua identificação. Afinal, fica muito difícil precisar quantos são realmente autônomos e quantos já são frotistas, na acepção correta do termo.

Para Bedito Carlos Carneiro (foto), gerente de Economia de Venda da Scania, somente uma pesquisa dirigida poria fim a essas dúvidas, mas essa nem seria uma questão prioritária. “Mais importante seria continuar oferecendo taxas mais ou menos iguais às do leasing e sempre menores que no financiamento convencional, o CDC”.

O maior potencial para o programa de Financiamento do Lance Quitador está nas regiões Sul e Sudeste e o produto mais procurado deve mesmo ser um caminhão T ou R124 4x2.



Emmanuel A. P.



Nas concessionárias, serviços completos

Sua excelência o cliente

A Scania mobiliza-se para atender cada vez melhor a rede de concessionárias. O objetivo é responder com maior rapidez às solicitações dos clientes finais e usuários dos diversos caminhões e ônibus da marca.

Reportagem: Katia Siqueira / Fotos: Emanuel A. P.

Com essa filosofia, a Scania conseguiu galgar a primeira posição no ranking dos fabricantes, cuja média de atendimento no primeiro embarque, em 1997, alcançou a marca de 93,06%, contra 91,95% obtidos no ano passado.

Essa pontuação acima dos 90% deu à empresa o título de “Melhor Pós-Vendas do Brasil” do ano passado. A pesquisa, com base nos dados da Anfavea - Associação dos Fabricantes de Veículos Automotores - foi realizada pela revista Reposição & Negócios, publicação do setor automotivo especializada em serviços.

De acordo com os levantamentos da Anfavea, nos últimos dois anos a média de atendimento de peças e acessórios dos seus filiados com sua rede manteve-se na casa dos 87% a 87,3% em 1996 e 87,8% em 1997.

“Podemos dizer que, no caso específico da Scania, o menor índice de atendimento alcançado no ano passado foi da ordem de 90,2%. Em 1995

trabalhamos sempre com a marca superior a 90%”, garante Emanuel Queiroz, Diretor de Pós-Venda da Scania Brasil.

Segundo ele, no primeiro semestre deste ano, o índice de atendimento médio da companhia para com a sua rede composta de 89 concessionárias está na casa dos 94%, contra 92% mantidos em igual período de 1997.

No entender de Queiroz, o título de Melhor Pós-Vendas se deve a uma série de realizações da Scania. São sete pontos importantes:

- O apurado conhecimento prévio das necessidades e demandas dos produtos da marca no campo. “Este conhecimento é fruto de anos de experiência do Departamento de Logística da Scania”;
- A possibilidade de colocação, pela rede de concessionárias, de pedidos diários de peças para reposição de seus estoques;
- A grande disponibilidade de peças nos almoxarifados da Scania;

- Agilidade em atender os pedidos;
- Padronização e intercambialidade de peças dos produtos da marca;
- Ampliação e capacitação das oficinas da rede de concessionárias;
- Contratos de manutenção e reparos oferecidos aos clientes.

Outro grande diferencial é o programa denominado “Cores” (Comunicação da Rede Scania). Trata-se de um sistema eletrônico de transmissão e recepção de dados, conectando a Scania com todas as suas concessionárias, 24 horas.

“Há dois anos, a rede de concessionárias trabalhava com estoque para 75 dias. Atualmente o volume caiu para 45 dias e a meta é reduzir para 37 dias”, projeta Queiroz. De acordo com o executivo, dessa forma a empresa consegue manter os veículos da marca sempre trafegando e faturando.

Queiroz afirma que a partir do momento em que a empresa se torna eficiente no atendimento do seu concessionário consegue também melhorar o atendimento ao cliente final da Scania. “É esse nosso objetivo, reduzir ao máximo o tempo do veículo parado para manutenção ou reparo. Os veículos Scania devem estar em operação”.

Pós-Vendas é o diferencial - “Em outras palavras, isso significa dizer, que tanto o distribuidor como o proprietário do veículo fica satisfeito. Caminhão é um bem muito caro que não pode parar. Um dia fora de circulação por falta de peças representa um prejuízo muito grande para o seu dono”, explica Queiroz.

Para ele, a melhor forma da empresa ganhar a preferência do comprador e, conseqüentemente, aumentar suas vendas, é criar diferenciais no pós-vendas. “Com a globalização os veículos se tornaram muito parecidos, em termos tecnológicos, em consumo de combustível, rendimento, preço, etc. Porém, em serviços prestados ao consumidor final a Scania está bem à frente de seus concorrentes”.

No seu entender, hoje em dia ganha a parada a empresa que se destaca no atendimento ao cliente. “Isso significa, na verdade, fazer o que estamos fazendo. Se recebemos um pedido de 200 itens e entregamos 180, meu índice de atendimento é de 90%. Para cada 10 peças solicitadas, 9,3 peças são entregues imediatamente e 0,7 peças ficam na pendência. O que interessa é o primeiro atendimento”, afirma.

Queiroz garante que a Scania vai continuar trabalhando para aumentar ainda mais o índice de atendimento aos clientes. Ele conta que para conseguir



“Vamos continuar trabalhando para melhorar ainda mais nossos serviços”

Emanuel Queiroz
Diretor de Pós-Venda da Scania Brasil

atingir o estágio atual a Scania percorreu um longo caminho, que envolveu investimentos e muito treinamento dentro e fora da fábrica.

O primeiro passo dado pela empresa no sentido de melhorar o atendimento de pós-vendas foi fazendo um amplo trabalho junto às concessionárias, através de seminários e cursos orientando-as e mostrando como funciona o sistema de gerenciamento de estoque e qual a maneira mais adequada de trabalhar.

O segundo passo foi ajustar o sistema de comunicação de dados com a rede “Cores”. “Com esse sistema, as solicitações que chegam à fábrica até às 17 horas são atendidas no mesmo dia e a entrega é feita através de transportadora credenciada pela Scania. Após esse horário a encomenda pode ser retirada pela revenda ou pela autorização no prazo de 24 horas”, explica.

Segundo Queiroz, atualmente não há mais a necessidade de fazer grandes pedidos porque a concessionária pode fazer a solicitação de peças e componentes a qualquer hora e a Scania envia os produtos em até quatro dias úteis. “Anos atrás, a rede esperava semanas pelas peças. Depois conseguimos reduzir para quinzenal, semanal e, em 1995, introduzimos o atendimento diário.”

“Além disso conseguimos unificar o atendimento para não precisar reduzir o estoque. Se não houver um gerenciamento impecável, a loja perde dinheiro.” Um pedido de emergência pode custar de 5% a 10% mais caro. Hoje, os pedidos de emergência não passam de 5% na rede Scania.

Com um gerenciamento inteligente de estoque, que permite a inserção diária de pedidos no sistema on line com a fábrica, o gerente da concessionária abandona a antiga postura de trabalhar com a programação de antecedência e passa a pensar em tempo real. “Isso mostra que temos grande preocupação em não deixar nenhum veículo da marca parado”, diz Queiroz.

Para que o trabalho da Scania tenha sucesso, as concessionárias estão investindo em capacitação da mão-de-obra e da infraestrutura das oficinas, até porque é preciso atender ao incremento de pedidos de contratos de manutenção que vem aumentando muito nos últimos anos.

Agora a Scania se prepara para trabalhar na versão Net, onde o concessionário poderá acionar a fábrica via Internet, ganhando tempo e economizando muito com comunicação. 

Este é do ramo

Com 20 anos de experiência na área comercial, Flávio Mermejo assume agora o posto de diretor geral da Scania Brasil.

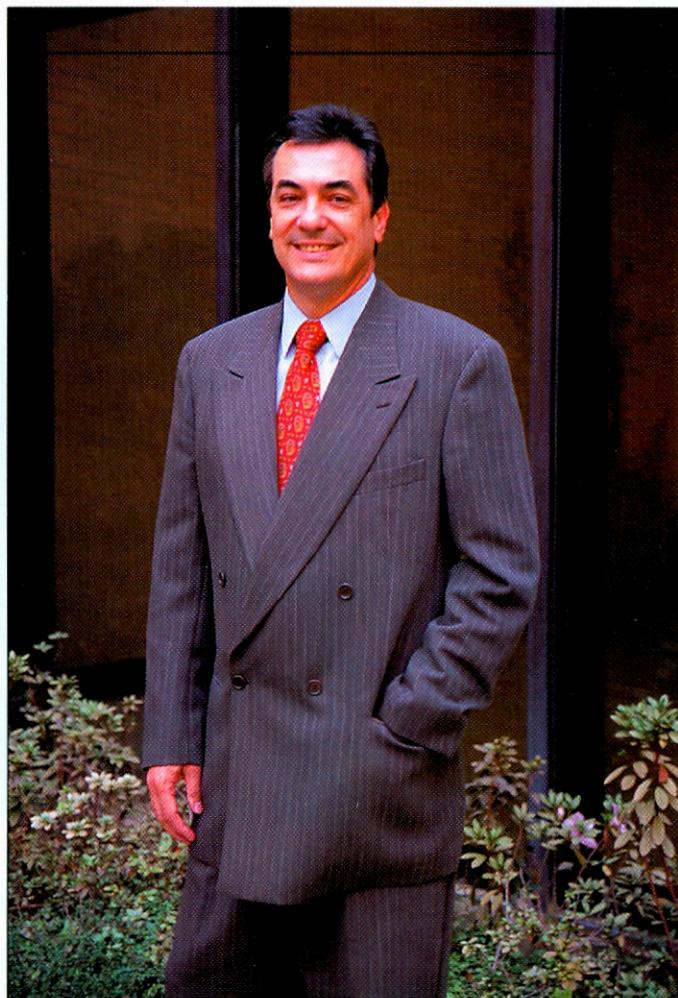
Mudanças na direção da Scania Brasil: no dia 1º de julho passado, Flávio Mermejo, que até então ocupava o cargo de Diretor de Vendas de Caminhões, assumiu o cargo de Diretor Geral da Scania Brasil. Mermejo, 51 anos, está substituindo Fabrício Beer (67), que se aposentou em julho. Na diretoria de Vendas de Caminhões assumiu Silvio Munhoz (41), executivo que veio da Valmet, fabricante de tratores.

Mermejo é nome bem conhecido dos clientes e concessionários da Scania. O executivo começou sua carreira na empresa em 1978, já trabalhando como chefe regional de vendas de veículos. Anos mais tarde passou a chefe de vendas de caminhões e, em 1984, assumiu a gerência de vendas de caminhões. No ano passado, Mermejo foi promovido a diretor da área de caminhões da Scania.

Sob o comando de Mermejo ficam as áreas de vendas de caminhões, ôni-

bus, pós-venda, suporte a vendas e engenharia de vendas. “Trabalhei durante mais de um ano em conjunto com o Fabrício para reforçar o projeto Marketing 2000, cuja prioridade é garantir a satisfação dos clientes Scania”, afirma.

Segundo o novo diretor geral da Scania Brasil, isso significa que continuarão os investimentos no aperfeiçoamento e ampliação da rede de concessionárias objetivando a prestação de um atendimento de primeiro mundo aos veículos da Série 4.



Flávio Mermejo: buscando a satisfação dos clientes

Mais fôlego para Vendas de Caminhões

Para o lugar de Mermejo entra Silvio Munhoz (foto à direita). Formado em engenharia mecânica e com pós-graduação em marketing, Munhoz foi admitido na empresa no final de março passado e assumiu oficialmente a posição de Diretor de Vendas de Caminhões no início de julho. No período de três meses, passou por um intensivo programa de integração na empresa com enfoque no conhecimento do produto, na estrutura comercial e industrial e com visitas a concessionárias e clientes da marca.





Super Globetrotter Executive

MARGOPOLLO

UNICHA TURISM

MARGOPOLLO

SCANIA

nica

4000

BUP-3124



SCANIA



Double Decker
★★★★★

m i c a 4000

MARCOPOLLO

VEICULO

SUSCENSÃO

Super
Globetrotter
Executive

★★★★★

WC
TV
☎
📶

VEÍCULOS

ALAGOAS

- Maceió (Rio Largo)

Novope Nordeste Veículos Pesados Ltda.
Tel. (082) 241-0804

AMAZONAS

- Manaus

Arapaima Motores e Veículos Ltda.
Tel. (092) 237-4043

BAHIA

- Barreiras

Movesa Motores e Veículos Nordeste S.A.
Tel. (077) 811-4831

- Feira de Santana

Movesa Motores e Veículos do Nordeste S.A.
Tel. (075) 622-3434

- Salvador

Movesa Motores e Veículos do Nordeste S.A.
Tel. (071) 301-9911

- Vitória da Conquista

Movesa Motores e Veículos do Nordeste S.A.
Tel. (077) 422-5135

CEARÁ

- Fortaleza

Cevepe - Ceará Veículos Pesados Ltda.
Tel. (085) 279-3355

DISTRITO FEDERAL

- Brasília

Vespa Veículos Pesados Ltda.
Tel. (061) 386-3236

ESPÍRITO SANTO

- Vitória (Viana)

Venac - Veículos Nacionais Ltda.
Tel. (027) 336-7944

GOIÁS

- Aparecida de Goiânia

Vespa Veículos Pesados Ltda.
Tel. (062) 283-6363

- Rio Verde

Vespa Veículos Pesados Ltda.
Tel. (062) 621-3233

MARANHÃO

- Imperatriz

Alpha Máquinas e Veículos do Nordeste S.A.
Tel. (096) 723-1922

- São Luís

Alpha Máquinas e Veículos do Nordeste S.A.
Tel. (096) 245-1919

MATO GROSSO

- Cuiabá

Rota Oeste Veículos Ltda.
Tel. (065) 661-2660

- Rondonópolis

Rota Oeste Veículos Ltda.
Tel. (065) 421-3555

MATO GROSSO DO SUL

- Campo Grande

Movema Mot. e Veic. de M. Grosso do Sul Ltda.
Tel. (067) 787-3277

- Dourados

Movema Mot. e Veic. de M. Grosso do Sul Ltda.
Tel. (067) 424-5233

MINAS GERAIS

- Contagem

Itaipu Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (031) 396-1622

- Governador Valadares

Covepe Comércio de Veículos Pesados Ltda.
Tel. (033) 278-3000

- Juiz de Fora

Itaipu Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (032) 221-3092

- Montes Claros

Itaipu Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (038) 213-2200

- Muriaé

Covepe Comércio de Veículos Pesados Ltda.
Tel. (032) 722-3444

- Poços de Caldas

Quinta Roda Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (032) 722-3444

- Uberlândia

Escandinávia Veículos Ltda.
Tel. (034) 212-2511

PARÁ

- Belém (Ananindeua)

Guatapará Motores e Veículos Ltda.
Tel. (091) 255-3011

PARAÍBA

- João Pessoa (Bayeux)

Novope Nordeste Veículos da Paraíba Ltda.
Tel. (083) 232-1686

PARANÁ

- Cascavel

Cofrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.
Tel. (045) 225-6011

- Curitiba

Cofrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.
Tel. (041) 362-1515 / 346-0202

- Foz do Iguaçu

Cofrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.
Tel. (045) 526-4856

- Guarapuava

Cofrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.
Tel. (042) 724-2188

- Londrina

P. B. Lopes & Cia. Ltda.
Tel. (043) 329-0780

- Maringá

P. B. Lopes & Cia. Ltda.
Tel. (044) 228-5757

- Pato Branco

Cofrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.
Tel. (046) 225-2598

- Ponta Grossa

Cofrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.
Tel. (042) 227-4141

PERNAMBUCO

- Petrolina

Novope - Nordeste Veículos de Pernambuco Ltda.
Tel. (081) 862-1397

- Recife

Novope - Nordeste Veículos de Pernambuco Ltda.
Tel. (081) 339-3911

PIAUI

- Teresina

Itaim Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (086) 220-6700

RIO DE JANEIRO

- Barra Mansa

Equipo Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (024) 342-2332

- Rio de Janeiro

Equipo Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (021) 474-5040

RIO GRANDE DO NORTE

- Pamamirim

Carajás Veículos Ltda.
Tel. (084) 272-2849

RIO GRANDE DO SUL

- Canoas

Suvesa - Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.
Tel. (051) 477-2211

- Carazinho

Brasdieisel S.A. Comercial e Importadora
Tel. (054) 330-1122

- Caxias do Sul

Brasdieisel S.A. Comercial e Importadora
Tel. (054) 228-1344 / 3577

- Eldorado do Sul

Suvesa Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.
Tel. (051) 481-3900

- Garibaldi

Brasdieisel S.A. Comercial e Importadora
Tel. (054) 452-1091

- Ijuí

Brasdieisel S.A. Comercial e Importadora
Tel. (055) 332-8300

- Lajeado

Brasdieisel S.A. Comercial e Importadora
Tel. (051) 714-1822

- Palmeira das Missões

Mecânica Com. e Importadora Ltda. - Mepal
Tel. (055) 742-1770

- Passo Fundo

Mecânica Com. e Importadora Ltda. - Mevepa
Tel. (054) 313-4444

- Pelotas

Suvesa Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.
Tel. (053) 223-0144

- Santa Maria

Suvesa Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.
Tel. (055) 211-2002

- São Leopoldo

Suvesa Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.
Tel. (051) 568-2666

- Uruguaiana

Suvesa Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.
Tel. (055) 412-4141

- Vacaria

Mecânica Com. e Importadora Ltda. - Mecacil
Tel. (054) 232-1433

RONDÔNIA

- Porto Velho

Rovema Veículos e Máquinas Ltda.
Tel. (069) 222-2766

- Vilhena

Rovema Veículos e Máquinas Ltda.
Tel. (069) 322-3715

SANTA CATARINA

- Concórdia

Ediba Eletro Diesel Battistella Ltda.
Tel. (049) 442-5011

- Cordilheira Alta

Ediba Eletro Diesel Battistella Ltda.
Tel. (049) 728-0111

- Itajaí

Mecânica de Veículos Piçarras Ltda. - Mevale
Tel. (047) 346-1447

- Joinville

Mecânica de Veículos Piçarras Ltda. - Meville
Tel. (047) 435-2597

- Lages

Ediba Eletro Diesel Battistella Ltda.
Tel. (048) 226-0411

- Piçarras

Mecânica de Veículos Piçarras Ltda. - Mevepi
Tel. (047) 345-0577

- Tubarão

Ediba Eletro Diesel Battistella Ltda.
Tel. (048) 626-0511

SÃO PAULO

- Aracatuba

Transcam Comércio de Veículos Ltda.
Tel. (018) 631-1010

- Araraquara

Escandinávia Veículos Ltda.
Tel. (016) 222-5766

- Bauru

Transcam Comércio de Veículos Ltda.
Tel. (014) 223-2944

- Caçapava

Codema Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (012) 253-1611

- Guarulhos

Codema Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (011) 640-2422

- Jales

Escandinávia Veículos Ltda.
Tel. (013) 632-2835

- Marília

Transcam Comércio de Veículos Ltda.
Tel. (014) 422-4144

- Osasco

Codema Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (011) 706-9900

- Ourinhos

Movesa Motores e Veículos de São Paulo S.A.
Tel. (014) 322-2933

- Porto Ferreira

Quinta Roda Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (019) 864-1890

- Presidente Prudente

Movesa Motores e Veículos de São Paulo S.A.
Tel. (018) 221-4522

- Registro

Codema Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (013) 821-6711

- Ribeirão Preto

Escandinávia Veículos Ltda.
Tel. (016) 826-9900

- Santo André

Codema Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (011) 447-2755

- Santos

Codema Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (013) 230-2980

- São José do Rio Preto

Escandinávia Veículos Ltda.
Tel. (017) 225-1166

- São Paulo

Codema Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (011) 876-4777 (Piqueri)
Codema Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (011) 6954-0422 (Vila Maria)

- Sorocaba

Codema Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (015) 221-2838

- Sumaré

Quinta Roda Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (019) 854-1690

SERGIPE

- Aracaju (Nossa Senhora do Socorro)

Movesa Motores e Veículos do Nordeste S.A.
Tel. (079) 253-1204

TOCANTINS

- Gurupi

Vespa Veículos Pesados Ltda.
Tel. (063) 714-1440

MOTORES

AMAZONAS

- Manaus

Arapaima Motores e Veículos Ltda.
Tel. (092) 237-4043

BAHIA

- Barreiras

Movesa Motores e Veículos Nordeste S.A.
Tel. (077) 811-4831

- Salvador

Movesa Motores e Veículos do Nordeste S.A.
Tel. (071) 301-9911

CEARÁ

- Fortaleza

Cevepe - Ceará Veículos Pesados Ltda.
Tel. (085) 279-3355

ESPÍRITO SANTO

- Vitória (Viana)

Venac - Veículos Nacionais Ltda.
Tel. (027) 336-7944

MARANHÃO

- São Luís

Alpha Máquinas e Veículos do Nordeste S.A.
Tel. (096) 245-1919

MINAS GERAIS

- Belo Horizonte

Euminas Máquinas e Equipamentos Ltda.
Tel. (031) 441-2400

PARÁ

- Belém (Ananindeua)

Guatapará Motores e Veículos Ltda.
Tel. (091) 255-3011

- Santarém

Motomap - Motores e Peças Ltda.
Tel. (091) 523-1109

PARANÁ

- Cascavel

Cofrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.
Tel. (045) 225-6011

- Curitiba

Cofrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.
Tel. (041) 362-1515

- Foz do Iguaçu

Cofrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.
Tel. (045) 522-1444

- Guarapuava

VOCÊ PERGUNTA, A SCANIA RESPONDE...

QUANTO CUSTA O ACORDO DE MANUTENÇÃO SCANIA?

Usando um programa de computador exclusivo - o Scania Main - podemos definir os custos de manutenção preventiva de seu Scania de maneira bastante precisa.

Cada acordo, é um programa de manutenção preventiva, exclusivo de cada caminhão.

Tem como base um número de variáveis importantes, como tipo do veículo, utilização, qualidade das estradas, quilometragem percorrida, etc.

Esses números nos permitem calcular o custo do Acordo de Manutenção Scania.

QUAL A VANTAGEM DE UM ACORDO DE MANUTENÇÃO?

A manutenção preventiva, fundamento básico do Acordo de Manutenção Scania, é realizada por mecânicos especializados, utilizando equipamentos, ferramentas e instalações adequadas e peças genuínas.

Tudo isto, confere a máxima confiabilidade na manutenção preventiva de seu veículo e, o mais importante, com um custo previamente

conhecido.

Com o Acordo de Manutenção Scania, seu veículo estará sempre mais disponível para o trabalho, sem a inconveniência de paradas imprevistas. Ou seja, obtém menor custo operacional, custo mais baixo por tonelada transportada e, conseqüentemente, melhor rentabilidade para seus negócios.

Obtenha informações completas sobre o Acordo de Manutenção no seu Concessionário Scania.

