

Rei da Estrada

ANO XVII, NÚMERO 77



NOVEMBRO/DEZEMBRO 1998



Todo Cuidado é Pouco

Os novos caminhões da Série 4 são os preferidos em um dos mais delicados segmentos do transporte de carga: gases e combustíveis



**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:
José Caldas.

**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.

Um ano para a história

Jorma Halonen - Presidente da Scania Latin America

Estamos chegando ao fim de mais um ano. Esse, em particular, foi um ano bem diferente para todos os brasileiros em vários aspectos. Podemos até dizer que 1998 vai ficar para sempre em nossa memória. Tivemos uma eleição presidencial. Nos esportes, tivemos a Copa do Mundo. A seleção não trouxe o pentacampeonato para casa, mas fez bonito com um honroso segundo lugar. Na Copa, inclusive, a Scania também marcou presença. Lá estavam nossos ônibus rodoviários K124 que transportaram todas as delegações de todos os países.

Antes da Copa, a Scania promoveu na América Latina o maior lançamento de toda sua história de mais de 40 anos na região. Em março, lançamos os caminhões da Série 4. E, em maio, os ônibus urbanos, de fretamento e intermunicipais. Com esses lançamentos, passamos a comercializar o mesmo produto em todos os mercados do mundo em que atuamos. Não há mais nenhuma diferença tecnológica entre nossos veículos. Os caminhões e ônibus da marca que rodam hoje na Europa são os mesmos que rodam na América Latina. Estamos produzindo em nossas fábricas da Argentina, Brasil e México veículos modernos e avançados. Investimos nessas fábricas e no treinamento de nosso pessoal para fabricar caminhões e ônibus da melhor qualidade.

Depois da Copa, em setembro, foi a vez dos ônibus rodoviários. Apresentamos ao mercado nacional e latino-americano os chassis K124 e K94. O primeiro, um autêntico estradeiro. O ônibus da Copa. O segundo, um veículo concebido para aplicação em fretamen-



Emmanuel A. P.

to e viagens mais curtas. Com o lançamento desses ônibus, concluímos toda a gama de veículos da Série 4 na América Latina. São caminhões e ônibus que atendem às necessidades do transportador.

Porém, apesar da grandiosidade de nossos lançamentos, 1998 foi

mesmo um ano diferente. E difícil. Em meio ao lançamento de nossa nova linha de produtos, uma crise financeira abalou o mundo. Como era de se esperar, o mercado como um todo se retraiu. No Brasil, juros mais elevados e um clima de insegurança esfriaram as vendas de caminhões e ônibus, principalmente neste segundo semestre. Mas todas essas incertezas não abalam nossa credibilidade no potencial do mercado brasileiro. Ao contrário. Estamos atentos e agora, mais do que nunca, vamos trabalhar para continuar oferecendo a nossos clientes o melhor em transporte. Não vamos oferecer somente produtos de última geração, vamos oferecer também pacotes completos de serviços antes, durante e após a venda de nossos veículos. Através de nossa rede de concessionárias, que cobre todo o território nacional, também teremos condições de ouvir mais e entender mais as necessidades de nossos clientes. Essa é a idéia. Afinal, a crise é passageira, a concorrência não. E, nesse campo, não estamos jogando para sermos vice.



4

Caminhões

Empresas especializadas em cargas perigosas estão renovando suas frotas de pesados com os novos Scania da Série 4.

8

Ônibus

Goiânia faz grandes reformas em sua infraestrutura viária para melhorar o transporte urbano de passageiros.

10

Qualidade

A onda da qualidade chega às transportadoras.

12

Embarcações

Motores marítimos da Scania são os preferidos para lanchas de grande porte.

14

Pós-Venda

Mais baratas e com garantia de um ano, peças remanufaturadas Scania são cada vez mais procuradas pelos transportadores.

16

Entrevista

Anders Gustavsson, diretor da área de Suporte às Vendas da América Latina, quer conhecer em detalhes cada mercado da região.

18

Fretes

Quais são os fretes mais interessantes do mercado?

20

Expobus

Show na apresentação dos novos rodoviários da Scania no maior evento de ônibus da América Latina.

22

Fatos

Quando a confiança é tudo

Os riscos que envolvem o transporte de cargas perigosas como combustíveis, gases ou produtos químicos fazem da escolha do equipamento um item decisivo para o sucesso da operação

Reportagem: Roberto Queiroz / Fotos: José Caldas / Emanuel A. P.

Diferente de qualquer outra modalidade de transporte, o trabalho com cargas perigosas, como o próprio nome já enuncia, é uma operação complicada. Um erro pode comprometer não só a carga mas toda uma comunidade. Por isso, nesse setor, a importância do caminhão é vital. “No transporte de óleo combustível e ácido nítrico usamos basicamente veículos Scania. É uma relação de confiança com os produtos da marca”, afirma Paulo Ricardo Ossani, da Transporte Cavalinho, de Vacaria, no Rio Grande do Sul.

Os caminhões Scania sempre estiveram presentes no transporte de cargas perigosas. Grandes empresas especializadas nesse segmento como a White Martins, Contatto, Ital Transportes e Palmares Transportes contabilizam em suas frotas veículos da marca. A relação é de confiança, mas também de responsabilidade. Dessa forma se pode definir a parceria entre Scania e White Martins, um dos maiores frotistas da marca no País e um dos grandes operadores de transporte no segmento de produtos enquadrados como carga perigosa, caso dos gases do ar e ainda de gás carbônico.

A operação da White Martins é de porte gigantesco. De âmbito nacional. Envolve uma frota de quase 150 cavalos mecânicos, dos quais 75% são Scania. Na verdade, o cliente está em fase de retomada de seu melhor relacionamento com a marca.

Segundo Nélcio Alves da Silva, gerente de distribuição de líquidos, foram comprados 11 caminhões que começaram a operar em outubro. Serão dois a três meses de rigorosas avaliações, mas com prazo até março para as definições.

A explicação para essa perspectiva é simples. Cerca de 110 desses cavalos mecânicos foram adquiridos junto à Scania em 1996, pelo regime de leasing operacional. Na verdade, foram inicialmente 85 unidades, às quais logo foram acrescentadas outras 25. Como o contrato firmado foi de 36 meses, a empresa está justamente à beira de uma maciça renovação da maior parte de sua frota, quase que toda de uma só vez.

“Os prospectos são maravilhosos, os caminhões são muito bonitos e as especificações técnicas prometem muito. Mas precisamos ver isso tudo na prática”, afirma Ambrósio de Souza Lima, especialista em distribuição de líquidos da companhia. Com um negócio ainda muito recente, os veículos não chegaram a ser testados e o cliente, feito São Tomé profissional, quer comprovar na estrada o que a novidade sugere.

Ajuste de Padrões

A White Martins, conta Nélcio, costuma trocar seus caminhões para obter o melhor rendimento de seus tanques, todos de fabricação pró-



Caminhões da Série 4: redução de custos operacionais

pria. “Rodamos sempre dentro do peso de balança, mas com 45 toneladas, pelo Brasil inteiro. Temos 16 fábricas do Amazonas até o Rio Grande do Sul”, diz.

Esse primeiro lote de 11 caminhões da Série 4, todos do tipo R124 360, segue o critério de ajuste de padrões do cliente. Três deles já vêm de fábrica com terceiro eixo, em 6x2, e inclusive com o Scania Retarder. Os demais chegaram como 4x2, mas foram trucados na Randon, segundo o costume da empresa. Conforme o resultado, as próximas compras poderão prever a configuração 6x2 original.

“Pelo programa de implantação”, informa Nélio, “os três 6x2 de fábrica, que vêm sem tomada de força, serão utilizados somente no transporte de gás carbônico, cobrindo o eixo Rio-São Paulo e interior do Estado”. Os oito restantes, que receberam terceiro eixo, buzina a ar e chave geral, ficarão na base de Jacareí, interior paulista, operando com os gases do ar, caso do oxigênio, nitrogênio e argônio.

Em termos de mecânica, os técnicos da White Martins devem prestar muita atenção ao desempenho dos novos Série 4, especificamente em

itens que costumam ser muito exigidos em sua operação. Estão nesse caso a caixa de câmbio, os pneus dianteiros e componentes que possam apresentar vazamentos de óleo diesel ou lubrificante.

“De itens novos, como o Scania Retarder, do qual não temos parâmetros anteriores para comparação, o que desejamos é obter vantagens de redução dos custos operacionais”, revela Ambrósio de Lima.

A White Martins já equipa todos os seus caminhões com o Redac, ao qual são acoplados diversos sensores. Trata-se de um leitor de dados com um cartucho de leitura que é retirado para a transferência de informações à administração da empresa. Além disso, estão sendo mantidos contatos com uma administradora de equipamentos de rastreamento, estilo GPS, para possível atendimento a toda a frota.

Os gases do ar são transportados em vasos criogênicos a uma temperatura de 186 graus negativos, enquanto o CO₂ exige 25 graus negativos. Devido à responsabilidade em termos de segurança e ainda pela necessidade do cliente, a empresa dá muito valor à confiabilidade do equipamento. “Queremos ter certeza de que todo veículo nosso que sai, efetivamente, chegue a seu destino”, comenta Nélio.

O perfil dos clientes dos produtos oferecidos pela White Martins justifica o grande nível de exigências. Em termos de volumes consumidos, os principais são indústrias como siderúrgicas ou fabricantes de vidros. Mas os chamados clientes estratégicos não são menos importantes, devido a suas aplicações mais nobres, como na área hospitalar.

Os prejuízos podem ser incalculáveis, tanto no caso de uma indústria pesada forçada a paralisar sua produção, quanto no caso de uma vida hu-



mana colocada em risco pela falta de oxigênio hospitalar. Por isso, a empresa acha que não vale a pena correr riscos. "O preço é apenas um fator dentro da exigência de qualidade", esclarece Nélcio Alves. "Temos uma especificação rigorosa a seguir e o que fazemos é procurar, dentro da necessidade técnica, o melhor custo". Na verdade, a White Martins está pagando para ver, na expectativa de que os novos caminhões superem o desempenho da série anterior, que já era muito bom.

A frota da companhia roda em média 12 mil km/mês, mas nos casos de operação 24 horas, essa quilometragem salta para 25 ou até 28 mil km/mês. O maior exemplo dessa condição operacional está na linha Juiz de Fora/Vitória. Apesar da distância de apenas 550 km em cada perna, o volume da demanda supera as 100 toneladas/dia.

Contattos Imediatos

Com sua base principal na cidade paulista de Limeira, próxima a Campinas, a Transportadora Contatto é, de longe, o maior operador brasileiro do transporte de GLP, o chamado gás de cozinha, e um dos três principais da América Latina.

Frotista exclusiva Scania, a empresa também já experimentou outras marcas, no passado, mas sem atingir o mesmo rendimento em rentabilidade e produtividade. "Nossa idade média está em 3,2 anos", garante o empresário Alfredo Contatto.

Sua frota conta com 280 caminhões Scania, todos 6x2 trucados em oficina própria, mais 27 veículos de apoio, entre ônibus, guinchos, pickups e automóveis da administração, além de 182 carretas tanque e 13 gaiolas. Os vasos das carretas têm capacidade variada entre 40.000 e 49.500 litros, sendo em grande parte originários da empresa Trinity, do México.

A Contatto já recebeu 12 unidades dos modelos novos, todas com motor eletrônico, e se prepara para testar um 6x2 de fábrica com Scania Retarder. Tradicional adepto da cabina tipo T, Alfredo Contatto pode mudar alguns hábitos a partir do Série 4. Entre ou-



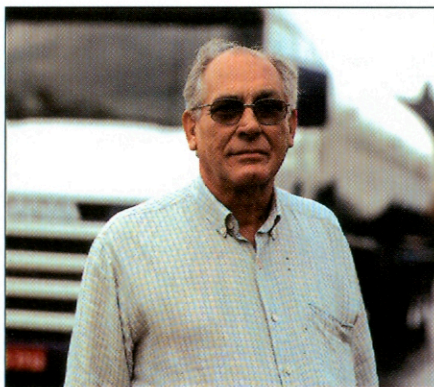
Nos caminhões,
a garantia do
indispensável
gás de cozinha

tros detalhes, está testando as diferenças entre os modelos T e R, e até componentes como ABS e Scania Retarder.

Depois de muito tempo fazendo toda sua manutenção dentro de casa, admite negociar um contrato de atendimento com a concessionária Quinta Roda, de Campinas, mas somente para os caminhões da Série 4. "Isso está em estudo, pois antigamente não havia essa alternativa", justifica o empresário.

Sistema de Trabalho

A Contatto roda em média cerca de 4,3 milhões de km/mês, gastando mais de 2 milhões de litros de óleo diesel no período. Em média, um caminhão da frota roda 15.500 km/mês, mas em alguns casos essa quilometragem ultrapassa os 21.000 km.



"Estamos estudando a possibilidade de fazer o acordo de manutenção para os novos caminhões"

Alfredo Contatto, da Transportadora Contatto

Seus carregamentos são feitos em Paulínia, São José dos Campos, Araucária, Utingás (em Santa Catarina), Camaçari e Porto Alegre e

depois distribuídos por 43 terminais por todo o País. A rota mais longa enfrentada por seus caminhões tem 3.060 km de distância entre Cuiabá, no Mato Grosso e Gurupi, no Tocantins.

O sistema de trabalho da Contatto procura otimizar ao máximo o uso dos caminhões e a capacidade dos motoristas que, por isso, tem de ser preservada. Operando frequentemente em linhas longas, a transportadora providencia uma troca de motoristas a cada 800 ou, no máximo, 1000 km.

Mas antes de cair no mundo, contudo, os mais de 400 motoristas da casa precisaram passar por uma rigorosa bateria de avaliação, que começa pela seleção e inclui também teste prático, treinamento e uma semana de curso sobre direção defensiva e carga perigosa. 🚚

Setor é Referência de Operação Exemplar

O transporte de cargas perigosas no Brasil revela números magistrais, porém nada que seja absolutamente confiável, em termos globais do setor. Pelo menos até o ponto que se conhece, pois não existem estatísticas completas. Justamente para resolver essa deficiência, a NTC está realizando um trabalho unificando dados dessa movimentação em tanques ou carga geral.

José Tardivo, assessor da entidade, lembra que, em termos de volume, o combustível representa 60% do transporte de cargas perigosas, cabendo 20% ao GLP, mais 15% aos químicos em geral e corrosivos e ainda 5% ao segmento de produtos embalados, solventes e outras miudezas.

Os números não deixam dúvidas sobre a importância econômica da atividade. Conforme dados do Sindicato dos Distribuidores de Combustível (Sindicom), existem no Brasil cerca de 25 mil postos de serviço, com uma média de 400 mil litros/mês cada um. Basta uma simples operação aritmética para se chegar a um volume total transportado de 10 milhões m³/mês.

Se uma carreta tanque padrão tem 25 mil litros, isso representa 400.000 viagens. Assim, se considerarmos como média o número de 23 dias trabalhados no mês, a 1 viagem/dia por unidade, vamos a 17.000 viagens/dia.

A quantidade de empresas operadoras também vem se alterando substancialmente, em função da abertu-

ra de mercado. Há muitas desistindo, com a contrapartida de que diversos grupos de grande porte estão chegando.

São Paulo, como é de se esperar, responde pela maior parte do movimento e pela concentração de operadores. No combustível, cerca de 60% do volume transportado é de responsabilidade de apenas 8 empresas, todas de grande porte.

Na área de químicos não se encontra um panorama muito diferente. Cerca de 80% do volume está concentrado nas rodas de 8 empresas de São Paulo e da Região Sul. Idem no GLP, com uma concentração de 90% em seis empresas.

Ao contrário do que ocorre com o grosso da frota nacional de caminhões, no setor das cargas perigosas a idade média é até baixa. Entre os caminhões extrapesados, é de 6 anos. Nos semi-pesados, sobe para 12 anos e, nos médios, atinge 14 anos.

"Esses mais antigos, como os FNM, deixam a desejar em segurança e eficiência", observa José Tardivo. Em sua opinião, não se deve olhar apenas para a idade do caminhão, mas também para a tecnologia envolvida.

A NTC está desenvolvendo uma proposta, a ser encaminhada às autoridades, pela qual fica limitada a 7 anos a idade máxima do caminhão e a 10 anos a do equipamento, por questões de segurança.

De Ônibus é Melhor

Goiânia reforma seu principal eixo viário de transporte de passageiros e investe na renovação de sua frota com ônibus Scania.

Reportagem: Paulo José da Silva / Fotos: Itamar Sandoval

Goiânia já não é mais a mesma. Há pouco mais de 120 dias a capital de Goiás teve a sua vida totalmente transformada. Como passe de mágica, o maior e mais tradicional eixo de transporte viário de passageiros urbanos da cidade foi totalmente destruído. Os 13,5 km que cortam a cidade de ponta-a-ponta passou por uma completa reestruturação, cedendo lugar a um projeto viário arrojado. Além disso, a cidade foi a primeira que recebeu os modernos ônibus urbanos da Série 4.

Falar do futuro do transporte coletivo de Goiânia sem antes passar pela sua história é praticamente impossível. A cidade cresceu rapidamente. Hoje com 65 anos de fundação, Goiânia tem uma população flutuante de 1,2 milhão de habitantes e um grande desafio para o próximo milênio: o transporte urbano de passageiros.

É com esta visão futurista e de necessidade atual, que governo e empresários do segmento partiram para uma empreitada ambiciosa: transformar este serviço no melhor já oferecido no Brasil. A Rápido Araguaia, uma das mais tradicionais empresas do setor de transporte urbano de Goiás, saiu na frente. E o primeiro pas-

so foi dotar sua frota com os ônibus Scania da Série 4. Fundada por Odilon Santos, a empresa é presidida atualmente pelo seu filho, Odilon Walter dos Santos, que vem garantindo um crescimento estrutural sem igual.

A política de modernização e ampliação da frota de ônibus vem garantindo à Rápido Araguaia o título de maior frota Scania de Goiás e do Centro-Oeste. Em 1992, a em-

presa começou a oferecer os ônibus da marca como uma solução inteligente ao transporte urbano. “Com menos ônibus nas ruas, levamos mais passageiros”, explica Santos.

Atualmente a empresa tem, só em Goiânia, uma frota de 400 unidades circulando em diversas linhas – corredores e alimentadoras do eixo central do transporte coletivo da Capital, o eixo Anhangüera controlado pela Metrobus – que interliga todos os bairros e cidades que formam a Grande Goiânia.

Segundo o diretor adjunto da Rápido Araguaia, José Fernandes, o motivo da preferência por ônibus Scania é a união de diversos fatores exigidos por qualquer empresa de transporte de massa: maior capacidade de transporte acumulado por viagem, resistência em operação e conforto para o passageiro, além de pós-venda e manutenção eficientes. “Isto para a Rápido Araguaia tornou-se mais uma filosofia do que propriamente um negócio”, argumenta Fernandes.

Série L94

Não é por outro motivo que a Rápido Araguaia está ampliando a frota em mais 75 novos modelos da marca (F e o L94, piso baixo),



Mais espaço nas plataformas de embarque



Com os novos Scania, maior satisfação da população

veículos recentemente lançados pela Scania. Para Fernandes, os ônibus da Scania são ideais para operar no novo sistema de transporte da cidade que vai priorizar os corredores exclusivos. Segundo ele, 'os novos modelos da marca atendem a este mercado, que busca uma maior satisfação da população, principalmente no que diz respeito à emissão de poluentes, conforto, segurança e encarroçamento mais alongado, chegando a ganhar cerca de 1,2 metro de espaço útil por unidade, o equivalente a 10% de ganho real. "Isso é tudo o que nós queremos e só o chassi Scania oferece", afirma.

A nova frota Scania entrou em pleno funcionamento em outubro, com a liberação do Eixo Anhangüera, que exigirá mais rapidez e efici-

ência das empresas que estão nas pontas (linhas e eixos intermediários), alimentando ou escoando o fluxo de passageiros.

A Rápido Araguaia é uma das maiores empresas do conglomerado urbano de Goiânia, responsável pelo transporte de grande parte dos passageiros que trafegam através deste modal. Atualmente ela opera em 280 linhas e emprega cerca de 3.200 funcionários.

Eixo Anhangüera

Após 20 anos de operação, o Eixo Anhangüera passou por uma reforma geral. Ou melhor, foi totalmente reconstruído. O eixo atende agora a modernos padrões de tecnologia e de segurança viária. A nova configuração do sistema viário do eixo foi pro-

jetada para garantir uma sobrevida de mais 15 anos. "Hoje colocamos uma configuração totalmente diferente da anterior. Elevamos as plataformas de embarque que passam a ter agora um espaço de 60 metros quadrados e retiramos as catracas internas para melhorar a circulação dos usuários", garante Antônio Alberto Basílio, engenheiro civil, presidente da Transurb.

No Eixo Anhangüera são transportados cerca de 150 mil passageiros por dia. A diretoria da Transurb e da Metrobus, empresas que fiscalizam e operacionalizam os 13,5 km, projetam um aumento na demanda. As novidades apresentadas irão oferecer maior comodidade para a população, que poderá optar por deixar de andar de transporte próprio e usar os novos coletivos. 🌿



Na expresso Araçatuba, preocupação em oferecer uma solução completa no transporte

O Sobrenome da Excelência

Maior competitividade leva transportadoras a buscar a ISO 9000 e melhorar cada vez mais os serviços oferecidos a seus clientes

Reportagem: Valdeci Verdelho / Foto: Samuel Iavelberg

Toda empresa que se preza sempre vai ao mercado apregoando sua qualidade. “Produtos de primeira qualidade”, “serviços com alto padrão de qualidade” são anúncios ditos e repetidos desde o escritório de uma poderosa multinacional até a feira livre da esquina como uma espécie de slogan comum para atrair clientes. Durante décadas seguidas, todos que faziam da qualidade sua palavra mágica, independente do que ofereciam de fato aos seus compradores, estavam no mesmo nível. Nos últimos anos isso começou a mudar e a qualidade ganhou um sobrenome para ser conferido a quem realmente se dedica à excelência no mundo dos negócios. Famoso em uma centena de países, este sobrenome que certifica a qualidade é o da respeitável família ISO 9000, nascida

da International Organization for Standardization, uma entidade independente criada em 1946 em Genebra, Suíça, cujas normas se aplicam a qualquer tipo de atividade, indústria, comércio, prestação de serviço, instituições públicas, ou entidades de classe.

Com a implantação da ISO 9000 uma empresa se valoriza no mercado e se diferencia dos concorrentes. O mais importante é a mudança significativa que se processa dentro desta empresa. A rigor, a ISO 9000 distingue quem se submete a um sistema de gestão, adotando uma forma moderna de administrar a empresa. Este sistema de gestão, baseado na implantação de procedimentos, normas, parâmetros, controles, treinamento intensivo do pessoal e o acompanhamento sistemático de tudo isto através de

auditorias permanentes, é que assegura as condições indispensáveis para se produzir ou prestar serviços com um padrão constante de qualidade.

Em consequência do processo – e não como objetivo em si – a implantação da ISO 9000 eleva o grau de eficiência da empresa gerando vantagens como: prazos mais confiáveis; menor risco de sinistros, desvios e avarias; maior produtividade; clientes mais satisfeitos; e melhoria da imagem.

Em 1994, quando se deu a primeira certificação de uma transportadora no Brasil, concedida à Americana, em São Paulo, havia um total de 433 empresas dos mais diversos segmentos com certificado da ISO 9000 no País. Passados quatro anos, o número total já chega a quase 3.500 empresas certificadas. As transportadoras come-

cam a se movimentar para também carregar esse selo de qualidade. Embora não seja incompatível com a empresa familiar – que é o tipo de negócio predominante no setor – a implantação da ISO 9000 exige do proprietário uma total predisposição para mudanças. E aí reside um aspecto cultural no qual os especialistas identificam o freio que impede maior velocidade na concessão de certificados ISO 9000 para transportadoras. “Sem um total comprometimento da alta direção das transportadoras, os programas de implantação de um novo modelo de gestão da qualidade não deslancham”, observa o professor José Joaquim do Amaral Ferreira, Diretor para Certificação da Fundação Carlos Alberto Vanzolini, instituição vinculada à Escola Politécnica da Universidade São Paulo, que foi a primeira certificadora credenciada no Brasil.

Ultrapassada a barreira da resistência cultural, o percurso que leva à certificação não chega a ser sinuoso. Dentro da família ISO 9000, composta pelas normas 9001, 9002 e 9003 (esta muito simples e raramente utilizada), a que se aplica ao ramo transportador é a 9002, um conjunto de 20 regras que têm de ser minuciosamente implantadas. Para tanto, é necessário buscar uma consultoria especializada em qualidade que possa desenvolver o trabalho internamente e, ao mesmo tempo, iniciar o treinamento específico sobre ISO 9000, das pessoas mais qualificadas e de confiança dentro da organização tanto na matriz quanto nas filiais.

Do início do processo até o momento da certificação, passando pelo treinamento que envolve todo o conjunto de funcionários e, eventualmente, alguma modernização de in-

fraestrutura, sobretudo em informática, são necessários 10 a 12 meses de intenso trabalho e plena dedicação.


Quando se fala de treinamento para implantação da ISO 9000 há dois planos a serem contemplados. O do treinamento na forma de instrução para o desempenho de tarefas específicas e o treinamento que rima com envolvimento, destinado a comprometer e mobilizar os funcionários em torno de objetivos estabelecidos pela organização. “Essa ampla dimensão do treinamento é essencial” confirma Ivo José Dietrich, Diretor Geral do Expresso Araçatuba, que pretende conquistar seu certificado de ISO 9000 nos próximos meses. Dietrich foi diretor da antiga TNT no período em que a empresa (hoje absorvida pela Kwikasair) obteve a certificação e conhece bem o assunto. “Do momento que a direção toma a decisão política de fazer qualidade para valer – já que este é ponto de partida – até se receber o certificado há um trajeto longo e difícil a ser cumprido”, ensina.

Operando no Centro-Oeste, Norte e Oeste do Brasil com uma frota de 400 veículos que movimentam 20 mil toneladas e 60 mil conhecimentos por mês, o Expresso Araçatuba começou a se preparar para implantação da qualidade certificada há quatro anos. Desde então, toda a organização tem sido mobilizada para esta meta dentro de um enfoque mais amplo, que não

se restringe a receber a ISO 9000. “Não queremos apenas exibir o certificado, e sim apresentar qualidade de padrão internacional em toda a operação e no atendimento aos clientes”, observa Dietrich.

O primeiro passo neste sentido foi a criação dos times de qualidade, que funcionam como uma espécie de células geradoras e propulsoras da qualidade reunindo funcionários tanto da matriz, em São Paulo, quanto de filiais em Rondônia ou Roraima.

Incluir as filiais é outro ponto que jamais pode ser desconsiderado na implantação de ISO 9000 numa transportadora. “Este é o grande desafio e ao mesmo tempo um aspecto fundamental”, relata Érica Pereira, Superintendente Executiva da pernambucana Rapidão Cometa. Com uma frota de 500 veículos, movimentando mensalmente 30 mil toneladas e 80 mil conhecimentos, a empresa mantém filiais de Belém a Porto Alegre a 3.805 quilômetros da matriz. “A certificação nas filiais é difícil e dispendiosa, mas é a melhor forma de garantir a uniformização, fazendo com que a empresa tenha a mesma linguagem, o mesmo objetivo e a mesma filosofia em todos os lugares nos quais operamos”, afirma.

Comemorando um ano da certificação da matriz e das primeiras seis filiais, a empresa comandada por Américo Pereira, pai de Érica, está satisfeita com o que tem investido na certificação. “Estamos aumentando nosso faturamento que este ano deve chegar a 140 milhões de reais porque cada cliente satisfeito comenta sobre a qualidade do nosso serviço no mercado e nos leva a outros clientes”, conclui a Superintendente do Rapidão Cometa. 

O Caminho da Certificação

- Tenha a firme determinação de mudar a cultura da sua empresa.
- Inicie uma vigorosa operação de convencimento e comprometimento, de cima para baixo, envolvendo toda a organização.
- Entre em contato com as instituições certificadoras para obter informações sobre cursos específicos e outras orientações.
- Ligue para transportadoras já certificadas pedindo dicas e indicação de consultorias confiáveis.
- Esteja disposto a investir em treinamento de todo o seu pessoal.
- Não se esqueça de incluir as filiais no seu plano.
- Esteja preparado para enfrentar e superar resistências internas.

Vôo Rasante nas Águas

A família de motores Scania específicos para barcos evoluiu muito ao longo do tempo. O mais recente exemplar, DSI 1175 M, está fazendo a alegria dos esportes náuticos.

Reportagem: Marcelo Bartholomei / Foto: Arquivo Scania

Os iates de lazer agora contam com a mais recente versão dos motores da Scania desenvolvidos especificamente para propulsão náutica, o DSI 1175 M. Esse motor foi apresentado no salão náutico Rio Boat Show 98. Logo após o evento, dois desses motores foram adquiridos para equipar o iate Big Boss, que navega no eixo do litoral carioca.

Os motores vão repotenciar a embarcação, uma tendência que atualmente está sendo largamente utilizada no Brasil.

Fabricados em São Bernardo do Campo especificamente para embar-

cações de lazer (acima de 41 pés), os motores possuem seis cilindros em linha, capacidade volumétrica de 11 litros (ou 11.000 cm³) e desenvolvem 600 HP a 2.200 rpm de potência máxima.



O novo motor náutico da Scania é ideal para lanchas acima de 41 pés

Foram acoplados a dois reversiones com relação de redução 1.58:1, que desempenham o papel de reduzir a rotação no eixo da hélice do barco. As hélices, de 28 polegadas – uma para cada motor – possuem quatro pás.

Cada um dos dois motores pesa 1.125 kg. A relação peso/potência, um item importante quando se trata do desempenho de embarcações, é de 1,87 kg por HP. “Nesse tipo de embarcação essa relação é importante, pois é ela que traz a diferença num caso de repotenciamento de motores. Por exemplo, nesse caso, a relação

peso/potência diminui de 3,02 kg/hp para 1,87 kg/hp, e essa diferença fica nítida quando comparamos o desempenho da embarcação com os novos motores”, explica Daniel Salum, representante de vendas e pós-vendas da Scania, que faz o atendimento a esses clientes.


Os novos motores vêm substituir os modelos antigos, que eram denominados Scania DSI 1140 M, e conferiam menor potência – 375 HP a 2.100 rpm. Eles trazem a vantagem de proporcionar 225 HP a mais de potência o que faz o iate desenvolver maior velocidade – 23 nós, ou 42 km/h, contra 33 nós, ou aproximadamente 62 km/h.

Opiniões positivas

Como a maioria dos barcos que utilizam esse tipo de motor, o casco do Big Boss é do tipo planador – ou seja, em velocidade máxima ele fica planando sobre a água.

O desempenho do motor faz a alegria de alguns marujos que já tiveram contato com ele. “Este barco nunca havia chegado a uma velocidade tão grande, acredito que nenhum 48 pés deste tipo alcançou essa velocidade”, explicou o marinheiro José da Silva Oliveira, piloto da embarcação.

Outros experientes técnicos de construção naval, como o engenheiro Ronny Leão, responsável pela instalação e que trabalha nas marinas do Rio de Janeiro, e o instalador Wanderluber Silva, que fez as alterações do casco, também ficaram entusiasmados com a elasticidade e o desempenho.

“Com certeza esses novos motores DSI 1175 M vão cair no gosto dos iatistas”, afirmou Ronny. 

Motores Scania para uso náutico

A Scania Latin America começou a colocar motores náuticos no mercado a partir da década de 80, lançando os conhecidos propulsores DS 11 40M20S, de 11 litros, com 385 HPs de potência máxima e seis cilindros em linha.

Em 1988 a montadora desenvolveu um modelo mais potente, com 425 HP, para no início dos anos 90 lançar sua versão melhorada, com nada menos que 500 HP de potência. A versão atual da linha, com 600 HP, surgiu no mercado em abril de 1997.

O aumento gradativo na potência dos motores foi ocorrendo na medida em que surgia a necessidade de maior desempenho. A linha de motores náuticos Scania inclui desde os mais leves, que desenvolvem 250 HP a 1.800 rpm, até os maiores, de 750 hp a 2.200 rpm. Este último, com 14 litros de capacidade, está sendo importado da Suécia e serve para equipar iates maiores, acima de 50 pés.

Maiores informações sobre a linha náutica podem ser obtidas pelo telefone (011) 752-9488.

Um Bom Negócio

Agilidade, qualidade, preço baixo e garantia de um ano são os principais atrativos do Sistema de Troca da Scania

Reportagem: Lígia Cruz / Foto: J. C. Brasil

Até pouco tempo, falar em retífica de motores e recondicionamento de peças soava como palavrão no meio automotivo do País. Tudo tinha que ser novo para ser considerado bom. As oficinas de fundo de quintal começaram a proliferar às custas de um contingente de usuários que, em geral, amargava o descontentamento com os baixos resultados e qualidade.

Mas isso mudou. Com a competitividade crescente e o conceito de economia globalizada dominando o mercado, velhos preconceitos, felizmente, têm sido derrubados. Hoje, os próprios fabricantes estão tomando para si a responsabilidade de oferecer aos seus usuários instrumentos para baixar custos de manutenção, sem abrir mão da qualidade.

Por essa razão, a Scania decidiu desenvolver um programa de remanufatura de peças com garantia de fábrica. “Na Europa esse é um serviço consolidado há 20 anos e representa hoje 15% do faturamento da rede de concessionárias”, conta Everton Romanich Pinheiro, representante de Pós-Venda da fábrica.

Batizado de “Sistema de Troca”, esse serviço começou a ser implantado no País em outubro de 1995 e, em apenas três anos de vida, tem trazido bons resultados. “Estávamos perdendo vendas para o mercado paralelo. Agora já estamos revertendo o quadro”, relata.

Atualmente, com uma economia comprovada de até 50% na aquisição de peças em relação às novas e garantia de um ano, o cliente não precisa de mais motivos para se animar.

Para estruturar o programa, a Scania teve que investir na formação de um banco de peças novas para iniciar e alimentar o sistema, preparar a rede de concessionárias e difundir esse serviço junto aos seus clientes.

***A compra
de uma peça
remanufaturada
pode significar até
50%
de economia***

O “Sistema de troca” começou a funcionar com itens do conjunto de embreagem (platô, disco e mancal), virabrequim e unidades da parte elétrica (motor de partida, alternador, limpador de pára-brisa e compressor) dos veículos das Séries 2 e 3 e, até o final do ano, serão introduzidos os itens da Série 4, além de várias outras novidades como turbocompressores, cabeçote, bomba d’água e válvulas de freios.

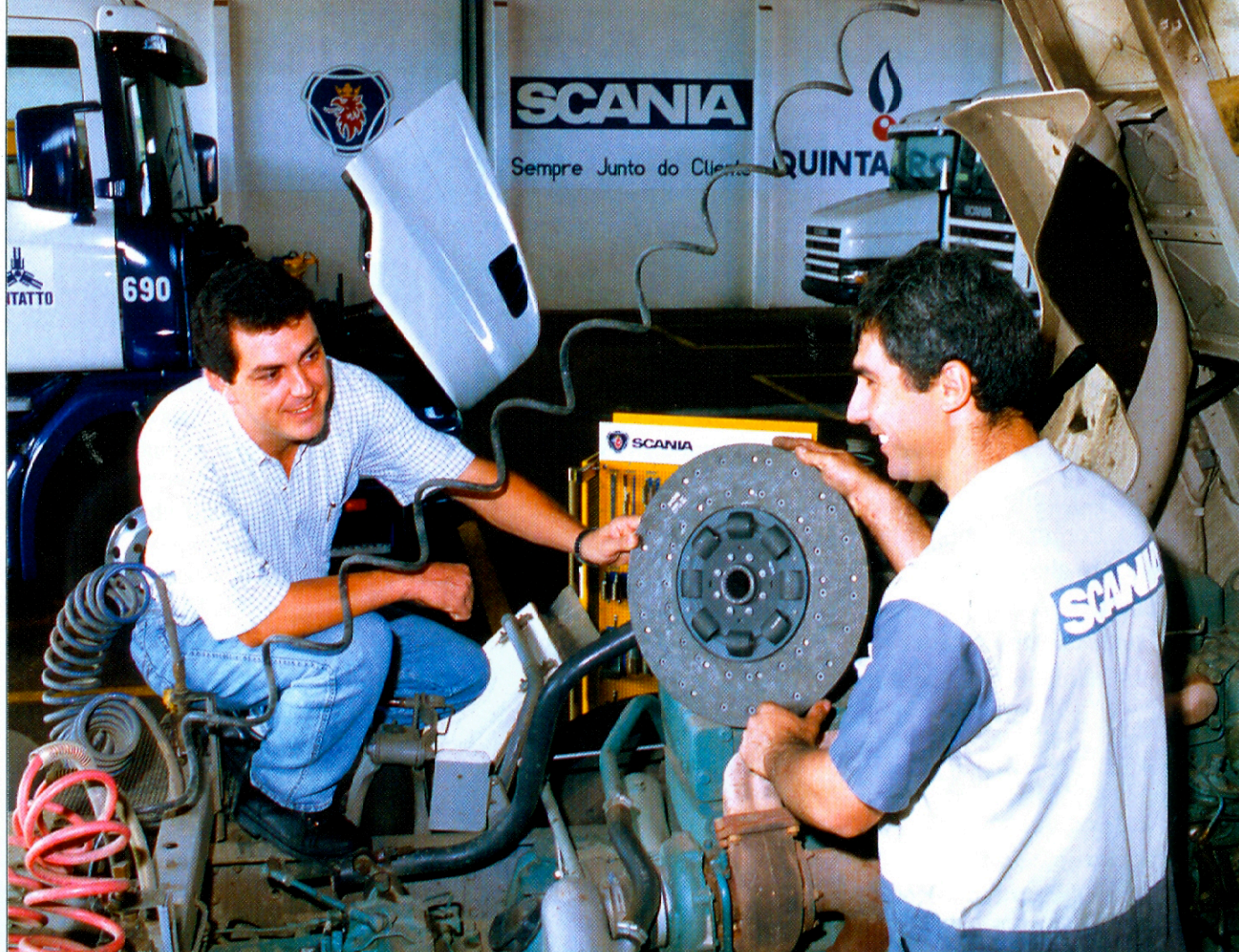
A experiência da Movesa é muito interessante: grande parte da clientela, cerca de 70%, não é da Bahia: são autônomos e caminhões de frota que passam na estrada e que aproveitam para fazer “uma paradinha estratégica” e realizar os serviços. “Como estamos na beira da estrada, resolvemos

chamar a atenção com informações sobre as peças remanufaturadas disponíveis. Mais da metade dos clientes realizam o serviço na própria loja e os campeões de venda, cerca de 50% do volume, são os discos e platôs. “Acreditamos que vamos alavancar as vendas com as turbinas e cabeçotes”, revela Voltaire Novaes Chequer, gerente geral da Movesa.

O exemplo mais interessante da concessionária baiana é o da Viação Novo Horizonte, empresa de transporte rodoviário de passageiros, dona de uma frota de 450 ônibus, dos quais 120 são Scania, que aprovou o “Sistema de Troca”. “Até encontramos no mercado paralelo peças com preço inferior, mas ninguém oferece qualidade e garantia de um ano”, ressalva José Carlos Abreu Magalhães, supervisor geral da empresa.

Segundo ele, numa pesquisa feita com platô e disco – itens mais problemáticos da operação – a empresa obteve os seguintes preços: R\$ 1.346,00 (o conjunto novo), R\$ 290,00 (recondicionado e sem garantia, no mercado paralelo,) e R\$ 390,00 (na concessionária, com garantia de um ano). Nos cálculos da Novo Horizonte, usuária do sistema há pouco mais de um ano, a qualidade da remanufaturada e a garantia fizeram a empresa optar pelo “Sistema de Troca” da Scania. “E, depois, tem a praticidade de você levar a carcaça e ter a disponibilidade de estoque de peças de boa qualidade com preço mais em conta”, diz Magalhães.

Como a empresa roda em mais de 80 cidades, só na Bahia, e ainda opera em outras regiões, como Rio de Ja-



A troca é feita na própria oficina da concessionária

neiro, São Paulo, Goiás e Brasília, a manutenção deve ser impecável – “e se puder ser mais econômica, tanto melhor”. Só na oficina de Vitória da Conquista, 160 profissionais trabalham na manutenção – lá realiza-se desde a reforma completa de veículos à retífica de pneus. Por essa razão, a Novo Horizonte prefere comprar as peças e instalá-las. O executivo conta que as peças remanufaturadas instaladas na frota há mais de um ano até o momento não apresentaram problemas. “Esperamos que a Scania forneça também itens de embreagem (servo e cuíca) e compressor de ar à base de troca”, reivindica Magalhães.

Para Francisco Roberto Carvalho da Mota, gerente de Peças da Quinta Roda, de Sumaré, São Paulo, esse serviço veio em boa hora. “Com a implantação do “Sistema de Troca” tornamos mais competitivos devido à qualidade e à garantia”, diz Francisco.

Na Quinta Roda, a animação é tamanha que o pessoal de atendimento recebeu um treinamento especial. “Mantemos sempre três especialistas no almoxarifado que atuam como juízes e júri. Eles avaliam o estado das unidades de troca recebidas e decidem se podem ser remanufaturadas ou não”, detalha Mota, ressaltando que essa etapa é importante. Itens como platô e disco são os carros-chefes da revenda. “Só precisamos divulgar mais o Sistema, para alavancar resultados”, emenda.

Um dos clientes da revenda de Sumaré, a Transportadora Contatto, cuja frota é composta por 280 caminhões-tanque da marca, veículos com 4,5 anos de vida útil em média, é um excelente exemplo do sucesso do serviço. “Já tivemos muita dor de cabeça com peças de baixa qualidade e serviços mal feitos. Depois que

formalizamos parceria com a Quinta Roda, tivemos um resultado surpreendente: elevamos a vida útil das peças remanufaturadas em 80%”, revela Emílio César Giratto da Cunha, gerente de manutenção, revelando que a frota roda 4,3 milhões de quilômetros por mês.

Antes de aderir ao “Sistema de troca”, a empresa gastava 15% do faturamento de R\$ 3 a 4 milhões por mês em peças. Hoje esse índice caiu para 10%. Além disso, a empresa que já vinha enxugando sua oficina, obteve uma economia de 80% nos custos de manutenção com os Acordos de Manutenção e a utilização de peças remanufaturadas (embreagem, alternador, motor de limpador de pára-brisa) pela Scania. “Tínhamos um estoque três vezes maior que o da Quinta Roda; hoje só temos itens de troca constante”.

Operação reconhecimento

Há pouco mais de dois meses no Brasil, Anders Gustavsson arrisca poucas palavras em português. Está aprendendo. Porém, sua principal lição agora não chega a ser exatamente o idioma de Camões, mas as nuances de um dos mais importantes mercados mundiais para a Scania: a América Latina. Gustavsson assumiu recentemente a Diretoria de Suporte às Vendas da Scania Latin America com uma prioridade: conhecer a fundo as necessidades dos transportadores de cada país da região. Sua carreira profissional na empresa começou na fábrica de automóveis Saab e, em 1990, ingressou na Scania especializando-se, principalmente, em Marketing de Serviços. Para manter a forma e matar a saudade da terra natal, Gustavsson já formou na própria Scania um competitivo e pouco comum time de hóquei com integrantes brasileiros e suecos. Faz parte de seu estilo.

Rei – *Como funciona o departamento de Suporte às Vendas na América Latina?*

A.G. – Nossa missão é conhecer o mercado latino-americano para dar suporte às unidades comerciais da Scania na região. Analisamos os mercados e suas necessidades para podermos oferecer o produto certo para cada país. Nossa estrutura compreende uma co-



Foto: Mônica Zanoni

ordenação de vendas para ônibus, uma para caminhões, uma que trata do planejamento do volume de produção e outra do planejamento do produto.

Rei – *Qual é esse suporte?*

A.G. – A filosofia da Scania é estar cada vez mais próxima de seu cliente. O caminho é ouvir os clientes e oferecer a eles não apenas um veículo, caminhão ou ônibus, mas uma solução de transporte. Isso quer dizer: serviços, opções de financiamento, pós-venda, etc. Assessoramos as unidades comerciais da Scania na América Latina com um perfil detalhado de cada mercado. Fica mais fácil satisfazer nossos clientes quando realmente conhecemos suas necessidades.

Rei – *Na sua opinião, a Scania ganha ou perde fatia do mercado brasileiro de caminhões nos próximos anos?*

A.G. – Até agora lideramos o mercado de pesados. O motivo é que o mercado tinha somente três concorrentes: Scania, Volvo e Mercedes. Porém, esse mercado não vai crescer tanto nos próximos anos e novas marcas estão chegando. Vamos dividir um bolo do mesmo tamanho com mais competidores. Nosso objetivo é manter a tradicional liderança da Scania no segmento de caminhões pesados oferecendo juntamente com nossos veículos uma série de serviços e produtos que vão desde o pré-venda, passando por opções diferenciadas e mais flexíveis de financiamentos, até um completo serviço de pós-venda. Temos que ser melhores que a concorrência e estamos nesse caminho através de um estreito relacionamento com nossa rede de concessionárias e com uma parceria com nossos clientes.

Rei – *E como fica o mercado de ônibus?*

A.G. – O Brasil apresenta um grande potencial para os ônibus Scania. Principalmente no segmento de urbanos. Com a Série 4, estamos ofere-

cendo uma gama ainda maior de produtos para entrar nesse mercado. Vamos nos concentrar nas necessidades dos frotistas, conhecer seus custos e oferecer a melhor relação custo/benefício.

Rei – *O que mudou na estratégia comercial da Scania com os veículos da Série 4?*

A.G. – Com a Série 4 muitas coisas mudaram na Scania. É uma empresa totalmente renovada. Nosso produto é global. Por isso, também nossa estratégia é globalizada. O primordial agora para a Scania é ouvir e entender o mercado em que atua. Para isso, vamos nos basear em pesquisas de mercado. Vamos coletar informações diretamente com nossos clientes. Esse projeto batizamos de SLAM (Scania Latin America Marketing). Na Europa já fizemos essa pesquisa há três anos e estamos colhendo bons resultados. No fim do ano, os pesquisadores já sairão a campo para coletar essas informações. Entraremos em 1999 com uma visão clara das exigências atuais e futuras dos clientes. Essa é uma condição indispensável para podermos direcionar a Scania no rumo certo.

Rei – *E o que fazer para a Scania marcar ainda mais presença no mercado?*

A.G. – Para vender mais caminhões e ônibus no Brasil e na América Latina, a Scania deve enfrentar exigências cada vez maiores. É preciso dar uma resposta rápida às necessidades dos clientes, não apenas no que se relaciona aos produtos mas também no que diz respeito ao pós-venda e a outros serviços ligados à propriedade e utilização dos veículos. As grandes empresas hoje em dia trabalham até 24 horas por dia. A Scania também deve estar atenta para atender essas empresas 24 horas por dia.

Rei – *Qual a diferença da Scania frente a seus concorrentes?*

A.G. – Oferecemos, dentro de nossa faixa de atuação, a maior gama de produtos do mercado brasileiro. A qualidade dos veículos da marca, outro ponto forte, é reconhecida no País há mais de 40 anos. Na produção, a globalização permite rápida transferência tecnológica e maior agilidade. Mas, o que é mais importante em um mercado competitivo, são os serviços. Nesse campo temos larga vantagem. Nossa política é estar sempre próximos aos nossos clientes. Temos uma eficiente e bem estruturada rede de concessionárias, composta por 89 revendas distribuídas em todo o território nacional. Caminhões e ônibus da marca encontrarão peças e um completo serviço de pós-venda em qualquer lugar do Brasil. E não estamos parados, vamos continuar aprimorando nossos serviços. Esse é um importante fator diferencial.

Rei – *A Scania conhece as necessidades de seus clientes?*

A.G. – Os clientes brasileiros e latino-americanos, assim como os europeus, estão cada vez mais profissionalizados e mais exigentes. Não se vendem mais caminhões ou ônibus simplesmente pela força da tradição da marca no mercado. Temos que oferecer, juntamente com os veículos, um completo pacote de serviços.

Rei – *Por que essa mudança de perfil?*

A.G. – Assim como os fabricantes de veículos, as transportadoras também enfrentam uma pesada concorrência no mercado. A relação custo/benefício passa a ser fundamental para a sobrevivência de qualquer empresa. Com isso, aumenta-se o nível de exigência na hora da compra de um caminhão ou ônibus. Estamos atentos a essas mudanças e buscando cada vez mais atender às necessidades do transporte. Queremos sair à frente na busca de soluções inteligentes no transporte de carga e de passageiros. 🌿

Carona para a carga

O motorista não conta com uma tabela de preços de fretes para fechar sua negociação com o embarcador e se baseia pelo que existe de mais concreto no setor: o perfil do mercado

Por João Geraldo • Foto: Samuel Iavelberg

Até mesmo a tabela referencial para o carreteiro, elaborada pela Confederação Nacional do Transporte (CNT), para fins de orientação das negociações de fretes entre motoristas e empresas não é cumprida. Seus valores estão muito acima daqueles praticados pelo mercado, o que, naturalmente, aumenta a insatisfação da categoria caminhoneira. Muitos admitem que esta tabela é um sonho.

Os motoristas que vivem do frete no dia-a-dia têm apenas uma noção aproximada de valores a serem cobrados. Isso acontece porque alguns fatores influenciam diretamente

no preço do transporte. O volume e o tipo de mercadoria estão entre os principais. Somam-se a isso, a região de onde sai o carregamento e a época do mês ou do ano. E para completar existem, ainda, a rota e o valor agregado da carga como fatores determinantes do valor do frete.

Há outros indicadores, mas estes já são suficientes para se ter a certeza de que o melhor negócio é aquele amparado por contrato, no qual o transportador tem uma garantia. Aliás, este é o tipo de acordo com o qual sonha a maioria dos motoristas autônomos. Neste caso,

em particular, a garantia de carga exige uma boa qualidade do serviço prestado pelo transportador.

Outro aspecto que diz respeito ao frete são os produtos que exigem veículos especializados para movimentá-los. Neste contexto se enquadram os transportadores de madeira, cargas vivas, frigorificada, cana-de-açúcar e outros. As mercadorias leves e volumosas, como tubos de pvc, por exemplo, têm sempre a preferência dos motoristas, porque são menos pesadas e geralmente o frete é combinado pela carga.



Ofertas de fretes em agência especializada no Posto Rodoshop em São Paulo

Quem entende do assunto acha que falta organização no negócio de frete, de maneira que os embarcadores ficam mais à vontade para negociar com os transportadores. Um bom exemplo é a safra de grãos, a qual atrai muitos carreteiros para a região Centro-Oeste do País no primeiro semestre de cada ano, principalmente em seu pico, entre os meses de abril e junho.

Este ano, por exemplo, chegou a se pagar R\$ 54,00 pela tonelada de soja transportada entre Primavera do Leste/MT e Ponta Grossa/PR. Depois, o preço se estabilizou em R\$ 42,00. Com certeza, muita gente reclamou e acabou carregando, afinal, é período de entressafra. A solução é resistir até o final de outubro, quando toda a safra armazenada já foi transportada para os portos e outros pontos do mercado interno e surge o frete de milho para os Estados de São Paulo, Paraná e Goiás. Os transportadores de grão têm frete até o final de fevereiro, quando começa a safrinha, também conhecida como safra precoce.

Este rodízio da colheita de grãos é certo todo ano, o que não é garantido, no entanto, são os preços do frete que variam de acordo com o resultado da colheita e, também, com volume de caminhões disponíveis para transportá-la.

O transporte de grãos tem o poder de movimentar as vendas de caminhões nas regiões produtoras. Em Rondonópolis/MT, cuja produção média de grãos gira em torno de seis milhões de toneladas (que representa 20% da safra brasileira e 60% do Estado), as vendas de caminhões aumentam significativamente entre janeiro e março. Na região de Rio Verde, em Goiás, os postos chegam a receber cerca de 150 carretas/dia.

Mas como o frete vive também de outras cargas, mais e menos desejadas, o negócio vai se tornando cada vez mais complexo. Uma viagem com frete fechado (combinado) com uma carga de cerveja entre São Paulo e

Cuiabá, por exemplo, paga-se em média, R\$ 850,00 para o motorista de uma carreta e R\$ 600,00 para o de um caminhão trucado. É bom lembrar que as despesas com pedágio e combustível normalmente são por conta do dono do veículo. Entre São Paulo e Londrina/PR o preço fechado para o motorista de uma carreta é R\$ 550,00.

“O valor do frete às vezes convence, mas não compensa”

Entre os produtos que têm o valor do frete regido pelo seu tipo, local da carga e descarga, mas que não dependem de época do ano ou do mês para ser um bom ou mau negócio se enquadra o adubo. E neste caso, o transportador pode encontrar oferta de frete no valor de R\$ 25,00 a tonelada e considerar um ótimo negócio, porque há casos em que o preço despenca pela metade.

Normalmente este tipo de carga costuma sair da Grande São Paulo ou do Litoral em direção às cidades dos Estados de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul e Goiás, justamente onde estão as lavouras que geram o frete de grãos. Muitas entregas são feitas diretamente nas fazendas produtoras. Nas mesmas rotas, o transporte de outros tipos de carga fica por R\$ 800,00.

Produtos químicos nem sempre são considerados mercadorias perigosas tanto quanto pneu ou remédio. Elas assustam muitos carreteiros pelo fato de serem visadas pelos ladrões. Há casos em que o valor do frete até convence, mas não é o suficiente para convencer certos motoristas a carregá-los.

Viagens para lugares onde é difícil conseguir carga de retorno, como o Nordeste, por exemplo, também não chamam tanto a atenção. Entre São

Paulo e Salvador, paga-se, em média, R\$ 1.600,00 para uma carreta com 25 mil quilos e R\$ 900,00 para um caminhão trucado com 13 mil quilos. Se possível, os motoristas também evitam carregar de São Paulo para lugares como Recife, João Pessoa, Natal, Aracaju e Belém. Isso sem contar que as estradas daquelas regiões estão longe de merecer elogios.

Há quem defenda que a melhor época para fretes de produtos industrializados (o Estado de São Paulo é o maior gerador de fretes) são os últimos dez dias do mês, porque as empresas querem fechar seu faturamento e despacham tudo que podem. Neste período há uma melhora, e isso é quase uma regra em todos os grandes centros.

Tratando-se de valores de fretes, quem trabalha com carreta sempre ganha um pouco mais, principalmente operando em rotas acima de 700 quilômetros, conhecidas como tiro longo. Este fato ajuda a explicar porque muitos autônomos vendem o caminhão trucado e compram um cavalo-mecânico, mesmo tratando-se de um veículo bastante rodado. O objetivo é faturar um pouco mais na carga transportada por viagem, seja frete fechado ou por tonelada.

Portanto, falar sobre frete rodoviário é falar sobre movimentação de mercadorias de todos os tipos e valores agregados, caminhões de diversificadas configurações e preços do transporte mais diferenciados ainda. Uma coisa é certa, apesar de o processo de carga ser, em boa parte, definido pelo volume de carga ou pela região, quem percorre trechos mais longos, com carreta, fatura mais. Outra, na visão dos motoristas, os valores pagos pelo frete estão sempre abaixo do desejado, assim como o salário de muitos de nós. Para eles, frete está sempre a pé e o caminhão dando carona para a carga. 🍀

• João Geraldo é editor da Revista O Carreteiro

Conforto Sobre Rodas

Durante os cinco dias de evento, a Scania apresentou seus novos chassis de ônibus rodoviário "K" da Série 4

Reportagem: Graziela Potenza / Fotos: Mônica Zanon

A Scania Latin America apresentou na Expobus'98 que aconteceu de 8 a 12 de setembro, no pavilhão da Expo Center Norte, em São Paulo, grandes lançamentos para o segmento de ônibus. Foram exibidos, além da sua linha de ônibus urbanos e intermunicipais, os novos chassis de ônibus rodoviário modelos K124 e K94 da Série 4, que permitem várias combinações das partes dianteira e traseira, desenvolvidas para atender as diversas necessidades dos clientes.

A Expobus'98 foi escolhida para o lançamento desses novos chassis por se tratar da maior feira de ônibus da América Latina. Este ano, na sua quinta edição, a mostra reuniu cerca de 200 empresas e recebeu quase 40 mil pessoas.

Para fazer jus a esse grande acontecimento, a Scania optou em realizar uma apresentação seguindo o mesmo estilo de seus últimos lançamentos de produtos. Ou seja, com shows bem organizados que transmitissem todas as informações necessárias sobre os produtos, mas de maneira descontraída e agradável para o público.

Para tanto, foram alguns meses empregados em um sério trabalho de concepção e montagem do evento de lançamentos e na escolha do design do estande que ocupou 1.500 metros quadrados de área construída.

Foi criada, então, uma estrutura capaz de abrigar na parte interna toda uma área de recepção e pós-venda, escritórios reservados, um palco com telão e até um miniauditório suficientemente confortável para os convidados assistirem os shows de lançamentos dos novos chassis.



Coletiva com a imprensa especializada: interesse nos novos ônibus

Tudo pronto, no dia 8 de setembro, o estande foi aberto para receber os primeiros visitantes: aproximadamente 120 jornalistas especializados da imprensa brasileira e latino-americana. Os novos ônibus foram apresentados em uma coletiva. Depois da coletiva, os jornalistas assistiram ao show com dançarinos apresentando os produtos e as possibilidades de se combinar os módulos frontais e traseiros dos novos chassis. Depois dos jornalistas, mais de 2.500 pessoas por ali passaram.

Durante os cinco dias da feira, a Scania promoveu 36 shows de lançamentos dos novos chassis "K", dos quais oito deles foram narrados em espanhol. Assistiram essas apresentações cerca de 2.000 pessoas, sendo 1.030 convidados específicos da montadora, vindos de vários Estados brasileiros e de países da América Latina.

"As exposições dos novos produtos e a dinâmica do nosso estande foi muito bem aceita pelos visitantes que estiveram ali", diz Décio de Oliveira Martins, responsável pelo Marketing da Scania. Além dos novos chassis para ônibus da Série 4, a montadora exibiu na Expobus os chassis F94 (versões normal e alta); L94 IB, os ônibus rodoviário K124 4x2; K 124 6x2 com suspensão independente e o L94 UB de piso baixo.

Para Roberto Cury, gerente de Vendas de Ônibus da Scania, os novos chassis despertaram muito interesse por parte dos empresários ali presentes. "Ficaram satisfeitos, sobretudo, com a versão que traz a suspensão independente", comenta.

A Scania na Expobus complementou sua linha de veículos da Série 4 com o lançamento dos novos chassis de ônibus rodoviários, os chassis

Estande da Scania:
cerca de 2.000
visitantes durante
o evento

K124 e K94, de motor tra-
seiro. "Com esses novos chas-
sis, 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, in-
termunicipais e para condições seve-
ras de operação", lembra Cury.

Agora os ônibus da Série 4 pas-
sam a ser oferecidos em quatro clas-
ses 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 aplica-
ções mais severas, tanto urbanas como
rodoviárias). Os chassis K124 estão
disponíveis nas classes I e E. Os chas-
sis K94, somente na Classe I.

"Enfim, todo o sistema modular,
o Retarder incorporado à caixa de
câmbio, o freio a disco, a suspensão
independente, o motor de 420 cv com
injeção eletrônica chamaram muito a
atenção dos nossos clientes", con-
clui Roberto Cury.

"Os cerca de 300 visitantes pro-
cedentes de países da América Lati-
na, como Venezuela, Panamá, Costa

Rica, Equador, Co-
lômbia, Bolívia, Para-
guai, Uruguai, Peru, Ar-
gentina, Chile, entre outros,
também ficaram encantados
com os produtos e a forma de
apresentação", diz Fábio de Almeida,
que atua na área de Desenvolvi-
mento de Mercado – Unidade Comercial
Exportação.

Conversando durante a feira com
os clientes vindos de outros países,
Almeida constatou que os clientes que
têm frotas de ônibus que percorrem
longas distâncias apreciaram muito
o K124, que é mais potente e oferece
maior capacidade de lugares.

Outro produto muito observado no
estande da Scania pelos empresá-
ri-

os, especialmente os peruanos e os
bolivianos, foi o chassi F94 alto.
Depois de lançar os chassis F94 com
altura normal, a Scania lançou agora
uma versão mais alta, com um vão
livre maior, concebida para aplica-
ções ainda mais severas. "Os ônibus
F94, tanto na versão urbana (de 220
hp) como na rodoviária (de 310 hp),
têm um mercado promissor na Amé-
rica do Sul, na África e na Ásia", in-
forma Almeida. 🐉

Crash Test de Verdade



As cabines dos caminhões Scania são reconhecidas no mercado mundial por sua segurança. Na foto o infortúnio do acidente foi recompensado pela feliz constatação: uma carga mal amarrada projetou dezenas de toneladas para cima da cabine e o motorista abre a porta sem problemas, sai ileso, sem nenhum arranhão. A cabine se deforma, mas até os vidros laterais e o pára-brisa são preservados. O que poderia ser mais um triste registro, virou apenas um passageiro transbordo para o trânsito paulistano.

Conhecendo o Scania Retarder

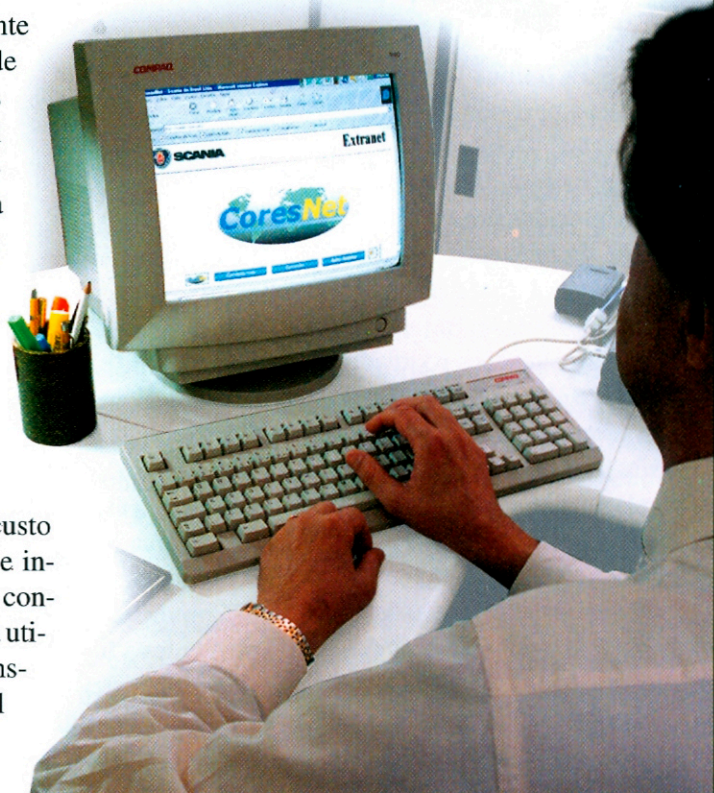
Em recente seminário sobre Segurança Veicular no Transporte de Carga, promovido pela Associação Nacional dos Transportadores de Carga (NTC), Aderbal Marchi (foto), responsável pelo Desenvolvimento de Mercado na Área de Caminhões da Scania Latin America, apresentou ao público, composto por empresários do setor, as vantagens e características técnicas do Scania Retarder.



Informações em Tempo Real

A Scania Latin America introduziu recentemente no mercado brasileiro um moderno sistema de comunicação com sua rede de concessionárias através da Internet. Trata-se do CoresNet, canal de comunicação criado para permitir que as concessionárias tenham acesso às informações da Scania em tempo real. O objetivo é agilizar ainda mais a troca de informações entre a Scania e suas concessionárias, reduzindo, assim, os custos operacionais. Através do CoresNet, as concessionárias têm à sua disposição informações sobre sortimento e pedidos de peças e veículos, estoque, preços, reclamações de garantia e situação contábil de sua conta-corrente na Scania.

A utilização do sistema garante um menor custo operacional para as concessionárias na busca de informações junto à fábrica. "As concessionárias conseguem uma substancial redução de custos com a utilização do CoresNet, pois o sistema evita as constantes chamadas interurbanas", afirma Emanuel Queiroz, Diretor de Pós-Venda da Scania. "Além disso, eles ganham agilidade nas decisões e nas informações prestadas aos clientes", completa Queiroz.



CoresNet: consultas rápidas e facilidade de acesso



SCANIA



**VOCÊ
SÓ NÃO COMPRA AGORA
SEU SCANIA
SE NÃO QUISER.**

SCANIA PLAN

by **CITIBANK** 

**5 MODOS
DIFERENTES DE
FINANCIAR
UM CAMINHÃO!**

- **LEASING** - 24/60 meses
- **CDC** - até 12 meses
- **FLEX-LEASING** (leasing operacional) - 24/36/48 meses
- **FINAME** - 12/60 meses
- **LANCE QUITADOR** - exclusivo para cotistas do Consórcio Scania

AS MENORES TAXAS DO MERCADO
APROVAÇÃO MAIS FÁCIL DO FINANCIAMENTO



SCANIA

**ESCOLHA NO CONCESSIONÁRIO SCANIA A MODALIDADE QUE
MELHOR SE ADEQUA À SUA DISPONIBILIDADE DE PAGAMENTO**