

Rei da Estrada

ANO IX, NÚMERO 85



MARÇO/ABRIL 2000



Todo bom vinho merece carinho

Com os avanços da qualidade do produto nacional, o transporte
passou a ser elo importante entre as vinícolas e o consumidor

**Novo contrato de
manutenção**
Veja na pág. 9



**Publicação bimestral
da Scania Latin America.
Editada pelo Departamento
de Comunicação.**

Editor Responsável:

Mauricio Jordão
(Mtb 28.568)

Revisão:

Vicente dos Anjos

Foto Capa:

Liane Neves

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

Fotolitos:

AWA

Impressão:

Takano Editora Gráfica Ltda.

Tiragem desta Edição:

35.000 unidades



Correspondências:

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

Home page:

www.scania.com.br



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



SCANIA
Scania Latin America Ltda.

Todo cuidado com o vinho é pouco

Alessandro Pace - Coordenador de Introduções para a Scania na América Latina



Nesta edição, mostramos o caminho percorrido pelo vinho nacional até chegar a um estágio de qualidade que hoje lhe garante prêmios internacionais e respeito do consumidor interno. A mesma tecnologia que está tornando isso possível nas cantinas do sul do País e até mesmo do Vale do São Francisco, em Pernambuco, deve acompanhar o produto durante o transporte, em todo o percurso até a taça do consumidor.

Os caminhões têm papel fundamental nessa tarefa. Chacoalhar um vinho mistura ou dissolve todos os depósitos consolidados ao longo dos anos em que a garrafa repousou na paz das caves. Tomar um vinho assim, por melhor que seja, é um desperdício.

Os produtores de vinho e seus comerciantes já estão acordando para isso e vêm demandando cuidados extras das transportadoras. Cavalos mecânicos e carretas com suspensão a ar logo serão requisitos elementares.

A logística do transporte do vinho deve basear-se no fato de que quanto menos tempo o produto está

exposto a riscos, menor é a chance de este ser deteriorado. Daí, temos a necessidade de veloci-

dades médias altas, encurtando as distâncias entre os pontos de coleta e distribuição.

Opcionais como o Scania Retarder, que garante boas médias de velocidade em descidas e frenagens suaves, passarão a ser equipamento padrão. Carretas isotérmicas primeiro, frigorificadas depois, garantirão temperaturas constantes e adequadas ao bom vinho.

As embalagens paletizadas, com as garrafas de cabeça para baixo ou deitadas, já viabilizam padronização e agilidade na hora da carga e descarga.

As vinícolas brasileiras passarão, cedo ou tarde, a garantir o transporte do produto (algumas até já fazem isso!) ou firmarão parcerias com transportadoras para tanto.

Esperemos que toda essa transformação ocorra no mesmo ritmo em que nossos vinhos adquirem, a cada safra, uma qualidade maior e possamos, em breve, saboreá-los com prazer ainda maior.

4

Reportagem de Capa

O vinho nacional comemora prêmios internacionais e conquista o respeito do consumidor brasileiro. Transportar esse produto agora é parte de sua qualidade.

18

Tendência

Mais duas prefeituras adotam ônibus de piso baixo para o transporte de passageiros, valorizando o conforto e a segurança.

9

Entrevista

Scania lança Contrato de Reparo e Manutenção como parte de sua solução completa para o transporte.

19

Exportação

Fábrica de motores da Scania, em São Bernardo do Campo (SP), passa a exportar motores eletrônicos para a matriz, na Suécia.

12

Cliente

Com estratégia de marketing arrojada, ex-modelo comanda transportadora e conquista clientes.

20

Pós-Venda

Teste de laboratório prova que cabeçote pirata consome até 3% mais combustível.

14

Turismo

Ônibus Scania Double Decker 8x2 faz ponte rodoviária entre as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro e, além da paisagem, oferece preço atrativo.

21

Gente & Fatos

16

Ônibus

Nova identificação visual dos ônibus Scania é introduzida e acompanha o avanço estético das carrocerias.

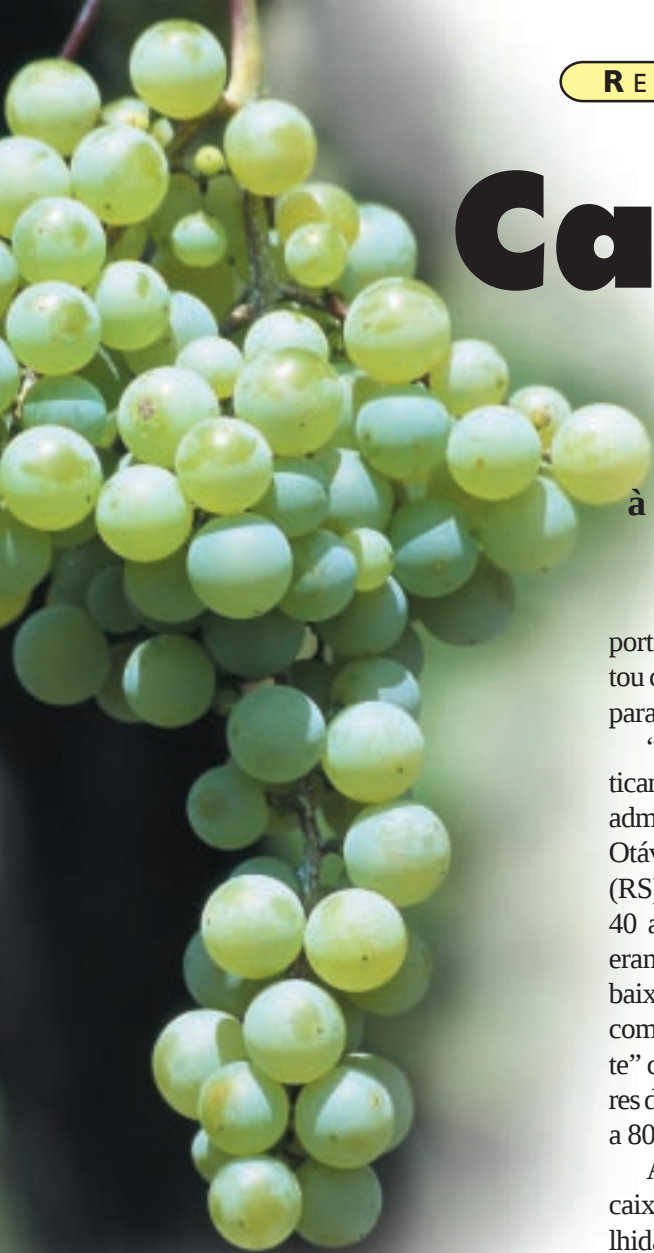
24

Raio-X

Ônibus L94UB4x2LB 220

Carga nobre

Com reconhecimento internacional, o vinho brasileiro ganha espaço no mercado interno. Para corresponder à expectativa dos consumidores, transportar esse produto tornou-se tarefa de extrema competência



Vai longe o tempo em que as uvas eram pisadas para dar origem ao bom e velho vinho. Os imigrantes que aqui chegaram por volta do final do século XIX nunca usaram tal técnica, contam seus netos e bisnetos, hoje à frente de cantinas produtoras de vinho em escala industrial.

É claro que aquele vinho caseiro, produzido artesanalmente para consumo próprio e de alguns poucos continua existindo. Mas produzir e comercializar vinho de qualidade, os chamados vinhos varietais, é outra história.

História que começa no momento em que essa terceira geração de imigrantes deixou de lado os cestos e bigunchos (tachos de madeira utilizados para trans-

portar as uvas) de seus ancestrais e adotou caixas plásticas ou carretas próprias para o transporte das uvas a granel.

“As caixas plásticas agora são praticamente obrigatórias”, diz José Sandi, administrador de vinhedos na região de Otávio Rocha, próxima a Caxias do Sul (RS), que trabalha com uvas há mais de 40 anos. “Antes, como os bigunchos eram fundos, as uvas que ficavam embaixo eram esmagadas e a fermentação começava durante o próprio transporte” comenta ele, que cuida de 24 hectares de parreiras, produzindo cerca de 600 a 800 mil quilos de uvas por ano.

A simples padronização do uso de caixas plásticas garante que as uvas colhidas com todo cuidado pelos colonos não sofram danos e cheguem intactas à vinícola. Isso evita a fermentação prematura, que colaboraria para uma maior acidez do vinho, característica sempre associada aos antigos produtos nacionais.

Outro avanço na produção do vinho nacional foi a proliferação dos tanques de aço inoxidável para as etapas da fermentação, antes apenas realizadas em grandes tanques de madeira.

“O tanque de inox tem todas as qualidades da madeira para a fermentação e traz benefícios, como melhor higiene, maior durabilidade e, principalmente,

não acrescenta ácido tartárico ao vinho, como ocorre com a madeira”, informa Delto Garibaldi, enólogo da Vinícola Mioranza, de Flores da Cunha, também no sul gaúcho.

Garibaldi resalta que os tanques de aço inoxidável são mais baratos, por serem produzidos industrialmente aqui mesmo no Brasil e por poderem ser instalados ao ar livre. “Os tanques de madeira carecem de matéria-prima e mão-de-obra para sua confecção atualmente e não podem ficar expostos à chuva, pois ressecam e vazam”, diz.

A agilidade proporcionada pelos novos tanques também merece ser ressaltada. Depois de uma rápida lavagem interna podem receber tanto vinhos tintos como brancos. “Os tanques de madeira precisam ser cuidadosamente lavados e, mesmo assim, há o risco de um vinho branco ser contaminado por resíduos de um vinho tinto que tenha estado no tanque antes”, complementa Garibaldi.

É consenso entre produtores e técnicos que pequenas mas representativas alterações como essas proporcionaram um controle maior no processo de produção, o que contribuiu para a elevação da qualidade do vinho nacional.

Quem resume toda essa transformação é Antonio Mioranza, da Vinícola





Foto: Luan Neves

Transporte do vinho: caminhões pesados garantem agilidade e preservam a qualidade do produto

Mioranza, ao dizer que “são necessárias algumas gerações para se produzir tanto uma uva como um vinho de qualidade”. Mioranza diz isso na qualidade de neto de imigrantes do norte de Itália que aportaram no Brasil há 115 anos e de quem produz tanto vinhos genéricos, vendidos em garrafões, como varietais, destinados a um consumidor mais exigente.

Abertura de mercado - Mioranza tem uma opinião compartilhada por vários outros produtores de vinho do País quanto a outras razões que estimularam a melhoria da qualidade do vinho nacional. Com a abertura das importações, vieram máquinas importadas. A estabilidade da moeda durante a década de 90 possibilitou tanto as aquisições do maquinário como as viagens ao exterior para estudos e intercâmbios.

Finalmente, com a moeda local forte, alguns vinhos europeus, chilenos e argentinos passaram a chegar ao Brasil custando até menos que os nacionais. O consumidor brasileiro experimentou produtos superiores àqueles que estava acostumado. Foi a época do chamado “boom do vinho da garrafa azul”, segundo os produtores nacionais.

Para enfrentar a concorrência, as vinícolas locais perceberam que teriam que investir em qualidade e não mais em

quantidade. Toda uma estrutura baseada em imensas cooperativas ruiu. As multinacionais entraram em cena, mas ao priorizarem demasiadamente o lucro também perderam terreno. Era chegada a vez das pequenas cantinas reinarem.

A grande virada deu-se, então, com a desvalorização de moeda brasileira no início de 1999. A situação inverteu-se e



“São necessárias algumas gerações para se produzir tanto uma uva como um vinho de qualidade”

**Família Mioranza,
de Flores da Cunha (RS)**

o vinho nacional recebeu um grande aliado: o preço competitivo.

A demanda hoje é muito maior que a oferta, o que transformou a atividade em um negócio bastante lucrativo. E como

quantidade não é prioridade, é comum os bons vinhos nacionais desaparecerem do mercado em certas épocas do ano.

Várias vinícolas renegam os supermercados e direcionam seus produtos apenas para adegas, restaurantes, hotéis ou companhias aéreas, buscando consumidores diferenciados. Consumidores que valorizem todo o cuidado dispensado na elaboração do vinho, que começa pela importação de mudas das melhores uvas viníferas da Europa, com certificado de procedência e tudo o mais.

Uma dessas vinícolas é a Miolo, situada no que se conhece hoje como Vale dos Vinhedos, em Bento Gonçalves (RS). Lá as uvas só são recebidas em caixas plásticas e percorrem um linha de máquinas importadas da Itália.

Os tanques para fermentação são todos de aço inoxidável e o amadurecimento dos vinhos tintos Cabernet Sauvignon e Merlot é realizado em barris de carvalho francês ou americano, “os melhores do mundo” segundo Antonio Miolo, da geração que comanda atualmente a cantina.

A Miolo conclui uma reforma em todas as suas instalações para enfrentar melhor o novo cenário do mercado nacional de vinhos, sem, entretanto, sacrificar a qualidade de seu produto.

“Optamos, por exemplo, por barricas de carvalho menores para o amadureci-



Produção do vinho: tradição convive com tecnologia de última geração

mento dos vinhos, pois assim podemos ganhar mais agilidade na elaboração dos produtos”, diz Miolo. Várias barricas menores, ao contrário de poucos e grandes tonéis, possibilitam uma variedade maior de vinhos para fazer o corte, que é quando o enólogo combina os melhores vinhos para chegar a um produto de qualidade ainda maior (veja quadro na página ao lado).

No engarrafamento, apenas rolhas importadas de Portugal. Parece exagero, mas não é. Os fabricantes de

vinho de qualidade de todo o mundo só usam rolhas portuguesas. “A participação da rolha é fundamental no envelhecimento e na conservação do vinho na garrafa e só as rolhas produzidas em Portugal garantem a excelência”, relata Miolo.

Todo esse esmero continua na hora de embalar o vinho. A linha mais sofisticada da Miolo, a Reserva, é embalada em caixas de apenas seis unidades, todas deitadas, que é como o vinho deve sempre ser armazenado.

Preocupada em desenvolver o vinho nacional desde sua origem, a Vinícola Miolo possui parreiras próprias, mas também realiza uma parceria com os pequenos vinicultores locais. As mudas são importadas da França, Itália e África do Sul, e posteriormente arrendadas por dois anos. Como pagamento, a Miolo recebe a matéria-prima do negócio, que são justamente as uvas.

As inovações da Miolo não param por aí. Sua linha de vinhos Terra Nova, que inclui um espumante (nome correto para a champanha) e um vinho tinto, é produzida com uvas colhidas na região do Vale do Rio São Francisco, em Pernambuco.

Prioridade para o Brasil - No ano passado, a vinícola produziu 1 milhão e 800 mil litros de vinho. Este ano, espera chegar aos 3 milhões de litros, mantendo seu enfoque de comercialização sempre voltado para o mercado nacional. “Temos que semear o mercado interno”, reforça Antonio Miolo. “O consumidor brasileiro está apenas descobrindo que é possível tomar um produto de qualidade feito no próprio País”, acrescenta.

Entretanto, ele ressalta que todo o cuidado na produção do vinho precisa ser seguido até a mesa do consumidor. “Alguns lugares, por exemplo, não se importam em servir o vinho na taça correta. Um vinho tomado em qualquer copo não conserva o sabor e o aroma daquele apreciado adequadamente. Esses detalhes, se observados, podem duplicar o volume da bebida consumido atualmente no País”.

Para exemplificar a importância desses detalhes, Miolo conta a história de um turista estrangeiro que comprou uma garrafa de espumante de sua cantina: “ele voltou no dia seguinte, reclamando que não havia conseguido provar o produto, pois não foi possível encontrar uma simples taça de champanha no hotel.”

Outra cantina da região que defende a valorização do vinho nacional é a Valduga. Seu diretor enólogo, João Valduga, acredita que é preciso criar uma identidade geográfica para o Vale dos Vi-

nhedos, como um centro nacional de produção de vinhos de qualidade. Isso já ocorre com regiões da Europa, como Bordeaux, na França.

Quanto ao consumo do vinho, João Valduga acredita que, com algumas orientações básicas, o brasileiro poderia degustar melhor a bebida. “Dizem que ninguém toma vinho na praia. É claro que você não vai tomar um vinho à temperatura ambiente na praia. Mas sirvam um bom vinho branco gelado acompanhando os petiscos e me digam se o pessoal não toma”, ataca ele.

Com 40 hectares de parreiras próprias, a Valduga produz 12 variedades de uvas nobres e sua safra atual deve render cerca de 550 mil litros de vinho.

Segundo Valduga, três fatores influenciam diretamente a produção de um bom vinho: o clima, a tecnologia e os equipamentos usados.

Um quarto elemento que passa a interferir no sucesso do vinho nacional é o transporte, seja o vinho a granel ou já engarrafado. Com a elevação da qualidade do produto, o elo que liga as cantinas aos pontos de venda vem merecendo atenção dos produtores e dos comerciantes de vinho.

Ao comprar uma garrafa em uma conceituada adega ou ao pedi-la em um restaurante fino de qualquer ponto do País, o consumidor sabe que boa parte do preço a ser pago deve-se não só à qualidade do produto que está em seu interior, mas também a uma série de cuidados que foram tomados durante o transporte.

Quem confirma isso é Vilnei Mendes, gerente da fábrica da Remy Lacave do Brasil, multinacional instalada em uma réplica de um castelo espanhol do século XI na cidade de Caxias do Sul.

Ele alerta que ocorrências durante o transporte podem comprometer definitivamente um produto de refinada qualidade e, por isso mesmo, vários cuidados precisam ser tomados.

“Para o consumidor final, de nada adianta envelhecer um vinho com todo o carinho, temperatura estável e ao abrigo da luz se este fica sujeito a temperaturas superiores a 40 °C e é chacoalhado por quilômetros e quilômetros durante o transporte”, afirma Mendes.

Ele conta que, para preservar a qualidade dos produtos que traz da matriz

européia, é comum a exigência de que contêineres com bebida sejam posicionados abaixo da linha da água nos navios cargueiros. “As temperaturas na travessia do equador são altíssimas e, se agíssemos de outra forma, os produtos chegariam aqui deteriorados”.

Quanto ao deslocamento terrestre, carretas frigorificadas e isotérmicas são maioria na Europa e já bem comuns por aqui.

“Para evitar variações

de temperatura, até o transporte noturno é preferido”, salienta Mendes, que considera a paletização outro avanço no mundo dos vinhos.

“As embalagens contêm as garrafas deitadas ou invertidas, assegurando que a rolha esteja sempre umedecida”, informa. Caso a garrafa permaneça em pé, a rolha resseca e permite a entrada de ar, o que torna o vinho ácido.

Com a paletização, todo o processo tornou-se mais rápido, o que diminui os riscos de deterioração da bebida. A logística do transporte de vinho baseia-se em caminhões pequenos para retirar o produtos das cantinas e levá-los até os centros de consolidação de carga de transportadoras maiores. Estas utilizam



“O consumidor brasileiro está apenas descobrindo que é possível tomar um produto de qualidade feito no próprio País”

Antonio Miolo,
da Vinícola Miolo, Bento Gonçalves (RS)

Produção do vinho



- **Recepção das uvas**
 - Em caixas ou a granel
- **Desengatamento e esmagamento**
- **Prensagem e retirada das cascas** (brancos)
- **Decantação** (brancos)
 - Retirada da borra
 - Duração de 5 a 12 horas
- **Fermentação**
 - Adição prévia de anidrido sulfuroso (conservante)
 - Tonéis de madeira ou de aço inox
 - Utilização de leveduras selecionadas
 - Temperaturas controladas
 - Maceração para os tintos: fermentação com cascas e sementes e remontagem para atribuir cor ao vinho (o líquido é bombeado de baixo para cima a fim de manter as cascas, que flutuam, sobre fermentação constante)
 - Chaptalização (correção do açúcar), se necessário
 - Descube para os tintos (separação da parte sólida)
 - Fermentação secundária (20-40 dias)
- **Estabilização**
 - Em recipientes de inox, de concreto revestidos de epóxi ou tonel de carvalho
- **Corte** (assemblage)
 - Mistura de vinhos diferentes, controlados pelo enólogo
- **Amadurecimento** (tintos)
 - Pipas de madeira (preferencialmente carvalho francês ou americano) por 6 meses a 5 anos
- **Engarrafamento**
 - Com garrafas novas e rolhas portuguesas, preferencialmente
- **Envelhecimento na garrafa** (tintos)
 - Duração de 1 mês a vários anos, dependendo do tipo de vinho



Vale do Vinhedos: na rota dos vinhos nacionais de qualidade

caminhões pesados para levar o produto até os grandes centros de distribuição, principalmente em São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais, de onde veículos leves entregam às adegas, restaurantes ou outros pontos de venda.

“A grande preocupação é fazer tudo bem rápido”, salienta Mendes, que confessa ser necessário também cultivar uma relação de confiança entre produtor e transportador. “Trabalhamos há anos com os mesmos parceiros, que nos informam se algo de errado acontece durante o transporte, como, por exemplo, uma parada imprevista ou se a carga molhou por causa da chuva”.

O último comentário de Vilnei Mendes quanto ao transporte do vinho diz respeito aos consumidores finais. “Mesmo com todos os cuidados tomados, o vinho fica ‘estressado’ com o transporte. Para melhor saboreá-lo, vale a dica de sempre deixar a garrafa repousando por pelo menos dois dias antes do consumo”.

Uma das transportadoras que atua nesse ramo é a Tegon Valente, da região de Bento Gonçalves (RS). Com uma frota de 93 caminhões pesados, sendo 64 Scania, transporta para as cantinas Mio e Valduga, entre outras, em rotas que ligam o sul a vários pontos do País.

Num total de 20 mil toneladas de vinho transportadas por ano, garrafas e garrafões são levados para as filiais da em-

presa em São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador, Belo Horizonte e Recife, seguindo-se o modelo de logística já exposto.

Outro tipo de transporte de vinho que merece destaque é o a granel. Al-



“É preciso criar uma identidade geográfica para o Vale dos Vinhedos, como um centro nacional de produção de vinhos de qualidade”

João Valduga,
da Casa Valduga, Bento Gonçalves (RS)

gumas cantinas produzem seu vinho, mas não o engarrafam, vendendo o produto para outras empresas, que o utilizam em combinação com outros vinhos, no chamado corte, ou o comercializam por conta própria.

A Rodoviário Seni, de Garibaldi (RS), com 11 veículos em sua frota, sendo 8 Scania, é uma das transportadoras que atua no segmento do vinho a granel. Coletando o líquido em diversos vinhedos, leva a carga em tanques até as vinícolas da região.

“Só usamos carretas de aço inox, que são sempre muito bem lavadas e viajam completamente cheias, para evitar que o vinho chacoalhe”, diz Isair Nicaretta, sócio-proprietário da Seni. Os Nicaretta também produzem vinho e o vendem a outras cantinas, entregando com seus próprios caminhões.

Outra que também transporta vinhos a granel é a Alpes Transportes, de Flores da Cunha (RS). São 18 cavalos-mecânicos, dos quais 17 são Scania. A empresa distribui, em média, 9 milhões de litros de vinho por ano, atingindo os estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, Pernambuco, Ceará e Pará.

De Livramento, na fronteira com o Uruguai, a Alpes traz vinho varietal em carretas isotérmicas para uma vinícola multinacional em São Paulo, totalizando 3 milhões e meio de litros ao ano. “As carretas isotérmicas, que não sofrem variações de temperatura, são uma exigência de nosso cliente”, conta Gabriel Mioranza, responsável pela Alpes e irmão de Antonio Mioranza, da Vinícola Mioranza.

Outra rota operada pela Alpes parte de Resende (RJ) e leva destilados para outra multinacional na Argentina, num volume de 2 milhões de litros anuais.

Para otimizar seus negócios, e numa demonstração da profissionalização de sua atividade, os caminhões da Alpes, ao retornarem para casa, trazem sucos de frutas para São Paulo. “Somos uma empresa especializada em transportar líquidos para o consumo humano”, salienta Gabriel Mioranza.

Com uma frota praticamente só de caminhões Scania, ele ressalta a importância da confiabilidade do veículo nesse tipo de transporte. “Os clientes trabalham com entregas programadas. Se atrasamos por qualquer motivo, causamos grandes prejuízos a eles”.

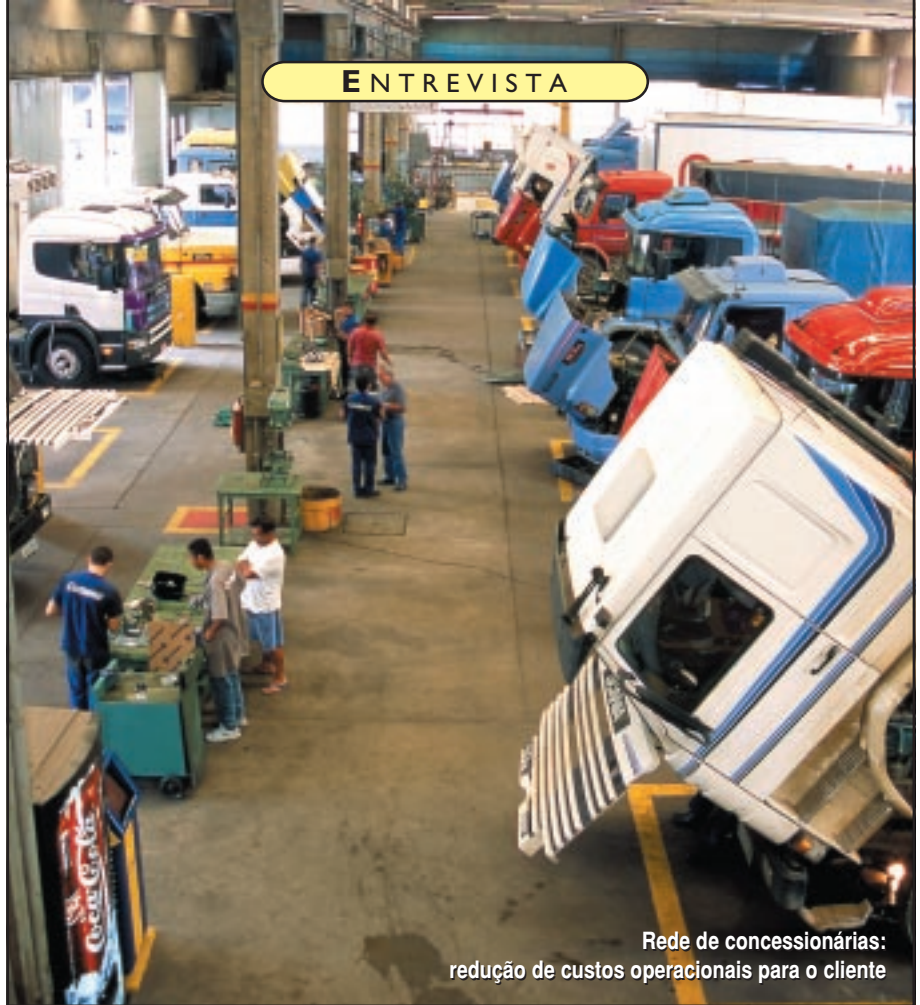
Essa preocupação faz com que a Alpes tenha veículos relativamente novos em sua frota. O mais velho é um modelo 1992. “Até 2001, toda a frota deverá ser renovada para caminhões Scania série 4”, diz Gabriel.

Futuro promissor - O cultivo do vinho fixa o homem no campo, pois os vinhedos necessitam de cuidados constantes. A produtividade por hectare é alta, o que garante bons rendimentos ao agricultor. E a indústria nacional de vinhos vai muito bem, obrigado.

Com esse cenário favorável, o transporte de cargas encontra no vinho um segmento de forte crescimento. “Temos muito que evoluir ainda no transporte de vinho”, diz Roneire Menegasso, gerente da Brasdielsel, concessionária Scania que atua na região sul do País há 40 anos.

Segundo ele, recursos como a suspensão a ar e o Scania Retarder não foram ainda assimilados pelo segmento e podem influenciar consideravelmente no transporte do vinho.

“Quanto mais alta for a exigência do consumidor final do vinho, mais eficientes terão de ser os veículos e as carretas. Como o perfil das transportadoras de nossa região é, na maioria, de empresas médias, com até 20 ou 30 veículos, as inovações podem ser rapidamente assimiladas”, finaliza Menegasso. 🍷



Rede de concessionárias: redução de custos operacionais para o cliente

Emmanuel A. P.

Manutenção assegurada

Por meio de um valor preestabelecido por quilômetro rodado, reparos preventivos e corretivos passam a correr por conta da Scania



Quanto custa manter um caminhão? A resposta a essa pergunta passou a ser fundamental nos negócios de transporte neste final de milênio.

Com a pressão exercida pelo mercado para a redução dos preços dos fretes, a saída é buscar eficiência e reduzir os custos operacionais, dizem os entendidos no assunto. Mas quais são esses custos operacionais? E quan-

to influencia nesse valor aquela oficina própria, com mecânicos, ferramentas e instalações? Pouca gente sabe.

A crescente especialização do transporte vem forçando as empresas transportadoras a se concentrar na sua real atividade, que é a operação de transporte. Aí não faltam desafios e as chamadas operadoras logísticas surgem a cada dia como prova disso.

Como, então, competir com mais chances, oferecendo o melhor preço por tonelada transportada, se não se sabe qual o custo dessa atividade?

Pensando nisso, a Scania está lançando no Brasil, de forma pioneira e depois de três anos de estudos, o Contrato de Reparo e Manutenção, que se propõe a ser parte das respostas para as perguntas acima.

O raciocínio é simples: cliente, concessionária e Scania acertam um valor a ser pago por quilômetro rodado. Esse valor varia em função das particularidades da atividade a que o caminhão estará sujeito. Um caminhão com rota fixa, que só trafega por vias de boa pavimentação, terá um valor a ser pago por quilômetro rodado mais baixo que um outro que opera no transporte extra pesado, em estradas de baixa qualidade.

A quilometragem anual prevista para o veículo determinará, em seguida, o valor total do contrato, que poderá ser pago mensalmente.

O contrato é válido tanto para veículos novos como usados, mas uma revisão geral ajuda a definir o valor para os usados. Veículos em melhor estado de conservação custarão, evidentemente, menos que aqueles já mais desgastados. Em qualquer dos casos, novos ou usados, a duração mínima desejável dos contratos é de três anos.

O cliente paga, então, direto à Scania e não terá outros gastos com quaisquer manutenções preventivas, aquelas previstas no plano de manutenções regulares, ou corretivas, oriundas do desgaste ou quebra eventual dos componentes em função da operação do produto.

Obviamente, não estão incluídos no contrato reparos devido a acidentes ou erros de operação.

Ao atender um veículo com Contrato de Reparo e Manutenção, a concessionária realizará o serviço e fará os débitos à própria Scania e não ao cliente. Este terá, assim, um custo sempre fixo, pago mensalmente, usufruindo da assistência técnica da rede Scania em todo o País.

Responde ou não à boa parte das perguntas quanto ao custo de se man-



Mônica Zanoni

“Quem transporta já tem inúmeros problemas para resolver. Manter e reparar veículos passa a ser responsabilidade de quem os produz e reúne toda a tecnologia para tanto”

ter um caminhão? Faltam, é claro, pneus, combustível, taxas, salário dos motoristas, entre outros, mas o futuro acena com alternativas similares para estes custos. “Até as carretas já começaram a ser atendidas por algumas concessionárias Scania”, diz Flávio Mermejo, diretor geral da Scania Brasil.

O sucesso do Contrato de Reparo e Manutenção é comprovado em mercados como o da Inglaterra, no qual, em média, um contrato é assinado para cada dois caminhões novos vendidos. Mermejo estudou o caso inglês detalhadamente e, a seguir, ajuda a responder outras questões, mais es-

tratégicas, de como será o Contrato de Reparo e Manutenção Scania no Brasil.

Rei de Estrada - Qual a intenção da Scania ao trazer o Contrato de Reparo e Manutenção para o Brasil?

Flávio Mermejo - A intenção é reforçar o que chamamos de ‘Solução Completa de Transporte’, ou seja, oferecemos o veículo, o financiamento e a manutenção. Com o Contrato de Reparo e Manutenção estaremos ajudando os clientes a ganhar competitividade, pois boa parte dos custos será conhecida no ato da compra do caminhão.

Rei de Estrada - Uma vez que os clientes pagam diretamente para a Scania, o que ganham as concessionárias?

Flávio Mermejo - As concessionárias hoje convivem com uma ociosidade média de 40% de sua capacidade, que só é compensada em momentos de pico. Com a manutenção dos veículos assegurada e planejada, essa ociosidade será preenchida mais uniformemente. Com os veículos realizando as manutenções dentro da rede autorizada, teremos também uma maior venda de peças originais.

Rei de Estrada - Você poderia citar alguns exemplos de transportadoras que já têm Contrato de Reparo e Manutenção?

Flávio Mermejo - Começamos nosso processo de aprendizagem há cerca de três anos com dois parceiros importantes, a Citrosuco, de Matão (SP) e a Morada do Sol, de Araraquara (SP). Depois vieram a Ouro Verde, a Delara e a Rodomar, todas de Curitiba (PR), entre outros.

Rei de Estrada - Quantos contratos estão em vigor atualmente?

Flávio Mermejo - Hoje temos aproximadamente 800 Contratos de Reparo e Manutenção em vigência em todo o território nacional.

Rei de Estrada - *Quais as metas de vendas de contratos para os próximos anos?*

Flávio Mermejo - Nosso plano é atingir com os contratos 30% da frota a ser vendida nos próximos cinco anos.

Rei de Estrada - *Você poderia apontar as principais dificuldades para a implantação dos contratos no País?*

Flávio Mermejo - Temos uma mentalidade administrativa em algumas transportadoras que ainda cultua a oficina própria. São empresas de origem e estruturas familiares, que apesar dos méritos por terem consolidado seus negócios ao longo dos anos, resistem hoje a mudanças mais fortes. Cria-se a idéia de que a oficina própria é mais barata

e as concessionárias serão sempre mais caras, mas não se tem consciência dos custos embutidos. Vencer esse preconceito será nossa maior dificuldade.

Rei de Estrada - *E quais os planos para isso?*

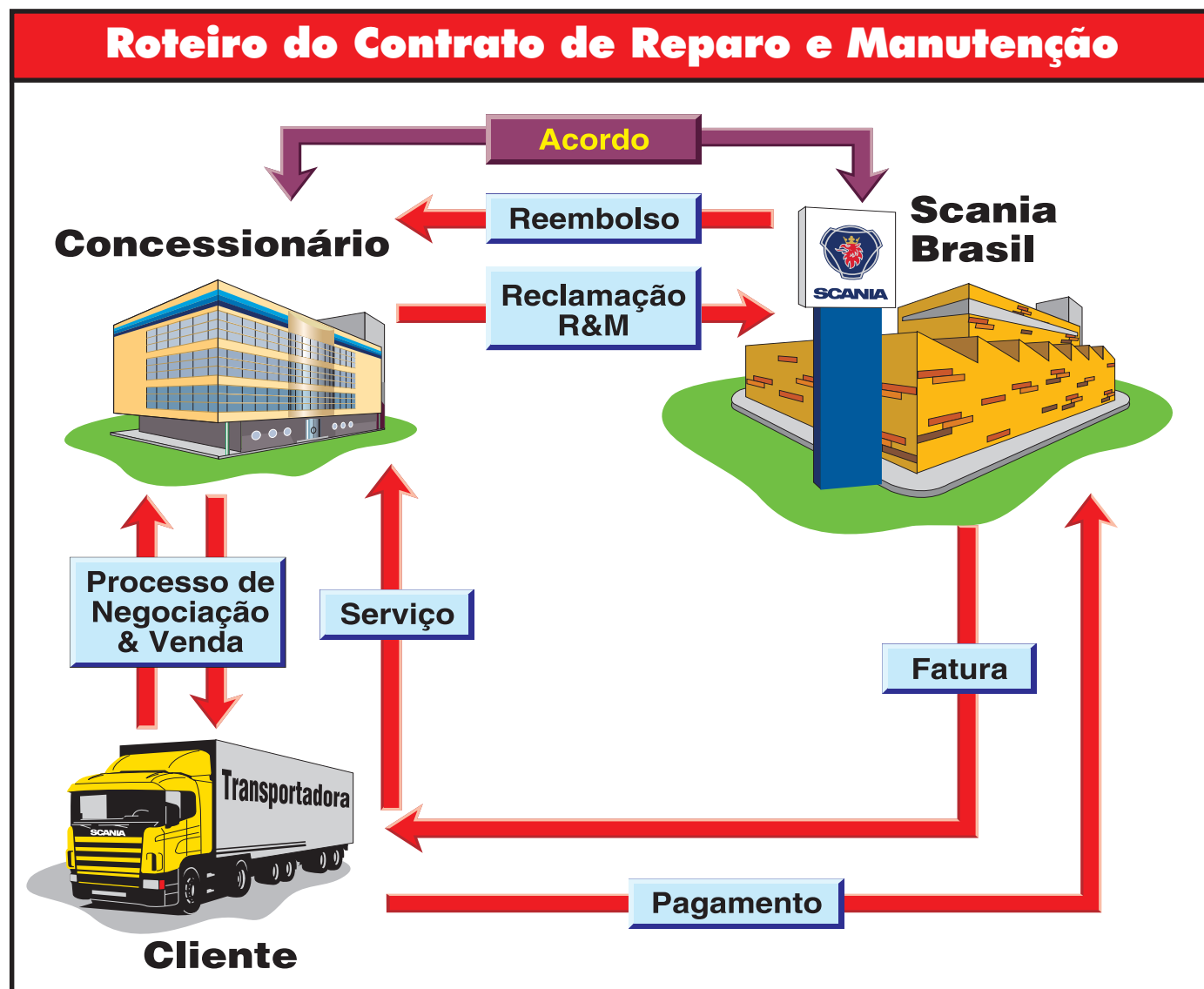
Flávio Mermejo - Nossa equipe de vendas está capacitada a demonstrar os custos gerados pelo capital imobilizado de uma oficina própria, com funcionários, ferramental, área, etc. É possível chegar a um valor real do quilômetro rodado, que na maioria das vezes o cliente desconhece. Então, a estratégia é comparar tal valor com o custo do quilômetro rodado proposto pelo Contrato de Reparo e

Manutenção, que invariavelmente será menor.

Rei de Estrada - *Você acredita que essas oficinas próprias venham a ser desativadas?*

Flávio Mermejo - Sim, é um caminho sem volta. A necessidade atual é de focar os recursos na atividade principal do negócio. Quem transporta já tem inúmeros problemas para resolver no que diz respeito a oferecer a melhor disponibilidade de veículos, as rotas mais eficientes, enfim, todo um universo pouco explorado da atividade do transporte. Manter e reparar veículos passam a ser responsabilidade de quem os produz e reúne toda a tecnologia para tanto. 🇧🇷

Roteiro do Contrato de Reparo e Manutenção



A bela e o transporte

Ex-modelo usa experiência da profissão para conquistar espaço, aposta em marketing e coleciona vitórias

Por: Chico Amaro

Adivinhe o que há em comum entre essas duas cenas:

Cena 1 - Numa casa noturna de Londrina (PR), realiza-se uma badalada festa de aniversário para 150 convidados. A dona da festa, de 25 anos, é uma linda mulher que já foi miss e modelo. Ela veste um Armani comprado em Milão, como destacarão as colunas sociais no dia seguinte.

Cena 2 - Num escritório do centro de Londrina, a dona de uma transportadora recebe informes, assina cheques, dispara telefonemas. A empresa é pequena, mas atua no Mercosul e tem clientes do porte de uma Sadia e uma Frangosul. A dona tem personalidade forte: "Sou correta com os funcionários, exijo o mesmo deles".

Adivinhou quem disse que a ex-miss da primeira cena é, surpreendentemente, a mesma mulher que dá as ordens na segunda. Bela, simpática e falante, Valdirene Marchiori é uma presença inesperada no meio do transporte de cargas. Tão inesperada quanto a velocidade com que atingiu o sucesso.

A Valmar Transportadora tem apenas sete carretas (cinco Scania) e mais de 20 agregados. Só utiliza equipamentos novos. A empresa nasceu há quatro anos, da vontade de Valdirene de entrar nas rentáveis rotas do Mercosul. Tinha só uma carreta pró-

Fotos: Milton Dória

Valdirene Marchiori, da Valmar Transportadora:
"Nunca deixei um cliente na mão. Isso vai criando um nome"

pria. Valdirene não ligou para tabus e foi bater à porta dos grandes clientes. Hoje, além da Sadia e da Frangosul, atende empresas como Big Frango, Se-ara Alimentos, Expofrut, Frugal, Brasul. A Valmar quer mais. Já está em busca da norma ISO 9000 e breve deverá ter uma filial em São Paulo. Para conseguir tudo isso, cobra um frete que, embora competitivo, não é o mais barato da praça. Como é que pode?

“Nós oferecemos qualidade, acompanhamento, eficiência. Nunca deixei um cliente na mão. Posso não ter a carreta, mas, se não mandar a minha, mando a de outro. E se ocorrer algum imprevisto, libero o cliente para contratar outra transportadora. Às vezes o cliente prefere esperar mais um dia, porque sabe que ofereço segurança e qualidade. Isso vai criando um nome”.

Sinceridade - Assim Valdirene resume sua forma de trabalhar e sua estratégia de marketing. Na base de tudo está uma característica tipicamente feminina, na visão dela: a sinceridade. “É o que está faltando no mercado: você ser objetiva. Isso a maioria dos homens do transporte não tem. Não dá mais para deixar para amanhã, enrolar o cliente. Tem que ser objetivo: ou você faz ou não faz. Sou muito clara nisso.”

São palavras de uma veterana que chegou ontem, mas tem uma incrível capacidade de aprender com a prática (nos estudos, parou no 2º grau). Tanto que já aprendeu o suficiente sobre a qualidade Scania: “São caminhões muito confortáveis e os melhores para a estrada; a manutenção é fácil e fica mais em conta. Estamos comprando outros dois Scania”, informa.

Seu pai tem uma transportadora, mas isso tem pouco a ver com o sucesso de Valdirene. A melhor explica-

ção é a seguinte:

“Desde pequena procuro ser a melhor em tudo que faço. Já era assim na escola. Preferia a companhia de pessoas mais velhas, para aprender com elas. Aos 13 anos virei modelo e desde então sou meio independente. Sou de uma família humilde e sempre tive



“É o que está faltando no mercado: você ser objetiva. Isso a maioria dos homens do transporte não tem. Não dá mais para deixar para amanhã, enrolar o cliente. Tem que ser objetivo: ou você faz ou não faz. Sou muito clara nisso.”

vontade de crescer. Fui Miss Apucarana (a 60 km de Londrina) e Miss Paraná em 93. Fui capa da Nova, fazia desfiles, mas o cachê era pequeno. Notei que o promotor é que ficava com o dinheiro grosso. Então, em um ano montei minha própria agência de modelos e passei a fazer as promoções. E assim fui indo. Consegui trabalhos fora do Brasil: Las Vegas, Aruba, Assunção, Itália.”

Numa visita à família, quando estava na Itália, viu que os três irmãos e o pai estavam com vários caminhões médios fazendo o transporte de fran-

gos vivos. Procurava algo em que investir, associou-se. E logo cavou a informação de que o mapa da mina eram as rotas do Mercosul.

Amizade - O pai não quis participar da aventura, Valdirene decidiu ir sozinha. Fundou a Valmar, onde os irmãos trabalham com ela. Mas, para entrar no Mercosul, era preciso 120 toneladas de equipamento - quatro ou cinco carretas. Valdirene vendeu seus caminhões e só pôde comprar uma carreta nova. Vi-rou, mexeu, enfrentou a burocracia, incluiu os 15 caminhões médios da família num processo para fazer transporte internacional e conseguiu o que parecia impossível: a autorização para entrar na Argentina.

Depois, foi só cativar clientes e mostrar serviço. “Ia pessoalmente. Todo mundo estranhava, ficava enca- bulado. Mas fiz amizades, porque mostrei que trabalhava sério. Sem caminhões próprios, sempre contei com os agregados”.

Para Valdirene, cliente é sinônimo de amigo. “Gosto do contato direto com as pessoas, evito o telefone. Acho que sou a única transportadora que manda flores no aniversário dos seus clientes. Mando flores e vinhos. Vários deles vieram à festa do meu aniversário, eu lhes mandei as passagens.”

Atraente, bem sucedida, solteira e atualmente sem namorado, é inevitável que Valdirene receba freqüentes propostas de casamento. “São muitas”, diz, no meio de uma gargalhada. Mas a experiência de modelo a ensinou a escapar do assédio “numa boa”. Pensa em, um dia, casar-se e ter filhos. “Gosto de homem mais velho, que me transmita segurança e seja inteligente”, define.

Quem se candidata?

Ponte rodoviária

Viajar pela primeira vez num ônibus Scania double decker é uma sucessão de surpresas agradáveis, que começam já na plataforma de embarque

No Terminal Rodoviário do Tietê, em São Paulo, as pessoas param para admirar o Panorâmico DD, ônibus K124IB8x2 Scania com carroceria Busscar, da Auto Viação 1001. Impressionam-se com sua altura e a elegância das linhas frontais. Os que vão embarcar para uma viagem sem paradas até o Rio de Janeiro são recebidos por duas sorridentes funcionárias da empresa, que distribuem lanches para a viagem e pequenos fones de ouvido descartáveis.

Ao entrar no ônibus, vê-se que o salão superior é espaçoso; as poltronas, dotadas de cinto de segurança, são extremamente confortáveis. A sensa-

ção de espaço é ampliada pela enorme área envidraçada, que inclui a parte frontal. O ar condicionado é individual e há monitores de vídeo, como nos mais modernos aviões.

No salão inferior, onde fica a primeira classe, ainda mais espaço e conforto. São apenas seis poltronas, com múltiplos ângulos de reclinação e bem mais largas que as dos aviões. Estão equipadas com cinto de segurança e

descansa-pés. No braço direito de cada uma estão as saídas de som, com dois canais, um para filmes, outro para música. Acima da cabeça do passageiro, o ar condicionado regulável e os pontos de luz-de-leitura. À frente, uma tela de cristal líquido para a projeção de filmes. E mais ao fundo, um pequeno balcão de auto-serviço, com água, café e sucos à vontade.

Quando a porta se fecha e o ônibus começa a se movimentar, a poluição sonora do trânsito paulistano fica lá fora. O nível de ruído interno é extremamente reduzido.

O ônibus 8x2 foi lançado no ano passado, tendo como alvo as operadoras de turismo, mas sem perder de vista os grandes frotistas, que também têm interesse em utilizá-lo. “O K124IB8x2 é a solução ideal quando o empresário resolve privilegiar determinada operação em uma determinada linha”, explica Wilson Pereira, gerente de Vendas de Ônibus da Scania Brasil. “Teoricamente”, acrescenta, “seriam linhas ligando grandes centros não muito distantes um do outro e servidos por estradas de boa qualidade.”

Foi o que ocorreu quando a Auto Viação 1001 decidiu oferecer um serviço diferenciado entre Rio de Janeiro e São Paulo - percurso em que a quali-



dade das estradas e o perfil dos usuários pediam um ônibus top de linha e um serviço ágil, de qualidade superior ao oferecido pela ponte aérea. O que a empresa - a maior do Estado do Rio de Janeiro - já sabia ao iniciar a operação dos dez primeiros double decker (hoje já são 19) foi confirmado recentemente por uma pesquisa junto aos usuários da primeira classe: pelo menos 20% dos passageiros viajam uma vez por semana entre Rio e São Paulo; 28% viajam uma vez por quinzena e outros 28% viajam uma vez por mês. Cerca de 78% dos passageiros têm renda familiar entre R\$ 2 mil e R\$ 4 mil.

Versatilidade - Para operar neste segmento exigente, a 1001 escolheu o chassi Scania K124IB8x2, que já vem com o posto do motorista rebaixado de fábrica, possibilitando a utilização total do salão de passageiros na parte superior. Além disso, oferece duas opções de motorização: 360 cavalos, mecânica e 420 cavalos, eletrônica.

A viagem prossegue. O veículo desloca-se suavemente, sem manobras ou freadas bruscas. O sistema comfort

shift, que permite programar as mudanças de marchas, facilita o trabalho do motorista. Nas curvas, a inclinação é quase imperceptível: a suspensão pneumática e as barras estabilizadoras traseira e dianteira cumprem seu papel. Uma vez alcançada a Rodovia dos Trabalhadores, a velocidade mantém-se constante, independentemente dos aclives ou declives, graças à visível sobra de potência do motor. Um rápido documentário sobre a Auto Viação 1001 é projetado para os passageiros e, em seguida, vem o filme. Quem não quer assistir só precisa deixar de lado os fones de ouvido ou selecionar o canal de música.

Os quilômetros vão sendo engolidos sem que se perceba. Não há desgaste, pode-se conversar em tom normal de voz ou tirar um cochilo. A rota utilizada tem a vantagem de evitar o trânsito pesado, seguindo por toda a Rodovia dos Trabalhadores e só entrando na Via Dutra uma hora e meia depois, no quilômetro 117. Ganha-se tempo e paisagem, que, durante o dia, muda o tempo todo, com muito ver-

de, montanhas ao longe, cenas campestres e, em alguns trechos, a presença do Rio Paraíba.

Segurança - Momento particularmente agradável é quando se alcança a serra. Além da beleza, chama a atenção o comportamento do ônibus na descida, quando o Retarder Scania proporciona segurança adicional, poupando o freio de serviço e garantindo uma velocidade constante e segura nos longos trechos em declive. As reduções não apresentam trancos, há firmeza nas curvas e as retomadas são tranqüilas. O segundo eixo direcional, na parte dianteira, proporciona boa distribuição do peso do veículo e aumenta a segurança nos trechos mais críticos.

Exatamente cinco horas e 15 minutos depois de iniciada a viagem, o Panorâmico DD da 1001 encosta numa das baías da Rodoviária Novo Rio, bem em frente à sala vip da empresa. Os passageiros recém-desembarcados podem tomar um refrigerante, obter informações ou pedir um táxi. Acabaram de fazer uma viagem agradável, segura, confortável e - melhor ainda - que custou apenas R\$ 46,11. 🌿

Eugênio Marquesini



São Paulo - Rio: conforto, segurança e tranqüilidade para apreciar as paisagens



Valdir Merini

Marca Scania:
identificação de procedência
do chassi

E aquele, quem é?

Nova identificação visual assegura reconhecimento da marca e dos modelos de chassi Scania nos veículos encarroçados

Que dúvida. Este é ou não é um ônibus Scania? Como saber, já que o chassi está todo coberto pela carroceria? E que modelo será esse? Essas perguntas ocorriam com frequência entre os passageiros que se interessavam em verificar qual a procedência e as características do chassi que iria conduzi-los.

Placas com a marca Scania e o modelo do chassi sempre existiram, mas sua fixação na carroce-

ria nem sempre acontecia, forçando o passageiro a indagar o motorista ou a dar uma olhadinha no interior do veículo, à procura de alguma dica. Quem sabe um símbolo no volante ou algum letreiro no painel.

“Agora isso mudou”, afirma Wilson Pereira, gerente de Vendas de Ônibus da Scania no Brasil. A partir de fevereiro, todos os veículos encarroçados entregues aos clientes passaram a receber uma

nova identificação visual, totalmente atualizada e projetada para combinar com os mais variados tipos e padrões de carrocerias.

Segundo o gerente da Scania, “faz parte de nossa responsabilidade como fabricantes de chassis de ônibus garantir que essa informação seja facilmente transmitida aos passageiros após o encarroçamento. Afinal, eles são os consumidores finais do produto”.

Como não existia um controle rigoroso da aplicação das placas e o seu posicionamento às vezes conflitava com o desenho ou a pintura da carroceria, em algumas oportunidades essa operação não era realizada durante o encarroçamento e o veículo era entregue sem a identificação externa do fabricante e do modelo do chassi em local visível.

As novas placas apresentam fundo metalizado na cor prata e são auto-adesivas, dispensando rebites ou parafusos. Serão coladas na frente, na traseira e nas laterais do veículo, não interferindo nas características da carroceria e podendo ser aplicadas em superfícies levemente curvas, como nos pára-choques.

Boa visibilidade - Para assegurar que todos os ônibus encarroçados tenham as placas coladas em locais bem visíveis, a operação será confiada às **concessionárias da Scania**, que aplicarão os adesivos por ocasião da primeira revisão, o que ocorre antes de o proprietário receber as chaves do veículo.

“Com a nova identificação visual, os clientes que comprem nossos chassis também terão seu investimento valorizado, pois os passageiros, clientes de nossos clientes, saberão que estão viajando em um Scania”, ressalta Pereira.

Este projeto tem abrangência internacional, já que os ônibus produzidos e encarroçados aqui no Brasil viajam ou são exportados para todo o continente latino-americano.

No caso dos veículos que já estão rodando e não contam com a nova identificação, as novas placas poderão ser adquiridas brevemente e instaladas nas próprias concessionárias. 🐾

Uma nova assinatura para os ônibus Scania

Com a introdução dos ônibus da série 4, e devido ao grande apelo estético das carrocerias modernas, as antigas placas de identificação mostraram-se desatualizadas. A partir dessa constatação, um grupo de trabalho foi criado na Scania Latin America para estudar e implementar toda uma nova identificação visual para os ônibus da marca.

O primeiro passo foi fotografar uma grande quantidade de ônibus, com os mais diversos tipos de carrocerias e pinturas, para poder chegar



Mônica Zanoni

fo, figura mitológica símbolo da Scania, passou a compor uma mesma placa junto com o logotipo da marca.

Segundo José

Henrique Senna, gerente de Marketing de Vendas da Scania na América Latina,

além de atualizar o visual e aprimorar a qualidade das placas, o projeto dedicou atenção especial a novas rotinas que garantissem a aplicação da nova identificação. “Com a tarefa confiada às concessionárias e a inclusão deste item na revisão de entrega dos veículos, temos certeza de que todos sairão identificados”, diz ele.

Como material de apoio para as concessionárias, foi desenvolvido um manual de instruções com os números das placas e indicações de como e onde aplicá-las. Ao todo, são oito modelos de placas indicadas em 18 tipos de carrocerias, cujos desenhos foram fornecidos pelos próprios encarroçadores. 🐾

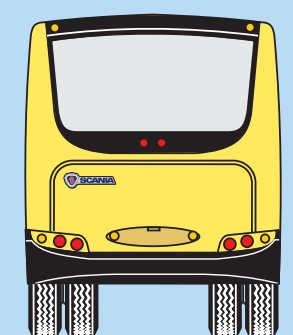
a um consenso de quais áreas seriam mais adequadas para receber a identificação da marca Scania e do modelo de chassi.

Depois, veio a definição de como seriam as placas. Ao invés do plástico rígido das anteriores, a resina, mas maleável, foi escolhida como material. O gri-



Mônica Zanoni

Manual de instruções:
aplicação em 18 tipos de carrocerias





Série Ouro em Santos:
piso baixo celebrando
os 500 anos do descobrimento

Bem-vindos a bordo

Mais prefeituras adotam veículos de piso baixo para o transporte de passageiros, priorizando o conforto e a baixa emissão de poluentes

Os problemas críticos do transporte coletivo estão levando algumas cidades ao caos. Outras, entretanto, vêm evitando as alternativas temporárias e investindo em soluções duradouras. A cidade de Santos, litoral de São Paulo, colocou em operação em janeiro deste ano dez ônibus Scania L94 UB, equipados com motor traseiro em conformidade com a norma ambiental Conama IV e recursos especiais para o transporte de pessoas idosas ou portadoras de deficiências físicas.

Esse tipo de veículo não apresenta degraus nas portas dianteira e central e seu interior é totalmente plano até a parte traseira. Conta, também, com o [abaixamento da suspensão pneumática dianteira](#), o que posiciona o piso muito próximo do nível da calçada, transmissão automática com Retarder integrado e freios a disco com ABS. A carroceria proporciona 40 assentos e uma área reservada para cadeira de rodas.

Em comemoração aos 500 anos do Descobrimento do Brasil, os ônibus re-

ceberam pintura especial, destacando a participação da cidade de Santos na história do País, desde seu tradicional porto marítimo até Edson Arantes do Nascimento, o Pelé.

Mais cinco outros ônibus L94 UB entrarão em breve em operação na cidade, completando uma frota de 15 unidades, denominada Série Ouro. Esse mesmo tipo de veículo também foi escolhi-

do por Vitória (ES) para atuar nas ruas da cidade (foto abaixo). O lote adquirido foi de seis unidades e começou a rodar em março.

Além de contribuir para o transporte coletivo capixaba, os veículos irão ajudar a viabilizar o projeto “Mão na Roda”, que pretende integrar os deficientes à malha rodoviária da cidade.

Outras prefeituras, como Sorocaba, Rio de Janeiro e Belo Horizonte, já adotaram ônibus Scania de piso baixo e motor traseiro no ano passado, num processo para atrair usuários, diminuindo o número de carros de passeio em circulação e melhorando as condições gerais de trânsito.

Segundo Wilson Pereira, gerente de Vendas de Ônibus da Scania Brasil, as prefeituras estão priorizando o conforto, a segurança e a tecnologia como forma de eliminar a concorrência prejudicial do transporte clandestino. “É o chamado salto de qualidade, que visa trazer de volta o usuário do transporte público”, finaliza.

Ao todo, já rodam pelo País cerca de 150 ônibus L94 UB, seja em operação regular ou em teste nos órgãos gestores do transporte público. Esses veículos foram lançados em maio de 1998, junto com toda a nova linha de ônibus da Scania. 🌿



Coração brasileiro em peito europeu

Motores eletrônicos da Scania produzidos no Brasil equipam veículos montados na Europa.

Desde fevereiro, a unidade da Scania de São Bernardo do Campo (SP) exporta para a matriz da empresa, em Södertälje, na Suécia, motores eletrônicos de 12 litros e 420 hp. São, em média, 4 a 5 “corações” brasileiros enviados por dia para a fábrica sueca.

É a primeira vez que motores eletrônicos, com a mais avançada tecnologia de gerenciamento de injeção de combustível da Scania, são exportados para a Europa regularmente. “Isso é resultado de nossa produção globalizada. Temos no Brasil os mesmos processos de produção e os mesmos níveis de desenvolvimento e qualidade que na Europa”, afirma Peter Björk, gerente da fábrica de motores da Scania em São Bernardo.

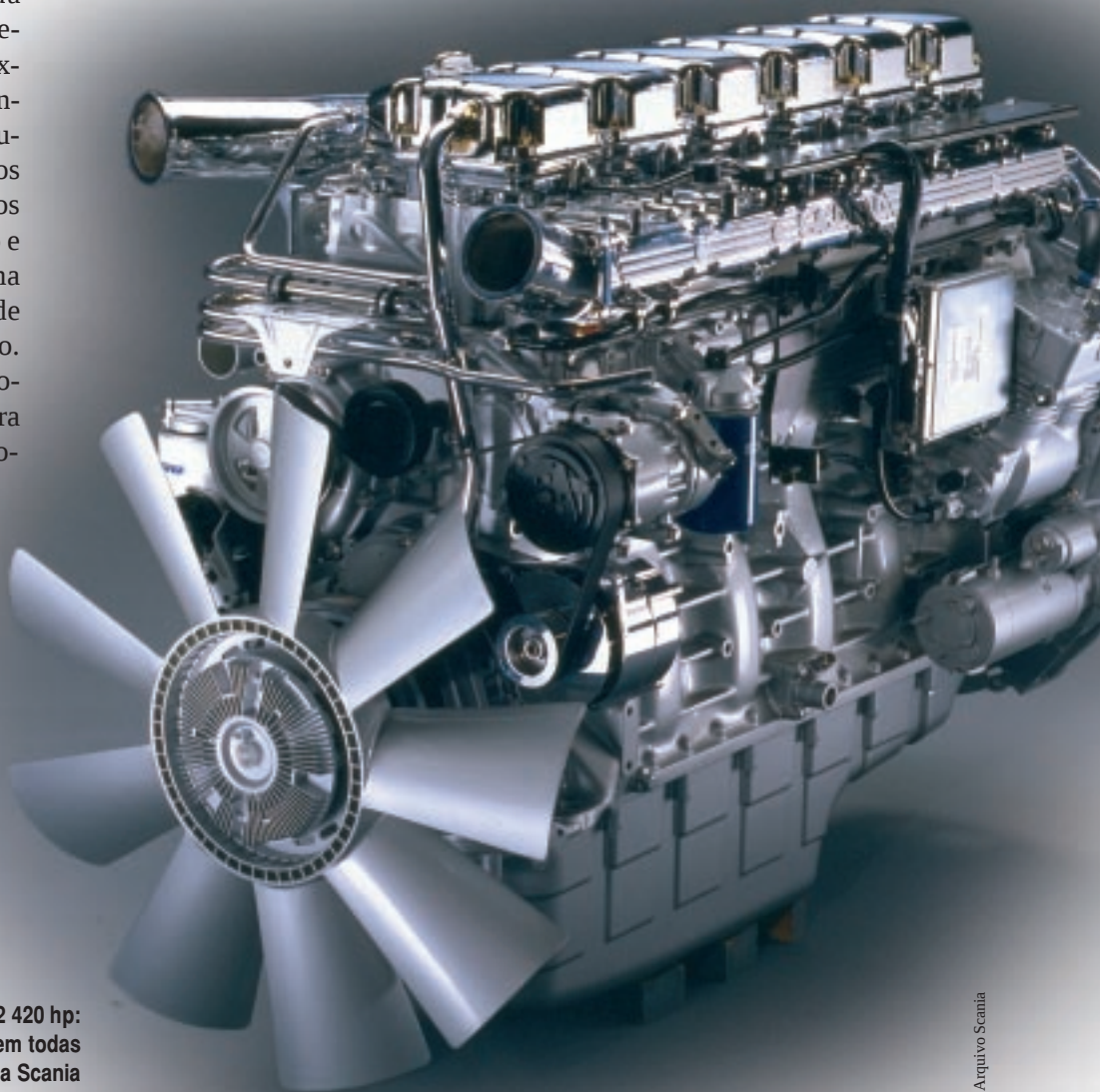
Até então, eram exportados motores de 12 litros com bomba injetora mecânica e peças como eixo de comando de válvulas e bielas, além de motores industriais e marítimos, num processo iniciado em março de 1999.

Segundo Peter Björk, a oportunidade de exportar para a matriz deve-se ao aquecimento do mercado europeu, registrado nos últimos anos. “Tanto no Brasil como na Europa, temos condições de trabalhar em três turnos. Em vez de sobrecarregar

a fábrica da Suécia, optamos por repartir a demanda do mercado deles com a nossa fábrica no Brasil, aproveitando melhor nossa capacidade de mão-de-obra”, comenta ele.

A fábrica de motores da Scania em São Bernardo abastece regularmente as linhas de montagem de caminhões, ôni-

bus e motores industriais e marítimos, situadas na mesma unidade fabril, e as unidades de montagem de veículos em KD (componentes enviados já montados) na Argentina, México e África do Sul. No ano de 1999 foram produzidos 8.938 motores, dos quais 904 foram destinados à exportação. 🇸🇪



D12 420 hp:
mesma qualidade em todas
as fábricas da Scania

Arquivo Scania

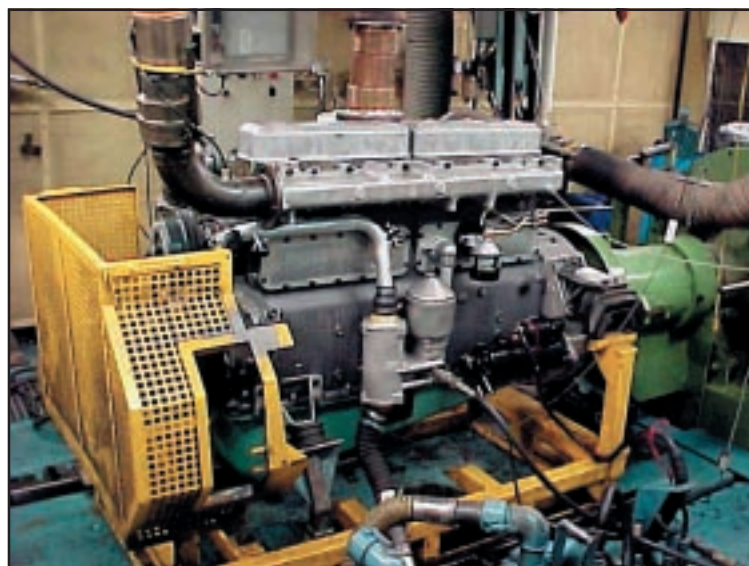
Caça aos piratas

Programa Mantenha a Qualidade, da Scania, combate peças não genuínas e prova, em laboratório, que consomem mais combustível

A batalha sempre foi dura. De um lado as peças piratas, tendo como única arma o preço mais baixo. Do outro, as peças genuínas, com qualidade assegurada e toda a tecnologia que acompanha o moderno veículo de transporte de cargas ou passageiros. Ao longo dos anos, economia duvidosa e confiabilidade motivaram discussões intermináveis.

Recentemente, o programa Mantenha a Qualidade, que busca demonstrar as reais vantagens de uma peça genuína frente a uma pirata, resolveu fazer uma verificação definitiva. No banco de provas da Scania, um mesmo motor foi submetido a uma bateria de testes primeiro com cabeçotes originais, depois com cabeçotes piratas.

O resultado encontrado foi que o consumo de combustível do mesmo motor, quando com cabeçotes piratas, tornava-se 3% maior. Um valor bastante expressivo quando se sabe de todos os esforços que fabricantes de veículos e clientes vêm fazendo para justamente diminuir essa variável. Tal quantidade de combustível consumida desnecessariamente corresponde a cerca de 10 cavalos de potência, que não são aproveitados pelo motor.



Banco de provas de motores: tecnologia confirma superioridade da peça genuína

Segundo os critérios do programa Mantenha a Qualidade, todo o cuidado foi tomado para que os parâmetros dos dois testes fossem exatamente os mesmos. Nesse tipo de avaliação são verificadas as pressões do óleo, do turbo e dos gases de escape, a rotação do turbo, as temperaturas do intercooler,

do combustível, do óleo, do ar de admissão e dos gases de escape, além da medição do nível de fumaça, do consumo de combustível e da potência máxima.

O gerente de Marketing de Pós-Venda da Scania para a América Latina, Celso Torii, responsável pelo programa Mantenha a Qualidade, salien-

ta que o mais importante desse teste foi poder comprovar que uma peça genuína, cujo preço de aquisição é mais alto, acaba saindo muito mais barata que a peça pirata por proporcionar menor custo operacional do veículo no decorrer de sua vida útil.

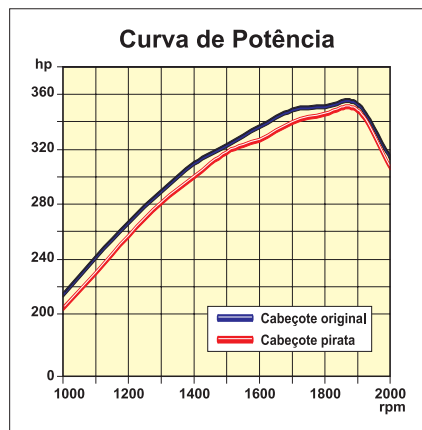
“A diferença de preço pode motivar o cliente a optar pelo cabeçote pi-

rata num primeiro instante, mas ele não estará considerando o quanto este mesmo cabeçote vai lhe custar em combustível”, comenta Torii. “Trata-se de uma peça importante no desempenho de todo o motor e contém seus segredos, consumiu anos de pesquisa nos laboratórios da Scania e não é apenas um bloco fundido, fácil de ser copiado”, diz.

Falsa ilusão - Os argumentos da Scania são confirmados pelo consumo de 3% a mais de combustível identificado na peça pirata, que equivale a um gasto adicional em torno de 800 reais ao ano.

“Ao comprar um par de cabeçotes genuínos, o cliente paga cerca de 1.500 reais a mais em relação ao preço da peça pirata. Essa diferença é recuperada em menos de dois anos, prazo muito inferior à vida útil dos cabeçotes. Depois disso, é só contabilizar a economia da combustível”, ressalta Torii.

O programa Mantenha a Qualidade destina-se a orientar os clientes sobre as vantagens das peças genuínas, ressaltando aspectos de qualidade, segurança, meio ambiente e impacto nos custos operacionais do veículo. Mais informações sobre esse programa podem ser encontradas na home page da Scania (www.scania.com.br) ou através da rede de concessionárias. 



Cabeçote original: teste comprova maior potência



Transporte pesado pede Scania

A empresa Distribuidora de Bebidas Ltda, de São Luís (MA), seguiu o slogan publicitário de seu cliente e pediu corretamente: 2 cavalos-mecânicos R124GA6x4, com motor de 360 hp, para o transporte de um dos produtos mais brasileiros, o Guaraná Antarctica.

Os veículos estão pintados no padrão de cor característico do refrigerante e vão tracionar carretas tipo bitrem, transportando também cervejas da marca.

Fundada em 1970, a Distribuidora de Bebidas atua nas rotas entre as cidades de São Luís, Teresina (PI), Salvador (BA), Belém (PA) e São Paulo (SP). ■



Conectou, comprou

Em menos de dois meses de atividade, a venda de semi-novos e usados através do site da Scania na Internet já contabiliza dezenas de unidades comercializadas.

Uma das primeiras vendas reportadas demonstra tanto a abrangência como a eficiência do comércio eletrônico. Um cavalo-mecânico T114GA4x2, de 360 cavalos, ano 98 (foto), entrou no estoque de usados da concessionária Rota Oeste, de Cuiabá (MT), como parte do pagamento por um veículo novo e quatro dias depois de anunciado na Internet já recebia as primeiras consultas de possíveis compradores. Mais seis dias e Dorico Gianini, da cidade de Cianorte (PR) fazia o depósito de um sinal e garantia a compra, vindo retirar o veículo no dia seguinte. ■



Simonetti reforça frota

A Simonetti, empresa de Curitiba que há 30 anos atua no transporte de produtos especiais, muda seu planejamento estratégico com o objetivo de reassumir o controle total da operação de transporte.

Para tanto, 70 caminhões Scania foram adquiridos, sendo um lote de trinta R124GA4x2 e outro de quarenta R124LA6x2, todos com motor de 360 hp. Os primeiros 30 veículos foram entregues em dezembro do ano passado e os outros 40 entrarão em operação ainda na primeira metade deste semestre.

Para a empresa, a experiência com terceiros não produziu a sinergia necessária para um transporte tão exigente quanto o de cargas especiais, que demanda, acima de tudo, confiabilidade e agilidade.

Entre os produtos transportados pela Simonetti estão o GLP, ácido sulfúrico, ácido fosfórico, amônia e os gases do ar.

A empresa sempre atuou nesse segmento de cargas especiais e conta hoje com uma frota de mais de 250 veículos, dos quais 90% são Scania.

Melhor caminhão 1999



**PRÊMIO
MARCA BRASIL
2000**

A Scania recebeu, em fevereiro, o prêmio Marca Brasil 2000 na categoria melhor caminhão do ano de 1999. A eleição foi feita por meio de cupons encartados na revista "O Carreteiro", que circula por todo o País, com tiragem média de 100 mil exemplares. Segundo o critério do prêmio, o consumidor final do produto é que vota, enviando pelo correio o cupom encartado em revistas de grande circulação em cada categoria.

Assim, os caminhoneiros, leitores de "O Carreteiro", foram os que, de fato, elegeram a Scania como a melhor marca em sua categoria. Obrigado!

Os primeiros premiados do ano 2000

Os resultados foram obtidos em novembro e dezembro do ano passado, mas a premiação ocorreu no início de fevereiro. Assim, as primeiras campeãs de vendas de peças conhecidas este ano são Suvesa, de Pelotas (RS) e Equipo, do Rio de Janeiro, respectivamente.

Seus vendedores, indicados pelas diretorias das casas, visitaram a fábrica da Scania em São Bernardo do Campo (SP), almoçaram com as gerências de Peças de Reposição e Serviços e receberam seus merecidos relógios Omega.

Roberto Jorge Evangelista de Menezes, da Equi-



po, já havia visitado a Scania em outras oportunidades, mas foi a primeira vez que viu a linha de montagem da série 4. Ele afirmou que não é só o relógio que conta, mas toda a valorização do profissional de vendas de peças e a motivação dos colegas na concessionária.

Cleiton Ronaldo Martin, da Suvesa, há nove anos na rede, nunca havia visitado a fábrica e

ficou impressionado pela tecnologia empregada nas linhas de montagem. Quanto ao prêmio, confessou que estavam todos na torcida: “Vivíamos perguntando quando é que chegaria a nossa vez”. ■



Para o alto e avante!

Não é mais novidade para ninguém que o sorteio de prêmios em dinheiro vem sendo substituído, dia a dia, por bens de utilidade imediata para os felizardos ganhadores, como casas e automóveis. Mas o que dizer de um cavalo-mecânico Scania série 4 novinho e acompanhado, ainda, de uma carreta graneleira?

Conforme anunciavam as promoções de tal sorteio, trata-se do sonho de qualquer caminhoneiro. A inovação foi da empresa Poupa Ganha, que sorteou, em todo o País, quinze T114GA4x2, e um ônibus K124IB6x2 encarroçado.

Cada sorteio contou com forte divulgação, o que incluiu, em alguns casos, a exibição do prêmio a cerca de 30 metros do solo, às margens de importantes rodovias como a Anchieta, em São Paulo (foto).



ALAGOAS

- **Rio Largo**
Novepe Nordeste Veículos Pesados Ltda.
Tel. (82) 241-6833

AMAZONAS

- **Manaus**
Arapaima Motores e Veículos Ltda.
Tel. (92) 237-4043

BAHIA

- **Barreiras**
Moveva Motores e Veículos do Nordeste S.A.
Tel. (77) 811-4831
- **Feira de Santana**
Moveva Motores e Veículos do Nordeste S.A.
Tel. (75) 622-3434
- **Salvador**
Moveva Motores e Veículos do Nordeste S.A.
Tel. (71) 301-9911
- **Vitória da Conquista**
Moveva Motores e Veículos do Nordeste S.A.
Tel. (77) 422-5135

CEARÁ

- **Fortaleza**
Conterrânea Veículos Pesados Ltda.
Tel. (85) 279-2222

DISTRITO FEDERAL

- **Brasília**
Varella Veículos Pesados Ltda.
Tel. (61) 394-5000

ESPÍRITO SANTO

- **Viana**
Venac Veículos Nacionais Ltda.
Tel. (27) 336-7944

GOIÁS

- **Aparecida de Goiânia**
Varella Veículos Pesados Ltda.
Tel. (62) 283-6363
- **Rio Verde**
Varella Veículos Pesados Ltda.
Tel. (62) 612-3233

MARANHÃO

- **Balsas**
Alpha Máquinas e Veículos do Nordeste Ltda.
Tel. (98) 741-2431
- **Imperatriz**
Alpha Máquinas e Veículos do Nordeste S.A.
Tel. (98) 723-1922
- **São Luís**
Alpha Máquinas e Veículos do Nordeste S.A.
Tel. (98) 245-1919

MATO GROSSO

- **Cuiabá**
Rota-Oeste Veículos Ltda.
Tel. (65) 661-2660
- **Rondonópolis**
Rota-Oeste Veículos Ltda.
Tel. (65) 421-3555
- **Sinop**
Rota-Oeste Veículos Ltda.
Tel. (65) 531-4880

MATO GROSSO DO SUL

- **Campo Grande**
P. B. Lopes & Cia. Ltda.
Tel. (67) 793-5080
- **Dourados**
P. B. Lopes & Cia. Ltda.
Tel. em alteração

MINAS GERAIS

- **Contagem**
Itaipu Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (31) 396-1622
- **Governador Valadares**
Covepe Comércio de Veículos Pesados Ltda.
Tel. (33) 278-3000
- **Juiz de Fora**
Itaipu Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (32) 221-3092
- **Montes Claros**
Itaipu Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (38) 213-2200
- **Muriáé**
Covepe Comércio de Veículos Pesados Ltda.
Tel. (32) 722-3444
- **Patos de Minas**
Itaipu Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (34) 822-5555
- **Poços de Caldas**
Quinta Roda Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (35) 714-2157
- **Pouso Alegre**
Codema Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (53) 422-5600
- **Uberlândia**
Escandinávia Veículos Ltda.
Tel. (34) 233-8000

PARÁ

- **Marituba**
Guatapará Motores e Veículos Ltda.
Tel. (91) 255-3011

PARAÍBA

- **Bayeux**
Novepa Nordeste Veículos da Paraíba Ltda.
Tel. (83) 232-1686
- **Campina Grande**
Novepa Nordeste Veículos da Paraíba Ltda.
Tel. (83) 331-2799

PARANÁ

- **Cascavel**
Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.
Tel. (45) 225-6011
- **Curitiba**
Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.
Tel. (41) 362-1515 (Cajuru)
Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.
Tel. (41) 346-0202 (Pinheirinho)
- **Foz do Iguaçu**
Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.
Tel. (45) 526-4333
- **Guarapuava**
Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.
Tel. (42) 724-2188

- **Londrina**
P. B. Lopes & Cia. Ltda.
Tel. (43) 329-0780

- **Maringá**
P. B. Lopes & Cia. Ltda.
Tel. (44) 228-5757

- **Pato Branco**
Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.
Tel. (46) 225-2598

- **Ponta Grossa**
Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.
Tel. (42) 227-4141

PERNAMBUCO

- **Petrolina**
Novepe Nordeste Veículos de Pernambuco Ltda.
Tel. (81) 864-5000
- **Recife**
Novepe Nordeste Veículos de Pernambuco Ltda.
Tel. (81) 339-3911

PIAUI

- **Teresina**
Itaim Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (86) 220-6700

RIO DE JANEIRO

- **Barra Mansa**
Equipo Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (24) 348-3332
- **Rio de Janeiro**
Equipo Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (21) 474-5040

RIO GRANDE DO NORTE

- **Parnamirim**
Carajás Veículos Ltda.
Tel. (84) 272-2849

RIO GRANDE DO SUL

- **Canoas**
Suvesa Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.
Tel. (51) 477-2211
- **Carazinho**
Brasdiehl S.A. Comercial e Importadora
Tel. (54) 330-1122
- **Caxias do Sul**
Brasdiehl S.A. Comercial e Importadora
Tel. (54) 229-3577
Brasdiehl S.A. Comercial e Importadora
Tel. (54) 228-1344
- **Eldorado do Sul**
Suvesa Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.
Tel. (51) 481-3900
- **Garibaldi**
Brasdiehl S.A. Comercial e Importadora
Tel. (54) 463-8511
- **Ijuí**
Brasdiehl S.A. Comercial e Importadora
Tel. (55) 332-8300
- **Lajeado**
Brasdiehl S.A. Comercial e Importadora
Tel. (51) 748-9822
- **Palmeira das Missões**
Mecânica Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (55) 342-1771
- **Passo Fundo**
Mecânica Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (54) 317-9600
- **Pelotas**
Suvesa Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.
Tel. (53) 223-0144
- **Santa Maria**
Suvesa Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.
Tel. (55) 211-2002
- **São Leopoldo**
Suvesa Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.
Tel. (51) 568-2666

- **Uruguaiana**
Suvesa Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.
Tel. (55) 412-4141

- **Vacaria**
Mecânica Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (54) 232-1433

RONDÔNIA

- **Ji-Paraná**
Rovema Veículos e Máquinas Ltda.
Tel. (69) 421-5696

- **Porto Velho**
Rovema Veículos e Máquinas Ltda.
Tel. (69) 222-2766

- **Vilhena**
Rovema Veículos e Máquinas Ltda.
Tel. (69) 322-3715

SANTA CATARINA

- **Concórdia**
Ediba Eletro Diesel Battistella Ltda.
Tel. (49) 442-5011

- **Cordilheira Alta**
Ediba Eletro Diesel Battistella Ltda.
Tel. (49) 728-0111

- **Itajaí**
Mecânica de Veículos Piçarras Ltda.
Tel. (47) 346-1447

- **Joinville**
Mecânica de Veículos Piçarras Ltda.
Tel. (47) 473-7597

- **Lages**
Ediba Eletro Diesel Battistella Ltda.
Tel. (49) 226-0411

- **Piçarras**
Mecânica de Veículos Piçarras Ltda.
Tel. (47) 345-0577

- **Tubarão**
Ediba Eletro Diesel Battistella Ltda.
Tel. (48) 628-0511

SÃO PAULO

- **Araçatuba**
Quinta Roda Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (18) 631-1010

- **Araraquara**
Escandinávia Veículos Ltda.
Tel. (16) 222-5766

- **Bauru**
Quinta Roda Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (14) 223-2944

- **Caçapava**
Codema Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (12) 253-1611

- **Guarulhos**
Codema Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (11) 6461-8500

- **Jales**
Escandinávia Veículos Ltda.
Tel. (17) 623-2835

- **Marília**
Quinta Roda Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (14) 427-4144

- **Ourinhos**
P. B. Lopes & Cia. Ltda.
Tel. em alteração

- **Porto Ferreira**
Quinta Roda Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (19) 581-4144

- **Presidente Prudente**
P. B. Lopes & Cia. Ltda.
Tel. em alteração

- **Registro**
Codema Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (13) 821-6711

- **Ribeirão Preto**
Escandinávia Veículos Ltda.
Tel. (16) 622-9900

- **Santo André**
Codema Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (11) 4976-2755

- **Santos**
Codema Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (13) 230-2980

- **São José do Rio Preto**
Escandinávia Veículos Ltda.
Tel. (17) 225-1166

- **São Paulo**
Codema Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (11) 876-4777 (Piqueri)
Codema Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (11) 6954-4000 (Vila Maria)

- **Sorocaba**
Codema Comercial e Importadora Ltda.
Tel. (15) 221-2838

- **Sumaré**
Quinta Roda Máquinas e Veículos Ltda.
Tel. (19) 864-1890

SERGIPE

- **Nossa Senhora do Socorro**
Moveva Motores e Veículos do Nordeste S.A.
Tel. (79) 253-1204

TOCANTINS

- **Gurupi**
CVR Máquinas e Impl. Agrícolas e Repres. Ltda.
Tel. (63) 714-1001

REPRESENTANTES NA AMÉRICA LATINA

BOLÍVIA

- **Sta. Cruz de la Sierra**
Coral Corporación Automotriz Ltda.
Tel. (005913) 42-1444/1555/1800/2229/1091

COLÔMBIA

- **Santafé de Bogotá**
Inversiones Betco S.A.
Tel. (00571) 416-6464/412-3030

COSTA RICA

- **San Jose**
Eurobus S.A.
Tel. (00506) 290-2255

ECUADOR

- **Quito**
Ponce Yepes Cia. De Comercio S.A.
Tel. (005932) 410-650/400-222

GUATEMALA

- **Guatemala**
Promotora de Camiones S.A.
Tel. (00502) 4-711333/4-735867

NICARÁGUA

- **Manágua**
NIMAC - Nicaragua Machinery Company
Tel. (005052) 631151/331152 a 331159

PARAGUAI

- **Asunción**
Diesa S.A.
Tel. (0059521) 50-3921 a 50-3928/50-3720

REPÚBLICA DOMINICANA

- **Santo Domingo**
Atlantica C. Por A.
Tel. (001809) 565-3161

URUGUAI

- **Montevideo**
Jose Maria Duran S.A.
Tel. (005982) 924-0433/0435/0450/0451

VENEZUELA

- **Maracaibo**
Venezolana de Camiones C.A. (Venecamiones C.A.)
Tel. (005861) 210721/213209/228807

- **San Cristobal**
Venezolana de Camiones C.A. (Venecamiones C.A.)
Tel. (005876) 419202/419375

UNIDADES DA SLA

ARGENTINA

- **Buenos Aires (Unidade Comercial)**
Scania Argentina S.A.
Tel. (0054327) 51-000

- **Tucumán (Unidade Industrial)**
Scania Argentina S.A.
Tel. (005481) 50-9000

BRASIL

- **São Bernardo do Campo - SP (Unidade Comercial e Industrial)**
Scania Latin America Ltda.
Tel. (005511) 752-9333

CHILE

- **Santiago (Unidade Comercial)**
Scania Chile S.A.
Tel. (00562) 738-6000

MÉXICO

- **Tlalnepantla (Unidade Comercial)**
Scania de México, S.A. de C.V.
Tel.: (00525) 379-7361

- **San Luis Potosi (Unidade Industrial)**
Scania de México, S.A. de C.V.
Tel.: (00524) 824-0505

PERU

- **Lima (Unidade Comercial)**
Scania del Peru S.A.
Tel. (005112) 41-3016/3017

VENEZUELA

- **Caracas (Unidade Comercial)**
Scania de Venezuela S.A.
Tel. (00582) 793-8982/2737



Samuel Javelberg

“Trabalhamos com fretamento rodoviário, subindo e descendo a serra diariamente, além do turismo nacional.

Para esse tipo de atividade, o Scania é o veículo que melhor atende às nossas necessidades, pois apresenta fácil operação, fácil manutenção e agilidade. Trata-se de um produto em constante evolução, mas que não deixa de ser simples tanto na operação como na manutenção. Começamos a incorporar veículos da série 4 em nossa frota e eles têm surpreendido nossas expectativas.

Estamos, agora, recebendo os primeiros ônibus de piso baixo, que vão se juntar aos nossos outros 52 carros. As impressões iniciais são muito boas e se tivermos o mesmo desempenho dos rodoviários, acreditamos que eles poderão se tornar maioria na empresa brevemente.

Para nós, os ônibus Scania representam segurança, bom pós-venda, baixo custo de manutenção e ótimo valor de revenda. Além disso, ter a marca Scania na frota valoriza a imagem da nossa empresa.”

Luiz Carlos Soares,

Diretor Administrativo da Auto Viação São Sebastião

FICHA TÉCNICA

L94UB4x2LB 220

Carroceria	Marcopolo Viale
Motor	DSC9 11
Cilindradas	9 litros
Cilindros	6
Válvulas por cilindro	2
Diâmetro dos cilindros ..	115 mm
Curso	144 mm
Sistema de injeção	Mecânica
Potência máxima	220 hp a 2000 rpm
Torque máximo	1005 Nm a 1350 rpm
Classe	U (veículos com piso interior baixo, para operações urbanas em pavimento de boa qualidade. Oferece abaixamento da altura do chassi para facilitar o embarque dos passageiros)
Tração	4x2
Suspensão	Pneumática com controle eletrônico
Caixa de câmbio	Automática com Retarder incorporado
Freios	A disco com ABS
Comprimento	12 metros