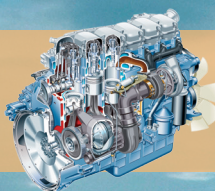


SCANIA

REI DA ESTRADA



Turbocompound

Desempenho garantido
Pág. 22

Safra 2009

É tempo de colheita

João Balduino,
motorista da Fazenda Santa Maria,
Pedra Preta (MT)



ÔNIBUS
**ESPÍRITO SANTO
AQUECE MERCADO
DE TURISMO**

Pág. 26



SÉRIE ESPECIAL
**MOTORISTA TREINADO
AJUDA NA REDUÇÃO DO
CUSTO OPERACIONAL**

Pág. 28

ÍNDICE

Scania Rei da Estrada Nº 136

4 Espaço do Leitor

5 Notícias da Scania

8 Reportagem de Capa
Safrá 2009 – É tempo de colheita

14 Conceito
Gente, Produtos e Serviços formam o GPS da Scania

16 Serviços
Auxílio ao cliente em qualquer lugar e em qualquer momento com o Scania Assistance

19 Tecnologia
Estabilidade na direção com o Opticruise

20 Produto
Caminhão com tração 6x6 é novidade para o transporte de minério

22 Desempenho
Turbocompound transforma os gases de escape em energia para o motor

24 Financiamento
Opções facilitadas para adquirir um Scania novo ou usado

26 Ônibus
Mercado de turismo aquece vendas de ônibus no Espírito Santo



28 Série Especial

Motorista treinado ajuda na redução do custo operacional

31 Internet

Hotsite possibilita consulta de serviços na Web

32 Imagem

Saiba como incluir o seu Scania no calendário global

34 Opinião

Luiz Antonio Pinazza fala a respeito da importância da Safra 2009 para a economia brasileira

35 Casas Scania

Scania Rei da Estrada

Scania Rei da Estrada é uma publicação sobre veículos, serviços e tendências dirigida ao transportador.

Scania Vendas e Serviços
Unidade de Negócios Brasil

Telefone	E-mail	Fax
11 4344-9666	marketing.br@scania.com www.scania.com.br	11 4344-9036

Jornalista Responsável
Renata Nascimento (Mtb 45640)

Conselho Editorial
Christopher Podgorski, João Miguel Capussi e Valdir Merlini

Assistente de Edição
Maíra Zanutto

Redação
Rái Editorial

Revisão
Vicente dos Anjos

Design Gráfico / Diagramação
Technoart

Impressão / Tiragem
Margraf Edit. e Ind. Gráfica / 37.350 unidades



SCANIA

A Rei da Estrada é uma revista para fins informativos. As opiniões expressas em seu conteúdo não são necessariamente as mesmas da Scania Brasil. É autorizada a publicação de qualquer material editorial, desde que citada a fonte. Filial à ABERJE (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial).
Correspondências: Av. José Odorizzi, 151 - 09810-902 - São Bernardo do Campo (SP)



“A confiança dos transportadores na marca Scania para atender às exigências do setor agrícola vem de longa data e se fortalece a cada ano.”

Prontos para os grãos

NESTA ÉPOCA DO ANO, É NATURAL O AUMENTO de caminhões carregados de grãos, especialmente nas regiões Centro-Oeste e Sul do Brasil. Eles são resultados da colheita e do transporte da safra funcionando a todo vapor. É possível perceber milhares de imponentes bitrens, cada um deles deixando a sua contribuição para o escoamento da produção, que em 2009 deve superar 130 milhões de toneladas.

Para atender a brasileiros, ou a estrangeiros, os grãos precisam chegar ao seu destino, seja ele as ferrovias, os portos, ou mesmo os silos das fazendas. É neste momento que o trabalho contínuo dos caminhões, em um verdadeiro teste de produtividade e resistência, torna-se essencial. Em períodos de pico, um mesmo veículo pode operar continuamente várias horas por dia. Diante desse cenário, é simples concluir: se o caminhão não possuir atributos, como robustez, conforto para o motorista e economia é quase impossível chegar ao fim dessa jornada cumprindo os prazos de entrega e com reduzidos custos operacionais.

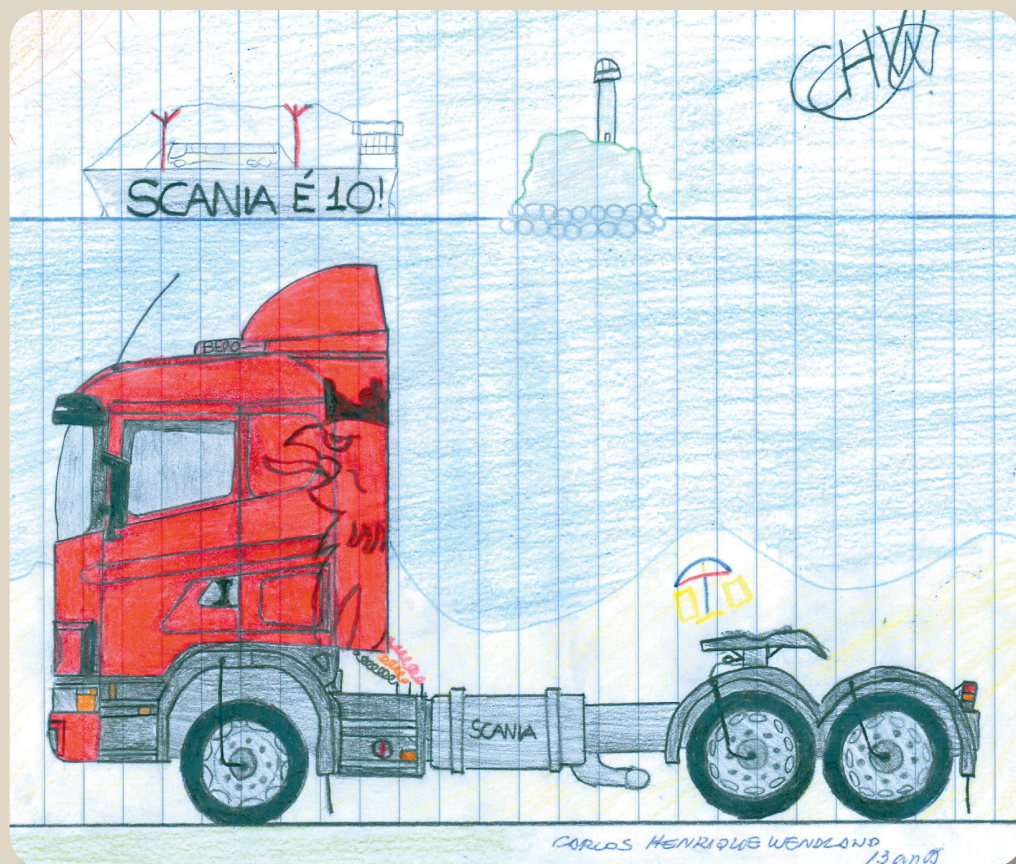
A confiança dos transportadores na marca Scania para atender às exigências do setor agrícola vem de longa data e se fortalece a cada ano. Mesmo diante das dificuldades climáticas e das oscilações do cenário econômico mundial, os resultados da safra deste ano são otimistas. Não é por acaso que o transporte de grãos foi responsável por mais de 40% das vendas de caminhões da Scania no primeiro trimestre do ano.

Esse resultado é fruto do trabalho contínuo da Scania e de sua rede de concessionárias para estar sempre à frente das necessidades de negócios dos clientes. Os esforços para garantir subsídios ao transportador começam já no ano anterior à colheita, entre setembro e março, durante a entressafra de grãos. Nesse momento, o trabalho dos representantes de vendas se intensifica para encontrar as soluções ideais em produtos e serviços, sempre com o objetivo de garantir a entrega no período certo, a produtividade e a disponibilidade dos veículos durante a colheita e o transporte dos grãos.

É essa parceria de todos os momentos que faz com que os caminhões Scania sejam maioria nas regiões de concentração da safra e preferidos entre os transportadores de grãos no Brasil.

Eronildo Barros

Eronildo Barros,
gerente executivo de Vendas de Caminhões



Carlos Henrique Wendland, Curitiba (PR)

“ Sou um grande admirador da marca Scania. Trabalho com meu irmão, que é caminhoneiro e possui um 124. Já tive a oportunidade de dirigir outras marcas, mas a minha preferência é pela Scania porque, além ser mais confortável, possui um excelente desempenho”.

**Thiago Franczak,
Irati (PR)**

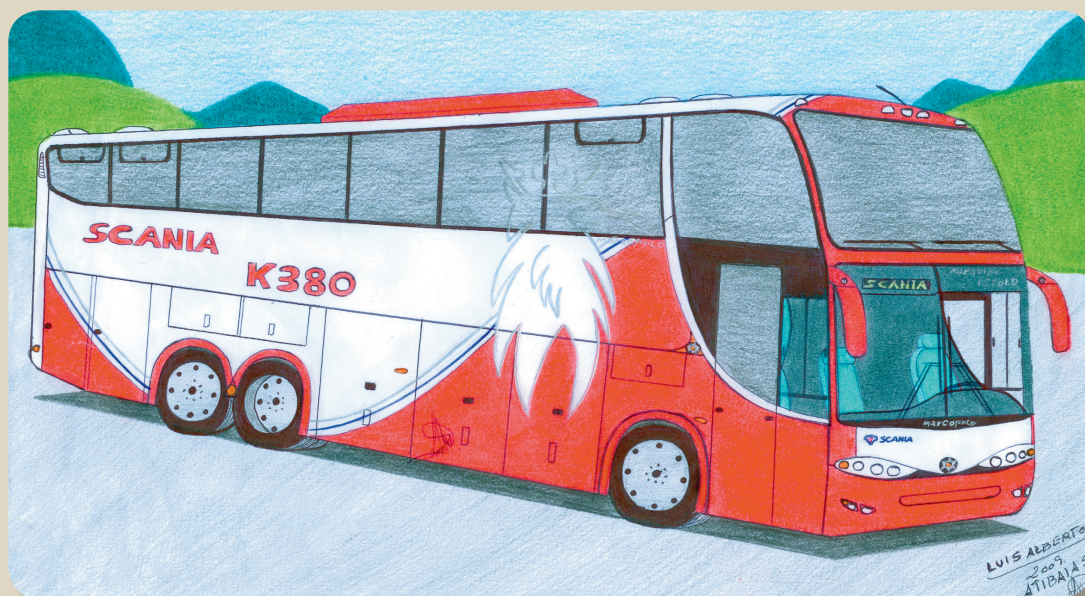
“ A edição 135 da Rei da Estrada está ótima, começando pela capa até o final. As reportagens estão todas boas, especialmente a das Séries P, G e R. Foi muito importante ler o resultado de vendas e o depoimento das transportadoras que compraram os caminhões”.

**Celso Tadeu Fernandes,
São Paulo (SP)**



“ Sou desenhista artístico e gosto de desenhar caminhões e ônibus. Sou fã nº 1 da Scania, que possui os veículos mais potentes e sofisticados do Brasil e do mundo. A Scania mora no meu coração”.

**Nelson Bispo dos Santos,
São Pedro do Turvo (SP)**



Luis Alberto, Atibaia (SP)

**Participe do Espaço do leitor, enviando seus comentários, ou desenhos para Scania Brasil - revista Scania Rei da Estrada
Avenida José Odorizzi, 151 - Vila Euro - 09810-902 - São Bernardo do Campo (SP)**



20 caminhões

Accord Express Distribuição & Logística compra 20 caminhões

A transportadora Accord Express Distribuição & Logística adquiriu 20 caminhões Scania, modelo G 380 4x2, com terceiro eixo, no decorrer de 2008. O negócio foi realizado pela concessionária Quinta Roda, de Sumaré (SP).

Localizada em São José do Rio Pardo (SP), a Accord Express atua no ramo de transporte de carga industrial, principalmente alimentos. A transportadora possui veículos de capacidade diversificada, como, por exemplo, carretas tipo sider e câmaras frias.

Atualmente, a Accord Express conta com uma frota de 194 caminhões, sendo que 88 são Scania.

A Accord Express é cliente Scania desde a sua fundação. Segundo Nassib Saliba, proprietário da empresa, a qualidade dos caminhões e serviços Scania foi um fator fundamental para a nova aquisição. "Escolhemos os caminhões da Scania por conta do baixo custo de manutenção e economia de combustível, além do alto valor de revenda", conta.



Edir Schardong, o sortudo

Empresário compra cota do consórcio e é contemplado no primeiro sorteio

Ser sorteado no consórcio é uma ótima notícia para qualquer um. Ainda mais se a contemplação acontecer no primeiro sorteio. Este é o caso de Edir Schardong, empresário de Novo Hamburgo (RS). Há 12 anos no ramo de turismo, Edir se animou para ampliar seu negócio. Procurado pela Suvesa de Portão (RS), decidiu adquirir uma cota do consórcio de caminhões para ingressar no segmento de frete. A compra foi realizada no fim do ano passado, no dia da assembleia do grupo. Na mesma data, Schardong foi contemplado no sorteio. O cheque do empresário não havia nem sido compensado. "Fiquei surpreso, não imaginei que seria assim, tão rápido", conta.

No final de janeiro, o empresário recebeu o caminhão G380 4x2, que já está na estrada. A qualidade foi um fator determinante para a escolha da marca. "A Scania é reconhecida por ter o melhor caminhão do mercado, que além de possuir um alto valor de revenda, tem o diferencial da economia de combustível", explica.

APAE recebe doação conjunta da Scania, Consórcio Scania Brasil e Brasdiesel

A Scania, o Consórcio Scania Brasil e a concessionária Brasdiesel doaram um furgão Kombi no dia 9 de março para a APAE – Associação de Pais e Amigos de Excepcionais da cidade de São Marcos, no Rio Grande do Sul (RS). Estiveram na cerimônia de entrega João Miguel Capussi, gerente executivo de Marketing e Comunicação Comercial da Scania no Brasil, e Itamar Zanetti, diretor comercial da Brasdiesel.

"Em uma cidade que valoriza tanto a marca Scania, nós não poderíamos virar as costas para uma questão social tão importante, afinal, ela tem por tradição a preferência pela Scania", afirma Marcelo Galliotto, diretor Administrativo e Financeiro do Consórcio Scania Brasil. Galliotto refere-se ao fato de São Marcos ser conhecida como a "cidade Scania", devido ao grande número de caminhões da marca por habitante. Atualmente, a APAE de São Marcos atende a mais de cem pessoas especiais, com idades entre zero e 55 anos. O furgão doado realizará o transporte dos alunos da instituição.



Scania marca presença na 21ª Show Rural Coopavel

A Scania participou da Show Rural Coopavel, em Cascavel (PR), entre os dias 9 e 13 de fevereiro. Na sua 21ª edição, a feira reuniu as principais empresas de pesquisa e equipamentos voltados para o agronegócio.

A montadora expôs um caminhão G 420 6x4 e um G 420 4x2 com terceiro eixo. Ambos são indicados para o transporte de grãos, o principal segmento da região.

O G 420 4x2 com terceiro eixo é indicado para todos os tipos de aplicações rodoviárias pesadas. Foi o campeão de vendas no ano passado, com mais de 1.500 unidades vendidas. Já o G 420 6x4 é indicado principalmente para o transporte agrícola com rodotrem e bitreção.

A presença da Scania no evento é mais uma ação da campanha "Tudo por Você". A empreitada tem como objetivo ampliar a atuação da marca para além da Rede de Concessionárias. Com as feiras, a Scania quer estar mais próxima do cliente e presente em todos os segmentos do mercado de transporte de cargas.



Coopercarga: 19 anos de estrada

A Cooperativa de Transporte de Cargas do Estado de Santa Catarina completou 19 anos de existência no dia 9 de fevereiro. Com sede em Concórdia (SC), a empresa engloba um grupo de 143 pequenos transportadores e gera 2.600 postos de trabalho, atuando em todo o Brasil e no Mercosul.

Dagnor Roberto Schneider, diretor-presidente da Coopercarga, considera que a transportadora passou a ser uma referência no sistema cooperativo e no setor de transporte, colocando-se entre as maiores e melhores empresas do setor. "Isso é fruto de um trabalho que foi progressivamente desenvolvido, em decorrência da qualidade de todo o nosso time de colaboradores, cooperados e nas parcerias construídas no decorrer destes 19 anos", afirma.

Segundo a revista "Maiores e Melhores", a Coopercarga é a 6ª maior empresa de transporte e logística do País. A cooperativa conta com mais de 45 unidades, entre filiais e pontos de apoio, e possui uma frota de 1.700 caminhões. Nos últimos dois anos, a Coopercarga adquiriu 150 caminhões Scania.



Dagnor Roberto Schneider,
diretor-presidente da Coopercarga



Otmar Dickow, ao lado do motorista Alberto Unfer, recebe as chaves de Marcelino Martins, da Suvesa

Dickow & Cia. aumenta a frota com Scania

A Dickow & Cia. Ltda., de Agudo (RS), comprou em 2008 cinco caminhões Scania dos modelos R Highline 420 e 470. O negócio foi fechado na Suvesa de Eldorado do Sul (RS).

A empresa faz o beneficiamento de arroz tipo premium produzido na região de Dom Pedrito (RS). Os caminhões vão transportar a produção para o Rio de Janeiro, Minas Gerais e Espírito Santo, de onde retornam trazendo bobinas de aço para as indústrias do Estado gaúcho.

Otmar Dickow, um dos proprietários da empresa que leva o seu nome, considera que o diferencial da Scania é o valor de mercado. "A Scania dispensa comentários. Sempre foi muito fácil vender um caminhão da marca", conta. Atualmente, ele mantém uma frota de 20 caminhões, sendo que oito são Scania. Até hoje rodando nas estradas, o mascote da frota é um modelo de 1969, carinhosamente apelidado de "Massarico" ou "Pau Véio".



Expresso Embaixador adquire novos chassis Scania

A Expresso Embaixador, tradicional empresa de transporte coletivo rodoviário de Pelotas (RS), adquiriu dez chassis do modelo K310 4x2 da Scania ao longo de 2008. O negócio foi fechado na Suvesa de Pelotas. Desde outubro do ano passado, os ônibus transportam passageiros pelas rodovias do Rio Grande do Sul. A Expresso Embaixador não comprava chassis da Scania há 15 anos, mas, devido à qualidade

e confiabilidade da marca, voltou a fazer parte da família Scania. A facilidade de negociação oferecida pela Suvesa de Pelotas também foi decisiva para a compra.

Há 49 anos no mercado e com uma frota de 100 ônibus, a Expresso Embaixador atua no transporte rodoviário de passageiros entre as cidades de Porto Alegre, Morro Redondo, Chuí, Rio Grande, Piratini, Canguçu e Pelotas.

Scania padroniza mais da metade da sua Rede em 2008

A padronização das concessionárias, como parte das ações da campanha "Tudo por Você", lançada em 2008, consolida o conceito do Compromisso Scania de Excelência e visa oferecer a mesma qualidade em atendimento e serviços em toda a rede. Até o final de 2008, foram certificadas 57 casas, que comercializam, entre veículos e serviços, cerca de 75% do volume total de vendas da Scania no Brasil. A meta é que, até o final deste ano, 65 casas estejam certificadas.

Nos últimos quatro anos, foram investidos mais de R\$ 50 milhões entre a Scania e sua Rede, destinados à adequação das instalações já existentes, abertura de novas Casas, investimentos em ferramentas e equipamentos, aplicação de treinamento, entre outras melhorias. A previsão é que todas as cem Casas Scania estejam padronizadas até 2012.



TRANSPORTE





DE PRIMEIRA

Safra de grãos aquece vendas
de caminhões e movimenta
o mercado nas regiões Sul
e Centro-Oeste.

A **SCANIA COMEMORA** um bom início de ano e parte disso se deve à aproximação do período da safra de grãos nas regiões Sul e Centro Oeste. No primeiro trimestre deste ano, o segmento de transporte de grãos foi responsável por cerca de 40% da comercialização de caminhões. “A proximidade da safra de grãos foi um dos fatores que mais contribuíram para as vendas de caminhões”, afirma Eronildo Barros, gerente de Vendas de Caminhões da Scania no Brasil. No período, os modelos mais vendidos foram o G 420 e o G 380, ambos com terceiro eixo. “São esses os modelos apontados pelos transportadores de grãos como ideais para o segmento”, completa.

Segundo Victor Carvalho, gerente de Vendas de Caminhões para Frotistas da Scania no Brasil, esse é um dos setores de maior representatividade em vendas para a montadora. “Os negócios com clientes desse segmento começam em dezembro e ocorrem durante todo o ano, mas é no período da entressafra que está concentrado o maior volume. O fator de sucesso está na programação de nossa produção para atender os clientes no momento em que eles precisam”, afirma.

Os Estados de Mato Grosso, Paraná e Rio Grande do Sul são os responsáveis pela maioria das vendas, e são nesses locais que estão localizadas as maiores plantações. “As condições climáticas, a produtividade, bem como o tamanho da safra e o preço do produto influenciam diretamente no volume de negócios. Temos que acompanhar de perto todas as tendências e previsões do mercado”, explica Carvalho.

Para 2009, o cenário é otimista. “Bons negócios já foram fechados com grandes



Safra 2009 deve superar 130 milhões de toneladas

empresas do setor”, completa o gerente.

O segmento de grãos representa 40% do PIB brasileiro e, desde 2006, tem passado por dificuldades devido às alterações climáticas, perda de receitas e o crescimento dos países asiáticos no setor. “Este ano, teremos uma safra de retomada e recuperação de rentabilidade”, afirma com otimismo o Superintendente do IMEA (Instituto Mato-Grossense de Economia Agrícola), Seneri Paludo. O Mato Grosso tem 75% de sua economia ligada à agropecuária e, além da soja, é também um dos principais produtores de algodão e milho, produtos que têm pelo menos 50% de sua safra destinada à exportação.

De todo o capital que circula no segmento, 90% é proveniente do setor privado.

Mesmo com o atual cenário econômico, o mercado de grãos não deve sentir grandes impactos. De acordo com Paludo, a dinâmica do negócio impediu que os efeitos da recessão fossem sentidos, pois os financiamentos foram realizados entre junho e julho, antes da instabilidade econômica global.

Cláudio Adamucho, presidente do G10 Transportes, de Maringá (PR), concorda que o impacto da crise sobre os transportadores de grãos não é em relação ao volume de trabalho. Para o empresário, a instabilidade tem maior impacto sobre os setores da indústria que trabalham com produtos que não são de primeira necessidade. A perda prevista de seis milhões de toneladas de grãos por conta de um período de seca na região é mais pre-



ocupante. “A crise vai nos atingir com menos força, porque trabalhamos com alimentos, produtos indispensáveis”, afirma.

As condições climáticas também são questões mais alarmantes para Milton Dall’Agnol, administrador da Rodomax Transportes, empresa que fica na cidade de Cascavel (PR). Ele afirma que o cenário econômico exige cautela por parte do setor, mas a instabilidade do clima na região é o fator mais determinante em relação à safra.

Já Adelino Bissoni, diretor da Botuverá Transporte e Logística, empresa da cidade de Rondonópolis (MT), prevê que o volume de trabalho para os transportadores de sua

região será o mesmo do ano anterior. “Apesar de a colheita no Brasil ter diminuído 10% em relação a 2008, o Mato Grosso colheu a mesma quantidade em 2009, portanto, estamos otimistas”, afirma.

NA ESTRADA: A VIDA DE QUEM TRABALHA – As empresas e os motoristas do setor passam por problemas comuns a outros segmentos, mas algumas particularidades fazem do transporte de grãos uma das atividades mais difíceis. “Em épocas em que o fluxo da produção é intenso, o motorista tem de enfrentar extensas filas nos postos de carga e descarga. Esses locais, geralmente, não

“As condições climáticas, a produtividade, o tamanho da safra e o preço do produto influenciam diretamente no volume de negócios”

Victor Carvalho, gerente de Vendas de Caminhões para Frotistas da Scania no Brasil



possuem infraestrutura para receber tantos caminhões e para atender os condutores de forma digna”, explica Miguel Mendes, presidente da ATC – Associação dos Transportadores de Carga do Mato Grosso.

Segundo Cláudio Adamucho, do G10, a maior dificuldade dos motoristas é exatamente o tempo que eles passam aguardando para chegar a sua vez para descarregar. “Eles ficam dentro das cabines na beira da estrada aguardando até 48 horas, sem segurança, sem banheiros e sem ter onde comer”, conta.

No G10, o controle das unidades móveis é feito a distância, e é por meio desse contato diário com a central que a empresa tem controle sobre as condições dos veículos na estrada. “O relacionamento entre motorista e empresa se dá por telefone, e é por isso que cada motorista é o gerente da sua unidade móvel. A carga e o veículo dependem dele”, diz.

Adamucho assegura que passou apenas dois anos trabalhando como motorista e logo se tornou empresário. Apesar da pouca experiência nas estradas, ele garante conhecer bem a rotina de trabalho dos transportadores de grãos. “Como empresário, preciso cuidar para que o G10 tenha uma boa estrutura focada na manutenção e para que todo o trabalho seja coordenado pela central”, afirma.

No Caso da Botuverá, os motoristas passam até 20 dias fora de casa e percorrem rotas que saem de Rondonópolis e passam pelas cidades mato-grossenses de Sorriso, Lucas do Rio Verde, Gaúcho do Norte, Alto Araguaia e Alto Taquari. “O profissional que transporta grãos é diferenciado, ele tem de ter agilidade e não perder tempo entre carga e descarga”, afirma Bissoni. Ele destaca que também é preciso tomar cuidado com a limpeza dos veículos a cada viagem para não haver contaminação de um produto para o outro.

As condições das estradas são apontadas por Bissoni como uma das dificuldades. “As rodovias são muito ruins, há assaltos e existem poucos pontos para descanso. No Mato Grosso, a chuva também prejudica os trabalhos, porque os motoristas trafegam por alguns trechos de estrada de terra que ficam em péssimas condições”, lamenta.



Adelino e Adriano Bissoni, proprietários da Botuverá: pai e filho otimistas com o futuro do setor

RESISTÊNCIA À TODA PROVA – Eronildo Barros, gerente de Vendas de Caminhões da Scania, explica que devido à intensa movimentação durante o período da safra, os veículos que atendem ao segmento precisam acompanhar o dinamismo do setor. “Já durante as negociações, no período da entressafra, buscamos em parceria com o cliente produtos e serviços para garantir disponibilidade e reduzido custo operacional. Tudo para não deixar o transportador sem suporte justamente quando ele mais precisa”, diz.

A frota do G10 é formada por 570 veículos, sendo 95% Scania e a maioria bitrens. O foco principal é o transporte de soja, mas o G10 também atua com farelo e, após a safra da soja, milho.

Após a época de safra, que vai de fevereiro a outubro, com algumas variações em função do produto, o ritmo de trabalho do G10 diminui. “Durante a colheita, trabalhamos com embarques todos os dias, inclusive aos fins de semana, e na entressafra os horários são mais restritos”, conta Adamucho.

Na Rodomax, o volume de trabalho também aumenta no período de safra, pois a empresa atua ainda com agenciamento de cargas. Durante os meses de colheita, tanto o agenciamento quanto

a frota entram em ritmo mais acelerado. “Todos os departamentos da empresa precisam trabalhar da forma mais afinada possível nesta época”, afirma Dall’Agnol.

O administrador conta que, desde que entrou neste ramo, em 1975, o transporte rodoviário mudou muito no Paraná. Ele ressaltava o crescimento da agricultura e as evoluções tecnológicas do mercado de lá para cá. “Os volumes eram bem menores, os veículos tinham capacidade de transporte menor e a transmissão das informações era mais lenta, o que tornava todo o processo mais demorado”, lembra.

No caso da Botuverá, depois do fim das safras de soja, milho e arroz, a empresa não para. “Continuamos transportando o que está estocado nos armazéns para as fábricas”, conta Bissoni.

A frota da Botuverá é formada por 120 cavalos mecânicos, sendo 92 Scania com várias configurações, das séries G e R. Para Bissoni o veículo que melhor opera nessa atividade é o G 420 4x2, com terceiro eixo, implementado com bitrem. “Os caminhões Scania se adaptam bem ao transporte de grãos devido à facilidade de manutenção e economia de combustível”, completa. ●



INTEGRAÇÃO TOTAL

Campanha reforça a importância da sinergia entre gente, produtos e serviços.

INTEGRAÇÃO É A PALAVRA DA VEZ na Scania. Para a montadora, o segredo para se alcançar a excelência está apoiado em três pilares: gente, produtos e serviços. Essa é a ideia que a Scania quer propagar na fábrica, em toda a rede de concessionárias e, principalmente, entre os clientes. Para isso, criou uma nova campanha promocional, que tem como pilar a sigla GPS (Gente, Produtos e Serviços). O conceito surgiu a partir de uma análise das transportadoras em que foram identificadas as principais necessidades que devem ser atendidas. “Detectamos o que eles querem e chegamos a quatro demandas primordiais: disponibilidade, menor custo operacional, qualidade e conforto para o motorista”, conta João Miguel Capussi, gerente executivo de Marketing e Comunicação Comercial da Scania no Brasil. “São quatro itens que se completam e essa integração sempre esteve muito clara na maneira de a Scania trabalhar”, explica.

Apesar de se tratar de um conceito de integração, Capussi afirma que é importante identificar qual é a maior necessidade específica de cada cliente e manter o foco sobre ela. “Às vezes o foco será serviços, outras vezes gente, ou então produtos, mas o importante é mantermos sempre os três juntos”, diz. O executivo acredita que apenas com essa interligação é possível garantir o sucesso em todos os setores. “Há muito tempo a Scania já mudou seu foco estratégico, estamos indo além do conceito de produzir e comercializar caminhões e ônibus, é preciso entregar mais. Gente e serviços são o que garante a disponibilidade e a qualidade original dos veículos, e esse é o nosso grande diferencial em favor de quem opera com Scania”, afirma.

Para o diretor geral da Scania no Brasil, Christopher Podgorski, o conceito de GPS representa uma nova filosofia não apenas para a empresa, mas para o mercado de transportes em geral. “Hoje não se pode mais pensar em transporte como a simples atitude de levar e trazer”, afirma. O trabalho da montadora já não se resume mais a entregar os produtos para ajudar o negócio dos clientes, e sim construir o próprio negócio. “O que propomos é a diferença entre *ter* um Scania e *ser* Scania, com gente, produtos e serviços, oferecendo suporte ao negócio do transportador em um movimento contínuo”, diz.

SERVIÇOS: A BASE DA RELAÇÃO – Na Scania, o relacionamento humano é fundamental. “Todos os aspectos dos profissionais devem ser trabalhados para atender a demanda do transportador. A compra de um veículo é apenas o começo de um longo relacionamento entre empresa e cliente”, acredita Capussi. Para que essa relação seja duradoura e bem sucedida, a participação da área de serviços é fundamental. Para Sidney Basso, diretor de Serviços da Scania Brasil, as três bases desse tripé têm importância equivalente para o sucesso da montadora. “Dentro do conceito de oferecer aos nossos clientes uma solução completa, fica claro que tudo funciona em sinergia”, afirma.

A relação entre Produtos e Serviços é uma via de mão dupla: assim como o vendedor de caminhões é quem pode mostrar ao cliente





os benefícios dos serviços Scania, é o bom atendimento da área de Serviços que pode garantir ao cliente os benefícios do produto. “Para que o cliente tenha disponibilidade da frota e economia de combustível, ele precisa de uma boa manutenção, e quem garante isso a ele é Serviços. Por isso o vendedor precisa mostrar tudo o que temos a oferecer de forma completa”, explica Basso.

Para ele, apesar do recente lançamento da campanha, já é possível para o mercado visualizar e sentir a diferença no modo de pensar da Scania. “Nossos clientes já podem ver que essa integração reflete melhores resultados para eles. Não é só o caminhão, é o pacote completo, tudo o que vamos oferecer durante toda a vida útil do veículo”, acredita.

PRODUTOS: MERCADO SEGMENTADO – Para Roberto Leoncini, diretor de Vendas de Veículos da Scania no Brasil, o conceito de integração do GPS veio da segmentação. A área de vendas de produtos vem conversando com a rede de concessionárias há cerca de cinco anos sobre isso. “Tentamos avaliar o mercado de maneira segmentada, porque está claro que cada segmento tem necessidades muito específicas, ainda mais em produtos”, diz. A partir dessa visão, começou a surgir a ideia que hoje resume o P da sigla

GPS. “Hoje, estratégia de vendas e desenvolvimento do produto são baseados nisso”, afirma o diretor.

Com a criação da nova campanha, a ideia de analisar as demandas específicas de cada cliente integrou-se à área de serviços. “Assim como o transportador de cana precisa de um produto diferente do transportador de soja, ele também tem necessidade de atendimento diferente”, explica Leoncini. Com a integração, a montadora passa a oferecer a solução completa. Hoje, a Scania conta com quatro engenheiros de vendas incumbidos de segmentos

diferentes: veículos de aplicação severa, rodoviários, canavieiros e ônibus. “Esse pensamento contaminou o restante da Scania, e o Marketing nos acompanhou; assim, mudamos a maneira de nos comunicar com o mercado”, conta o diretor.

A campanha é, na opinião de Leoncini, o toque final. Para ele, a Scania já vinha divulgando essa nova imagem há algum tempo. Agora, com o GPS, a montadora vê que o conceito de dedicação singular ao cliente será ainda mais difundido. “Você passa a ter uma comunicação clara de qual é a sua direção, de como faz negócio e como olha a necessidade do seu cliente. Talvez isso já estivesse enraizado nos clientes, mas agora com o GPS vamos ampliar a ideia”, conta. ●

Gente, Produtos e Serviços. O GPS da Scania.

Para um atendimento mais próximo, a Scania criou o GPS da Scania. Este sistema oferece ao cliente uma série de benefícios, como: monitoramento em tempo real da frota, otimização de rotas, redução de custos com combustível e manutenção, e aumento da segurança. O GPS da Scania é uma solução completa que integra o produto, o serviço e o cliente.

Produtos: Scania oferece uma linha completa de produtos, desde caminhões de pequeno porte até veículos de grande porte, todos com a mesma qualidade e confiabilidade.

Serviços: A Scania oferece uma ampla gama de serviços, desde a venda do veículo até a manutenção e o atendimento ao cliente. O GPS da Scania é apenas um dos muitos serviços que a Scania oferece para garantir a melhor experiência possível para o cliente.

Scania. Tudo para Você.

Assistência à toda

Scania Assistance auxilia clientes em todo o território nacional e faz com que os mecânicos da Rede encontrem situações inusitadas ao prestar atendimento.





prova



A O ADQUIRIR UM PRODUTO SCANIA, seja caminhão, ônibus ou motor, o cliente passa a contar com um sistema de atendimento que funciona por meio do telefone 0800.019.4224 e que cobre todo o território nacional. Desde 1998, o Scania Assistance é o serviço de assistência 24 horas fornecido pela montadora a todos os seus clientes. Segundo João Luis Buzzi, gerente de Atendimento e Suporte a Campo da Scania no Brasil, o sistema foi criado com o principal intuito de facilitar a vida de quem enfrenta dificuldades técnicas na estrada. “O atendimento gratuito é assegurado a todos os produtos que estão dentro do período de garantia”, conta.

Sempre que ligar para o Scania Assistance, o cliente deve ter em mãos o número do chassi do veículo ou o número do motor industrial e marítimo. O sistema informatizado solicita que o cliente digite o número de série e, a partir dessa numeração, localiza todas as informações sobre o produto Scania e o cliente. A vantagem desse sistema informatizado é que ele otimiza o tempo de atendimento. “O cliente fica menos tempo ao telefone, pois o técnico consegue saber na hora da solicitação todas as informações do veículo ou motor e as condições dos atendimentos já solicitados”, afirma Flávio Firmino, técnico de atendimento do Scania Assistance. “No contato por telefone, às vezes passamos aos motoristas orientações que tornam possível a sua chegada a uma Casa Scania ou mesmo o orientamos a sair de um local de risco”, completa.

Caso seja necessário, o técnico em atendimento aciona a casa Scania mais próxima do local onde o cliente está para o envio imediato de um mecânico. A Rede Scania possui uma equipe de profissionais qualificados e uma frota de veículos moderna e equipada, capaz de resolver quase todas as ocorrências no local do socorro. Muitas vezes, os cami-

nhões encontram-se em áreas afastadas e de difícil acesso, o que faz com que os mecânicos encarem situações inusitadas. Mas, independentemente da circunstância, eles nunca deixam de cumprir com sua missão.

CUIDADO COM A ONÇA – Firmino recorda-se de um caso em que o mecânico de uma concessionária no Pará teve de ir até uma região isolada para atender um motorista em apuros. “Para chegar lá, o mecânico pegou um avião de pequeno porte e uma voadeira, um tipo de embarcação comum nos rios”, lembra o técnico. Quando chegou ao local onde estava o veículo, uma obra em meio à mata fechada, o profissional constatou que o trabalho seria mais complicado do que o esperado e ele teria de passar a noite lá. “Havia apenas os dormitórios dos trabalhadores, e o mecânico preferiu dormir no mato mesmo para não incomodar ninguém”, diz Firmino. Os trabalhadores locais orientaram o rapaz para que não dormisse ao relento, pois na região havia o risco de aparecerem onças à noite. Assustado, o mecânico esvaziou uma grande caixa de ferramentas que encontrou por lá e dormiu dentro dela. Para não correr o risco de se asfixiar, ele colocou a mão para fora, deixando um vão para entrada de ar. Quando ele estava caindo no sono, alguém passou e disse *cuidado, essa sua mão para fora está parecendo mão de paca, e onça adora comer paca*. “O mecânico acabou passando a noite em claro e ainda ganhou o apelido de Mão de Paca. O profissional sofre com as brincadeiras dos colegas de trabalho até hoje”, conta Firmino.





“Aproveitamos as ligações para recomendar que os clientes façam a revisão dos veículos a cada 15 mil quilômetros rodados”

Flávio Firmino, técnico de atendimento do Scania Assistance

DE FANTASMAS A ÍNDIOS – Em outro caso curioso, um mecânico do Scania Assistance foi atender um caminhoneiro que estava em um posto na região de Uberlândia (MG). Ao chegar, o profissional encontrou o caminhão parado, fechado e com todas as luzes apagadas. “O motorista do veículo explicou qual era o problema e, quando os dois foram na direção do caminhão para começar o trabalho, a buzina disparou sozinha”, conta Firmino. Eles recuaram e começaram a observar que o caminhão estava funcionando sozinho: acendia os faróis e buzinaava. Depois de muito tempo com medo de se aproximarem do veículo, descobriram que o problema era no alarme, que estava com mau contato e disparava involuntariamente. “A princípio, pensaram que havia alguém lá dentro, mas quando constataram que o carro estava vazio, todos pensaram que o caminhão estava mal-assombrado”, afirma Firmino entre risos.

Piadas à parte, ser mecânico do Scania Assistance pode ser um trabalho tão divertido quanto perigoso. Além de ter de adentrar regiões isoladas, de mata fechada, os profissionais da região Norte do Brasil enfrentam várias outras dificuldades. No caso dos que trabalham próximos do município paraen-

se de São Félix do Xingu, às vezes é preciso pagar pedágio aos índios. “Eles não gostam que ninguém se aproxime e cobram para liberar a passagem segura dos mecânicos”, afirma Firmino.

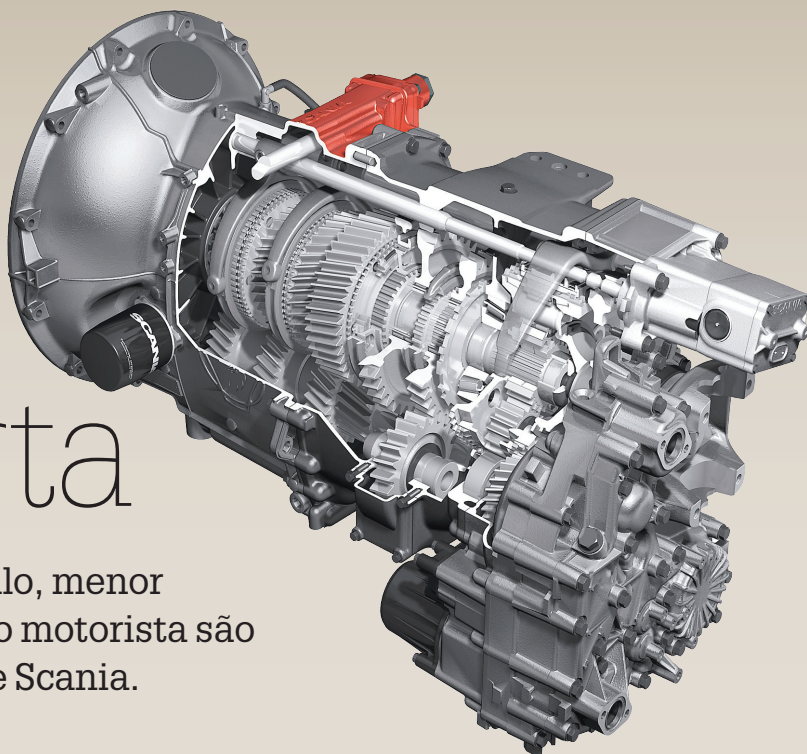
APROVADO PELOS CLIENTES - Segundo o supervisor de manutenção José Agostinho Fernandes Bianchi, da Viação Reunidas, sua empresa é uma grande usuária do Scania Assistance. “Nosso contato com eles é muito frequente, utilizamos o serviço desde 2002”, diz. O supervisor conta que aproximadamente 50% da frota de ônibus da viação é formada por veículos Scania, e que a rapidez no atendimento é fundamental para solucionar situações críticas. “Quando o ônibus cheio de passageiros para de madrugada, no meio do nada, o Scania Assistance nos salva”, fala Bianchi. Sediada em Araçatuba, interior paulista, a Reunidas transporta passageiros em rotas que cruzam os Estados de São Paulo e Rio de Janeiro. O supervisor afirma que, para uma empresa com esse tipo de operação, um bom serviço de manutenção é tudo. “É o que faz com que o ônibus permaneça operando na estrada, e por isso nossa relação como Scania Assistance é muito positiva”, diz.

Por ter uma frota 100% Scania, a TFR Transportes, localizada em Piracicaba (SP), tem no Scania Assistance um grande aliado. A empresa trabalha com distribuição de carga por todo o território nacional e não utiliza nenhum outro serviço de assistência. “Utilizamos o Scania Assistance há dez anos, desde que a empresa existe, e não poderíamos estar mais satisfeitos”, afirma Carlos Augusto Cordeiro, encarregado de manutenção da TFR. Segundo ele, os motoristas em apuros contatam a matriz da transportadora, que por sua vez aciona os técnicos em atendimento da Scania. “O atendimento é ótimo, desde quem fala com a gente no telefone até os mecânicos”, diz Cordeiro.

O contato dos clientes com o Scania Assistance é constante e pode até criar laços de amizade. Esse é o caso da Stemac, empresa gaúcha que fornece geradores com motores Scania. A procura pelo serviço aproximou funcionários da empresa e a equipe do Scania Assistance. “Já nos conhecemos até pela voz”, conta Carla Farias Borges, técnica em Atendimento de Pós-Venda da Stemac. A empresa, que conta com 33 unidades espalhadas por 20 Estados brasileiros, está satisfeita com a organização e a rapidez com que os atendimentos são efetuados. A atendente conta que a Stemac já teve episódios críticos, em que o reparo necessário no motor exigia a presença de um engenheiro especializado, e o Scania Assistance providenciou tudo. “No dia seguinte, recebemos um engenheiro vindo da fábrica em São Paulo que solucionou o problema”, diz Carla.

Para a montadora, a parceria com os clientes é fundamental para o sucesso do Scania Assistance. “Tentamos passar segurança e facilitar ao máximo o atendimento”, fala Firmino. O técnico em atendimento afirma que o contato com os clientes inclui dicas de como prevenir danos futuros. “Sabemos que cerca de 58% dos produtos que precisam do Scania Assistance estão fora do prazo de garantia e aproveitamos para recomendar que os clientes façam a revisão dos veículos a cada 15 mil quilômetros rodados”, afirma. Para Firmino, que trabalha neste setor há dez anos, poder ajudar o cliente é um privilégio. “Queremos que o cliente saiba que ele nunca está sozinho, mesmo que esteja no meio do mato, na companhia de uma onça”, brinca. ●

Sempre na marcha certa



A redução de desgaste e danos no veículo, menor consumo de combustível e segurança do motorista são fatores que agregam valor ao Opticruise Scania.

É DE CONHECIMENTO COMUM que desgastes e danos aumentam em veículos guiados por muitos motoristas diferentes. Alguns condutores abusam da embreagem enquanto outros forçam o trem-de-força.

Nesses casos, entra em cena o Opticruise Scania, uma tecnologia, lançada no Brasil em 2001, que funciona como um sistema de mudança de marchas automático para caixas de câmbio manuais. Essa tecnologia pode economizar até 5% do combustível em caso de motorista sem treinamento, dependendo das condições de operação do veículo.

Como o Opticruise muda a marcha da mesma maneira todas as vezes, o desgaste e os danos são minimizados. O Opticruise também poupa o motor, a embreagem, a caixa de câmbio e o eixo traseiro ao escolher a marcha correta.

“Os motoristas guiam com mais calma e de forma mais estável com o Opticruise, o que economiza combustível, poupa o meio ambiente, os pneus e os freios e, ao mesmo tempo, aumenta a segurança do motorista”, diz Celso Mendonça, gerente da Engenharia de Vendas da Scania no Brasil.

O controle Opticruise Scania está localizado em uma alavanca na coluna direcional, a mesma que controla o Retarder Scania (sistema de freios auxiliar), se instalado. No modo automático, o Opticruise escolhe a melhor marcha. É simples mudar a marcha manualmente por meio da alavanca. O pedal de embreagem somente é utilizado durante a partida e a parada, o que reduz o número de operações com a embreagem em 95%.

Outro benefício do Opticruise é que ele dispensa a alavanca de marcha no meio do veículo, liberando espaço na cabine. •



“Com o Opticruise Scania é possível determinar o consumo médio de combustível da frota, reduzindo custos operacionais mesmo com motoristas menos preparados”

Celso Mendonça, gerente da Engenharia de Vendas da Scania no Brasil

Como o Opticruise Scania funciona

A função do Opticruise Scania é baseada em um software avançado que ajusta o torque do volante de acordo com os sensores de velocidade nas rodas, no motor e na caixa de câmbio.

As informações combinadas fornecidas pelos sensores revelam dados sobre todo o caminhão, bem como se ele se encontra subindo ou descendo um morro.

Por meio de cálculos matemáticos avançados em tempo real, o Opticruise sabe quando diminuir o torque do motor até zero e desengatar uma marcha com um dispositivo pneumático e, depois, ajustar a velocidade do motor para a próxima marcha.

A maior vantagem do Opticruise Scania é calcular a marcha mais apropriada a ser usada conforme os parâmetros obtidos a partir dos sensores a fim de fornecer a máxima eficiência em energia. Com até 14 marchas em um caminhão, frequentemente ocorre de um motorista desprezar uma marcha e utilizar o acelerador para levar o motor até a velocidade adequada para a marcha escolhida. Com o Opticruise, a mudança de marcha é otimizada para o melhor consumo possível de combustível.

TRAÇÃO SOB MEDIDA

Caminhão 6x6 é opção para o segmento de transporte de minérios.

O **TRANSPORTE DE MINÉRIOS** é uma atividade que necessita de atenção especial por parte dos fabricantes de veículos. O caminhão que atua nesse segmento precisa de força, robustez e bom desempenho em pisos irregulares. Foi pensando nisso que a Scania disponibilizou um caminhão 6x6 para a

VP Transportes e Logística. Produzido em território nacional, trata-se do único veículo pesado com essa configuração em operação no Brasil. O caminhão tem apresentado bons resultados no segmento de mineração, já tendo operado em diferentes regiões do Brasil. Segundo Alex Neri, engenheiro de Vendas da Scania no Brasil, a montadora

disponibilizou o P 420 6x6 em 2007. “Outros caminhões com essa configuração já haviam sido comercializados pela Scania na América Latina, mas este é o primeiro com potência de 420 cavalos no Brasil”, conta.

O veículo se encaixa perfeitamente nas operações da VP Transportes e Logística, empresa sediada na cidade de Itamarati de Minas (MG) que atua há mais de 12 anos no segmento de mineração. A iniciativa de solicitar um caminhão com tração integral partiu do proprietário da transportadora,



Alexandre Pedrosa que, juntamente com a Engenharia de Vendas da Scania e a Itaipu, Casa Scania de Contagem (MG), definiram a especificação ideal.

O veículo foi construído para rodar nas minas da CBA (Companhia Brasileira de Alumínio), na região de Mirai (MG). “Trata-se de uma região onde chove muito, por isso a tração em todos os eixos se torna essencial para melhorar as condições de tráfego do veículo”, afirma Neri. O 6x6 está em operação desde outubro de 2008 e percorre regularmente uma rota de cerca de oito quilômetros carregado com bauxita. Pedrosa considera que o caminhão, além de ter um bom desempenho por conta da tração integral, possui outras características importantes para o sucesso nesse tipo de operação. “A maior altura livre do solo do 6x6 proporciona maior aproveitamento do mesmo em pisos pouco compactados”, afirma. Jean Carlo Barcelos, gerente geral da VP Transportes, ressalta a economia do caminhão, que consome uma média de combustível igual a de um 6x4. “Apesar de apresentar um eixo a mais com tração, isso elimina a patinação do veículo, o que contribui com a redução do consumo”, diz. O caminhão, que também é equipado com freio Retarder, tem PBT (Peso Bruto Total) de 41 toneladas.

A unidade da CBA localizada em Mirai, onde o caminhão 6x6 opera, conta com outros 45 veículos aplicados no transporte de minério, todos 6x4. Christian Andrade, gerente de produção dessa unidade da mineradora, destaca o desempenho do veículo. “Ele possui a mesma capacidade de transporte do 6x4, porém sua produtividade é maior, pois opera em terrenos mais instáveis que os demais com maior tranquilidade e agilidade, o que para nós é importante, porque as nossas minas possuem condições topográficas bem agressivas”, conta. Apesar de não ter solicitado o caminhão com essa configuração, a CBA apoiou a iniciativa da VP, com quem trabalha na unidade de Mirai há menos de um ano – no entanto, a transportadora presta serviços em outra unidade da CBA há mais de oito. Segundo Andrade, as rotas percorridas pelo caminhão variam de quilometragem de acordo com as neces-

“A maior altura livre do solo do 6x6 proporciona maior aproveitamento do mesmo em pisos pouco compactados”

Jean Carlo Barcelos, gerente geral da VP Transportes,

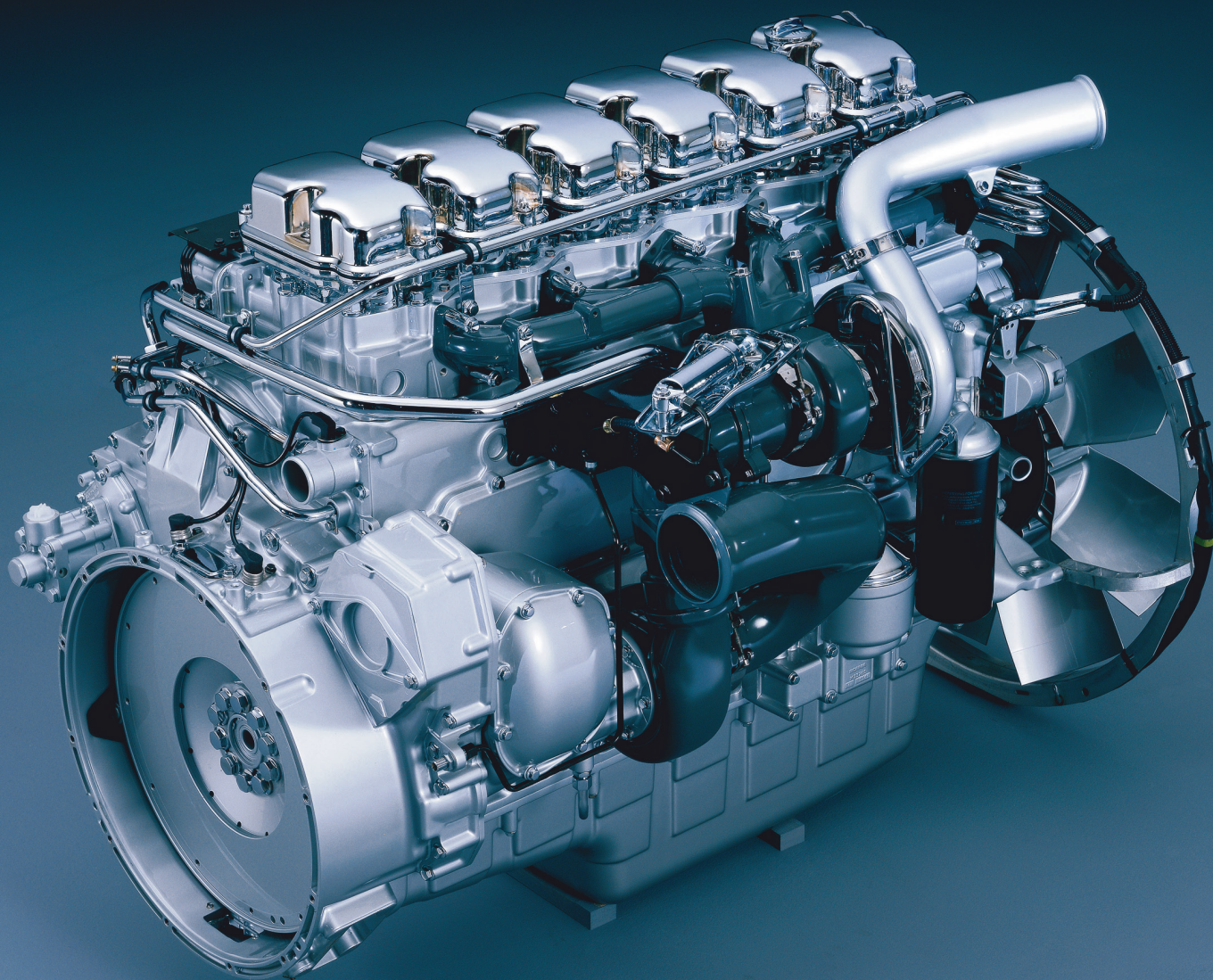
sidades de operação, mas têm girado em torno de oito quilômetros desde quando o veículo iniciou a operação. “No transporte desse tipo de minério é assim, a lavra é muito dinâmica. Abrimos e fechamos minas com mais frequência do que as mineradoras de minério de ferro, por exemplo”, explica.

SEGUNDO ALEX NERI, da Engenharia de Vendas da Scania no Brasil, o 6x6 é um caminhão que já faz parte do portfólio da Scania. Além do transporte de minérios, ele também pode ser aplicado em comboios, como veículo de apoio na atividade mineradora, e se enquadra bem nessa função. “Esse tipo de caminhão também pode ser utilizado em aeroportos, como veículo de combate a incêndios”, conta Neri. Segundo o engenheiro, normas internacionais exigem que veículos empregados nessa função tenham tração em todos os eixos. “É um produto para aplicações especiais e podemos atender a vários nichos”, afirma. Satisfeita com os resultados do 6x6, a VP pretende investir em mais caminhões com essa configuração no futuro. “Já possuímos vários veículos Scania e fazemos uma avaliação positiva da montadora, uma vez que temos relacionamento estreito. A Scania consegue ouvir o cliente e aperfeiçoar o produto de acordo com as nossas necessidades”, completa Pedrosa. Para ampliar o número de veículos 6x6 nas minas, a transportadora conta com o apoio da CBA. “De todos os caminhões que temos aqui, é o que mais produz. Gostaríamos muito de contar com outros”, afirma Andrade. ●



MOTOR INTELIGENTE

Tecnologia turbocompound nos motores Scania transforma energia dos gases de escape em economia de combustível.



EM 2008, com o lançamento das Séries P, G e R, a Scania trouxe para o Brasil uma inovação em motores que se traduz para os clientes em mais potência com menos combustível. Os motores turbocompound podem ser definidos como exemplo de reaproveitamento dos gases de escape. A tecnologia foi implementada pela Scania no Brasil nos motores dos caminhões das Séries G e R em 2008. Desde então, os resultados observados pela montadora e pelos clientes que adquiriram essa tecnologia têm sido positivos. “Os clientes estão satisfeitos com esse novo recurso, especialmente pela alta potência aliada ao baixo consumo de combustível, facilmente perceptíveis em conjunto de nove eixos”, diz Celso Mendonça, gerente da Engenharia de Vendas da Scania no Brasil.

A PALAVRA TURBOCOMPOUND, que significa “turbo composto”, é autoexplicativa. O motor possui um segundo turbo que reutiliza energia. “Em vez de expelir os gases de escape, o equipamento aproveita a energia por meio dessa segunda turbina, transferindo-a para a árvore de manivelas”, afirma Mendonça. Segundo o gerente, a turbina do turbocompound, que gira em altas rotações, produz força motriz extra e aumenta o vigor do motor sem consumir mais combustível. “O movimento de rotação proveniente da segunda turbina é transferido para a árvore de manivelas por meio de um conversor de torque”, explica.

Com o turbocompound, o motor do caminhão ganha fôlego e funciona de forma mais suave. As retomadas de velocidade e rotações do motor são obtidas de forma tranquila e fácil, em função dos cavalos extras oferecidos pelo sistema turbocompound. O resultado é que, além da otimização do desempenho do motor, os usuários da nova tecnologia podem observar outro importante benefício: a economia de combustível. Mendonça destaca as aplicações com nove eixos como o segmento de atuação em que os benefícios do turbocompound podem ser mais úteis. “No setor de cana, por exemplo, isso se traduz em rendimento

energético: o caminhão carrega mais e consome menos”, conta.

Os benefícios gerados pela nova tecnologia foram testados e aprovados pela Açúcar Guarani, fabricante de açúcar e etanol com unidades espalhadas pelos Estados de São Paulo e Rio de Janeiro. Os veículos turbocompound estão em operação desde abril de 2008 na Unidade Industrial Cruz Alta, localizada em Olímpia (SP). Segundo Sidney Bortolozzo, gerente automotivo da Guarani, a usina conta com 30 unidades de caminhões G 470 com motor turbocompound que serão utilizados no transporte de cana da safra deste ano. “Adquirimos os caminhões em abril de 2008, e desde então estamos contentes com o produto e confiantes em sua robustez”, afirma. Para ele, o bom desempenho do caminhão foi uma surpresa. “Tínhamos a impressão de que esse caminhão não teria o mesmo desempenho dos outros, mas após o acompanhamento do produto

em campo, percebemos que o motor não deixa a desejar”, diz.

Antes de adquirir os caminhões com turbocompound, a Guarani analisou todas as características do produto e fez uma opção consciente pela nova tecnologia. “Nós sabíamos um pouco sobre o turbocompound e, mesmo sendo algo novo no Brasil, decidimos investir”, conta Bortolozzo.

O gerente afirma que os caminhões surpreenderam também em outros aspectos, como no sistema de arrefecimento, que proporcionou diminuição no número de paradas do veículo para limpeza do radiador. Bortolozzo se mostra otimista quanto às expectativas de desempenho do turbocompound no futuro. “Não é só a nova tecnologia que é importante, mas o conjunto. Acreditamos que nesta próxima safra, com mais tempo de uso do produto, poderemos obter resultados ainda melhores comparados aos de 2008”, completa. ●



É POSSÍVEL

Opções de financiamento para todos os tipos de bolsos ajudam o transportador a conquistar o tão sonhado Scania.

O PROJETO DE ADQUIRIR um veículo novo pode estar mais próximo de ser realizado do que muitos transportadores imaginam. A Scania, por meio de diferentes linhas de crédito, oferece a seus clientes opções para compra de produtos que variam de modalidades como o consórcio a financiamentos por meio do BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico. Somente no primeiro bimestre do ano, o Consórcio Scania Brasil foi responsável por cerca de 30% dos veículos comercializados pela montadora no País. “O consórcio é uma excelente alternativa para o transportador brasileiro, principalmente em momentos de turbulência econômica”, afirma Antonio Carlos da Rocha, diretor geral do Consórcio Scania Brasil.

Com os planos de pagamento que vão de 24 a 100 meses, as taxas são diluídas ao longo das parcelas e podem chegar a 11% ao ano, uma das menores do mercado.

João Teodoro Sobrinho, também conhecido como Kaloré, é autônomo e presta serviço como cegonheiro na Tegma, empresa especializada em logística e transporte de cargas. Sobrinho adquiriu uma cota do consórcio em setembro de 2008, optando por um parcelamento em 24 prestações para adquirir um G 470. “Foi muito rápido, liquidei a cota em apenas quatro meses. Recebi o veículo no dia 5 de fevereiro”, completa.

Além do consórcio, a Scania oferece outras possibilidades por meio de parcerias com instituições financeiras. É o caso do FINAME, disponibilizado com recursos do BNDES, que atualmente é a ferramenta mais vantajosa e barata para a compra financiada de um caminhão. Em 2008, o FINAME foi responsável pela venda de mais de 65% dos caminhões novos da Scania.

Na mesma linha do FINAME está o Procaminhoneiro, com custos e operação similares, mas que pode ser utilizado para a aquisição de veículos usados.

Há, ainda, o leasing, uma operação que não requer muita burocracia, e apresenta as mesmas taxas do CDC – Crédito Direto ao Consumidor. A opção entre um, ou outro, varia conforme o perfil do negócio. O leasing e o CDC podem ser utilizados tanto para compra de caminhões novos quanto de usados e as taxas estão em torno de 25% ao ano.

Para empresas de micro a médio porte, o Cartão BNDES facilita a compra de veículos, motores e peças automotivas e oferece parcelamento em até 36 vezes, com taxa de juros pré-fixada de 1,0 % a.m., para o mês de março de 2009. Para aderir, é necessário que a empresa apresente um faturamento bruto anual de até R\$ 60 milhões. A solicitação do cartão é feita por meio do site www.cartaobndes.gov.br.

USADO COM JEITO DE NOVO – A Scania oferece também o Programa SuperZeroado, que aceita veículos com idade igual ou inferior a dez anos como parte do pagamento de novos.

Ao entrar para o programa, os veículos são reformados e disponibilizados novamente no mercado com a garantia de procedência da Scania.

O programa SuperZeroado apresenta condições especiais, com taxas mais baixas do que as praticadas pelo mercado e a possibilidade de utilizar diversas opções de financiamento, como Leasing, CDC e Procaminhoneiro.

Para Roberto Martins, gerente de Financiamento da Scania no Brasil, as taxas oferecidas pelos serviços de financiamento, tanto para veículos novos quanto para usados, são competitivas e muitas vezes menores do que as de mercado. “Vale a pena o transportador consultar um representante Scania para saber a opção mais adequada e vantajosa para o tipo de negócio dele. Adquirir um veículo pode ser mais simples do que muitos pensam”, completa. •



**“Foi muito rápido,
liquidei a cota em
apenas quatro meses”**

*João Teodoro Sobrinho, também conhecido
como Kaloré*



TURISMO CAPIXABA

Scania amplia relações comerciais com empresas de turismo do Espírito Santo e acompanha crescimento do mercado na região.

“São veículos que oferecem características arrojadas, com tecnologia de ponta, que resultaram em considerável redução de custos”

Edson Ruy, diretor comercial da Intercontinental

DEPOIS DE TRÊS ANOS afastada das empresas de ônibus especializadas em turismo do Espírito Santo, a Scania comemora a recuperação desse mercado. Em 2008, a montadora entregou 15 veículos novos a 11 empresas da capital capixaba e cidades da região. Os ônibus vendidos são dos modelos K 380 6x2 e K 420 8x2. As empresas que adquiriram os veículos foram Intercontinental, Pedra Azul, Marlin Azul, Saturno Turismo, Melhorim Turismo, Viação Mutum Preto, Realtur Turismo, Ferro Turismo, CA Bittencourt, VR Donadia, Viação Olhos de Águia, entre outras. A Venac, concessionária localizada na cidade de Viana, a 20 quilômetros de Vitória, foi a responsável pela conclusão desses negócios.

Entre os dois últimos anos, as vendas de ônibus Scania para as empresas de turismo capixabas quase dobraram. “Foi desenvolvido forte trabalho com os três clientes mais antigos, Intercontinental, Pedra Azul e Marlin Azul, para os quais procuramos mostrar a evolução tecnológica dos chassis da Série 4, ocorrida a partir do programa de melhoria contínua”, afirma Antonio Bruzzi, gerente de negócios e vendas de ônibus da Scania no Brasil.

Com isso, além da reconquistar esses clientes, a marca conseguiu atrair sete outras empresas de turismo da região. “A preferência pelos veículos Scania vem do conforto e da potência oferecidos pelos produtos. Características essenciais para esse mercado”, diz Bruzzi.

Fernando Marques, gerente de vendas de veículos da concessionária Venac, acredita que a evolução tecnológica dos chassis de ônibus Scania foi uma das grandes responsáveis pela conquista deste mercado. “O produto teve melhorias de alto nível, principalmente no que diz respeito à economia de combustível”, afirma.



Para Fernando Marques, gerente de Vendas da Venac, a evolução tecnológica dos ônibus foi responsável pela recuperação do mercado

Segundo Marques, além do desempenho do produto, a modernização da própria Venac também fez a diferença. A Casa acreditou no mercado de ônibus de turismo no Estado e adequou-se a ele. “Ampliamos instalações, treinamos o nosso pessoal de vendas e serviços e instalamos rampa e box de atendimento exclusivo para ônibus”, conta Marques.

O aumento das vendas da Scania no Espírito Santo também é atribuído ao crescimento do próprio mercado de turismo do Estado. “Alguns dos clientes que conquistamos antes operavam apenas vans, ou adquiriam ônibus usados”, conta Bruzzi.

As empresas em questão são de pequeno e médio porte e trabalham com excursões para as demais regiões do Brasil. “Com o crescimento do mercado e maior demanda de serviços, as empresas passaram a investir em veículos novos e de grande porte”, diz Bruzzi.

Para Marques, o mercado está em franca expansão, e a comprovação desse crescimento está no fato de que há alguns anos apenas as empresas da capital investiam em ônibus de turismo. “Agora empresas sediadas no interior, que começaram com frotas menores e veículos de pequeno porte, estão crescendo, investindo e acreditando, como nós, na força do desenvolvimento do turismo”, comemora o gerente.

A Intercontinental, um dos antigos clientes, tem foco maior no turismo aéreo, mas em 2008 voltou a investir em ônibus. “O turismo rodoviário continua sendo a menina dos olhos da empresa”, diz Edson Ruy, diretor comercial da Intercontinental. A frota rodoviária da empresa é composta por três veículos, todos Scania, double deck. Há 24 anos no mercado e com oito filiais, a empresa capixaba utiliza os veículos em excursões por todo o Brasil e América Latina. Ruy acredita que os ônibus novos trouxeram inúmeros benefícios à empresa. “São veículos que oferecem características arrojadas, com tecnologia de ponta, que resultaram em considerável redução de custos”, pondera.

FUTURO - Seguindo as expectativas de crescimento do turismo capixaba em 2009, a Scania espera acompanhar a tendência do mercado e manter altas as vendas na região. Este ano, a Venac já negociou três veículos da Série K com a Vai e Vem Turismo e a Viação Guanduense. “A tendência é que o relacionamento da Scania com essas empresas continue crescendo ao longo do ano”, espera Bruzzi.

Para Marques, Scania e Venac estão na direção certa ao acompanharem a tendência de crescimento do mercado. “Outros negócios já estão em andamento e com certeza nossa participação em 2009 será novamente significativa”, afirma. A Intercontinental Turismo não tem previsão exata de crescimento para 2009, mas afirma que continuará trabalhando em parceria com a Scania. “É difícil fazer planejamento para longo prazo, mas já estamos em negociação para a compra de novos carros”, conclui Ruy. ●



MOTORISTAS DE PRIMEIRA

Empresas e profissionais autônomos que optaram pelo investimento em treinamento obtêm resultados que refletem diretamente no bolso e na segurança dos condutores.

CADA VEZ MAIS, grandes e pequenas transportadoras investem em treinamento de forma a obter profissionais capacitados. O resultado desses esforços é mais segurança para aqueles que trafegam pelas estradas, agilidade no transporte e redução do custo operacional, só para citar alguns dos benefícios.

Diversas escolas espalhadas por todo o país oferecem cursos de especialização voltados ao setor de transporte de todo tipo, desde os níveis básicos até técnicos e de graduação, com preços a partir de 500 reais. Abandonar as rodovias para estudar, entretanto, exige todo um preparo do motorista profissional em relação à sua agenda de viagens e suporte financeiro. Os centros de ensino estão preparados para isso, oferecendo cargas horárias variadas e calendários flexíveis, de forma a suprir as necessidades da profissão da melhor maneira possível.

O investimento em treinamento na Coopercarga, cooperativa de transporte especializada em cargas pesadas e formada por 143 empresas, teve origem em uma experiência pessoal do então presidente, Pedro Rogério Garcia, que quase perdeu a família em um acidente de caminhão. Hoje, a Coopercarga é uma das principais mantenedoras da Fabet – Fundação Adolpho Bósio de Educação no Transporte –, instituição que é referência no treinamento e formação de motoristas. A mais recente iniciativa da cooperativa é o *Gestão na Estrada*, que

“O treinamento é capaz de diminuir os custos de operação. As empresas sentem essa redução”

Eliane Zanolla, 42 anos e caminhoneira autônoma há oito.





tem como objetivo principal a diminuição no número de acidentes de trânsito, além de uma melhoria nos processos logísticos e redução na utilização de recursos, sejam eles naturais ou financeiros. Iniciado em 2005, o projeto ministra aulas de segurança, saúde, meio ambiente, qualidade e tecnologia aos motoristas cooperados, que são divididos em turmas de até seis alunos. Desde o início do programa, 40 grupos já se formaram nos cursos da iniciativa.

A CooperCarga considera que a consciência e o foco dos profissionais cooperados são os principais benefícios do programa. Porém, o *Gestão na Estrada* gerou resultados mais concretos, como uma diminuição de 47% no número de acidentes e de 15% no consumo de combustível. Os clientes também aprovam as melhorias originadas pelo programa e a cooperativa raramente recebe uma reclamação em relação à conduta de seus funcionários.

A necessidade de treinamento caminha lado a lado com o cuidado que se deve ter quando se transporta cargas perigosas. Na Transportes Cavalinho, combustíveis e produtos químicos constituem 80% do total movimentado, e o treinamento é visto como algo fundamental. “O motorista está inserido em um negócio que é maior do que o ato de guiar. Precisamos de profissionais conscientes com o trânsito e com a sociedade”, afirma Paulo Ossani, diretor da transporta-

dora e um dos fundadores do Centronor – Centro de Treinamento para Motoristas da região Nordeste do Rio Grande do Sul.

A Cavalinho começou a investir em treinamento em 2004, quando determinou que qualquer motorista contratado deveria estudar antes de pegar a estrada. Além de aulas de direção defensiva e sobre os perigos da utilização de álcool e drogas, Ossani dá destaque especial aos cursos de postura e apresentação. “Um motorista equilibrado e apresentável contribui para o bom nome da empresa e está menos sujeito a se envolver em acidentes”, diz. Nesses três anos, dos 320 motoristas que fazem parte de seu quadro de funcionários, pelo menos 90% já foram treinados.

O resultado disso tudo é uma redução sensível no número de acidentes e reclamações de clientes, além de uma economia de 7% no consumo de combustível. A empresa também pretende continuar identificando as deficiências da categoria para saná-las com treinamento, além de investir na formação de mão-de-obra, transformando seus motoristas de caminhões menores em carreteiros.

PROFISSIONAIS AUTÔNOMOS também procuram se atualizar. É o caso de Eliane Zanolla, 42 anos e caminhoneira há oito, que busca treinamento por conta própria desde que começou na profissão. Ela sentiu a falta de um conhecimento formal desde o início





» de sua carreira, quando percebeu que a maioria das instruções sobre equipamentos e processos eram transmitidas boca a boca. Desde então, Zanolla é presença constante nos cursos ministrados pela Centronor e, desde 2001, já recebeu aulas de mecânica, direção defensiva e especialização em veículos Scania, só para citar algumas.

Por não possuir veículo próprio, a motorista já transportou desde flores até cargas perigosas a serviço de diversas empresas por todo o País e afirma que muitas ainda relutam em retirar os profissionais da estrada para uma especialização. Outras até chegam a anunciar cursos, mas não investem além e, muitas vezes, acabam deixando os caminhoneiros apenas na expectativa. Isso quando não exigem caminhoneiros treinados, sem dar oportunidade para que eles se especializem. “Apenas dirigir não é suficiente, mas é preciso mais incentivo das empresas nesse sentido”, conclui. Zanolla já chegou a passar um mês longe das estradas durante um treinamento. Porém, a profissional avisa que apenas o primeiro curso é mais demorado e dali para a frente são necessárias reciclagens que, em sua maioria, não chegam a durar mais do que alguns dias.

Na opinião da caminhoneira, o grande desafio a ser vencido pelo treinamento é a



“O motorista está inserido em um negócio que é maior do que o ato de guiar. Precisamos de profissionais conscientes com o trânsito e com a sociedade”

Paulo Ossani, diretor da Transportes Cavalinho, e um dos fundadores do Centronor - Centro de Treinamento para Motoristas da região Nordeste do Rio Grande do Sul.

falta de postura e identidade por parte das empresas e dos profissionais que prestam serviços a elas. Algumas empresas não fornecem crachás ou uniformes. “Tento suprir essa necessidade utilizando camisas ou outros materiais que são distribuídas como brindes da companhia”, conta. Com sua bagagem de cursos, Zanolla incentiva os colegas de profissão a seguirem seu exemplo, não somente em relação à especialização como também na tomada para si de parte da resolução dos problemas da categoria.

O grande benefício da especialização é o aumento nos salários dos caminhoneiros. “O treinamento é capaz de diminuir os custos de operação. As empresas sentem essa redução e acabam ressarcindo os empregados”, afirma.

Ela pondera que nem todas as empresas pagam mais por funcionários treinados mesmo quando isso é exigido deles. Mesmo assim, a motorista não pensa em mudar de profissão, apesar de possuir treinamento para condução de transporte coletivo ou escolar. Pelo contrário, em 2009 ela pretende se especializar em transporte de cargas pesadas no eixo Mercosul e sua próxima meta é aprender a falar espanhol em um curso a distância. Em meio a tudo isso, ela lança um desafio aos colegas de profissão: “Se eu consegui, por que outros não conseguem?” ●

SERVIÇOS NA WEB

Hotsite oferece ao cliente novas maneiras de pesquisar e adquirir os serviços.



A principal atração do hotsite Scania Peças e Serviços é sua funcionalidade comercial. Desenvolvida com o objetivo de facilitar o acesso aos pacotes e promoções de peças e serviços nas concessionárias de todo o País, a página permite consultas sobre a composição de cada pacote, que inclui mão-de-obra, peças e, se necessário, lubrificante. Além disso, um sistema de busca permite localizar a Casa Scania mais próxima para que o cliente possa adquirir os pacotes.

Outra inovação é a possibilidade de simular um Contrato de Manutenção. O cliente preenche breve formulário, que é encaminhado à Casa Scania que realizou a venda do veículo. Feito isso, a concessionária entra em contato com o cliente para apresentar a proposta do Contrato solicitado.

Por meio do hotsite Scania Peças e Serviços, o cliente Scania também tem acesso a folhetos promocionais de Serviços e ao arquivo de programas da Rede Scania na TV, que é transmitido todos os domingos pelo canal BAND SAT.

Evaldo Valero, gerente executivo de Vendas de Peças da Scania no Brasil, acredita que o lançamento do hotsite é importante para a consolidação do uso da Internet como ferramenta comercial no dia-a-dia dos clientes. O propósito é promover a integração entre eles, a Rede de Casas Scania e a fábrica. "Para isso, foi desenvolvida uma página simples e de fácil acesso, com todas as informações que o transportador brasileiro precisa na hora de efetuar a manutenção de sua frota", conta Evaldo.

MELHORIA CONTÍNUA. Em breve, o hotsite ganhará mais funções para facilitar a vida dos clientes, como uma pesquisa de serviços oferecidos pela Casas da Rede. Também será possível fazer uma visita virtual a uma oficina Scania. Fique atento e acompanhe as informações da Scania também no site corporativo (www.scania.com.br) e no site do SuperZerado, programa de comercialização de seminovos da marca (www.superzerado.scania.com.br). ●

NO ÚLTIMO MÊS DE FEVEREIRO, a Scania lançou o hotsite Scania Peças e Serviços (www.servicos.scania.com.br), a mais nova ferramenta para a comercialização de Pacotes de Serviço e divulgação dos Serviços Scania.

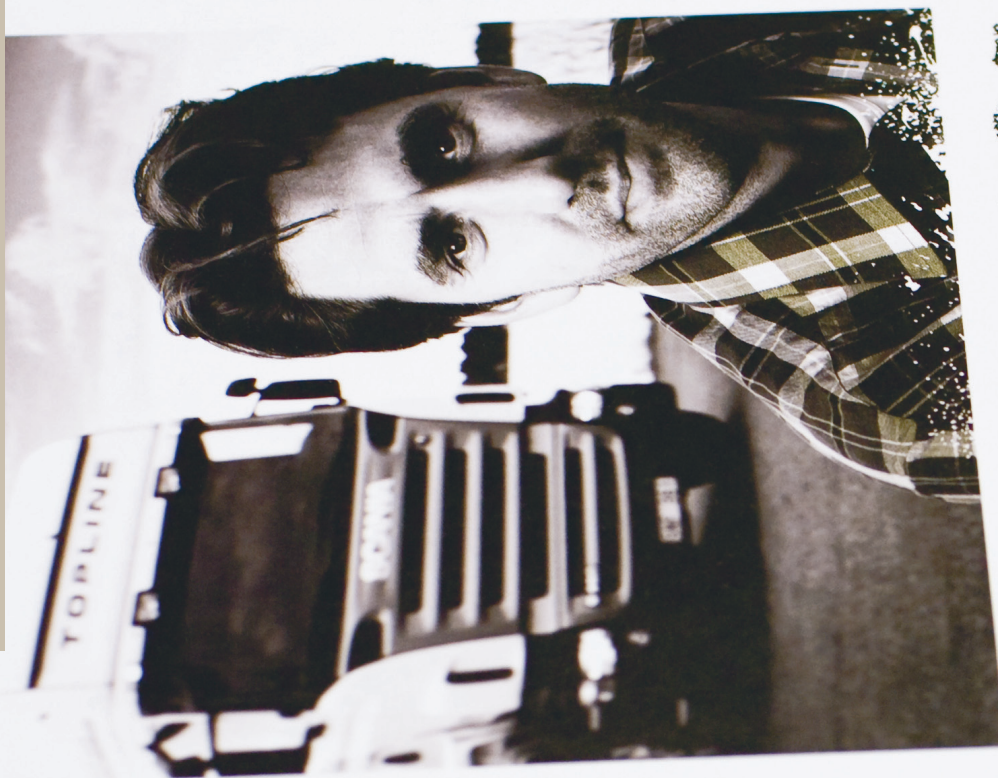
As novidades do hotsite já começam pela home. Nela, o internauta pode interagir com as peças, movimentando-as com o mouse para acessar informações sobre a função de cada componente e a importância de manter em

dia sua manutenção. O cliente também pode navegar por todo o portfólio de Serviços da marca, como manutenção de implementos e sistema de troca, que inclusive lista as peças que podem ser remanufaturadas. Além disso, o internauta obtém informações sobre as opções de financiamento. No caso das peças, o financiamento pode ser realizado por meio do cartão BNDES, a mais nova modalidade oferecida pela Scania, em parceria inédita entre o banco e uma montadora.

COMO INCLUIR SEU VEÍCULO NO CALENDÁRIO 2010?

■ Todos os anos, o calendário Scania apresenta um tema. A edição de 2009 focalizou o cotidiano dos motoristas. Para cada mês, um número de fotos conta uma pequena história por trás da imagem principal. Em 2008, o tema foi “fazendo a diferença”.

A Scania já começou a produzir seu calendário 2010. Você tem a oportunidade de ser selecionado tanto para o “Scania do dia” quanto para o calendário impresso. Basta postar a sua foto no site www.favoritescania.com. O tema para o próximo ano ainda é confidencial.



SELECIONADO PARA O CALENDÁRIO

Proprietários de veículos Scania de todo o mundo tiveram a oportunidade de enviar fotos de seus veículos para o site Favoritescania.com em 2008.

Entre os participantes, estava a Moog, uma companhia alemã de superestruturas. Resultado: um dos caminhões da empresa foi escolhido para fazer parte do Calendário Scania 2009.

QUANDO CHRISTINE MOOG, gerente de vendas da Moog GmbH, recebeu o calendário Scania 2008 e um convite para fazer parte do calendário 2009, uma ideia lhe veio à cabeça. A Administração Rodoviária da Áustria encomendara superestruturas da Moog para serem instaladas em dois caminhões Scania, destinados à fiscalização das muitas pontes existentes naquele país montanhoso. Por ser um dos pedidos mais grandiosos que a empresa recebeu, Christine tratou de tirar algumas fotos dos caminhões com as superestruturas e as enviou para o Favoritescania.com.

“Enviei minha foto em março”, conta a gerente. “Depois disso, as coisas caminharam depressa. Algumas semanas depois, Dan

2009



Os fotografos profissionais Scania em ação na Tauern Autobahn, Áustria. As fotos fazem parte do calendário Scania 2009.

Boman, da Scania Image Desk na Suécia, entrou em contato. Ele perguntou se queríamos participar do calendário 2009”, diz.

Segundo Christine, a inclusão das fotos foi uma surpresa e será positiva para a Moog. “Somos uma empresa pequena e não esperávamos ser selecionados. Será uma boa publicidade para nós”, conta.

Ainda de acordo com a gerente, a empresa sempre trabalha com caminhões Scania. “Normalmente, são nossos clientes que escolhem o caminhão que será entregue com nossos equipamentos. Muitos deles escolhem a Scania. É bom mostrar que trabalhamos com a marca, uma grande e reconhecida empresa”, ressalta.

A MOOG É UMA DAS MILHARES DE EMPRESAS proprietárias de Scania que enviaram fotos para o Favoritescania.com. Durante o primeiro semestre de 2008, mais de 3 mil fotos de todo o mundo, inclusive do Brasil, foram enviadas para o site.

O website recebe por mês cerca de 50 mil visitantes de todo o mundo. Os usuários acessam o site para ver fotos, votar nas melhores imagens e baixar protetores de tela. O site está disponibilizado em 15 idiomas, assim internautas das mais variadas línguas podem acessá-lo.

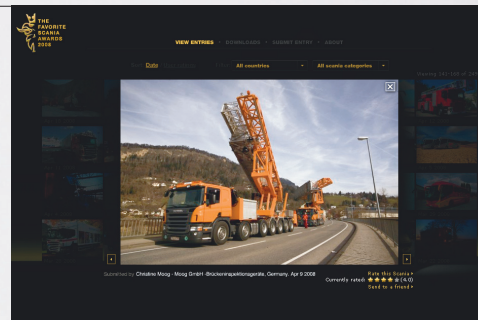
“O site é um enorme sucesso”, declara Boman. “Os proprietários Scania competem pelo título de *Scania do dia* e estimulam os outros a participar”, conta.

As fotos são enviadas de todos os cantos do mundo e mostram os diferentes tipos de aplicações em caminhões e ônibus, embora a maior parte das fotos seja de caminhões da Europa. Além dos motoristas, pessoas que gostam de caminhões também costumam postar fotos.

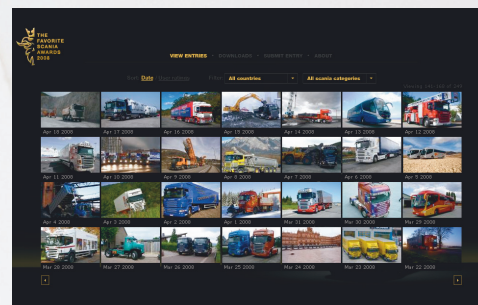
AS FOTOS PODEM SER ENVIADAS por meio do Favoritescania.com. Não há problema com imagens em baixa resolução – como fotografias feitas pelo celular –, pois o website utiliza as fotos em tamanho pequeno. As pessoas que se inscreverem e forem selecionadas para o júri serão contatadas por e-mail alguns dias antes da publicação das fotos.

“Ao selecionarmos veículos para o calendário, enviamos fotografos profissionais para tirar as fotos”, diz Boman. Embora apenas 365 fotos sejam publicadas por ano e somente 12 façam parte do calendário, todas as fotos são salvas. “É um ótimo arquivo de imagens”, afirma Boman.

Segundo João Miguel Capussi, gerente executivo de Marketing e Comunicação Comercial da Scania no Brasil, o Favoritescania.com é uma excelente oportunidade para aqueles que são fãs da marca. “Além de poder apresentar seu caminhão ao mundo, é possível



A contribuição da Moog: a empresa tirou fotos para o Favoritescania.com quando entregou dois caminhões Scania para a Administração Rodoviária da Áustria.



No Favoritescania.com, os usuários podem postar suas próprias fotos, assim como votar em sua favorita e baixar telas de proteção.



3 DICAS DE UM FOTÓGRAFO SCANIA

1. Tire sua foto em um cenário adequado. Ao invés de fotografar na garagem, faça a foto em uma estrada. Você deve escolher um lugar em que se pode estacionar ao longo da rodovia. Recomenda-se um fundo agradável, porém sem excesso de informação.
2. A melhor maneira para deixar visível a marca do caminhão é se posicionar a um ângulo de 45° a partir da frente do veículo.
3. A melhor iluminação ocorre pela manhã e no fim da tarde. A luz do meio-dia pode ser extremamente forte e prejudicar sua foto.

conhecer outras aplicações que não existem no Brasil e ver diferentes tipos de pinturas em caminhões personalizados. Quem enviar uma foto tem a chance de ser eleito o caminhão do mês e até mesmo ser escolhido para ilustrar o calendário 2010”, afirma. ●



GRÃOS NAS ESTRADAS

“**F**ELIZMENTE, a safra brasileira de grãos da temporada 2008/09 poderá ser considerada favorável, apesar de inferior ao recorde do ano anterior: serão 134 milhões de toneladas. Poucas nações do mundo gozam dessa situação privilegiada. Esse resultado não caiu do céu. Grandes percalços são enfrentados, como as grandes áreas assoladas pela seca e o encarecimento do custo de produção. E os preços? Será que vão compensar todos os esforços e riscos? De qualquer forma, a notícia deve ser brindada por todo brasileiro diante do preocupante quadro de crise econômica que aflige o mundo. Para o Brasil, em particular, é a garantia de abastecimento interno para seus cidadãos e de arrecadação de preciosas divisas via exportação. É a confirmação de que o agronegócio tem sido o esteio econômico deste país. O campo se movimenta intensamente nos trabalhos de colheita e as estradas são tomadas por milhares de caminhões para escoar a produção.

Como representa multiplicação de riqueza, a produção agrícola traz sempre consigo a renovação de esperança e o sonho de dias melhores. Nada mais seguro do que ter celeiro cheio para alimentar as bocas de milhares de consumidores, seja aqui ou no exterior.

Essa façanha da agricultura brasileira deve muito à bravura e ao suor do persistente produtor rural, uma figura opaca na visão do iluminado mundo urbano. Não bastou apenas plantar, mas sim orar para superar as adversidades climáticas, para depois fazer as contas se todo o esforço despendido permitiu amealhar alguma economia. Uma atividade de muito sacrifício e levada a fio com amor sem fim. Como as luzes da aurora, no horizonte fixam-se os olhares para o próximo ano vindouro, que desperta para a safra 2009/10. Transportadores, armazenadores, beneficiadores, comerciantes e consumidores devem ter em mente a diferença que faz uma produção geradora de excedentes. Já o governo, cheio de atenção, deve zelar pela repetição sustentável desse magnífico círculo virtuoso de plantar, colher e gerar renda no campo. Esses meses serão cruciais para a formação da renda da economia rural e a próxima temporada ●

(*) Luiz Antonio Pinazza é diretor da Abag – Associação Brasileira de Agribusiness –, editor-executivo da revista Agroanalysis (www.agroanalysis.com.br) e professor de MBA de Gestão Estratégica em Agronegócio da Fundação Getúlio Vargas, de São Paulo.

Veículos

ALAGOAS

- **Rio Largo**
Movesa - Tel. (82) 3262-1414
movesa.alagoas@movesa.com.br

AMAZONAS

- **Manaus**
Supermac - Tel. (92) 2101-4043
supermac@supermac-am.com.br

BAHIA

- **Barreiras**
Movesa - Tel. (77) 3611-4831
movesa.barreiras@movesa.com.br

- **Feira de Santana**
Movesa - Tel. (75) 3321-9100
movesa.feira@movesa.com.br

- **Itabuna**
Movesa - Tel. (73) 3043-6010
movesa.itabuna@movesa.com.br

- **Salvador**
Movesa - Tel. (71) 2103-9100
movesa.salvador@movesa.com.br

- **Teixeira de Freitas**
Movesa - Tel. (73) 3311-3900
movesa.teixeira@movesa.com.br

- **Vitória da Conquista**
Movesa - Tel. (77) 4009-9100
movesa.conquista@movesa.com.br

CEARÁ

- **Fortaleza**
Conterrânea - Tel. (85) 3307-2222
lisboa@conterranea.com.br

DISTRITO FEDERAL

- **Brasília**
Varela - Tel. (61) 2104-5000
veiculos.df@varellaveiculos.com.br

ESPÍRITO SANTO

- **Viana**
Venac - Tel. (27) 2123-7900
veiculos@venac.com.br

GOIÁS

- **Aparecida de Goiânia**
Varela - Tel. (62) 4006-4000
varela@varellapesados.com.br

- **Rio Verde**
Varela - Tel. (64) 3611-5500
veiculos.rv@varellaveiculos.com.br

MARANHÃO

- **Balsas**
Alpha - Tel. (99) 3542-9494
alpha.blis@alphamaquinas.com.br

- **Imperatriz**
Alpha - Tel. (99) 2101-6060
alpha.imp@alphamaquinas.com.br

- **São Luís**
Alpha - Tel. (98) 3214-1919
alpha.slz@alphamaquinas.com.br

MATO GROSSO

- **Cuiabá**
Rota-Oeste - Tel. (65) 3611-5000
diretoria@rotaoeste.com.br

- **Rondonópolis**
Rota-Oeste - Tel. (66) 3411-5555
rondonopolis@rotaoeste.com.br

- **Sinop**
Rota-Oeste - Tel. (66) 3511-1500
sinop@rotaoeste.com.br

MATO GROSSO DO SUL

- **Campo Grande**
P. B. Lopes - Tel. (67) 3326-5080
Homepage: www.pblopes.com.br

- **Dourados**
P. B. Lopes - Tel. (67) 3424-0015
Homepage: www.pblopes.com.br

MINAS GERAIS

- **Contagem**
Itaipu - Tel. (31) 3399-1000
logistica@itaipumg.com.br

- **Governador Valadares**
Covepe - Tel. (33) 2101-9700
covepegv@covepegv.com.br

- **Inconfidentes**
Itaipu - Tel. (31) 3398-0440
logistica@itaipumg.com.br

- **Matias Barbosa**
Itaipu - Tel. (32) 3273-8639
logistica@itaipumg.com.br

- **Montes Claros**
Itaipu - Tel. (38) 3213-2200
logistica@itaipumg.com.br

- **Muriae**
Covepe - Tel. (32) 3729-3444
covepe@covepe.com.br

- **Patos de Minas**
Itaipu - Tel. (34) 3822-5555
logistica@itaipumg.com.br

- **Pouso Alegre**
Codema - Tel. (35) 2102-5600
codema.pousoalegre@scania.com

- **Uberlândia**
Escandinávia - Tel. (34) 3233-8000
escandinavia@escandinavia.com.br

PARÁ

- **Marabá**
Itaipu Norte - Tel. (94) 2103-8050
maraba@itaipunorte.com.br

- **Marituba**
Itaipu Norte - Tel. (91) 4005-2222
itaipunorte@itaipunorte.com.br

- **Paragominas**
Itaipu Norte - Tel. (91) 3738-1684
paragominas@itaipunorte.com.br

PARAÍBA

- **Campina Grande**
Movesa - Tel. (83) 2102-9100
movesa.paraiba@movesa.com.br

PARANÁ

- **Cascavel**
Battistella - Tel. (45) 3225-6011
cascavel@battistella.com.br

- **Guarapuava**
Battistella - Tel. (42) 3624-2188
guarapuava@battistella.com.br

- **Londrina**
P. B. Lopes - Tel. (43) 3329-0780
Homepage: www.pblopes.com.br

- **Maringá**
P. B. Lopes - Tel. (44) 3228-5757
Homepage: www.pblopes.com.br

- **Pato Branco**
Battistella - Tel. (46) 3224-8080
patobranco@battistella.com.br

- **Ponta Grossa**
Battistella - Tel. (42) 3239-6600
pontagrossa@battistella.com.br

- **São José dos Pinhais**
Battistella - Tel. (41) 3299-7272
sjpinhais@battistella.com.br

- **Telêmaco Borba**
Battistella - Tel. (42) 3272-0035
telemacoborba@battistella.com.br

PERNAMBUCO

- **Petrolina**
Novepe - Tel. (87) 3864-5000
noveppet@uol.com.br

- **Recife**
Novepe - Tel. (81) 2128-8228
novepe@novepe.com.br

PIAUÍ

- **Teresina**
Alpha - Tel. (67) 3220-6700
eva@alphamaquinas.com.br

RIO DE JANEIRO

- **Barra Mansa**
Equipo - Tel. (24) 3348-3332
equipobm@equiporj.com.br

- **Rio de Janeiro**
Equipo - Tel. (21) 3452-9600
equipo@equiporj.com.br

RIO GRANDE DO NORTE

- **Mossoró**
Conterrânea - Tel. (84) 3422-2400
conterranea@conterranea-m.com.br

RIO GRANDE DO SUL

- **Caxias do Sul**
Brasdiezel - Tel. (54) 3238-0900
brasdiezel@brasdiezel.com.br

- **Eldorado do Sul**
Suvesa - Tel. (51) 3481-5050
suvesa.eldorado@scania.com

- **Garibaldi**
Brasdiezel - Tel. (54) 3463-8800
brasdiezel.pecas.gb@brasdiezel.com.br

- **Ijuí**
Brasdiezel - Tel. (55) 3331-0500
brasdiezel.adm.ij@brasdiezel.com.br

- **Lajeado**
Brasdiezel - Tel. (51) 3714-7700
brasdiezel.lj@brasdiezel.com.br

- **Palmeira das Missões**
Mecânica - Tel. (55) 3742-1770
mecacil@mecacil.com

- **Passo Fundo**
Mecânica - Tel. (54) 2104-9600
mecacil@mecacil.com

- **Pelotas**
Suvesa - Tel. (53) 3274-3535
suvesa.pelotas@scania.com

- **Portão**
Suvesa - Tel. (51) 3562-8200
suvesa.portao@scania.com

- **Uruguaiana**
Centro Diesel (Posto Autorizado)
Tel. (55) 3413-1960
centro.diesel@scania.com

- **Vacaria**
Mecânica - Tel. (54) 3511-1433
mecacil@mecacil.com

RONDÔNIA

- **Ji-Paraná**
Rovema - Tel. (69) 3421-5696
rovemaji-parana@rovema.com.br

- **Porto Velho**
Rovema - Tel. (69) 3222-2766
rovema@rovema.com.br

- **Vilhena**
Rovema - Tel. (69) 3322-3715
rovemavilhena@rovema.com.br

SANTA CATARINA

- **Biguaçu**
Battistella - Tel. (48) 3296-0011
biguacu@battistella.com.br

- **Concórdia**
Battistella - Tel. (49) 3442-5011
concordia@battistella.com.br

- **Cordilheira Alta**
Battistella - Tel. (49) 3328-0111
cordilheiraalta@battistella.com.br

- **Itajaí**
Mevale - Tel. (47) 3341-0800
mevale@mevepi.com.br

- **Joinville**
Meville - Tel. (47) 3473-7597
meville@mevepi.com.br

- **Lages**
Battistella - Tel. (49) 3221-3411
lages@battistella.com.br

- **Piçarras**
Mevepi - Tel. (47) 3345-0577
mevepi@mevepi.com.br

- **Rio do Sul**
Mevesul - Tel. (47) 3525-3575
mevesul@mevepi.com.br

- **Tubarão**
Battistella - Tel. (48) 3628-0511
tubarao@battistella.com.br

- **Videira**
Battistella - Tel. (49) 3551-3211
videira@battistella.com.br

SÃO PAULO

- **Araçatuba**
Quinta Roda - Tel. (18) 3631-1010
grodaar@quintaroda.com.br

- **Araraquara**
Escandinávia - Tel. (16) 3301-1000
escandinavia@escandinavia.com.br

- **Bauru**
Quinta Roda - Tel. (14) 3223-2626
grodaaba@quintaroda.com.br

- **Caçapava**
Codema - Tel. (12) 3653-1611
codema.cacapava@scania.com

- **Guarulhos**
Codema - Tel. (11) 2199-5000
codema.guarulhos@scania.com
Codema - Seminovos - Tel. (11) 2148-1400
codema.seminovos@scania.com

- **Jundiaí**
Codema - Tel. (11) 2136-8750
codema.jundiai@scania.com

- **Porto Ferreira**
Quinta Roda - Tel. (19) 3581-4144
grodapf@quintaroda.com.br

- **Regente Feijó**
P. B. Lopes - Tel. (18) 3941-1030
Homepage: www.pblopes.com.br

- **Registro**
Codema - Tel. (13) 3821-6711
codema.registro@scania.com

- **Ribeirão Preto**
Escandinávia - Tel. (16) 3969-9900
escandinavia@escandinavia.com.br

- **Salto Grande**
P. B. Lopes - Tel. (14) 3378-4115
Homepage: www.pblopes.com.br

- **Santo André**
Codema - Tel. (11) 2179-0000
codema.santoandre@scania.com

Santos

Codema - Tel. (13) 2102-2980
codema.santos@scania.com

- **São José do Rio Preto**
Escandinávia - Tel. (17) 3215-9770
escandinavia@escandinavia.com.br

- **São Bernardo do Campo**
Codema - Tel. (11) 2176-0000
codema.saobernardo@scania.com

- **Sorocaba**
Codema - Tel. (15) 2102-7850
codema.sorocaba@scania.com

- **Sumaré**
Quinta Roda - Tel. (19) 3854-8900
quintaroda@quintaroda.com.br

SERGIPE

- **Nossa Senhora do Socorro**
Movesa - Tel. (79) 2104-9100
movesa.sergipe@movesa.com.br

TOCANTINS

- **Gurupi**
MCM - Tel. (63) 3311-4000
mcm@mcmtocantins.com.br

- **Araguaína**
MCM - Tel. (63) 3421-2088
mcm@mcmtocantins.com.br

Motores

AMAPÁ

- **Santana**
Motomap - Tel. (96) 3281-3578
motomapsz@netsan.com.br

PARÁ

- **Santarém**
Motomap - Tel. (93) 3523-1109
motomapsz@netsan.com.br

RIO DE JANEIRO

- **Angra dos Reis**
Mecmarine - Tel. (24) 3366.6994
mecmarine@mecmarine.com.br

RIO GRANDE DO SUL

- **Porto Alegre**
Orbid - Tel. (51) 2131-5100
werner@orbid.com.br

SÃO PAULO

- **Guarujá**
Mecmarine - Tel. (13) 3355-4782
mecmarine@mecmarine.com.br

- **Guarulhos**
Codema - Tel. (11) 2199-5000
codema.guarulhos@scania.com

Scania na América Latina

- **ARGENTINA - Buenos Aires**
Tel. (00543327) 451000

- **BOLÍVIA - Santa Cruz de la Sierra**
Tel. (005913) 341-1111

- **CHILE - Santiago**
Tel. (00562) 3940-400

- **COLÔMBIA - Santafé de Bogota**
Tel. (00571) 292-8200

- **COSTA RICA - San Jose**
Tel. (00506) 290-2255

- **EQUADOR - Quito**
Tel. (00593) 22440-765

- **GUATEMALA - Guatemala**
Tel. (00502) 2420-4466

- **MÉXICO - México Querétaro**
Tel. (0052442) 227-3000

- **NICARÁGUA - Manágua**
Tel. (005052) 631151/331152 a 331159

- **PARAGUAI - Asunción**
Tel. (0059521) 50-3921 a 50-3928/50-3720

- **PERU - Lima**
Tel. (00511) 512-1800

- **REPÚBLICA DOMINICANA - Sto. Domingo**
Tel. (001809) 372-0455

- **URUGUAI - Montevideú**
Tel. (005982) 924-0433/0435

- **VENEZUELA - Valencia**
Tel. (0058241) 871-8090

Scania 
Assistance

0800 019 4224

O serviço que cuida do seu Scania
24 horas, 365 dias por ano



RINO

Gente, Produtos e Serviços. O **GPS** da Scania.

Pense em uma companhia toda por você. Toda presente, toda preparada, toda disponível. Que coloca Gente, Produtos e Serviços em um movimento que nunca para. Nem as pessoas, nem o veículo, nem seu negócio. Na Scania é assim. A disponibilidade presente o tempo todo, em todos os momentos. Aumentando a Eficiência. Diminuindo o Custo Operacional.

- Gente >** Profissionais altamente qualificados, motoristas treinados, equipe técnica preparada: **Clientes Satisfeitos.**
- Produtos >** Veículos com aplicações específicas para cada segmento, referência de qualidade e tecnologia, maior robustez e confiabilidade, maior capacidade de carga e passageiros: **Menor Custo Operacional e Maior Valor de Revenda.**
- Serviços >** Maior disponibilidade em Peças e Serviços do mercado, Contratos de Serviço sob medida de acordo com sua necessidade, atendimento em qualquer lugar e a qualquer hora: **Maior Disponibilidade** para tudo o que você, cliente, precisar.

Scania. Tudo por Você.

**SCANIA**www.scania.com.br