

SCANIA

REI DA ESTRADA

Comemoração

Motor V8 completa 40 anos

Pág. 33



O GPS da Scania

**Integração entre Gente, Produtos e Serviços
garante foco no negócio, disponibilidade
dos veículos e redução de custos operacionais**

Luiz Guareschi,
gerente de Operações
Locação/Sucroalcooleiro
da Ouro Verde



**INOVAÇÃO
VEÍCULOS 6x2
CONQUISTAM O
SEGMENTO DE
CEGONHAS** Pág. 16



**SÉRIE ESPECIAL
DICAS PARA EVITAR
ROUBOS E FURTOS
NAS ESTRADAS
BRASILEIRAS** Pág. 30

ÍNDICE

Scania Rei da Estrada Nº 138



4 Espaço do Leitor

5 Notícias da Scania

8 Reportagem de capa

Integração entre Gente, Produtos e Serviços proporciona benefícios aos clientes

14 Exclusividade

Disponibilidade de peças e serviço rápido e seguro com o Sistema Modular Scania

16 Inovação

Caminhões 6x2 são utilizados no segmento de cegonhas

20 Aventura

Ônibus Scania ajudam na logística do Rally dos Sertões

22 Potência

Petrobras utiliza caminhões de 580 cavalos no combate a incêndios

24 Perfil

Versatilidade e perfil empreendedor marcam trajetória do Grupo Salvaro



26 Parceria

Marcopolo lança Geração 7 de carroceria para ônibus e com o apoio da Scania

28 Negócios

Mioranza investe em transporte e reforça tradição na produção de vinhos

30 Série Especial

Dicas para evitar os perigos nas estradas

33 Comemoração

Motor V8 completa 40 anos

34 Opinião

35 Casas Scania



“Por meio da integração e aprimoramento das pessoas, dos produtos e dos serviços, proporcionamos benefícios aos negócios do transportador.”

Algo a mais

ACOMPANHAR AS EVOLUÇÕES do setor de transporte sempre foi um dos principais objetivos da Scania. Desde o projeto até a produção, nos preocupamos em ter como resultado caminhões, ônibus e motores que atendam plenamente às necessidades de negócios de nossos clientes e, mesmo, superem suas expectativas. Oferecer tecnologia de ponta e qualidade foi essencial para que a Scania alcançasse a posição de marca preferida pelos transportadores em diversos países do mundo. Contudo, assim como os produtos Scania, outros setores evoluíram.

Nas últimas décadas, a globalização, acompanhada pelo desenvolvimento das tecnologias da informação, passou a exigir das empresas mais qualidade na prestação de serviços. O setor de transportes também teve de se adaptar à nova realidade. Transportadores passaram a se dedicar aos serviços oferecidos a seus clientes. Ser um transportador se transformou em algo muito além de apenas entregar a carga. Em consequência dessa mudança, fatores como desempenho, durabilidade e redução de custos operacionais tornaram-se essenciais para o desenvolvimento das empresas.

A Scania acompanhou as tendências do mercado e passou a focar ainda mais em serviços, a fim de oferecer a seus clientes subsídios para manter as operações de transportes sempre a “pleno vapor”. Para isso, foi disponibilizado um portfólio com mais opções de serviços, que abrangem desde o treinamento do motorista ao atendimento remoto aos veículos. Esse mesmo portfólio vem sendo aprimorado para que possamos, cada vez mais, atuar em parceria com os nossos clientes, desde a definição das especificações durante a compra até toda a vida útil dos veículos. Para tanto, aplicamos em todas as nossas ações o conceito de GPS – Gente, Produtos e Serviços. Essa tríade é o que nos dá as coordenadas, é o nosso GPS. Acreditamos que por meio da integração e aprimoramento das pessoas, dos produtos e dos serviços, proporcionamos benefícios aos negócios do transportador.

Muitos clientes, como a Ouro Verde, capa desta edição da Rei da Estrada, já fazem parte dessa realidade. A empresa, que é referência em transporte em todo o Brasil, além de possuir caminhões Scania, conta com diversos outros serviços dentro do portfólio oferecido pela marca, como o Contrato de Manutenção R&M. Executados pelas Casas Scania, os serviços asseguram a qualidade original dos produtos e ajudam a manter o negócio funcionando com satisfação plena do cliente. Assim, o mundo continua em evolução.

Sidney Basso,
Diretor de Vendas de Serviços
Unidade de Negócios Brasil

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

Capa
Wagner Menezes

Design Gráfico / Diagramação
Technoart

Impressão / Tiragem
Margraf Edit. e Ind. Gráfica / 40.450 unidades





**Carlos José Grossi de Mello,
12 anos - Mar de Espanha (MG)**



Gabriel Fava, 9 anos - Charqueada (SP)



**Everton Schmidt, motorista da transportadora Gottens,
Lajeado (RS)**

“ Eu trabalho com um Scania P 124 canavieiro há dois anos. É um ótimo caminhão. Desde criança, sou louco por caminhões, em especial pelos modelos Scania fabricados nos anos 90, principalmente os modelos de cara chata.

José Augusto Verardo – Pederneiras (SP)

“ Meu pai só compra Scania há mais de 15 anos. Ele tem um 112 HW 360, um T 114 360 e um P 93H 250, que são os nossos xodós. Não trocamos por nenhuma outra marca, porque a Scania é econômica, potente e confortável.

Deivithy Neiverth Pereira – Ivaí (PR)

“ Parabenizo os amigos pela revista, com um ótimo visual, além do ótimo conteúdo. Gosto de ficar bem informado sobre a Scania. Se não recebo a revista, parece que falta alguma coisa aqui em casa.

Rogério Paupitz – Jaraguá do Sul (SC)

“ É com muita alegria que leio e releio as revistas que tenho aqui em casa. Sempre fico ansioso para receber uma nova Rei da Estrada, porque elas sempre trazem novidades sobre a Scania.

José Squentini – Bastos (SP)

**Participe do Espaço do leitor enviando seus comentários, ou desenhos, para:
Scania Brasil - Scania Rei da Estrada - Avenida José Odorizzi, 151 - Vila Euro - 09810-902 - São Bernardo do Campo (SP).
A cada semestre, o melhor desenho será premiado com uma miniatura Scania.**



Movesa é o novo representante Scania em Recife (PE)

O grupo Movesa inaugurou, dia 23 de julho, mais uma concessionária Scania na região Nordeste. A nova Casa está localizada em Jaboatão dos Guararapes, na Grande Recife, e será responsável pelo atendimento a veículos atuantes no transporte de carga industrial e com frigorífico, principal segmento da região. A Movesa, que atua há 37 anos como representante Scania, possui concessionárias nos Estados da Bahia, Alagoas, Paraíba, Pernambuco e Sergipe.

A Casa disponibiliza veículos, peças, serviços e soluções para toda linha de produtos Scania. Além dos caminhões, a Casa também está preparada para atender aos ônibus de turismo e fretamento, dois segmentos que possuem uma grande demanda devido ao número elevado de turistas que visitam a região. “Nosso objetivo é oferecer aos clientes da região, e aos que por aqui circulam, o alto padrão de atendimento prestado pela rede de serviços Scania, já consagrado em todo o Brasil”, revela Paulo Celso Oliveira, gerente geral da nova Casa.



Araguari Logística compra 23 Scania

A Araguari Logística acaba de adquirir 23 unidades do caminhão G 380 4x2 com terceiro eixo. A empresa atende a 21 Estados de todas as regiões do Brasil e atua no ramo alimentício, frigorífico, de bebidas e de produtos de higiene, além de transportar alumínio.

Com sede em Araguari, na microrregião de Uberlândia, a empresa mineira tem cinco filiais espalhadas pelo País e pretende inaugurar mais duas até o final do ano.

A frota conta com 126 pesados, dos quais 27 são Scania, que puxam carretas sider e frigorificadas, além de caminhões trucados refrigerados.

A empresa não tinha a tradição de comprar Scania, mas mudou de ideia por conta da economia de combustível. “A expectativa é que os novos caminhões sejam 9% mais econômicos”, conta Marcos Augusto Povoia de Carvalho, gerente de manutenção da Araguari. “Se isso se confirmar, queremos comprar mais quinze unidades até o final do ano, todos via Finame, como fizemos com os outros”, completa o irmão Manoel Povoia de Carvalho Neto, gerente operacional e comercial da Araguari. Segundo Neto, as vantagens oferecidas pela Scania foram decisivas para a compra. “Os caminhões da marca têm um custo de manutenção bem mais baixo e alto poder de revenda. Além disso, a Escandinávia de Uberlândia, onde fizemos a compra, tem um ótimo atendimento”, explica.



Marcos Augusto, Manoel Neto e Marcos Coelho, da Araguari Transportes, ao lado de Itamar Fidelis, da Escandinávia de Uberlândia.

Scania promove ação Social no Porto de Santos



A Scania realizou, em parceria com o SEST/SENAT, a campanha *Saúde no Volante*, dia 30 de junho, no porto de Santos (SP). Cerca de 200 caminhoneiros realizaram gratuitamente exames médicos e de saúde bucal, receberam instruções sobre ergonomia, exercícios de alongamento e corte de cabelo. O caminhoneiro Anselmo dos Santos, 35, foi um dos orientados pelos profissionais de educação física a buscar esportes sem impacto, como natação. “É sempre importante saber como está a saúde”, conta.

Os motoristas também foram informados sobre como prevenir a gripe suína (influenza A H1N1) e advertidos a respeito da emergência em procurar o serviço médico diante dos sintomas. Para instruir os motoristas sobre os cuidados com o meio ambiente, foram realizados testes de medição de fumaça preta nos veículos. Todos os participantes receberam da Scania um porta-lixo, juntamente com um encarte *O Meio Ambiente no seu dia-a-dia*, que traz informações a respeito de consumo de combustível, manutenção do veículo e dicas importantes sobre excesso de carga, economia de água e descarte de lixo e pneus.

Scania marca presença na maior feira indoor da América Latina

A Scania participou da 15ª edição da Feicorte, a maior feira indoor da cadeia produtiva de carne da América Latina. A montadora foi uma das patrocinadoras oficiais do evento, que aconteceu entre os dias 16 e 20 de junho em São Paulo.

O público pôde conferir no estande da Scania os veículos P 340 6x2 e G 470 6x2, indicados para transporte em longas distâncias. Ambos estão equipados com suspensão a ar, indicada para o transporte de carga viva, o principal foco da Feicorte. "A suspensão a ar é indicada principalmente para o transporte de cargas frágeis e oferece mais conforto ao motorista. Além disso, ela custa o mesmo valor de uma suspensão a molas e o seu custo-benefício é muito maior", conta Eronildo de Barros Santos, gerente executivo de Vendas de Caminhões da Scania no Brasil. Além dos veículos expostos, a montadora promoveu, todos os dias a partir das 18 h, o chamado *Momento Scania*, com atrações especiais para os empresários do setor da agropecuária.



Alpha Máquinas de Teresina (PI) recebe Certificado de Excelência

A Alpha Máquinas de Teresina (PI) recebeu o certificado Compromisso Scania de Excelência. A concessionária alcançou nota 85,6 no DOS, programa que engloba um conjunto de regras, diretrizes políticas e procedimentos operacionais que devem ser atendidos para cumprir aos padrões de exigência de qualidade da Scania.

Localizada na BR-316, próximo ao entroncamento rodoviário que dá acesso para São Luís (MA) e Fortaleza (CE), a Alpha Máquinas atende a clientes que estão de passagem e que atuam em todos os segmentos. A Casa Scania conta com uma equipe de 25 funcionários e nove boxes de manutenção e reparos, com capacidade de atender a 200 ordens de serviços por mês.



Carreta Scania realiza atendimentos preventivos de câncer em Ji-Paraná (RO)



A carreta do Hospital de Câncer de Barretos esteve em Ji-Paraná no dia 16 de junho. Cerca de 120 pessoas puderam fazer exames preventivos de câncer de colo do útero, próstata e pele, além de passarem por pequenas cirurgias. Cedida em regime de comodato ao Hospital de Câncer de Barretos, a carreta possui 420 cavalos e está equipada com caixa de câmbio automatizada Opticruise e suspensão a ar. A Scania cuida de todas as despesas de manutenção do veículo, cobertas por seu Contrato de Serviços, pelo período em que permanecer em operação. Durante seu tempo de atuação, a carreta já percorreu os Estados de São Paulo, Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Rondônia, Minas Gerais, Goiás e Tocantins.

"A Scania sente-se honrada em fazer parte de um programa tão importante como este que o Hospital de Câncer de Barretos promove. Ainda hoje, a prevenção de doenças é algo pouco divulgado, principalmente em cidades de difícil acesso. A carreta leva até essas pessoas o atendimento médico de qualidade que muitas vezes não existe no local", conta João Miguel Capussi, gerente executivo de Marketing e Comunicação Comercial da Scania no Brasil.

Varella realiza evento em homenagem ao Dia do Motorista

Em comemoração ao Dia do Motorista, a Varella Veículos Pesados realizou uma série de eventos em homenagem ao caminhoneiro entre os dias 1º e 23 de julho. Mais de 500 motoristas estiveram na unidade de Aparecida de Goiânia (GO), onde puderam realizar exames médicos, ginástica laboral e corte de cabelo. Além disso, os profissionais participaram de um churrasco no encerramento da festa, que contou com o show de Nerildo & Nerivan, uma das duplas sertanejas de Goiás preferidas dos caminhoneiros. Durante todo o evento, cada motorista pôde levar um CD com músicas da dupla.



"Muita gente esquece da importância do profissional do volante. O motorista deve sim ser valorizado, afinal boa parte da economia do País é movimentada pelo caminhão", explica Fernando Guimarães, gerente de Serviços da Varella.

A Varella Veículos Pesados está sediada em Aparecida de Goiânia e conta com filiais em Rio Verde e Itumbiara, em Goiás, e em Brasília, no Distrito Federal.



Scania expõe caminhão com tração total em feira de mineração e construção

A 7ª edição da M&T Expo contou com a participação da Scania. Realizado entre os dias 2 e 6 de junho em São Paulo, o evento é a maior feira de construção e mineração da América Latina.

A novidade da Scania ficou por conta da presença do G 420 6x6, destinado a operações em minas e construção que necessitam de tração integral. "O caminhão com tração 6x6 é mais uma opção da Scania para operações em locais de difícil acesso como início de obras e terrenos com baixa aderência, já que possui excelente capacidade de tração. Além disso, ele apresenta uma altura livre do solo maior do que os veículos de tração 6x4, o que facilita a locomoção do veículo nessas áreas", declara Roberto Leoncini, diretor de Vendas de Veículos da Scania no Brasil.

Além do caminhão com tração integral, o estande da Scania mostrou ao público caminhões com cabine G para segmento de mineração e construção. O diferencial dela frente à cabine P, tradicionalmente utilizada para aplicações severas, é o seu tamanho. "Ela oferece cerca de 10% a mais de altura interna do que as demais, proporcionando mais conforto ao motorista, o que se traduz em maior rentabilidade ao transportador", explica Leoncini.

Scania participa da Transpúblico 2009

Entre os dias 14 e 16 de julho, a Scania esteve presente na Transpúblico 2009, feira especializada no setor de transporte urbano e rodoviário de passageiros, realizada em São Paulo (SP). Em seu estande, a montadora apresentou o chassi de motor dianteiro F 230 4x2, equipado com motor de nove litros que possui o maior torque da categoria.

Os novos chassis Série F são indicados para operações urbanas, fretamento e rodovias intermunicipais. Pelas características de alto torque e robustez do conjunto, o chassi permitirá o encarroamento de veículos mais longos, transportando mais passageiros sem prejuízo no desempenho.

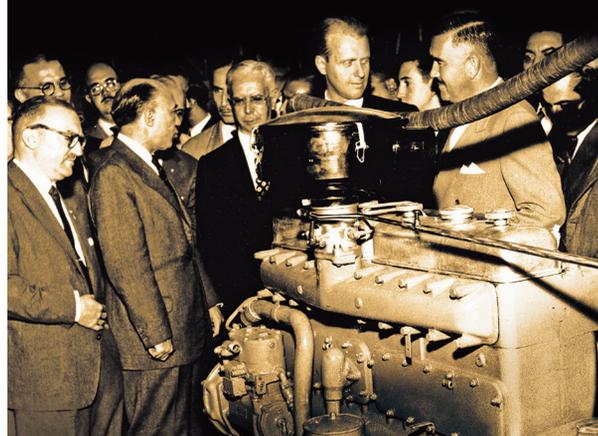
Além do chassi da Série F, também foi exibido ao público o ônibus de 15 metros e piso baixo, com terceiro eixo direcional, modelo K 270 6x2, pertencente à empresa Metra de São Bernardo do Campo (SP). "Com esta participação, a Scania quer mostrar que está atenta às atuais necessidades de transporte de passageiros no Brasil, e por isso apresenta as opções mais adequadas às demandas de robustez, conforto e segurança aos usuários", afirma Wilson Pereira, gerente executivo de Vendas de Ônibus da Scania do Brasil.



Scania comemora 50 anos de produção de motores no Brasil

Em 29 de maio de 1959, a Scania inaugurou sua fábrica de motores no Brasil, a primeira operação de produção fora da Suécia. O projeto buscava atender às exigências de nacionalização de conteúdo do governo brasileiro naquele momento e previa o enorme potencial deste mercado. Exatamente 50 anos depois, o Brasil tem uma das quatro principais fábricas de produção Scania completas do mundo, junto com a Suécia, França e Holanda, e se tornou o maior mercado da história da marca. Do primeiro motor até hoje, mais de 300 mil motores foram produzidos pela Scania no Brasil.

As histórias do início da produção de motores no Brasil continuam vivas na memória de quem fez parte desse começo. É o caso de Domingos Loro, colaborador aposentado que trabalhou na Scania durante 23 anos. Loro afirma ter presenciado uma grande evolução tecnológica e diz que hoje a produção de motores está irreconhecível. O aposentado diz que gosta de ver o interesse e a curiosidade dos jovens sobre o passado desta fábrica. "Quando comecei, o processo de produção era quase artesanal. Se eu contar para os jovens de hoje o que foi novidade por aqui no meu tempo, eles não vão acreditar", afirma.



Quando integrar faz a diferença



Dinamismo do mercado faz com que empresas invistam cada vez mais na sinergia entre gente, produtos e serviços a fim de obter soluções completas para os negócios.

MUITA COISA MUDOU desde que a Scania chegou ao Brasil, em 1957. Nestes 52 anos, surgiram novas tecnologias, novas políticas, novas ordens mundiais e até mesmo novos países. Com tudo isso, o mercado também sofreu mudanças significativas. As empresas cresceram, os processos de produção evoluíram e, com isso, a necessidade por serviços para agregar valores ao negócio aumentou. Hoje, não basta vender um produto de qualidade. Seguindo a tendência mundial, as empresas passam a oferecer soluções integradas ao cliente. Com a Scania não é diferente. “Foi-se o tempo em que os negócios se resumiam à venda de caminhões, motores e chassis. Hoje, a Scania também é uma prestadora de serviços”, afirma Sidney Basso, diretor de Vendas de Serviços da Scania no Brasil. Foi neste contexto que nasceu o conceito de GPS, que é a integração entre Gente, Produtos e Serviços.

O uso do GPS como filosofia resulta em ganhos maiores do que apenas o acompanhamento das tendências de mercado. Com soluções integradas, os clientes da montadora ganham produ-

tos e serviços personalizados, planejados para facilitar o seu dia-a-dia e proporcionar rentabilidade ao seu negócio. “O conceito veio para consolidar nossa maneira de trabalhar, pois antes dele já pensávamos muito além do produto”, diz Basso. O desenvolvimento da área de serviços da Scania não é recente e muitos dos projetos que exemplificam o GPS já existiam antes mesmo da criação do conceito. Para alcançar a excelência almejada em serviços, é necessário investir nas pessoas. “Investir nos nossos profissionais é algo que fazemos sempre, por meio de treinamento e da busca constante por motivação e novos conhecimentos”, afirma Basso.

Apesar da ênfase em gente e serviços, a Scania faz questão de não esquecer a terceira ponta da pirâmide GPS: o produto. Este continua sendo o foco, já que o resto todo gira em torno dele. “É algo que se reflete no nosso portfólio de produtos, que hoje possui veículos e motores que se encaixam nas mais diversas aplicações”, afirma Basso. Para a Scania, a qualidade de seu produto sempre foi seu carro-chefe, responsável pelo sucesso e pela força que a marca ganhou ao longo de sua existência. “O produto foi o que levou o





nome da Scania ao patamar em que ele se encontra hoje e isso não pode ser esquecido. As novas ideias e tendências, como o GPS, chegam para agregar e consolidar ainda mais a marca Scania com os clientes”, confirma Basso.

EXCELÊNCIA EM SERVIÇOS REMOTOS – Quando o cliente não pode ir à Casa Scania, a Casa Scania vai até o cliente. Isso é possível por conta dos serviços remotos, um leque de opções oferecidas pelas concessionárias para que o atendimento se torne ainda mais ágil. Assim como todas as opções oferecidas, os serviços remotos são planejados e executados de acordo com as necessidades de cada cliente, visando facilitar a vida dele e de quem o atende. “A ideia é que tenhamos soluções adequadas para todos os segmentos que a Scania atende”, afirma Basso. Para isso, a Scania tem serviços remotos criados sob medida para ônibus, caminhões rodoviários e fora-de-estrada.

A personalização nos atendimentos é característica marcante do projeto *Bus Segment*, implementado pela Codema para os clientes de ônibus em março de 2009. A ideia é levar consultoria e manutenção preventiva às empresas por meio de uma unidade móvel. As visitas são agendadas pelos clientes, que muitas vezes procuram a Codema com dúvidas sobre a forma correta de prevenir e executar os serviços de manutenção dos seus veículos. “Essa estrutura conta com um assessor técnico para informar cada cliente sobre as evoluções tecnológicas do produto, cuidados necessários, custo e benefício dos itens genuínos e eventuais treinamentos para motoristas e mecânicos da empresa”, explica Fabiana Ferreira, coordenadora do projeto na Codema.

O *Bus Segment* nasceu, segundo Fabiana, com o objetivo de estreitar os relacionamentos entre a Casa Scania e os clientes pertencentes a este segmento. Mesmo em pouco tempo de existência, o projeto já gera resultados concretos para a Codema. “Nossa ideia era ter um retorno em médio e longo prazos, mas já detectamos um aumento na procura por produtos e serviços da concessionária, além da confiança em nosso atendimento”, comemora





ra a coordenadora do projeto. Além do volume de vendas, Ferreira exalta a aproximação dos clientes de ônibus. “Percebemos que com o *Bus Segment*, eles passaram a utilizar outros tipos de serviços, além dos tradicionais realizados na Codema, mesmo sendo clientes de grande porte que possuem oficina própria”, afirma.

A assistência técnica eficiente também faz parte do cardápio para quem procura serviços remotos na Scania. Para clientes de grande porte e que precisam de atendimento 24 horas em locais de difícil acesso, existem os postos avançados. A concessionária monta a estrutura de uma oficina completa dentro do local em que o cliente opera, o que resulta em maior agilidade em momentos de emergência. “Nós montamos alguns boxes de atendimento, temos estoque de peças e mecânicos disponíveis em tempo integral”, conta Marcelo Bozolan, gestor de Serviços do grupo P.B. Lopes.

A concessionária possui três postos avançados montados: um em Corumbá (MS), em uma companhia de mineração, e dois nas cidades de Paraguaçu Paulista (SP) e Narandiba (SP), onde trabalham em parceria com a usina de cana-de-açúcar Cocal. Para esses dois postos avançados, a Casa Scania mobiliza onze profissionais, entre administradores e mecânicos, que cuidam de 80 caminhões. Os resultados desse trabalho, iniciado em 2007, têm sido positivos na avaliação da P.B. Lopes. Bozolan afirma que o cliente está satisfeito com a agilidade do serviço e ressalta a importância desse contentamento para o fortalecimento desta relação. “Isso só aumenta a confiança na marca e ainda nos dá retorno para renovação de frota e incremento da venda de peças e serviços”, diz.

A necessidade de atendimento por meio de postos avançados também é uma característica do segmento de mineração.

No caso da Vale, que possui alta demanda por serviços na própria mina, a concessionária Itaipu disponibiliza os serviços da Unidade de Manutenção Remota, revisões por meio do Centro de Reforma de Componentes e logística de entrega de peças. A concessionária mineira também mantém técnicos especializados nas diversas minas. “A ideia veio com a inviabilidade do deslocamento dos caminhões para realização de manutenções nas concessionárias, já que são veículos que trabalham confinados e precisam de revisões e reparos periódicos”, explica Flávio Coimbra, gerente de Vendas da Itaipu. Há dez anos, a Casa Scania trabalha com atendimento estruturado ao segmento fora de estrada e tem a Vale como um de seus principais clientes. “Atualmente já podemos agregar a estrutura de serviços à venda dos produtos”, diz o gerente.

Ligada à Itaipu desde 2007, a Vale - Mina de Alegria afirma estar satisfeita com o desempenho da estrutura de atendimento e dos demais serviços prestados. A divisão, inclusive, possui vários projetos em andamento com a concessionária. Danilo Goldoni, supervisor de Planejamento de Manutenção da Vale, afirma que a agilidade dos serviços é grande, o que gera uma relação de confiança entre as duas empresas. “Nós trabalhamos 24 horas por dia e esse tipo de atendimento mais próximo tem sido fundamental”, diz. O supervisor elogia o trabalho da Itaipu com relação à venda de produtos e entrega de peças. “Com mão-de-obra qualificada, a Itaipu consegue dar conta do recado quando estamos aqui no sufoco”, conta.

A crescente preocupação dos clientes Scania com os serviços foi o que motivou a rede de concessionárias a oferecer o Contrato de Reparo e Manutenção, que abrange planos de manutenções preventiva e corretiva, com o objetivo de proporcionar redução de custos operacionais e maior disponibilidade dos veículos. Com os contratos, é possível executar manutenções sob medida para cada tipo de produto, diminuir o tempo de parada e prevenir problemas. “Os contratos existem há anos, e com o crescimento da competitividade do mercado tornaram-



se ainda mais importantes para nós”, diz Janilson Santos de Almeida, gerente geral de Vendas e Serviços da rede Rota Oeste. Ele observa que este serviço atraiu novos clientes para as Casas e fortaleceu os relacionamentos com os antigos. “Esperamos que os Contratos R&M cheguem a representar até 30% da nossa receita total de oficina”, completa.

A Ouro Verde Transportes e Locação Ltda., capa desta edição da Rei da Estrada, foi uma das primeiras a investir na terceirização de serviços para manutenção da frota. A empresa possui 100% dos caminhões Scania cobertos pelo Contrato de Manutenção. Luiz Guareschi, gerente de Operações Locação/Sucroalcooleiro da Ouro Verde, afirma que a estratégia permite focar na principal atividade da empresa, o transporte. “Nosso negócio é transportar e não realizar manutenção nos veículos”, diz. O gerente destaca ainda que o Contrato proporciona mais disponibilidade do veículos e redução de custos com manutenção. “Geralmente, o veículos cobertos pelo Contrato também possuem elevado valor de revenda, já que as manutenções são realizadas pela concessionárias”, completa.

INVESTINDO EM GENTE - No processo de melhorar a qualidade dos serviços prestados e ampliar as opções de atendimento, o ser humano exerce papel fundamental. Por isso, a Scania faz questão de investir nas pessoas. Afinal, sem gente, não existiria produto ou serviço. “Os investimentos feitos têm como objetivo motivar os colaboradores e dar a eles as ferramentas para que possam atingir a excelência”, afirma Sidney Basso. Ele acredita que treinamento e programas de incentivo são bons caminhos para que a mão-de-obra, mesmo que já qualificada, continue sempre crescendo. “Com isso, os resultados que obtemos como empresa chegam naturalmente, são consequências do nosso trabalho”, conclui.

TREINAMENTO DE MECÂNICOS - Desde 2007 a Battistella investe no treinamento de mecânicos por meio de uma



“Investir nos nossos profissionais é algo que fazemos sempre, por meio de treinamento e da busca constante por motivação e novos conhecimentos”

Sidney Basso, diretor de Vendas de Serviços da Scania no Brasil

estrutura própria montada na matriz da rede de concessionárias, em São José dos Pinhais (PR). A iniciativa partiu da enorme demanda dessas Casas Scania e da inviabilidade de mandar todo o seu pessoal para ser treinado na fábrica da Scania em São Bernardo do Campo (SP). “Nosso trabalho contempla temas que fazem parte do quadro de treinamento da matriz”, explica a coordenadora de gestão de pessoas da Battistella, Sílvia Rocha.

O cronograma anual de treinamento conta com 24 turmas formadas por, em média, 13 alunos, o que permite a capacitação de mais de 250 profissionais por ano. Apesar de priorizar a capacitação de seus colaboradores, a Battistella também

oferece o treinamento como serviço e leva o instrutor técnico até clientes que possuam suas próprias oficinas. O trabalho é avaliado positivamente pela concessionária. “É algo que cria sinergia entre todas as unidades e proporciona mais qualidade ao nosso atendimento”, diz Rocha.

COMPROMISSO DE EXCELÊNCIA - O DOS, ou Certificado de Excelência Scania, que estabelece um padrão de atendimento para todas as Casas Scania, chegou ao Brasil em 2004. Criado na Suécia em 1995, o DOS passou por muitas mudanças ao longo dos anos, e hoje, em sua terceira versão, contempla 14 compromissos a serem cumpridos. Jorge Teixeira, gerente de Desenvolvimento da Rede de Concessionárias Scania, é o responsável por avaliar quem recebe o certificado e conta que a ideia do DOS não é apenas responder às expectativas dos clientes, e sim superá-las. “Nós fazemos um check list de cada compromisso, o que implica em conversar com os colaboradores e até mesmo com os clientes”, explica.

A primeira Casa certificada pela Scania com o DOS 3 foi a Movesa de Vitória da Conquista (BA). “Ficamos honrados em ser os primeiros, mas temos consciência de que o principal não é receber o certificado, e sim manter o padrão e continuar melhorando”, comemora Rosivaldo Silva Malta, gerente de Serviços da Movesa de Vitória da Conquista.

OFICINAS COM FOCO UP-TIME - A busca por um atendimento mais eficiente foi o que motivou as concessionárias Brasdiesel a trabalharem com o sistema *up-time* em suas oficinas. Por meio de metas de serviços e vendas e programas de incentivo aos colaboradores, estabelecidos para toda a rede, foi possível obter mais comprometimento e melhorar o atendimento das Casas. “Foi a forma que encontramos para motivar a todos, desde as telefonistas até os mais graduados mecânicos”, explica Itamar Zanetti, diretor geral da Brasdiesel. O trabalho é desenvolvido há mais de seis anos e resulta em mais qualidade e rapidez no atendimento.

Quem ganha com isso é, mais uma vez, o cliente. Marcos Roveda, gerente de manutenção da Transportes Irapuru, de Caxias do Sul (RS), diz que a empresa faz questão de ser sempre atendida pela Brasdiesel, entre outros motivos, por conta da agilidade do serviço prestado. “O atendimento deles é o mesmo a qualquer hora, é rápido e eficaz. Eles têm uma grande preocupação com o cliente”, afirma.

SCANIA RETAIL SYSTEM - A imagem de uma Casa é o reflexo do conceito de SRS (Scania Retail System), programa que estabelece princípios e valores de trabalho a serem adotados no dia-a-dia de todos os colaboradores Scania. “A ideia é transmitir a mensagem de que os colaboradores fazem parte de uma grande família que vive sob o mesmo teto, que é a empresa”, conta Roberto Marcoccia, gerente do SRS no Brasil. Com os preceitos do SRS aplicados, o objetivo é que todos criem um padrão de alto nível para o atendimento e construam uma rotina

de trabalho segura e responsável.

O projeto chegou ao Brasil em forma de piloto em meados de 2008 e foi aplicado em várias casas da rede de concessionárias. No início deste ano, o SRS entrou em prática pela primeira vez, na Codema. A implementação do trabalho ocorre por meio da eleição de um líder em cada casa, que fica responsável pela disseminação do projeto. Para isso, acontecem reuniões regulares com todos os colaboradores, em que são discutidos os processos de trabalho e como melhorá-los. Roberto Baral, gerente geral da Codema e integrante do grupo de lideranças do SRS, avalia os resultados iniciais do programa de forma positiva. “É algo que demanda tempo e dedicação, mas já podemos observar que se trata de um esforço válido”, diz.

TMS - TREINAMENTO A DISTÂNCIA - A preocupação com inovar os conceitos de treinamento levou a Scania a uma solução informatizada capaz de coordenar todas as ações da área em suas casas na América

Latina. Trata-se do TMS (Training Management System), um software desenvolvido e customizado para gerenciar treinamento presencial e a distância. “O TMS nos mostra quem precisamos treinar, quando e como”, diz José Valverde, chefe da Scania Academy no Brasil e coordenador do projeto TMS na América Latina. O objetivo da ferramenta é, segundo o coordenador, aperfeiçoar todos os recursos para que o trabalho tenha os melhores resultados possíveis.

O projeto começou a ser posto em prática em meados do último mês de julho. Desde maio, o TMS vinha sendo testado pela Scania no Brasil por meio de um projeto piloto aplicado em seis concessionárias. A impressão que fica neste princípio de trabalho é positiva. Valverde afirma que sentiu a curiosidade da rede e suas expectativas em relação à nova solução. “Trata-se de uma ferramenta poderosa que não é apenas um software, e sim uma forma de pensar diferente em treinamento”, conclui. ●



Um chassi de ônibus Scania tem um grande número de componentes em comum com um chassi de caminhão.

O sistema modular da Scania possibilita que os clientes da marca recebam o veículo ideal para cada tipo de aplicação, além de proporcionar mais disponibilidade de peças e serviço rápido e seguro.



EM PERFEITA SINERGIA

PRINCIPAIS VANTAGENS

- Oferecer aos clientes uma ampla gama de opções, que permite construir veículos sob medida para qualquer tipo de transporte.
- Disponibilidade de peças
- Manutenção e reparos rápidos e simples
- Redução do tempo parado
- Nível de qualidade nas oficinas alto e uniforme

Surge o Sistema Modular

Década de 1930

Lançada a unidade de motor "Royal" – o primeiro motor Scania a usar componentes padronizados.

Década de 1940

Produção interna de caixas de câmbio. A colaboração com a Leyland levou a um novo motor com tecnologia de injeção direta.

Década de 1950

Motores Scania modularizados. Construído o laboratório de testes de resistência. Análise sistemática de projetos para diferentes aplicações.



Tamanhos diferentes - mesmo chassi. As cabines dos caminhões Scania das Séries P, G e R podem ser montadas sobre a mesma linha de chassi.

CADA VEZ MAIS, A SCANIA UTILIZA componentes compartilhados em caminhões, ônibus e também em motores industriais e marítimos. Alguns exemplos: todos os motores Scania têm a mesma arquitetura de cilindro e, hoje, um chassi de ônibus possui um grande número de componentes de chassi e trem de força em comum com o de um caminhão.

Todas as cabines dos caminhões Scania têm a mesma interface com o chassi. Os motores e caixas de câmbio têm os mesmos pontos de montagem no chassi, independentemente do tamanho. O chassi, por sua vez, é composto de uma grande quantidade de componentes que se encaixam em inúmeras combinações.

A Scania estabeleceu as bases da modularização há mais de 50 anos e, desde então, vem aprimorando o sistema.

O conceito de uma linha modular de produtos já existia na Scania desde os anos trinta. O departamento de desenvolvimento acelerou seu ritmo quando Sverker Sjöström – um engenheiro especializado em resistência e teste de materiais e posteriormente dire-

É possível criar uma infinidade de variações utilizando um número limitado de componentes

tor técnico – começou a trabalhar na Scania em 1947.

Os conceitos fundamentais da época ainda são os mesmos de hoje: interfaces padronizadas, poucos componentes e etapas cuidadosamente definidas para cada linha. Isso resulta em um sistema de especificação com muitas variações, poucos componentes e o máximo possível de peças compartilhadas.

Quando a Scania lançou a Série 2, na década de 80, ela foi considerada como um grande sucesso técnico. Pela primeira vez, a montadora apresentou uma linha inteira de modelos de veículos comerciais baseada em grande parte em módulos.

A filosofia modular significa que os veículos podem ser feitos sob medida para atender às necessidades de negócio de cada cliente, mas não é só. Ela também foi um importante fator para o desenvolvimento de produtos da Scania. Cada componente, como o motor, transmissão, chassi, cabine e eixos, pode ser aprimorado, independentemente dos outros itens. As melhorias são implementadas continuamente, logo após serem testadas, com o objetivo de oferecer aos clientes acesso à versão mais recente. ●

Década de 1960

Scania adquire uma fábrica de cabines em Oskarshamn. Desenvolvimento de uma linha modularizada de cabines. Oficina interna de chassis.

Década de 1970

Cabines e chassis modularizados.

Década de 1980

Lançada a Série 2, a primeira linha de produtos totalmente modular da Scania. Lançada a Série 3.

Década de 1990

Lançada a cabine Streamline. Lançada a Série 4.

Década de 2000

Linha de motores de 5, 6 e 8 cilindros totalmente modularizada. Sistema de especificação global. Lançadas as Séries P, G e R.

CARGA PESADA

Fiscalização sobre excesso de peso nos eixos de caminhões-geonha direciona investimento do setor em veículos 6x2





“O terceiro eixo garante mais estabilidade ao veículo carregado, além de proporcionar mais segurança na frenagem”

Carlos Rossetti, o Chapa, secretário geral do Sindicato dos Cegonheiros do Estado de São Paulo

EM 2009, OS CAMINHÕES 6x2 da Scania são responsáveis pela maior fatia do faturamento da montadora. Até maio, representaram 65% do volume de vendas. São veículos adquiridos por transportadores de todos os tipos, para as mais diversas rotas e operações. No entanto, havia um segmento que o 6x2 ainda não tinha conquistado: os cegonheiros. Porém, do segundo semestre de 2008 em diante, o investimento das cegonhas em caminhões com três eixos surgiu com força total. A nova tendência pode ser explicada por diversos fatores, mas o principal motivo é simples: evitar transtornos decorrentes do excesso de peso das cargas. Com isso, a Codema, Casa Scania que atende os cegonheiros em São Bernardo do Campo (SP), registrou que, este ano, 25% dos veículos vendidos a esse segmento foram 6x2.

Segundo Maurício Miranda, gerente regional de vendas da Codema, o problema não é aumentar o PBT (Peso Bruto Total), mas sim distribuir corretamente o peso no conjunto. “Automóveis não são uma carga muito pesada, mas se ficar mal distribuída, ela pode exceder os limites estipulados pela Lei da Balança”, afirma. Segundo a legislação, quanto mais eixos o caminhão tiver, maior é o peso que ele pode carregar. “Com o 6x2, a capacidade nos eixos traseiros sobe de 10 para 17 toneladas quando comparado com o 4x2”, confirma Miranda.

Na visão dos trabalhadores do setor, não foi apenas o aumento da fiscalização nas estradas que ocasionou a mudança de veículo. Marcio Galdino, diretor do Sindicato dos Cegonheiros do Estado de São Paulo, diz que aumentou a demanda por transporte de veículos mais pesados, como pickups e SUVs (Sport Utility Vehicle). “O peso aumenta e o número de veículos que a cegonha é capaz de carregar diminui”, conta Galdino. Um caminhão-cegonha é capaz de transportar, em média, 11 carros populares, mas em se tratando de carros maiores, esse número fica entre apenas sete ou oito. “A diferença de peso entre um carro pequeno e um SUV pode chegar a até uma tonelada”, afirma Miranda.

Antes do surgimento desses fatores, as transportadoras de automóveis trabalhavam predominantemente com caminhões 4x2. “Não tínhamos pensado em recorrer aos 6x2 antes porque é um veículo que demanda maior investimento”, explica o diretor do Sindicato dos Cegonheiros. Segundo ele, além de se livrarem de problemas com a lei, a opção oferece aos cegonheiros benefícios na qualidade do transporte. “A escolha pelos 6x2 agrega uma série de valores positivos, já que é um caminhão de maior porte e que, portanto, oferece mais segurança”, diz.

O terceiro eixo garante mais estabilidade ao veículo carregado, além de proporcionar mais segurança na frenagem. É o que garante Carlos Rossetti, o Chapa, secretário geral do

A Transzero foi uma das pioneiras a adotar o 6x2 no segmento



Sindicato dos Cegonheiros do Estado de São Paulo e um dos precursores da utilização de caminhões 6x2 no segmento. “Vejo esse movimento como algo muito positivo, pois é uma maneira de evoluirmos dentro do nosso segmento”, afirma.

O aumento da fiscalização sobre o peso também é destacado pelo secretário, que aponta a privatização das rodovias estaduais e federais como uma das principais razões para isso. “Agora, além das balanças comuns, foram instaladas balanças móveis em alguns pontos pré-determinados”, diz.

A diferença de investimento entre um 4x2 e um 6x2 passou a ser vista pelos cegonheiros como uma garantia de tranquilidade. O segmento passou por um estudo para analisar se essa era uma boa

alternativa porque a diferença de valor entre um e outro compensa quando comparada aos transtornos que podem ser ocasionados pelo enquadramento na Lei da Balança. “O valor das multas pode nem ser tão alto, mas o problema está em atrasar as entregas, ter que remover a carga ou, em casos mais extremos, ter que fazer transbordos”, explica Galdino. As multas são aplicadas pela fiscalização quando o limite estipulado por eixo é excedido.

As transportadoras perceberam ainda em 2008 que a mudança no perfil das cargas e o aumento da fiscalização nas estradas exigiam alguma medida de adequação do mercado. Antonio Hermenegildo Sales, o Toninho, trabalha em parceria com a Transzero Transportadora de Veículos

há 38 anos e é dono de quatro caminhões G 420 6x2 que atuam na empresa. “Todos os veículos são novos, comprados no ano passado, e entraram em operação no começo de 2009”, conta.

A Transzero trabalha com o transporte de veículos de marcas que possuem modelos mais pesados do que os carros convencionais. Por isso, a transportadora foi uma das primeiras entre as grandes empresas do ramo a adotar o uso de 6x2. “Já vemos alguns caminhões com esta configuração na Transzero, enquanto em outras, que trabalham com cargas mais leves, o número é menor”, diz Toninho. O empresário e ex-motorista acredita que os cegonheiros constituem um mercado avesso às mudanças, mas que a adoção

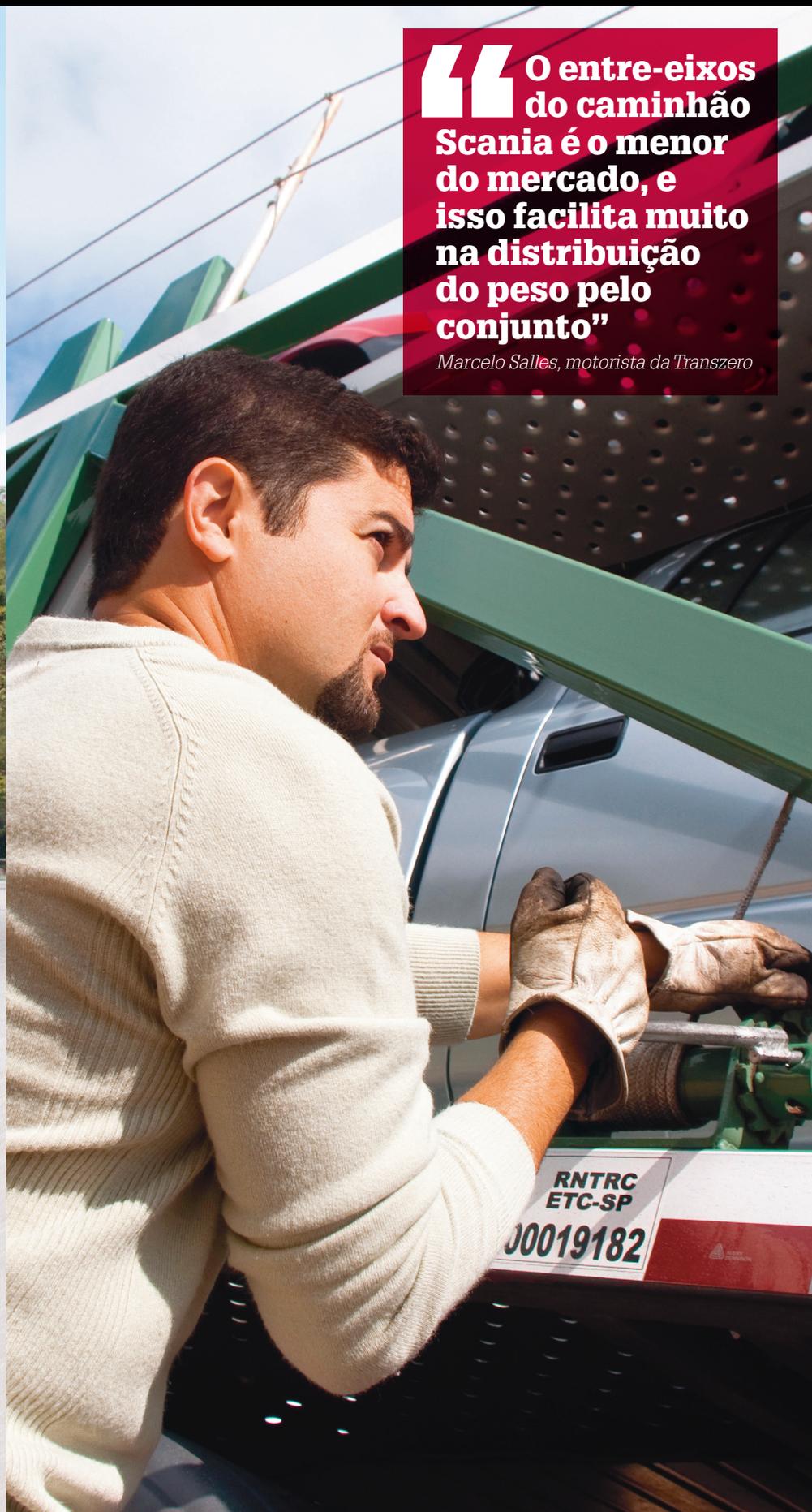
generalizada do 6x2 é apenas uma questão de tempo. Ele compara essa transição à época em que os cegonheiros começaram a trabalhar com carretas trucadas por conta do surgimento das balanças nas estradas, nos anos 1980. “No começo, ninguém aderiu, mas em um prazo de cinco anos a mudança já era geral”, lembra.

Além de exaltar o aumento da capacidade que o caminhão-cegonha ganha com um cavalo 6x2, Toninho elogia a segurança proporcionada pelo modelo. Ele se lembra de um episódio que ocorreu quando ainda trabalhava como motorista, em que teve de frear o veículo bruscamente na estrada e sofreu o que os caminhoneiros chamam de fazer um L. “Ocorre quando o cavalo derrapa e vira de frente para a carreta, é um tipo de acidente muito perigoso”, explica. Toninho afirma que com um 6x2 a chance de acontecer algo assim é menor por conta do maior número de pneus do conjunto. “Com um eixo e quatro pneus a mais, a área de atrito é maior”, diz.

Para Marcelo Salles, filho de Toninho e motorista de um dos 6x2 do pai, o reforço na segurança é grande, mas é preciso ter cuidado. “Com o 6x2 quem está ao volante não sente o conjunto pender para o lado oposto nas curvas, e excesso de confiança do motorista nessa hora pode ser perigoso”, explica. Salles diz que a opção pelos caminhões Scania foi boa e partiu não apenas da necessidade do mercado, mas também de uma das especificações dos veículos. “O entre-eixos do caminhão Scania é o menor do mercado, e isso facilita muito na distribuição do peso pelo conjunto”, afirma. Assim como o pai, Salles também acredita que dentro de algum tempo todos os cegonheiros passarão a trabalhar com 6x2. “Por conta dos frequentes excessos de carga, nós nos tornamos figuras muito visadas pela fiscalização, e se quisermos trabalhar sossegados, essa é nossa melhor alternativa”, encerra. ●

“O entre-eixos do caminhão Scania é o menor do mercado, e isso facilita muito na distribuição do peso pelo conjunto”

Marcelo Salles, motorista da Transzero



UMA AVENTURA À PARTE

Ônibus Scania fazem logística para o Rally dos Sertões e participam da odisséia de cruzar o sertão brasileiro

PÓ, POEIRA, SUOR, CALOR, esse é o cenário do maior rally da América Latina, o Rally dos Sertões. A competição tem duração de dez dias, cruza 11 cidades e sete Estados no interior do Brasil. São 5.056 quilômetros de puro exercício de força e paciência. Para trilhar o caminho árido, porém belo, 192 competidores se preparam meses na busca de alcançar o mais alto lugar do pódio. Enquanto isso, nos bastidores, uma turma anônima segue os competidores para garantir o funcionamento do evento pelos rincões do País. Para essa equipe, chamada de apoio, o caminho é de desafio e muito trabalho, por isso, a fim de garantir o conforto durante a viagem, a aventura deles é travada a bordo de dois ônibus Scania K 380.

Os veículos pertencem à Empresa Moreira Ltda., de Goiânia (GO), cidade de onde o Rally partiu em 2009, no dia 23 de junho. A corrida, composta por dez etapas, durante os oito dias de prova que terminou no dia 3 de julho em Natal (RN).

Para que a 17ª edição do Rally dos Sertões fosse realizada, cerca de 1.700 pessoas se deslocaram em comboio com os pilotos durante as etapas. O transporte de parte





Leandro e Salvador Moreira, proprietários da Empresa Moreira Ltda., e a equipe de apoio do Rally

desse grupo ficou sob a responsabilidade da Moreira. “Um dos ônibus é o carro-organização, que transporta equipe de apoio e toda a estrutura itinerante do Rally, o outro é o carro-ilha, que oferece a estrutura para a imprensa e transporta o pessoal que faz a cobertura da prova”, explica Leandro Moreira, diretor da empresa. Cada ônibus transportou em média 20 passageiros durante a jornada.

O trajeto feito pelos veículos de apoio não é o mesmo dos competidores. Os carros do Rally correm por trilhas de terra, e os ônibus fazem a mesma rota por estradas e rodovias pavimentadas. “É algo que inclui um complexo trabalho de planejamento, já que temos de traçar o caminho com a preocupação de chegarmos sempre antes que os pilotos às cidades onde ocorrem as etapas”, conta Moreira. O envolvimento da empresa no processo começa muito antes do primeiro ronco dos motores. “Começamos a trabalhar cerca de três semanas antes do início, pois precisamos levar em conta fatores como os pontos perigosos da estrada e adaptação dos veículos”, diz Moreira. Como os ônibus sempre rodam à noite, a segurança das estradas é um ponto fundamental.

SUCESSE NAS PARCERIAS – Esta é a segunda participação da Moreira na logística do Rally dos Sertões. A parceria teve início em 2008 por iniciativa da Goiás Turismo, órgão ligado à Secretaria de Turismo do Estado de Goiás. “Como o Rally sai da capital goiana, o governo achou interessante incentivar a participação de empresas da região”, esclarece Moreira. A avaliação feita a respeito da participação é positiva. “Tudo deu muito certo em nossos dois anos como responsáveis por essa função”, conta.

A parceria entre Moreira e Scania vem de longa data. A empresa acaba de completar 58 anos de existência com uma frota composta por 48 ônibus, sendo mais de 30% veículos Scania. A operação da empresa divide-se entre linhas intermunicipais no Estado de Goiás, interestaduais para Mato Grosso e fretamento para turismo. Os dois ônibus que estão rodando no Rally são veículos novos escolhidos a dedo para esta operação. “Faço parte da terceira geração da família que administra a Empresa, fundada pelo meu avô, e posso afirmar que nossa parceria com a Scania é muito estreita”, conta Moreira, que trabalha com a concessionária Varella, de Goiânia.

“Um dos ônibus é o carro-ilha, que oferece a estrutura para a imprensa e transporta o pessoal que faz a cobertura da prova”

Leandro Moreira, diretor da Empresa Moreira Ltda., de Goiânia (GO)

Neste ano, os compromissos não permitiram que Moreira acompanhasse o trabalho de logística de perto, como fez em 2008. Porém, a experiência de acompanhar um evento como o Rally dos Sertões ficará, segundo ele, para sempre gravada na memória. O empresário afirma que não é apenas o lado radical que faz da corrida um evento memorável, mas também a diversidade de paisagens e culturas que o percurso proporciona. “É uma experiência cansativa, mas vale a pena. Vemos coisas que nunca imaginávamos ver” completa. ●

SUPERMÁQUINAS EM AÇÃO

“Mais potência significa mais capacidade de combate com o mesmo efetivo e frota”

Aparecido Daniel Baldoria, supervisor de segurança industrial da unidade da Petrobras em Paulínia (SP)

Caminhões com motor 580 operam no combate a incêndios nas refinarias da Petrobras

A LOONGO DE 2008, a Scania entregou três caminhões com motores V8 580 cavalos de 16 litros, feitos por encomenda para a Petrobras. Os veículos foram montados no Brasil, mas os motores, de alta potência, foram importados da Suécia. Os veículos serão utilizados no combate a incêndios nas refinarias da Petrobras em todo o Brasil. Segundo Alex Neri, engenheiro de Vendas de Caminhões da Scania no Brasil, os caminhões atendem às exigências da norma ABNT - NBR 14096, que regulamenta as especificações necessárias para viaturas de combate a incêndios. “A Petrobras definiu uma configuração ideal para esses caminhões, e a Scania Brasil foi à Suécia buscar o motor para atendê-los”, afirma Neri.

Aparecido Daniel Baldoria, supervisor de segurança industrial da unidade da Petrobras em Paulínia (SP), conta que a discussão em torno do formato dos caminhões de combate a incêndio da empresa faz parte de um plano maior. “As viaturas adquiridas pela Petrobras integram um projeto para aumentar a capacidade de resposta a emergências, que é composto por rede de água para combater incêndios, canhões e mangueiras de grandes vazões”, explica.

A Petrobras definiu qual era a configuração necessária para esses veículos por meio de um estudo feito internamente. Após a definição, decidiu levar sua demanda para a Scania. “Era necessário um motor de alta potência para acionar uma bomba com grande vazão, correspondente a três mil galões de água por minuto”, explica Neri. Esta vazão, conforme o fabricante da bomba, equivale a 11.355 litros por minuto. O equipamento dos caminhões mistura água e LGE (Líquido Gerador de Espuma), substância que forma uma espuma especial para

apagar o fogo em refinarias de petróleo. “A bomba do caminhão 580 é uma das maiores existentes para este tipo de veículo, por isso, requer o motor com esta potência”, diz Neri.

Baldoria conta que a espuma formada nas viaturas da Petrobras é usada para extinguir o fogo em hidrocarbonetos (derivados do petróleo) e solventes polares (álcool). “As dosagens de LGE na água variam entre 1%, 3% e 6%, de acordo com o tipo de LGE e de combustível envolvido pelo fogo”, afirma. A substância é comumente usada em refinarias, plantas petroquímicas, e áreas de tanques de armazenagem de líquidos combustíveis e inflamáveis. Por conta da quantidade de espuma que esses caminhões precisam produzir, o tanque deles costuma armazenar somente o LGE, e não água, como os caminhões de combate a incêndios urbanos. “A água utilizada provém de suprimentos externos, como rede de hidrantes e mananciais”, conta Baldoria.

Além da potência extra no motor, os caminhões foram equipados com caixa de câmbio automatizada Opticruise, que possibilita o acionamento da bomba de água diretamente por meio da 12ª marcha do veículo, pois a bomba é acionada pela árvore de transmissão. “Como o câmbio é automatizado, o veículo possui um botão no painel que engata a última marcha diretamente e assim torna mais ágil a operação dos brigadistas”, explica Neri. A empresa que montou o sistema de combate do 580 duplicou as cabines, o que deu mais espaço para os brigadistas e seus equipamentos.

A Petrobras adquiriu 14 novos caminhões para combate a incêndios, que estão espalhados por unidades em todo o Brasil, em cidades como Manaus (AM), Fortaleza (CE), Betim (MG), São Mateus do Sul e Araucária (PR), além de São José dos Campos, Cubatão e Paulínia (SP). A última contará com cinco unidades do caminhão R 580 assim que todos forem entregues. Todos os caminhões foram fabricados com base no mesmo padrão. “Cada local tem a sua demanda, por isso fabricamos caminhões 6X4 e 4x2, e comercializamos até alguns com 420 cavalos de potência para refinarias menores”, conta Neri. Para Baldoria, a vantagem dos caminhões 580 é bem clara. “Mais potência significa mais capacidade de combate com o mesmo efetivo e frota. Em outras palavras, com caminhões mais potentes, não é preciso aumentar a frota e o número de brigadistas”, afirma.



“ Fizemos a apresentação dos veículos e disponibilizamos treinamento por meio do programa Master Driver para os operadores”

Alex Neri, engenheiro de Vendas de Caminhões da Scania no Brasil

Para garantir que a operação dos novos caminhões fosse bem executada, a Petrobras pediu à Scania que fizesse entregas técnicas dos novos veículos ao longo de 2008. “Fizemos a apresentação dos veículos e disponibilizamos treinamento por meio do programa Master Driver para os operadores”, conta Neri.

Tanto a Scania quanto a Petrobras estão satisfeitas com o resultado do trabalho e o desempenho do caminhão. “As especificações feitas para a produção dessas unidades se tornaram padrão na empresa, portanto, as refinarias da Petrobras que ainda não adquiriram caminhão 580 ou que tiverem maior demanda no futuro, devem seguir as especificações e adquirir novos veículos”, acredita Neri. Baldoria pesa os fatores levados em conta pela Petrobras para a produção das viaturas com a Scania e faz análise positiva do resultado final. O supervisor elogia as adaptações feitas pela montadora. “O motor foi dimensionado de acordo com os sistemas a serem instalados e toda a configuração do caminhão foi bem-adaptada às nossas necessidades”, conclui. ●



MELHOR DO QUE A

Custo-benefício e manutenção rigorosa norteiam a escolha de máquinas e veículos do grupo Salvaro.

EM 1991 O GRUPO SALVARO adquiriu parte das reservas de carvão da Companhia Siderúrgica Nacional (CSN), em Siderópolis, no sul de Santa Catarina, e fundou a Carbonífera Belluno Ltda. A empresa, no entanto, não se limitou à extração e ao beneficiamento de carvão e passou a atuar também nos ramos de transporte, comunicação e metalurgia. “Queríamos expandir os negócios. Fizemos uma pesquisa e constatamos que o setor de transporte rodoviário de cargas seria uma boa opção”, conta Henrique Salvaro, proprietário do grupo.

Foi então que, em 1997, a companhia comprou cerca de 10 caminhões usados e deu início ao trabalho. “Em três anos recuperamos o investimento. Atualmente, o transporte já ultrapassou o carvão e corresponde a 60% do faturamento bruto da companhia”, conta Giovanni Lazzarin, gerente geral de transporte do grupo. Concentrada nas regiões Sul e Sudeste, a Belluno conta com oito filiais – em cinco Estados brasileiros – e é responsável pelo transporte de mais de 1 milhão de toneladas e mais de 40 mil entregas por ano.

Hoje a companhia conta com uma frota de 358 caminhões – sendo 309 da marca Scania – para transporte de carga a granel. “Só em 2008, adquirimos 30 veículos Scania. Temos previsão de comprar mais 50 novos em setembro deste ano. Escolhemos a Scania porque é a marca que oferece o caminhão com o maior custo benefício do mercado. Além disso, o ponto de venda e a garantia são ótimos”, afirma Salvaro. A Batistella Veículos Pesados é a responsável pelo atendimento à Belluno.

A empresa possui em sua matriz uma oficina bem-estruturada – com 30 funcionários – que realiza 90% da manutenção dos caminhões da empresa. A Belluno segue a risca as recomendações da fábrica e só utiliza peças e fluidos originais. Esse princípio garante uma manutenção cuidadosa que resulta em alta disponibilidade de toda a sua frota.

A cada inovação de produtos, os mecânicos e os motoristas passam por treinamentos, alguns deles feitos na Scania. Todos os condutores são qualificados para transportar seus produtos com eficiência e segurança. Equipamentos eletrônicos instalados nos caminhões permitem o monitoramento, via internet, da frota através de rastreamento 24 horas por dia.

A matriz, situada em Criciúma (SC), possui uma área de mais de 400 mil metros quadrados, sendo 30 mil metros quadrados de estacionamento. Além disso, há um posto de combustíveis próprio para abastecimento de sua frota.

A empresa demonstra em suas iniciativas uma preocupação com a preservação ambiental, para isso criou o Programa de Prevenção a Riscos Ambientais (PPRA).

Há quatro anos, a Belluno vem implantando o Sistema de Gestão Ambiental, visando ao selo ISO 14001.

OUTROS NEGÓCIOS – As reservas de carvão bruto da Carbonífera Belluno estão espalhadas por diferentes lugares da região sul catarinense e acumulam um volume de aproximadamente 138 milhões de toneladas. Os tipos de carvões produzidos possibilitam atender além do mercado termelétrico outras indústrias como alimentícia, cerâmica, fertilizantes, siderurgia, cimentos e petroquímica.

Em março de 2003 foram iniciados os trabalhos da coqueria, com a fabricação de coque – um produto sólido formado a partir da destilação do carvão mineral metalúrgico, que é utilizado na transformação do ferro em aço. Atualmente, quatro baterias com 100 fornos ativos produzem 3,5 mil toneladas de coque.

Também fazem parte do leque de negócios do grupo as concessões de quatro emissoras de rádios em Santa Catarina: Hulha Negra AM e Eldorado AM (ambas em Criciúma), Difusora AM, em Laguna, e Hulha Negra FM, em Turvo. ●

ENCOMENDA

“ Escolhemos a Scania porque é a marca que oferece o caminhão com o maior custo/benefício do mercado. Além disso, o ponto-de-venda e a garantia são ótimos ”

*Henrique Salvaro,
proprietário do Grupo Salvaro*

REQUINTE NO TRANSPORTE RODOVIÁRIO

Lançamento da Geração 7 marca com conforto e estilo o início das comemorações dos 60 anos da Marcopolo



Modernidade, Conforto e Segurança

Paradiso 1200 com chassi Scania K 380 6x2: 14 metros de comprimento, exclusivo para chassis com motor traseiro, é o veículo mais luxuoso.

Paradiso 1050 com chassi Scania K 340 4x2: 12 e 13,5 metros de comprimento, exclusivo para chassis com motor traseiro, espaço para quatro a seis passageiros a mais que os ônibus comuns.

Viaggio 1050 com chassis Scania K 270, K 310 e K 340: 12 e 13,5 metros de comprimento, pode ser aplicado a chassis com motor dianteiro ou traseiro.

detalhes importantes a serem trabalhados, como o fato de que era necessário elaborar uma poltrona confortável para pessoas entre 1,51 m e 1,84 m de altura, que segundo a pesquisa, constituem 90% dos passageiros dos veículos rodoviários.

Os carros da Geração 7 impressionaram até mesmo os profissionais da Scania, fabricante dos chassis usado pela Marcopolo neste projeto. Segundo o gerente executivo de Vendas de Ônibus da Scania no Brasil, Wilson Pereira, o resultado do trabalho da encarregadora foi um produto moderno, com tecnologia avançada. “A Marcopolo sempre teve o mesmo perfil vanguardista da Scania no mercado de ônibus rodoviários, e este é mais um trabalho que fizemos juntos e deu certo”, comemora. A sinergia entre as duas empresas é notável para o gerente, que exalta a parceria de forma geral e afirma que as áreas de desenvolvimento de produtos da Scania e Marcopolo sempre trabalharam com troca de ideias e experiências. “A Geração 7 é um projeto bem elaborado e a Scania está satisfeita por fazer parte deste trabalho”, conclui Pereira.

INOVAÇÕES AERODINÂMICAS - Um dos principais resultados apresentados pela Marcopolo na Geração 7 é a diminuição do coeficiente aerodinâmico (Cx), que baixou para 0,42, índice que se aproxima ao dos automóveis. “Trata-se do número que mede o efeito de resistência do veículo em relação ao ar; quando o carro passa dos 80 km/h de velocidade, ele entra em inércia, e essa velocidade é comum a veículos rodoviários, portanto, esse ganho em aerodinâmica é muito importante”, explica Mainieri.

Os novos ônibus também tiveram ganhos aerodinâmicos resultantes da diminuição de peso, obtida por meio da inovação dos materiais com que o produto foi elaborado. O veículo perdeu cerca de 500 quilos em relação à geração anterior. “A perda de peso significa menos consumo de combustível e economia de freios, e com a diminuição do Cx, o veículo ganha em fluidez, gasta menos energia”, afirma Mainieri. Mais leve, os ônibus são capazes de acomodar um número superior de passageiros, também proporciona maior capacidade de acomodação. ●

D EPOIS DE UM INVESTIMENTO na casa dos R\$ 30 milhões e de três anos de projeto, a Marcopolo não mediu esforços para dar uma apresentação de gala à Geração 7 de ônibus rodoviários. A novidade foi apresentada em junho, na fábrica da encarregadora, em Caxias do Sul (RS). A empresa desenvolveu sua nova linha de produtos visando à melhor qualidade no transporte de passageiros em termos de segurança, bem-estar e conforto – sem esquecer, é claro, do desempenho dos veículos. Em um trabalho que mistura evolução e conceitos revolucionários, a empresa inovou também em design, tecnologia e aerodinâmica. Segundo Paulo Bellini, presidente da Marcopolo, o lançamento é o início das comemorações dos 60 anos da empresa. “É o início de um novo ciclo de vida, o que não acontecia desde o lançamento da Geração 6, em 2000”, diz.

Para José Rubens de La Rosa, diretor-geral da Marcopolo, o resultado final do

desenvolvimento da Geração 7 reflete os princípios de trabalho que a empresa segue em seu dia-a-dia. “Prezamos a qualidade de vida dos nossos colaboradores e isso se reflete no nosso produto”, conta. Segundo o diretor, os conceitos fundamentais para a criação da Geração 7 foram conforto, bem-estar, segurança e sustentabilidade. “Com isso, chegamos a um produto competitivo em termos de consumo de combustível, emissão de poluentes e economia de freios e pneus”, completa.

Como base para o projeto da Geração 7, a Marcopolo usou uma pesquisa etnográfica, feita nos anos de 2006 e 2007 com mais de 500 entrevistados. “Nossos técnicos e engenheiros passaram meses andando nos nossos ônibus e conhecendo os passageiros e motoristas, para que pudessemos aperfeiçoar os detalhes de acordo com as necessidades deles”, explica Edson Mainieri, diretor de engenharia da Marcopolo. Esse trabalho detectou

NEGÓCIO DE FAMÍLIA

Tradicionais na produção de vinho, os Mioranza ampliam seus negócios com mais investimento no transporte



Enio e Valdecir Mioranza:
aposta certa no transporte
de líquidos

DO NOSSO NEGÓCIO com o vinho, veio o caminhão”. É assim que o proprietário da Comércio e Transporte Mioranza Ltda., Valdecir Mioranza, define a atual fase da empresa que ele mesmo iniciou em 1961. Sediada desde 1969 em Caxias do Sul (RS), a empresa começou produzindo e comercializando vinho. Hoje, o negócio da família Mioranza é composto por três vinícolas, com capacidade total de estoque de 12 milhões de litros, e uma transportadora, com filial em Itupeva (SP), dedicada somente ao transporte de alimentos a granel em caminhões-tanque pelo Brasil e países do Mercosul.

O crescimento da atuação em transportes fez com que a empresa investisse em dez novos caminhões Scania em 2009, na concessionária Brasdiesel de sua cidade. “Em três anos, nossa frota dobrou de tamanho, desde então estamos em franca expansão”, afirma Enio Mioranza, filho do fundador e diretor.

O negócio dos Mioranza é um verdadeiro negócio de família. Assim como o sotaque, que mistura o gaúcho e o italiano, pai e filho têm em comum uma forte relação com o vinho. No começo, Valdecir era quem comercializava e entregava a bebida, que já era em parte produzida em suas terras. “Em um dia, eu percorria a cidade de São Paulo e a região metropolitana fechando negócios, depois voltava com o caminhão para entregar o produto”, lembra o proprietário.

De lá para cá, a Mioranza cresceu significativamente, em especial nos últimos três anos, fato que, segundo Enio, se deve à definição do foco no transporte de líquidos a granel. “Nós até tentamos ingressar no segmento graneleiro, mas recuamos. Para obter sucesso neste segmento o segredo é se especializar”, explica o diretor da empresa.

A RECENTE AQUISIÇÃO de dez caminhões Scania pela Mioranza é a maior negociação entre as duas parceiras nos 40 anos de história da transportadora. No entanto, a estreita relação entre a montadora e a empresa não é recente. “Compramos Scania desde a fundação, um de nossos primeiros veículos já era da marca”, lembra Valdecir.

A longa parceria é baseada na confian-



ça. “Trabalhamos com Scania por vários motivos, mas o principal é a economia de combustível que o produto apresenta em relação aos demais e a pouca necessidade de manutenção”, diz Enio. Os novos veículos dividem-se entre G 380 6x2 e 4x2, e metade deles já saiu da Brasdiesel com contrato de manutenção. A Mioranza é dona de 47 conjuntos de cavalo mecânico e tanque 100% inox e isotérmicos, apropriados para transporte de cargas líquidas.

Aos 74 anos, Valdecir Mioranza caminha por entre os tanques que estocam bebida em sua vinícola com a propriedade de quem entende do assunto. “Meu bisavô veio para o Brasil há 125 anos e trouxe de lá os conhecimentos dele, que chegaram até mim”, lembra.

A arte de fazer vinho, trazida pelos Mioranza, veio da região de Belluno, no norte da Itália. Depois de se instalar no Rio Grande do Sul – onde desembarcou direto, sem sequer passar pelo Porto de Santos (SP), a família foi destinada à cidade de Flores da Cunha, a 20 quilômetros de Caxias do Sul, para dar início ao seu trabalho. Enio, filho mais velho de Valdecir, divide a administração da empresa com suas duas irmãs, Eleida e Elisete. “Cinco dos netos do meu pai também já trabalham aqui e estão familiarizados com o negócio”, conta.

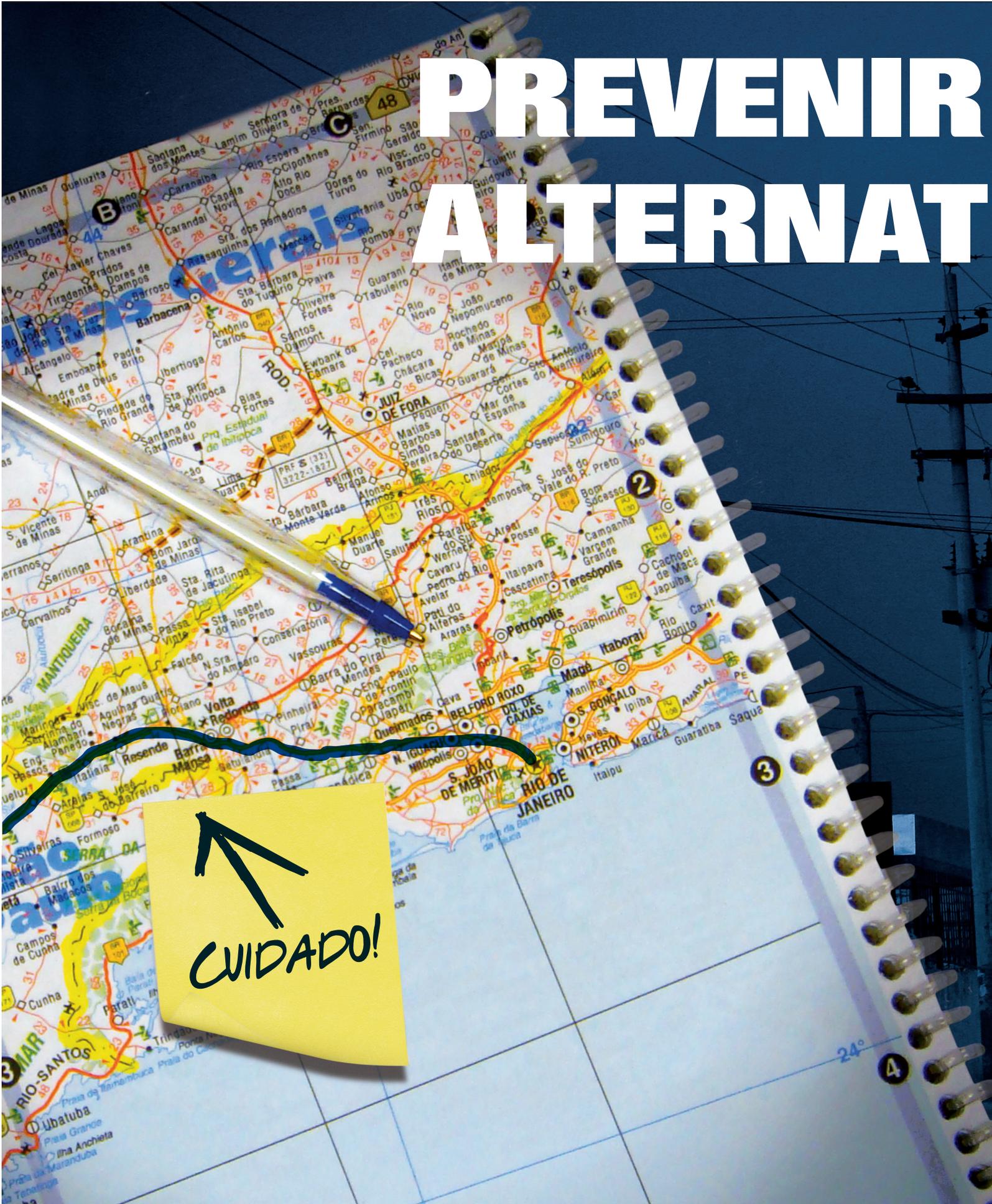
Entre os planos de expansão para o futuro, Enio destaca a abertura de uma nova filial da transportadora, no Nordeste, além de pro-

“Trabalhamos com Scania por vários motivos, mas o principal é a economia de combustível que o produto apresenta em relação aos demais e a pouca necessidade de manutenção”

Enio Mioranza, diretor da Comércio e Transporte Mioranza Ltda.

jetos locais. “Estamos construindo um hotel integrado à Vinícola Monte Reale, em Flores da Cunha”, diz. O diretor da Mioranza afirma que os negócios no mercado interno estão correndo tranquilamente, o que dá maior abertura para que a empresa planeje seu futuro. “A transportadora está preparada para atender a demandas de todo e qualquer cliente, inclusive podemos atender ao transporte de produtos químicos não-perigosos e álcool não-carburante”, diz Enio. Porém, o diretor é reticente ao afirmar que esses planos não implicam no abandono das origens. “Temos uma relação muito forte com o vinho, e aqui valorizamos a tradição, portanto, não o deixaremos para trás”, completa. ●

PREVENIR ALTERNAT



É A MELHOR IVA

Medidas adotadas pelas empresas e atuação mais efetiva do Estado ajudam a evitar roubos de carga no País

PREJUÍZO CAUSADO PELO ROUBO de cargas no Brasil pulou de R\$ 735 milhões em 2007 para R\$ 805 milhões em 2008, segundo últimos dados da Associação Nacional de Transporte de Cargas e Logísticas (NTC & Logística). Como já mostramos na primeira reportagem da série sobre segurança nas estradas, as rotas consideradas de risco – aquelas que têm maior fluxo de caminhões, concentradas nos Estados de São Paulo e Rio de Janeiro – são as campeãs em número de ocorrências.

Mas, o que fazer para mudar esse quadro? Um importante passo é adotar medidas preventivas, que vão desde desenho de rotas obrigatórias, horários de tráfego pré-definidos, acompanhamento de

escortas, paradas em locais credenciados, validação dos motoristas, até rastreamento do veículo e da carga.

Ao mesmo tempo, as quadrilhas estão cada vez mais especializadas e munidas de aparatos tecnológicos. Isso gera insegurança para motoristas e transportadoras. As ações dos bandidos, no entanto, dependem da facilidade de receptação de carga e da rapidez com que conseguem repassar o produto.

De acordo com Roberto Mira, vice-presidente para assuntos de segurança da NTC & Logística, a omissão do Estado é um dos maiores facilitadores no roubo de cargas. “De 2001 a 2003, durante a CPI de Roubo de Cargas instaurada pelo Congresso Nacional, a situação melhorou. Grandes quadrilhas foram destruídas. No entanto, de três anos para cá a coisa começou a crescer novamente”, afirma.

Antonio de Oliveira Ferreira, sócio diretor da Transportadora Ajofer, conta que mais de 20 cargas da empresa já foram roubadas desde 1986. “O impacto econômico, comercial e, principalmente, psicológico é incomensurável. Trabalhamos com pneus, um dos produtos mais visados pela facilidade em recolocá-lo no mercado. Calculamos prejuízos de mais de R\$ 4 milhões nesses anos”, diz.

Para o executivo, a chave é o gerenciamento de risco. Ele afirma que todas as medidas preventivas adotadas pela empresa são pensadas em conjunto com seguradoras, gerenciadoras de risco e embarcadores. “Investimos muito em tecnologia, treinamento e definição de rotas. O resultado foi uma drástica redução nos sinistros”, conta.

Atualmente, além do rastreamento do caminhão é possível monitorar cada um dos produtos que compõe a carga. “Esses equipamentos de última geração colocados nas mercadorias nos permitem recuperar o que foi roubado e prender os ladrões”, explica Ferreira.



GERENCIAMENTO DE RISCO – A contratação do gerenciamento de risco serve para aumentar a segurança da operação e na tentativa de minimizar os prejuízos de clientes e seguradoras. Para Draiton Boldrini, diretor administrativo da Transportadora Belmok, seguir as orientações das seguradoras diminui consideravelmente as chances de haver uma perda. “A Belmok adota o modelo de transporte com frota própria e segue as recomendações das gerenciadoras de riscos. Além disso, damos treinamentos constantes aos motoristas e atuamos com uma equipe operacional de apoio”, explica.

Desde que foi fundada, em 1991, a Belmok teve apenas quatro cargas roubadas. “Por conta disso, o impacto mais significativo é em relação ao agravamento da apólice de seguros, já que na maioria das vezes há um aumento da taxa e do prêmio pago as seguradoras”, afirma Boldrini.

O vice-presidente para assuntos de segurança da NTC & Logística afirma que os empresários precisam atualizar as tecnologias empregadas no monitoramento de cargas constantemente. “O mercado está sempre lançando um produto novo, ainda desconhecido pelos bandidos, que faz com que recuperemos todas as nossas cargas”, diz Mira.

Outra estratégia que ajuda na segurança são as escoltas veladas, onde nem o próprio motorista sabe que está sendo acompanhado. “Infelizmente, o que vemos são muitas cargas sendo entregues e não roubadas. Por isso é preciso muito cuidado e critérios rígidos na hora da contratação do pessoal”, alerta o especialista.

“Tivemos que passar por uma mudança de antigos hábitos dos motoristas, que devem atender às normas rígidas de segurança. As rotas, paradas e viagens noturnas foram restringidas dentro do possível”

Antonio de Oliveira Ferreira, sócio diretor da Transportadora Ajofer,

Ferreira diz que na Ajofer a escolha dos profissionais é feito a dedo. “Atualmente, só trabalhamos com pessoal qualificado. Mas tivemos que passar por uma mudança de antigos hábitos dos motoristas, que devem atender às normas rígidas de segurança. As rotas, paradas e viagens noturnas foram restringidas dentro do possível, por exemplo”, explica.

MAIS VISADOS – As mercadorias mais roubadas nas estradas brasileiras são aquelas fáceis de revenda no mercado paralelo e que oferecem lucros altos aos receptores. Produtos alimentícios, bebidas, equipamentos eletrônicos, pneus, medicamentos, cosméticos, cigarros, ligas metálicas (cobre, alumínio, aço) e produtos agrícolas estão no topo da lista.

Em termos de valores, as cargas mais roubadas são respectivamente: eletrônicos, medicamentos e produtos metalúrgicos. “Esses produtos são os mais procurados porque possuem encomenda de grandes interceptadores, um destino certo. Não se vê ninguém vendendo uma televisão de plasma

no Viaduto do Chá”, afirma Mira.

O especialista destaca, entretanto, que como são cargas de alto valor agregado e que por isso possuem um forte aparato de monitoramento tecnológico, são mais fáceis de ser recuperadas pela polícia. “Quem rouba sabe que é um crime federal. Então intercepta em Goiás e vende em São Paulo. Por isso que é preciso a Polícia Federal no processo de investigação”, diz Mira.

Segundo o responsável pelos assuntos de Segurança, o empresário não pode se limitar a fazer um Boletim de Ocorrência e entregar para seu cliente, sua transportadora. “É preciso fazer a parte dele, que inclui desde exigir do poder público até contratar investigação própria para fazer as vezes do Estado”, afirma.

Já o maior número de ocorrências fica por conta dos alimentos. A categoria corresponde a 24% dos casos registrados. Segundo Mira, isso ocorre porque comida é a carga mais fácil de ser roubada. “Difícilmente uma carga de arroz, por exemplo, é rastreada. Agora que os frigoríficos começaram a adotar essa tecnologia”, explica. ●



10 DICAS PARA OS MOTORISTAS

- Não dê carona.
- Não pare em locais desertos para ajudar mulheres, crianças ou pessoas acidentadas. Chame a polícia rodoviária.
- Em caso de assalto, nunca enfrente o bandido. Preserve sua integridade física. Assim que for libertado, dirija-se imediatamente ao posto policial mais próximo.
- Não estacione no acostamento para dormir. Procure um posto de serviço.
- Viaje no período diurno. Quando precisar guiar à noite procure formar comboio com outros caminhões.
- Não revele a estranhos a natureza de sua carga, seu trajeto e seu destino.
- Ao notar que algum veículo está seguindo seu caminhão, avise a polícia rodoviária.
- Fique muito atento às imediações do local onde receber a carga, pois é nessa área em que ocorrem o maior número de abordagens pelos ladrões.
- Crie códigos de alerta com seus companheiros de estrada com equipamentos normais de sinalização.
- Estabeleça regras de acompanhamento com seus patrões ou seus familiares, comunicando-se com eles em intervalos regulares em locais pré-determinados.

Fonte: Informações do governo do Estado de São Paulo



VERDADEIRO

REI DA ESTRADA

Motor V8 faz 40 anos com status de lenda e milhares de fãs espalhados pelo mundo

POTÊNCIA DE ATÉ 620 CAVALOS, sensação indescritível ao volante e barulho de motor inconfundível. Estas são algumas das características apontadas pelos fãs do motor V8 Scania como seus principais diferenciais. Quem o conhece, sabe que não foi por acaso que ele ganhou o apelido de Rei da Estrada e tornou-se a menina dos olhos de muitos transportadores em todo o mundo. Neste ano, o motor completa 40 anos de vida como referência no mercado de veículos pesados, ostentando uma reputação de ser praticamente indestrutível.

A primeira versão lançada do V8 foi a de 14 litros e 350 cavalos de potência. Na época, o produto foi reconhecido por especialistas como o motor a diesel mais potente para caminhões da Europa. Seu lançamento foi complementado pelas cabines avançadas, que haviam surgido em 1968.

Um motor de oito cilindros em linha não cabia sob uma cabine avançada, no entanto, as cabines da nova série de caminhões comportavam perfeitamente um motor com duas

linhas de quatro cilindros. Quem ganhou com isso foi o cliente, que recebeu um motor que cabia no projeto da nova série e ainda com 100 cavalos a mais de potência que os demais.

No Brasil, o motor V8 está disponível para caminhões com cabine R e potência de 500 cavalos.

VIDA ÚTIL, ECONOMIA E PERFORMANCE - Há três anos, a Biasi Tanques, transportadora e fabricante de tanques de combustível para caminhões, adquiriu seu primeiro e único caminhão V8. O proprietário, Cleverson Biasi, define o veículo como seu xodó. “É o cartão de visitas da empresa, para nós é o equivalente a ter uma Ferrari”, diz. O empresário se sente orgulhoso por ter um caminhão com o porte do V8 levando o nome do seu negócio em rotas que cobrem o território nacional e a América do Sul. Para ele, além da imagem, o caminhão merece seus méritos pela economia. “Também temos outros modelos da Scania com 380 e 420 cavalos, e vemos que a economia do Rei da Estrada equivale à destes”, conta.

As qualidades do V8 também conquistaram Valdemar Pivato, dono da Transportes Rebook, de Ponta Grossa (PR). O empresário conheceu o motor nos anos 1970, se apaixonou e, hoje, possui 26 caminhões V8 em sua frota. Com rotas extensas, que giram entre os Estados do Paraná e Mato Grosso, a Rebook precisa de veículos robustos e resistentes.

“O que mais me surpreendeu foi a vida útil deste motor”, conta Pivato. Um dos veículos da empresa já rodou 1 milhão e 300 quilômetros, sem apresentar problemas. “Não se pode enquadrar o Rei da Estrada como um veículo qualquer”, afirma. ●

“O que mais me surpreendeu foi a vida útil deste motor”

Valdemar Pivato, proprietário da Transportes Rebook, de Ponta Grossa (PR)

MARCO ANTONIO OLIVEIRA NEVES*



TRANSPORTADOR OU OPERADOR LOGÍSTICO?

“**M**ARGENS APERTADAS. Competição acirrada. Custos elevados. Clientes exigentes. Pressão por resultados. Infraestrutura viária precária. Falta de apoio dos órgãos governamentais. Insegurança e impotência frente às quadrilhas especializadas no roubo de cargas. Esse é o atual cenário em que atuam as empresas de transporte rodoviário de carga. Para sobreviver e crescer nesse mercado, as transportadoras têm basicamente duas opções: a primeira é se especializar cada vez mais nos serviços e em seus clientes; a segunda é se transformar num operador logístico e fornecer serviços de logística integrada. Ambas as opções exigirão das transportadoras investimentos em infraestrutura, pessoas, tecnologia da informação e redirecionamento estratégico. Especializar-se nas atividades de transporte a ponto de manter-se competitivo no mercado significa, antes de tudo, reposicionar-se diante do cliente, e também oferecer diferenciais de serviço a preços competitivos. Manter-se vivo sem depender de alianças operacionais com grandes operadores logísticos é um grande desafio para as transportadoras.

No Brasil, os operadores logísticos basicamente oferecem serviços de gestão e operação de transportes, de movimentação e armazenagem de materiais e de estoques. A atividade do operador logístico no País caracteriza-se por uma forte aplicação de tecnologia da informação, pelo baixo investimento em ativos operacionais e pela intensa utilização de terceiros, principalmente em transportes.

Tornar-se um operador logístico pode ser a melhor opção para uma transportadora, principalmente:

- Se a empresa já vem desenvolvendo um leque diferenciado de serviços e verifica a possibilidade de maior demanda;
- Quando existe oportunidade concreta em um cliente atual atrelada a um contrato de médio ou longo prazo;
- Quando o desenvolvimento da empresa, ou até sua sobrevivência, depende de sua transformação em operador logístico;
- Quando existem recursos financeiros disponíveis para novos investimentos.

Definida a transformação em um operador logístico, aconselha-se às transportadoras:

- Evitar criar uma empresa à parte, e procurar aproveitar a história, a imagem e o respeito conquistado pela transportadora;
- Investir em planejamento estratégico, pessoal qualificado, tecnologia de informação;
- Não pensar que poderá fazer tudo sozinho sem a formação de alianças estratégicas.
- Não achar que da noite para o dia a empresa se tornará um operador logístico. Muitas empresas simplesmente alteram a sua razão social ou modificam visualmente seus caminhos e acreditam que realizam atividades de logística integrada.

Pense nisso tudo. Ainda há tempo para rever, corrigir ou refinar os rumos da sua empresa.●

(*) Graduado em Administração de Empresas pela FGV-SP e pós-graduado em Administração da Produção e Finanças no CEAG da FGV-SP. Atualmente atua como diretor presidente da Tigerlog Consultoria e Treinamento em Logística Ltda. É colunista da Revista Mundo Logística e da Revista Quatro Rodas.

Veículos

ALAGOAS

- **Rio Largo**
 Moveva - Tel. (82) 2126-9100
 moveva.alagoas@moveva.com.br

AMAZONAS

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

BAHIA

- **Barreiras**
 Moveva - Tel. (77) 3611-4831
 moveva.barreiras@moveva.com.br

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

- **Itabuna**
 Moveva - Tel. (73) 3043-6010
 moveva.itabuna@moveva.com.br

- **Salvador**
 Moveva - Tel. (71) 2103-9100
 moveva.salvador@moveva.com.br

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

- **Vitória da Conquista**
 Moveva - Tel. (77) 4009-9100
 moveva.conquista@moveva.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.bl@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

- **Lucas do Rio Verde**
 Rota Oeste - Tel. (65) 3549-7200
 www.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
 uberlandia@escandinavia.com.br

PARÁ

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

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

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

PARAÍBA

- **Campina Grande**
 Moveva - Tel. (83) 2102-9100
 moveva.paraiba@moveva.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

- **União da Vitória**
 Battistella - Tel. (42) 3524-6675
 uniaoadvitoria@battistella.com.br

PERNAMBUCO

- **Jaboatão dos Guararapes**
 Moveva - Tel. (81) 2101-9100
 moveva.pernambuco@moveva.com.br

PIAUI

- **Teresina**
 Alpha - Tel. (86) 3220-6700
 eva@alphamaquinas.com.br

RIO DE JANEIRO

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

- **Rio de Janeiro**
 Equipeo - 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**
 Brasdiesel - Tel. (54) 3238-0900
 brasdiesel@brasdiesel.com.br

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

- **Garibaldi**
 Brasdiesel - Tel. (54) 3463-8800
 brasdiesel.pecas.gb@brasdiesel.com.br

- **Ijuí**
 Brasdiesel - Tel. (55) 3331-0500
 brasdiesel.adm.ij@brasdiesel.com.br

- **Lajeado**
 Brasdiesel - Tel. (51) 3714-7700
 brasdiesel.lj@brasdiesel.com.br

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

- **Passo Fundo**
 Mecânica - Tel. (54) 2104-9600
 mecacl@mecacl.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
 mecacl@mecacl.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
 araraquara@escandinavia.com.br

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

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

- **Guarulhos**
 Codema - Tel. (11) 2199-5199
 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
 qrodapf@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
 ribeira@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 Bernardo do Campo**
 Codema - Tel. (11) 2176-0000
 codema.saobernardo@scania.com

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

- **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**
 Moveva - Tel. (79) 2104-9100
 moveva.sergipe@moveva.com.br

TOCANTINS

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

- **Gurupi**
 MCM - Tel. (63) 3311-4000
 mcm@mcmtocontins.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 Bogotá**
 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

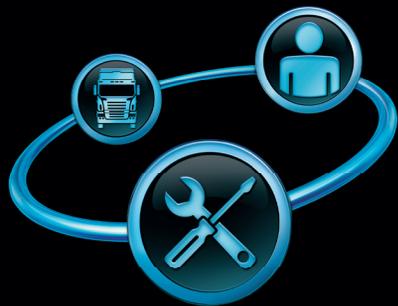
- **REPÚBLICA DOMINICANA - Sto. Domingo**
 Tel. (001809) 372-0455

- **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



Scania Séries 2 e 3.

Boas notícias para velhos amigos.

A Scania preparou ofertas especiais para os proprietários de veículos **Scania Séries 2 e 3**, os seus velhos amigos. Oferecemos mão de obra qualificada, serviços diferenciados e peças com a qualidade Scania. É a oportunidade ideal para que os nossos velhos amigos visitem a sua Casa Scania. Vá hoje mesmo até uma de nossas Casas e conheça todas as ofertas que preparamos especialmente para você.

Scania. Tudo por Você.



SCANIA
www.scania.com.br

VIRABREQUIM
1308467
SÉRIE 3 MOTOR DSC11

De R\$ 7.288,49
Por R\$ 3.904,81

KIT RECONDICIONAMENTO DO MOTOR
1952301
SÉRIE 3 DE 1995 A 1997 (ECOLÓGICO)

De R\$ 1.206,80
Por R\$ 632,10

KIT RECONDICIONAMENTO DO MOTOR
550317
SÉRIE 2 HW DE 1990 A 1991

De R\$ 1.091,86
Por R\$ 547,82

KIT RECONDICIONAMENTO DO MOTOR
550320
SÉRIE 3 DE 1992 A 1994

De R\$ 1.151,06
Por R\$ 579,43



RINO

KIT RECONDICIONAMENTO DO MOTOR
550336
SÉRIE 2 ATÉ 1989

De R\$ 1.091,86
Por R\$ 400,33

EIXO DE COMANDO DAS VÁLVULAS
325646
SÉRIES 2 E 3

De R\$ 3.262,62
Por R\$ 1.580,25

VÁLVULA DE ESCAPE DO MOTOR
1397521
SÉRIES 2 E 3

De R\$ 119,99
Por R\$ 57,94

GUIA DE VÁLVULA
1521209
SÉRIES 2 E 3

De R\$ 38,63
Por R\$ 18,96

KIT BOMBA D'ÁGUA
1672680
SÉRIES 2 E 3

De R\$ 1.006,78
Por R\$ 632,10

MANGUEIRA DO INTERCOOLER
488368
SÉRIES 2 E 3

De R\$ 322,65
Por R\$ 228,59

CRUZETA COMPLETA (CARDAN)
264044
SÉRIES 2 E 3 (GR900)

De R\$ 410,77
Por R\$ 287,13

ENGRENAGEM DA CAIXA DE MUDANÇAS
294425
SÉRIES 2 E 3 (CAIXA GR871)

De R\$ 393,21
Por R\$ 316,05