

REI DA ESTRADA

ANO XIV N. 64



JUNHO/JULHO 1996



Riqueza em grãos

INVESTINDO NA AMÉRICA LATINA

Em junho último, a Scania deu mais um importante passo na América Latina: a inauguração de uma nova e exclusiva linha de produção de chassi de ônibus para atender o mercado brasileiro e latino-americano.

Este foi mais um importante momento, dando continuidade a uma sequência de inaugurações que, nos últimos tempos, a Scania vem fazendo no Brasil e na América Latina.

Em março do ano passado, por exemplo, inauguramos a fábrica da Scania no México; em maio do mesmo ano, também inauguramos uma moderna fábrica de cabinas no Brasil; em março deste ano, começamos a operar as novas instalações da Scania no Chile e, agora, acabamos de inaugurar a nova linha de montagem de chassi de ônibus.

Trata-se, portanto, de mais um importante investimento. Esta nova fábrica foi concebida dentro do conceito de integração industrial de operações da Scania na América Latina. Na verdade, ela faz parte de um amplo programa de investimentos da Scania, objetivando modernizar, desenvolver e expandir o nosso parque produtivo e as nossas atividades neste continente. São mais de 200 milhões de dólares de investimentos programados para o período de 1995 a 1997, preparando-nos para os desafios do mercado nesta região e dentro dos planos de globalização da Scania mundial.

Estamos investindo em instalações e equipamento e em novos métodos de trabalho para que as nossas unidades no Brasil, Argentina, México, Chile e Peru possam operar com maior eficiência, com coordenação de atividades entre si e com especificações comuns na América Latina em sintonia com a nossa filosofia mundial.

A América Latina é muito importante para a Scania. Os nossos volumes aqui representam 25% das operações mundiais da Scania. E, no setor de ônibus especificamente, comercializamos no continente latino-americano mais de 50% do total de ônibus vendidos anualmente pela Scania em todo o mundo.

O Brasil, particularmente, é vital para nossas operações. Este é, tradicionalmente, o maior mercado interno do mundo para nossos produtos, tanto em termos de caminhões, quanto ônibus e motores industriais e marítimos.

A dimensão e o potencial deste mercado, somado aos demais mercados latino-americanos, reforçam a decisão da Scania de aqui continuar permanentemente investindo, desenvolvendo a nossa estrutura e capacidade técnica para oferecer os melhores produtos e serviços ao setor de transporte, tão fundamental ao desenvolvimento deste região. Esta é a nossa filosofia e o nosso objetivo.

Hans Hedlund
Presidente da Scania do Brasil e da
Scania Latin-America

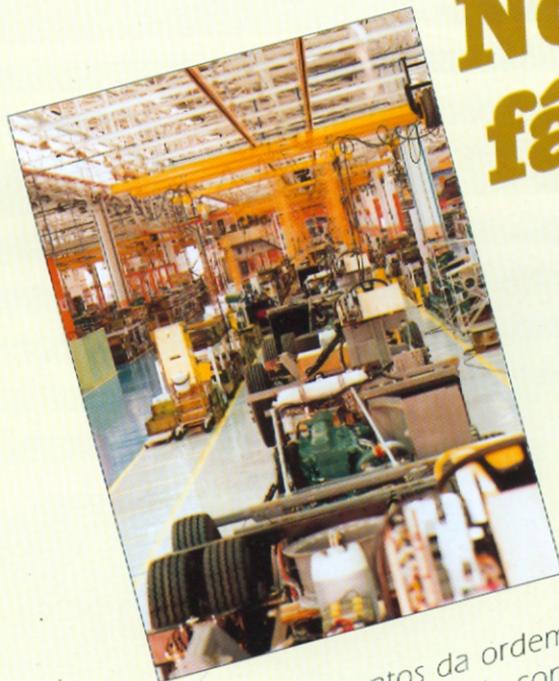
Grãos



4

Superando as dificuldades com a queda do preço internacional da safra passada, os produtores de Mato Grosso do Sul conseguiram melhorar a produtividade da safra deste ano e estão investindo em frotas próprias de caminhões pesados para dar mais agilidade no escoamento para os centros consumidores.

Nova fábrica



8

Com investimentos da ordem de US\$ 5 milhões, a Scania construiu uma linha de montagem exclusiva para ônibus que garante padrões internacionais de qualidade e produtividade.

índice

Plus 24

10

Depois de mais de um ano em operação, o Scania Plus 24 se transforma no grande aliado dos frotistas e dos motoristas na hora de se resolver um problema com os ônibus ou caminhões da marca

Santa Izabel

Uma das pioneiras no transporte de passageiros na região Noroeste de Minas Gerais, a Santa Izabel é uma empresa que une harmoniosamente gestão familiar com uma administração ágil e moderna.

12

Rede 2000

Linguagem ao mesmo tempo simples e didática faz a audiência do programa de treinamento Rede 2000 subir acima das expectativas e integrar cada vez mais a Scania com o público dos concessionários.

16

REI DA ESTRADA

Publicação bimestral da Scania do Brasil Ltda. Editada pela Divisão de Assuntos Legais e Institucionais

Diretor:
Mauro Marcondes Machado

Gerente de Comunicação Social:
Ademar Cantero

Editor Responsável:
Mauro Cassane
(Mtb 19.786)

Diagramação:
Multimagem

Editoração eletrônica:
Marcos Rozenkwiat

Foto capa:
Emanuel A. P.

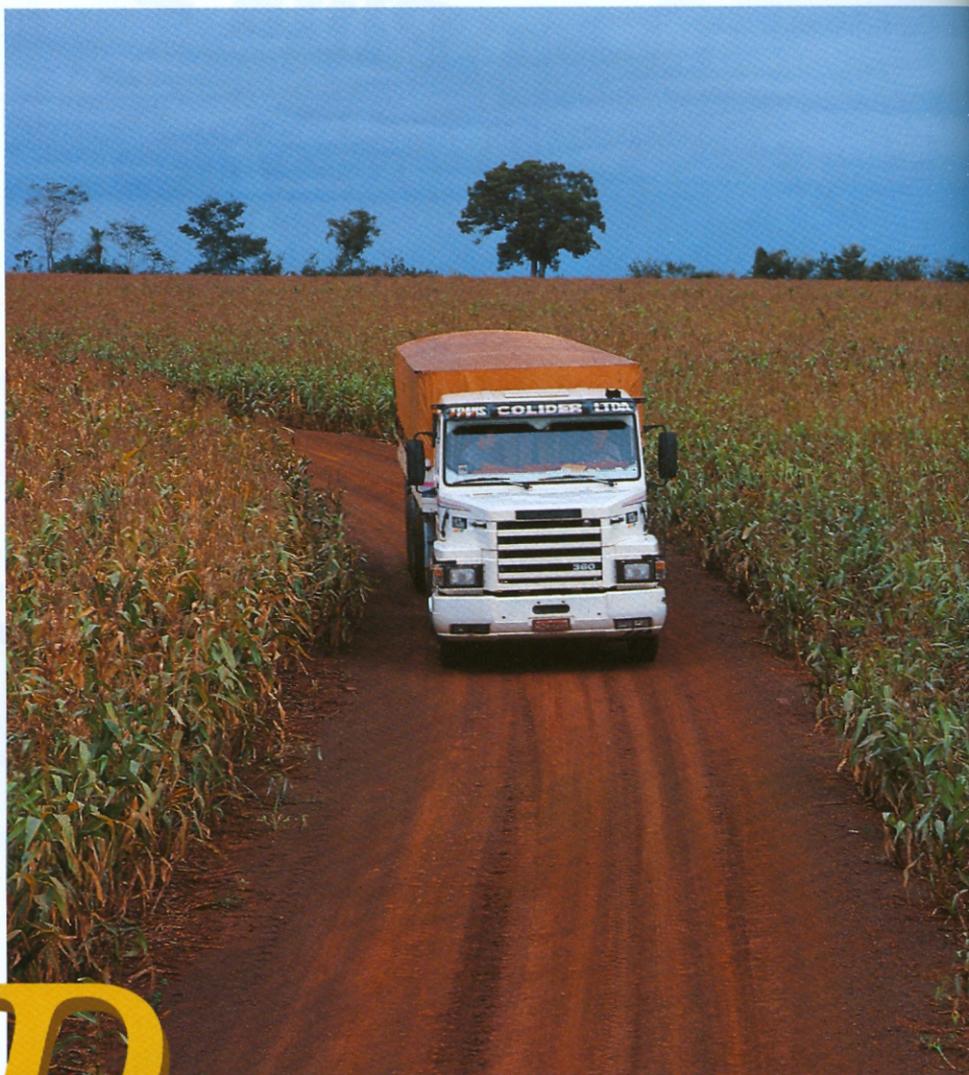
Correspondência: Av. José Odorizzi, 151
São Bernardo do Campo - SP
CEP 09810-902

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

Tiragem desta edição:
45.000 exemplares.

reportagem

Tomando fôlego depois da abrupta queda dos preços internacionais da soja no ano passado, os produtores do Mato Grosso do Sul provam que acreditar na terra ainda é um bom negócio. Na safra deste ano, recuperaram a rentabilidade, melhoraram a produtividade e investiram pesado no incremento da logística de transporte.



RIQUEZA

Terra fértil, clima favorável e muita vontade de trabalhar. Com essa fórmula é quase impossível um negócio na agropecuária não dar certo. E no Mato Grosso do Sul a regra se aplica da melhor maneira. Depois que se separou do Estado de Mato Grosso, em 1977, a região experimentou um dos maiores crescimentos econômicos do País. Na verdade, a separação beneficiou os dois lados que dividem o terceiro e quarto lugar no ranking de produção de grãos no Brasil (Mato Grosso e Mato Grosso do Sul, respectivamente).

O plantio de grãos na região começou no início dos anos 70 pelas mãos pioneiras e já

versadas nessa cultura dos gaúchos. Aliás, visitar hoje os grandes cerealistas e produtores do Mato Grosso do Sul é como dar um passeio pelos pampas, não tanto pela paisagem e nem tampouco pelo clima, mas devido à grande migração de gaúchos no início das atividades agrícolas.

Hoje são grandes proprietários. Prosperaram numa terra que há menos de três décadas poucos brasileiros acreditavam. É certo que nos anos 50, o governo de Getúlio Vargas promoveu no município de Dourados a primeira grande reforma agrária do País. Foram entregues centenas de lotes com uma média de 30 hectares cada. Resultado: hoje

são bem sucedidos produtores de feijão e milho. Não cultivam soja porque esse tipo de plantio só é economicamente viável quando feito em grandes áreas.

E no Mato Grosso do Sul o que realmente não falta são grandes áreas. Na própria região de Dourados situa-se um dos maiores pólos produtores de soja do Estado. Nos municípios vizinhos de Itaporã, Ponta Porã, Aral Moreira, Amambaí e Maracaju ficam as grandes fazendas produtoras do cereal que é cotado a peso de ouro no mercado internacional. Aliás, o rendimento do produtor brasileiro de soja depende totalmente da cotação do produto na bolsa americana. Os



Fotos: Emanuel A. P.

EM GRÃOS

EUA detêm 50% da produção mundial de soja, o Brasil fica em segundo lugar com 25%.

Dificuldades com financiamento

A maior prova da influência do mercado americano foi o que aconteceu com a comercialização da safra de 94/95. A cotação caiu e o preço no mercado nacional despencou de uma média tradicional de R\$ 13,00 a saca de 60 kg para assustadores R\$ 7,50. "Não teve como escapar da quebradeira. Muita gente perdeu pro-

priedade e ainda continuou devendo para os bancos", afirma Ivo Busato, coordenador de projetos e diversificação agropecuária da Empaer (Empresa de Pesquisa, Assistência Técnica e Extensão Rural).

Nedile Reginato, um dos maiores produtores e cerealistas da região, usa uma unidade de medida simples e autoexplicativa para ilustrar as dificuldades que se abateram no setor com a queda do preço internacional da soja: "No ano passado foi necessário 40 sacos de soja por hectare para pagar o financiamento da lavoura. O normal sempre foi de 12 a 13 sacos". O número impressiona até mesmo os mais

leigos e justifica a drástica queda de 30% nas áreas cultivadas da safra deste ano (95/96). A boa notícia, em meio à tempestade, vem da Empaer: mesmo com uma menor área cultivada, a produtividade dessa safra aumentou de 2.188 kg/ha na safra anterior para 2.381 kg/ha na atual.

"Neste ano, com melhor produtividade e uma cotação justa no mercado internacional (a cotação da saca de soja está atualmente oscilando entre R\$ 14,20 e R\$ 14,40) a expectativa é uma recapitalização do setor a médio prazo", espera Busato. Segundo o técnico da Empaer, a tendência é se estabilizar a área cultivada de soja nos atuais patamares para se abrir espaço ao plantio do milho que vem crescendo a cada ano, principalmente com o aumento da produção de frangos e suínos na região.

Investindo em frota própria

Um fator que deve funcionar com absoluta eficiência independente da cotação dos grãos no mercado internacional é o de transporte. Os caminhões pesados participam do processo durante o preparo da terra (trazendo o calcário e adubo), na colheita (levando os cereais para os cilos) e, na maior operação, no escoamento da safra aos centros consumidores e portos para exportação. "95% da soja e do milho colhido no Mato Grosso do

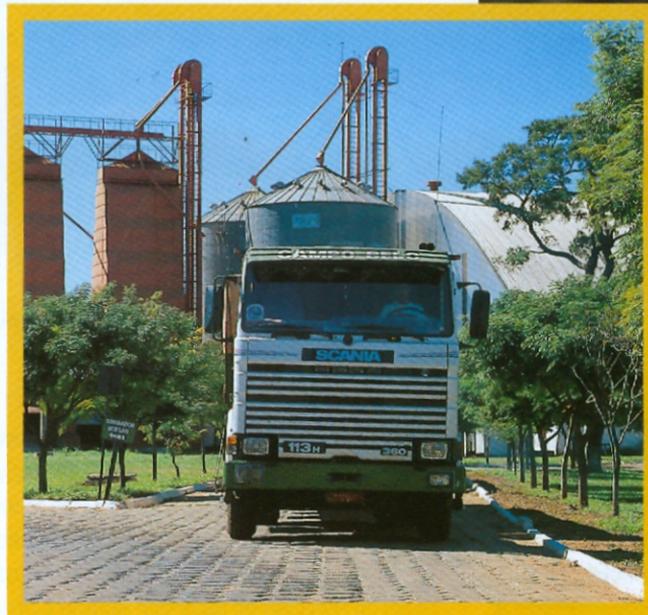




Sul é transportado por caminhões pesados, o restante segue por ferrovia", observa Busato.

Apesar de utilizarem muito caminhões de terceiros, a grande maioria dos cerealistas da região tem frota própria para escoar com maior agilidade seus estoques. "Utilizar meus próprios caminhões me permite um maior controle dos prazos de entrega", justifica Nedile Reginato, da Cerealista Alvorda, proprietário de uma frota de 16 Scania com idade média de dois anos. "Padronizei com Scania por dois motivos: conheço muito bem o produto e tenho uma excepcional assistência técnica do pessoal da Movema (concessionário Scania da região)", explica o empresário.

No período de março a maio, pico da colheita de grãos no Centro-Oeste, os caminhões pesados trabalham praticamente sem esfriar os motores. "Nessa época, os estoques das indústrias transformadoras estão baixos, porque a colheita da região Sul só acontece no meio do ano. Por isso, os caminhões são solicitados até o limite", diz Gelson Pavoni, diretor da Transportadora Campo Belo, que conta com uma frota de





36 caminhões pesados, sendo 26 Scania.

Segundo Pavoni, durante a safra, um único armazém chega a movimentar cerca de 150 caminhões pesados por dia. O carregamento na maioria dos armazéns é rápido (em cerca de quatro minutos o caminhão está carregado com 27 toneladas de grãos). Para descarregar, o tempo é reduzido pela metade, pois grandes empresas processadoras como Ceval, Sadia e Cargill possuem rampas hidráulicas que levantam o caminhão a um ângulo de 70º fazendo o descarregamento por gravidade.

Suporte do concessionário

Para que a soja possa ser transformada no indispensável óleo de cozinha e em riquíssima ração animal, os caminhões muitas vezes chegam às indústrias processadoras carregados e voltam completamente vazios. É preciso muita agilidade nesse processo. A Ceval, de Campo Grande/MS, por exemplo, que produz o óleo Soya (líder do mercado), refina 200 mil litros por dia num trabalho ininterrupto de 24 horas. Segundo técnicos da empresa, para cada litro de óleo são necessários cinco quilos de soja. Isto quer dizer que só a Ceval processa a astronômica quantia de mil toneladas de soja diariamente.

"Para dar conta dessa correria toda do movimento da safra, temos que confiar no caminhão, no motorista e, principalmente, nos serviços do concessionário", admite Benedito Tomaz da Silva, gerente-operacional da Campo Belo. Segundo Luiz Carlos Lazzaroto, diretor superintendente da Movema, tanto a casa de Campo Grande como a de Dourados contam com moderna infra-estrutura para prestar um eficiente atendimento de pós-venda. "Para dar ainda mais agilidade, temos viaturas do Plus 24 que atendem o caminhão na estrada".

No Estado de Mato Grosso do Sul, mesmo com os problemas financeiros acarretados pela brusca queda do preço da soja no mercado internacional no ano passado, foram vendidos 123 caminhões Scania, a grande maioria utilizados no transporte de grãos. É a prova mais contundente de que terra fértil, clima favorável e muita vontade de trabalhar faz com que esse povo supere as dificuldades com a mesma facilidade com que degustam um bom churrasco, um refrescante tererê (bebida típica da região à base de ervas e água gelada) ou uma descomprometida pescaria. ●



Fotos: Emanuel A. P.

NOVA FÁBRICA DE ÔNIBUS: FLEXIBILIDADE E QUALIDADE

Com investimento na ordem de US\$ 5 milhões, a Scania inaugurou uma moderna linha de montagem exclusiva para chassi de ônibus.

A Scania inaugurou uma nova linha de fabricação de ônibus, que produzirá para atender o mercado brasileiro e toda a América Latina. A nova unidade industrial permitirá à Scania uma maior flexibilização de sua capacidade de produção.

Hans Hedlund, presidente da Scania do Brasil e da Scania Latin America, afirmou que a nova linha de montagem de ônibus foi concebida dentro do conceito de integração industrial e de coordenação das operações da empresa na América Lati-

reportagem

na. É uma linha exclusiva para a produção de chassis de ônibus - a anterior era mista com a montagem de caminhões - e, segundo Hans Hedlund, com ela a Scania terá maior flexibilidade de produção e de atendimento ao mercado latino-americano, principalmente Brasil e Argentina, que tem sido dois dos principais mercados mundiais de ônibus da Scania.

Desde o ano passado, seguindo a política de integração de suas operações na América Latina, a produção de ônibus da Scania passou a ser concentrada na fábrica de São Bernardo do Campo.

Qualidade e Produtividade

"Com investimentos de US\$ 5 milhões e uma área de 5.500 metros quadrados, a nova linha de montagem é uma fábrica de Primeiro Mundo", disse Hakan Samuelsson, diretor Industrial da Scania na América Latina. Além de maior flexibilidade de produção, a nova fábrica assegurará níveis internacionais de qualidade dos produtos e de produtividade para um mercado cada vez mais competitivo e exigente como é o mercado latino-americano, afirmou ele.



Ainda de acordo com Hakan Samuelsson, essa fábrica faz parte de um amplo programa de investimentos da Scania - superior a US\$ 200 milhões no período 1995/97 - para modernizar e expandir o parque industrial da empresa na América Latina, dentro da estratégia mundial de globalização da empresa e objetivando garantir as fortes posições da marca no mercado latino-americano, que hoje representa 25% das vendas mundiais da Scania.

A nova unidade vai trabalhar dentro do conceito de células de produção (um sistema que reúne grupos de funcionários responsáveis pela produção de um componente ou determinado trabalho de montagem, com autonomia de decisão e onde cada um conhece todos os tipos de operação de sua célula). Além disso, por utilizar ferramental específico e eficiente para a montagem de chassis de ônibus, haverá um ganho de produtividade e qualidade na montagem.

Por outro lado, é uma fábrica ambiental, eliminando o processo de pintura interna do chassi, uma vez que recebe o componente já pintado de seus fornecedores. Finalmente, todos os resíduos industriais serão separados por tipo, facilitando o seu escoamento e reutilização. ●

A nova fábrica garantirá níveis internacionais de qualidade



serviço

PLUS 24

A SEGURANÇA DO CLIENTE

Diferente de qualquer outro serviço 24 horas, o Scania Plus 24 vem ganhando prestígio entre os usuários por oferecer um atendimento personalizado prestado por profissionais com décadas de conhecimento no trato com produtos da marca.

A simples menção do nome de Luis Pegorin, por exemplo, profissional com 35 anos de vivência na fábrica, ajuda a ilustrar esse ponto. "Esse é nosso grande diferencial da concorrência", admite ele, responsável pela administração do serviço, no qual tem o suporte de mais quatro companheiros.

Tanto Pegorin quanto seus colegas são ex-funcionários da fábrica, aposentados, que se revezam nos plantões. Além de conhecerem em detalhes técnicos tanto os caminhões antigos como os novos, esses profissionais ficam em contato constante com a Scania e estão por dentro de todas as inovações tecnológicas incorporadas aos produtos.

É essa qualidade que permite aos plantonistas do Scania Plus 24 realizar uma peneira técnica das chamadas, tentando resolver no ato as ocorrências mais simples. "Alguns ligam apenas para checar o sistema ou confirmar um diagnóstico, o que aumenta a responsabilidade", observa.

Números da operação

Em um ano e mais um trimestre de operação, o Scania Plus 24 atendeu exatas 5.241 chamadas, em um ritmo que, depois dos primeiros seis meses, vem superando a média das 500 ocorrências/mês. A maior parte das ligações, 37,79%, ocorre no período matinal, das 6 hs ao meio dia, ficando o plantão vesperti-



Fotos: Emanuel A. P.

O atendimento bem sucedido de mais de cinco mil ocorrências no período de 15 meses é um dos principais argumentos a confirmar o acerto da iniciativa que criou o Scania Plus 24, um serviço de suporte aos usuários da marca, ativo todos os dias do ano, sem interrupção.

Válido basicamente para atender emergências rodoviárias de caminhões e ônibus, o serviço também chegou a atender solicitações de clientes para aplicações marítimas ou industriais. O princípio básico da operação é não deixar, nunca, um cliente sem uma resposta satisfatória.

no, das 12 hs às 18 hs, com 31,56% do movimento.

"Essa incidência no período diurno é absolutamente natural. Até porque, por questões de segurança, cada vez mais os motoristas evitam rodar à noite", comenta Pegorin. Apenas 5,41% das chamadas são

feitas de madrugada e 25,24% à noite.

A quantidade de chamada segue rigorosamente a lógica da distribuição da frota Scania no País. Assim, a maior incidência de chamados ocorre na região Sudeste. No acumulado de 15 meses, foram 2.047, ou 49,02%. Segue-se, pela ordem, o Sul, com 1.375, ou

32,93%; o Nordeste, com 345, ou 8,26%; o Centro-Oeste, com 332, ou 7,95% e, por último, o Norte, com 77, ou 1,84%.

A grande preocupação dos plantonistas é atender com rapidez, principalmente em casos onde o motorista está aflito com horário a cumprir ou com alguma carga perecível, perigosa ou de grande valor. Para isso, já atendem o telefone de olho no mapa. “Por causa da experiência, muitas vezes identificamos o posto ou até o nome de pessoas na região onde ele está. É um efeito psicológico, reconfortante”, explica.

Apesar dos cuidados, muitas vezes os motoristas dão indicações erradas ou, quando o problema é mais simples, vão embora antes do socorro chegar. Uma característica interessante apontada por Pegorin é que a maior parte da demanda vem de frotistas, que desejam maior segurança.

Lado pitoresco

Ter problemas no meio de uma viagem nunca é uma coisa boa, mas acontece com qualquer um. Certa vez, após ser derrotado em um jogo no Pacaembu, o time de futebol do XV de Jaú ainda teve o ônibus quebrado, na saída do estádio. Felizmente para eles, pelo menos o problema mecânico foi simples de resolver.

Houve casos, como da equipe que transporta os instrumentos da banda da cantora Daniela Mercury, que acionou socorro no caminho de um dos shows da artista. “O problema era muito simples e resolvemos por telefone mesmo”. E outros, mais corriqueiros, quando os motoristas ligam pedindo apenas a peça, pois fazem eles próprios o serviço.

Outro bom exemplo de atendimento vem do Guarujá, no litoral paulista, sede da Distri-

buidora de Bebidas Sernan. A empresa, que representa a marca Brahma, utiliza três Scania — e se prepara para comprar mais um — buscando bebidas nas fábricas de Jacareí, Guarulhos e Curitiba para entrega na área de Cubatão, Guarujá e Bertioga.

Nivaldo Jaime dos Santos, encarregado de transportes, experimentou a assistência do Scania Plus 24 e avalia: “Nota dez, excelente. O atendente conhece bem o produto e,

muitas vezes, até ajuda por telefone o motorista fazer o reparo”, afirma, com entusiasmo.

Ele cita duas ocorrências: uma quebra de flange em um T113 novo, coberta pela garantia de fábrica, ocorrida perto de Jacareí, e um problema de manga de eixo em um velho 111, que aconteceu próximo a Curitiba. Em ambos os casos, o socorro foi imediato e a contento. “Quem tem Scania não quer outro”, acrescenta, lembrando que pensa em vender um cavalo de outra marca,



tantos são os problemas na estrada e a dificuldade maior de obter atendimento de emergência.

Freguês de caderneta, como se diz popularmente, a Transportadora Marbo é aval mais que insuspeito. Com uma frota de 240 Scania entre 482 cavalos mecânicos da empresa ou 2.080 caminhões de todos os portes, a se considerar o Grupo Martins como um todo, a Marbo usa e aprova com frequência o serviço Scania Plus 24.

“Toda a nossa manutenção é terceirizada em concessionárias, e orientamos nossos motoristas a acionarem o Scania Plus sempre que ocorrer qualquer problema”, comenta Paulo Eduardo Gonçalves Moura, o Paulinho, encarregado de manutenção, que tem um cuidado especial com os 150 caminhões novos ainda em garantia.

Paulinho sabe muito bem a importância de um serviço bem prestado: “Um bom atendimento de pós-venda é essencial. Quanto mais tiver, melhor a previsão de negócios futuros para a marca”.



Jeito mineiro de crescer



clientes

Com uma administração familiar, a Viação Santa Izabel vem renovando e ampliando sua frota com ônibus Scania e já é hoje a maior empresa de transporte de passageiros do Noroeste mineiro.



Situada à margem direita do Rio Preto, no Noroeste mineiro, distante apenas 165 quilômetros de Brasília, entre serras alongadas e paisagem correspondente a topografia plana baixa nos vales dos Rios Preto e Urucuia, fica a sede da Viação Santa Izabel Transportes e Turismo Ltda. Lá na cidade de Unaí, nome de origem indígena que significa "água escura", nasceu uma das maiores empresas de transportes interestadual, intermunicipal e municipal do Estado de Minas. Fun-

dada em 1966, a empresa teve início com a chegada dos irmãos João Batista de Melo, Athaídes Furtado de Oliveira e Aprígio Furtado de Oliveira que vinham da cidade de Carmo do Paranaíba, também em Minas, para "fazer" a safra daquele ano.

Os irmãos começaram a namorar uma empresa que fazia transporte coletivo de Unaí para Brasília. Pouco tempo depois, eles compraram a companhia, nascendo então a Irmãos Furtado Ltda. com o nome de Viação Santa Izabel. Começou pequena, com apenas dois ônibus fazendo a linha Unaí/Brasília, cuja viagem demorava 8 horas. "Não existiam estradas e a empresa não tinha infra-estrutura, o que dificultava bastante nosso trabalho", diz João Batista de Melo, diretor da empresa.

No ano seguinte a empresa abriu sua

primeira linha municipal, ligando Unaí a Palmital. Hoje já faz 21 linhas, sendo 12 intermunicipais, 5 municipais e 4 interestaduais. Para Brasília, onde se concentra a maioria dos negócios da população de Unaí, são 11 ônibus, com uma duração média de duas horas de viagem. Para Belo Horizonte são 2 ônibus. A Viação Santa Izabel faz ainda as linhas para Formoso, Buritis, Arinos, Brasilândia, Uruana, Guarapuava, Cabeceira Grande, Don Bosco, Natalândia, Riachinho e Bonfínópolis.

A Santa Izabel é um grupo que atua no ramo da agropecuária, conta com um posto de combustível e uma agência de turismo que, juntas empregam diretamente 220 funcionários. "Depois da prefeitura e da cooperativa, somos quem dá mais emprego

LADO A

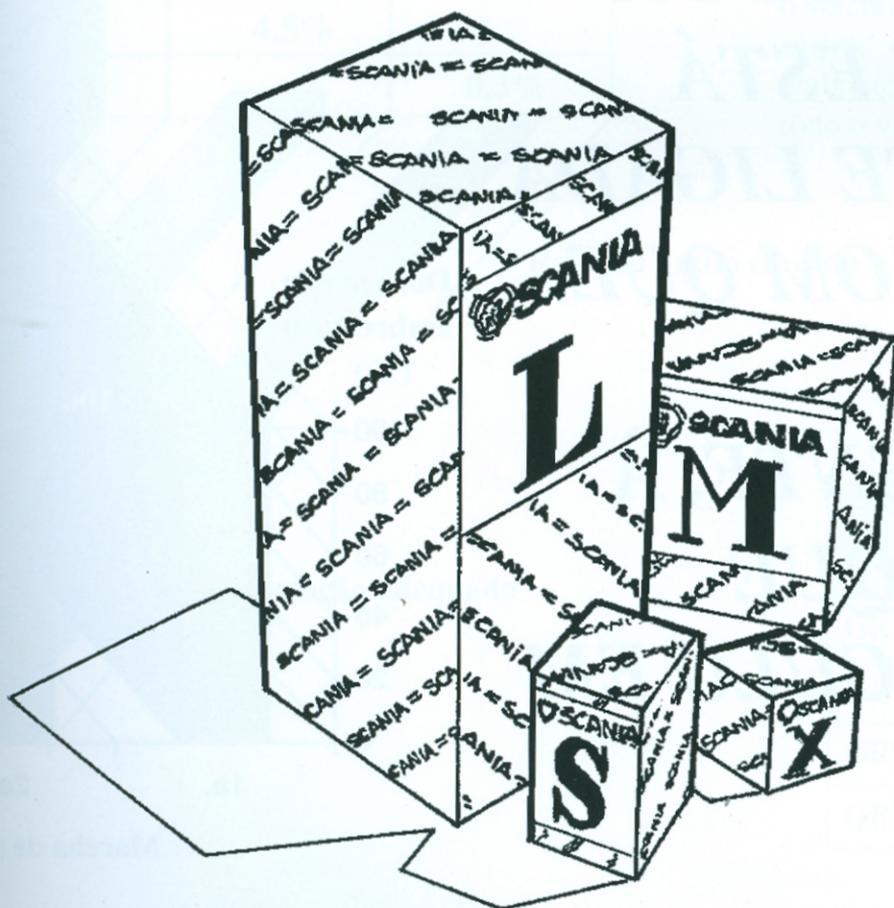
**SCANIA**

LADO

Encarte especial da revista Rei da Estrada

Número 02 Maio/ Junho 1996

Kits de Manutenção trazem Economia e Eficiência



Agora não é mais preciso saber quais as peças necessárias para as manutenções preventivas que compõem o Programa de Manutenção de seu caminhão. Desde maio último já está disponível nos concessionários Scania a opção dos Kits de Manutenção. Estes kits são específicos para cada uma das manutenções preventivas, X (Extra), S (Básica), M (Intermediária) e L (Completa), e apresentam todas as peças necessárias para a execução do serviço.

Segundo a Área de Produtos, Promoções e Preços da Scania, responsável pela inovação, uma das grandes vantagens dos Kits de Manutenção está na administração do estoque já que, por um único número, todas as peças de uma manutenção preventiva poderão ser controladas e o risco da falta de algum componente, como uma simples junta ou um filtro de combustível, torna-se praticamente inexistente.

Outra vantagem é que, além da segurança de estar colocando apenas Peças Genuínas Scania em seu veículo, ao optar pelos Kits de Manutenção, o cliente usufrui de um excelente preço, que é mais barato que o das peças avulsas.

DESGASTE DA EMBREAGEM É CULPA DO MOTORISTA?

A DURAÇÃO DOS REVESTIMENTOS DA EMBREAGEM ESTÁ INTIMAMENTE LIGADA À MANEIRA COM QUE SE CONDUZ E, PRINCIPALMENTE, À FORMA COM QUE POMOS O VEÍCULO EM MOVIMENTO.

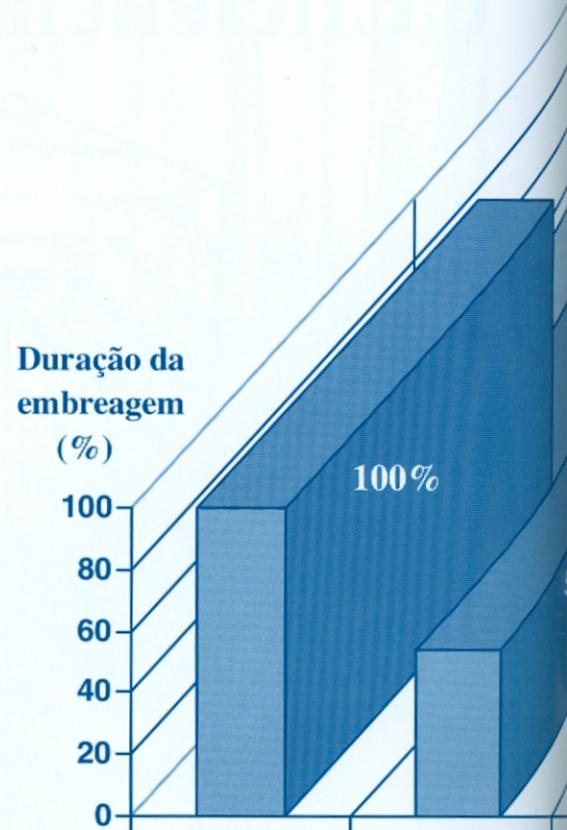
Duração da embreagem (%)

100
80
60
40
20
0

1a.

2a.

Marcha de saída



A maneira com que pomos o veículo em movimento é uma das maiores responsáveis pela maior ou menor durabilidade dos revestimentos do disco de embreagem. Se uma marcha muito alta é utilizada ou se a rotação do motor está muito elevada quando se solta a embreagem a vida útil desta é reduzida consideravelmente e os gastos, elevados ao absurdo.

É claro que o excesso de carga também contribui para o desgaste acentuado da embreagem, mas os dois erros operacionais citados acima são, de longe, seus maiores causadores e, por isso, o motorista pode, e deve, ajudar a minimizar esses gastos.

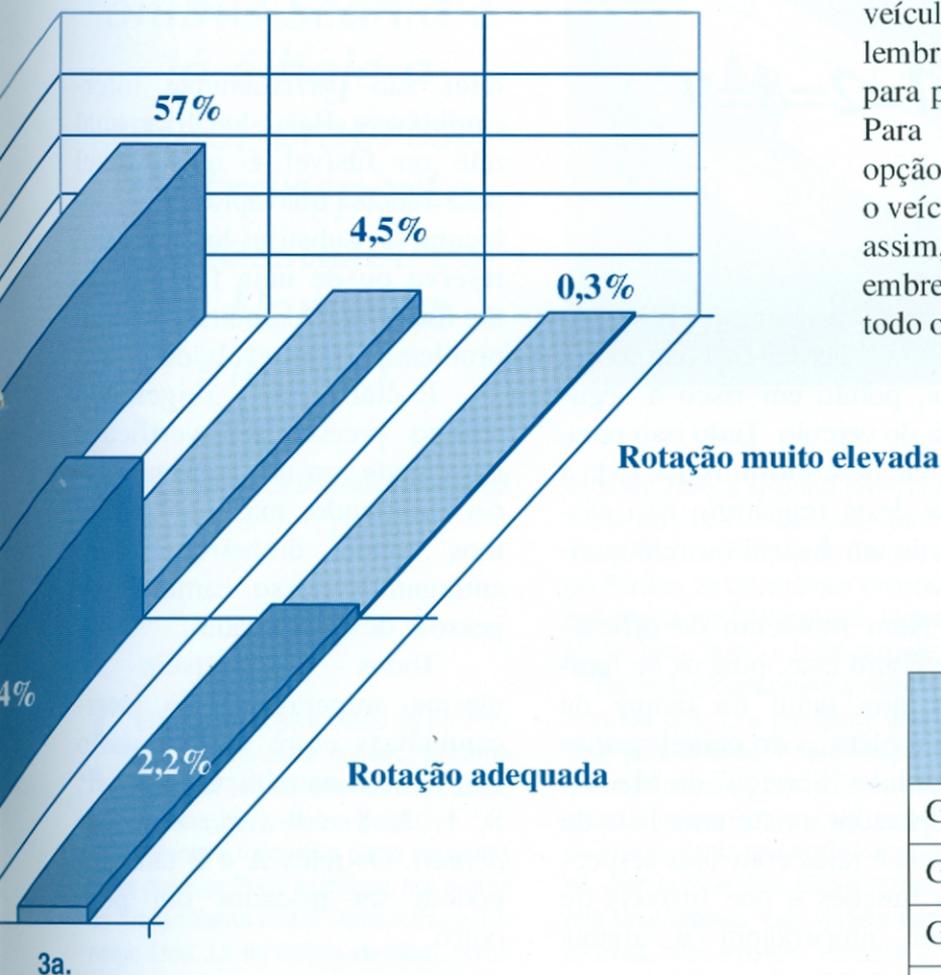
Só para se ter uma idéia, se assumirmos que um disco de embreagem sob condições de operação normais tem a duração ideal de 100% quando saímos com o veículo em primeira marcha, esta duração cai para 54%

quando a segunda marcha é empregada e, acreditem, para apenas 2,2% da mesma duração ideal quando saímos em terceira.

Agora, caso o arranque do veículo seja feito com uma rotação muito elevada, mesmo saindo-se em primeira marcha, a duração do disco é de apenas 57% e cai, assustadoramente, para 4,5% quando em segunda e 0,3% quando em terceira. Dá para imaginar que seu disco de embreagem pode durar apenas 0,3% da duração de um disco operado corretamente!

Esses resultados são frutos de testes extensivos e revelados demonstram claramente o quanto o motorista pode influenciar na durabilidade dos revestimentos do disco de embreagem e até de outros componentes, como o volante e a placa de pressão, que também são danificados pelos mesmos erros de operação.

Apresentamos ao lado um gráfico com esses dados comparativos e uma tabela com a indicação das marchas adequadas para pôr o veículo em movimento com e sem carga. Vale lembrar que a opção "sem carga" vale apenas para pistas em boas condições e sem aclives. Para aclives ou pistas com ondulações, a opção "com carga" deve ser usada mesmo que o veículo não leve nenhuma carga. Estaremos, assim, protegendo os componentes da embreagem e garantindo maior vida útil de todo o veículo.

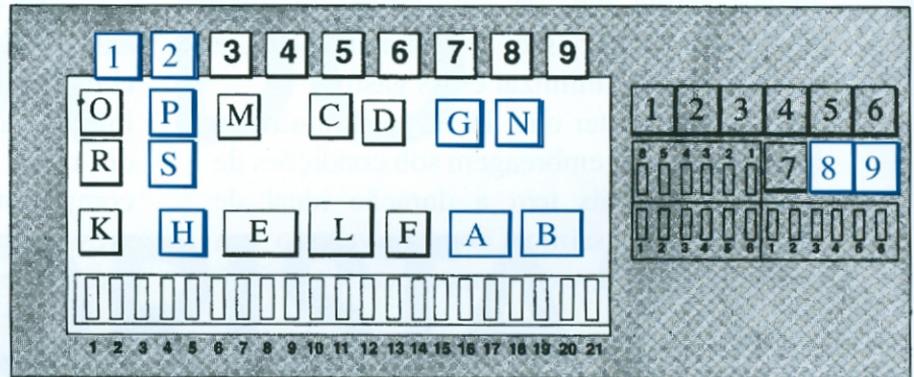


Marchas de saída adequadas para cada tipo de caixa de mudanças

| | Com Carga | Sem Carga |
|--------------|-----------|-----------|
| GR801 manual | 1a. | 2a. |
| GR801 com CS | 1a. | 2a. |
| GR900 | 1a. | 2a. |
| GRS900 | 1L ou 1H | 1H ou 2L |

FUSÍVEIS E RELÉS SÃO A CAUSA DE MUITOS PROBLEMAS ELÉTRICOS

Pequenas trocas de relés e fusíveis podem pôr o caminhão de volta à estrada



‘G=H=N=P=S=1=2=8=9’

‘A=B’

Quem já não ficou na mão por problemas elétricos no caminhão? Quantas vezes prosseguimos viagem com um farol apagado, sem limpador de pára-brisas ou qualquer outra coisa que simplesmente pára de funcionar sem mais nem menos? Ou pior, quantas vezes nos entregamos às barbaridades dos “eletricistas de plantão”? Numa hora dessas todo mundo vira eletricista e está sempre disposto a arrancar da gente alguns trocados.

Para continuar a viagem ou chegar até o concessionário mais

próximo, acabamos gastando dinheiro, perdendo tempo e, ainda, pondo em risco a segurança do veículo. Tudo isso para, no final, descobriremos que toda a causa deste transtorno não passava de um fusível ou relé queimado!

Num momento de dificuldade como este, poucos se lembram que tanto na tampa da central elétrica do painel quanto no módulo “Serviço” do Manual do Operador existe uma lista de fusíveis e relés com suas respectivas funções e que fusíveis de mesma amperagem e alguns

relés são perfeitamente intercambiáveis. Basta localizar qual relé ou fusível é responsável pela função que apresenta problema e substituí-lo por um reserva ou de uma função não tão importante e, muitas vezes, o problema estará resolvido.

É claro que a origem do defeito precisa ser verificada mais tarde em um concessionário autorizado, mas não perdemos tempo, dinheiro e nem entregamos nosso caminhão a pessoas desqualificadas.

Todos os fusíveis de mesma amperagem são intercambiáveis entre si. O mesmo ocorre com os relés G, H, N, P, S, 1, 2, 8 e 9 (veja *esquema acima*). Os relés A e B também podem ser trocados um pelo outro.

LADO A LADO

Elaboração: Departamento de Marketing de Pós-Venda Scania - MTM
Colaboradores: Mauricio Jordão - MTMDR e Carlos Augusto - MTMT

na cidade”, diz Melo. Só na empresa de transportes são 180 funcionários. Segundo Melo, uma das metas da Santa Izabel a médio prazo é investir mais na empresa de turismo, que tem sede em Brasília. “Fazemos viagens de turismo e excursões nacionais e internacionais”, diz ele, acrescentando que esse mercado está em franco desenvolvimento.

Mais qualidade

A frota é composta por 54 ônibus e embora tenha apenas 15 Scania no momento, a meta é transformar até o ano 2000, 50% da frota em Scania. “Atualmente só compramos Scania e estamos renovando a frota em 10% ao ano, o que dá uma média de 5 ônibus no período”, afirma o diretor da Viação Santa Izabel. “Os ônibus Scania reúnem num só carro tudo que precisamos para nosso tipo de trabalho: conforto, facilidade de manutenção, robustez e segurança”, diz Melo, que pretende melhorar a idade média dos ônibus que hoje é de 6,2 anos para 4 anos.

O chefe da manutenção, José Carlos Nogueira, que está na empresa desde sua fundação, diz que prefere o Scania porque é mais fácil identificar algum problema, a peça dá mais quilometragem, o consumo é mínimo e deslança bem. “Além disso, é bonito, o que chama a atenção do usuário que também exige uma viagem mais rápida e com segurança.” Segundo Nogueira, “os ônibus Scania são um bom produto para todos: usuário, mecânicos e empresários”.

A manutenção dos ônibus da Santa Izabel é feita na própria empresa, que tem 21 mecânicos. Como os ônibus são praticamente novos e não quebram tanto, estes profissionais estão mais livres, diz Melo. Tranquilo e aparentando não ter um perfil de empresário moderno, Melo surpreende e quebra essa falsa imagem quando fala em terceirização, mostrando que sua empresa está bem atualizada. Visando reduzir custos e agilizar a parte operacional, João Batista de Melo já estuda terceirizar alguns setores dentro da manutenção, como o de montagem, por exemplo. “O plano é implantar a terceirização dentro de um ano”, diz ele.



Além de ser a maior empresa do Noroeste mineiro, a Viação Santa Izabel está investindo não só em crescimento, mas em qualidade. "Estamos investindo no atendimento ao usuário que conta sempre com ônibus novos e confortáveis e também no quadro funcional que está passando por constantes cursos de treinamento. Para tanto, contratamos um psicólogo, um monitor e um profissional de recursos humanos que, juntos, procuram consci-

entizar os funcionários a serem parceiros da empresa. Ainda temos funcionários fazendo cursos de treinamento, aperfeiçoamento e profissionalização, principalmente sobre acidente de trabalho. Formamos uma CIPA com o objetivo de melhorar a empresa no âmbito interno e já estamos com mais de 1.500 dias sem nenhum acidente de trabalho", ressalta Melo.

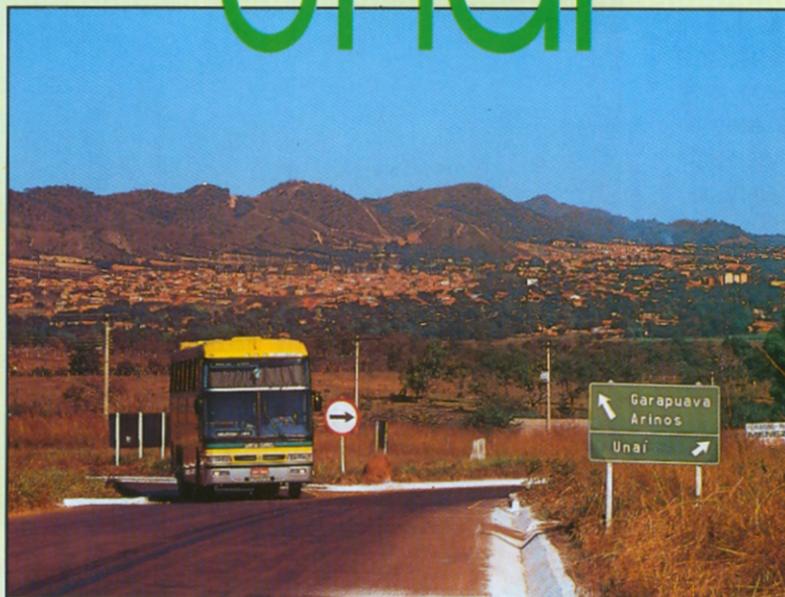
Desde 1994 a empresa, que é totalmente familiar, vem ampliando suas instala-

ções: escritórios e oficinas e, mais recentemente, partiu para a informatização. "Temos que estar atualizados para ganhar sempre da concorrência. Mas como já não tenho mais jeito para mexer com essas máquinas novas, deixei a responsabilidade da informatização da empresa nas mãos de uma das minhas filhas, Claudia, que está fazendo um excelente trabalho", diz o empresário com seu jeito tranquilo de mineiro. ●

Unai

Unai, um dos maiores municípios do Estado de Minas Gerais graças a fertilidade de suas terras e a proximidade da capital federal, tornou-se em apenas 53 anos de emancipação político-administrativa, o maior produtor de grãos do Estado e o centro regional de todo o Noroeste mineiro.

Considerada uma das 20 maiores cidades de Minas, tem uma população de aproximadamente 60 mil habitantes. "É uma região totalmente agropecuária - a maior atividade da região Noroeste mineira", diz o presidente da Câmara Municipal de Unai, vereador José Mário Kazmirczak. Segundo ele, Unai ocupa o terceiro lugar no Estado em termos de produção agrícola e tem o terceiro maior rebanho na pecuária



mil toneladas/ano e a de feijão atinge as 30 mil toneladas anuais. Do total da safra de milho, 90% são escoados para o próprio Estado. Já a soja é exportada para São Paulo, Brasília, Luisiânia e Uberlândia, segundo informações de Kazmirczak.

Como todo o transporte de grãos é feito por caminhões, a cidade de Unai vem registrando forte expansão nessa área. Só caminhões Scania,

há 35 na cidade e a frota vem sendo renovada nos últimos dois anos a um crescimento médio de 25% a 30%. Do total de veículos, pelo menos a metade tem uma idade média de 2 anos. O presidente da Câmara Municipal calcula que o transporte de grãos na cidade movimenta o equivalente entre 10 mil a 12 mil carretas por ano.

de corte. A pecuária leiteira é bem desenvolvida, atingindo uma produção de 180 mil litros/dia de leite, "o que dá para abastecer a cidade de Brasília".

Único município mineiro que faz divisa com o Distrito Federal, Unai, que fica a 600 quilômetros de Belo Horizonte, vem registrando crescimento na área agrícola desde 1978 com o cultivo da soja, milho, feijão e, mais recentemente, com o trigo. Também há pequenos núcleos de suinocultura e avicultura.

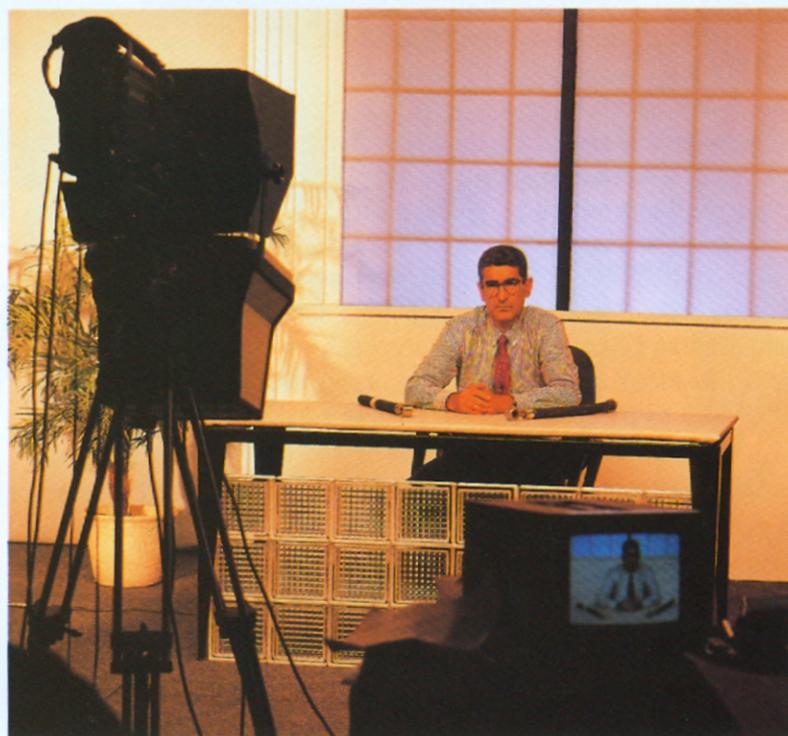
Celeiro da agricultura no Estado de Minas na área do milho, com uma área aplantada de 36 mil hectares, Unai produz cerca de 180 mil toneladas/ano de milho. A produção de soja é de 80

A Scania e a Assobrasc colocam no ar um programa específico para o treinamento de todo o pessoal da rede de concessionários da marca.

A preocupação da Scania em prestar um serviço cada vez mais eficiente e de estar sempre próxima a seus clientes, levou-a à criação da Rede 2000. Trata-se de um programa de treinamento via Embratel, feito em parceria com a Assobrasc, que vai ao ar quinzenalmente, às segundas-feiras, transmitido para todas as concessionárias da marca no Brasil. As imagens são captadas por antenas parabólicas e, para assistir o programa, basta sintonizar os canais de 2 a 6, polarização horizontal, na frequência 3930 MHz, às 8h15 e reprisado às 17h.

No ar desde agosto do ano passado, o programa conta com uma audiência média de 1.400 profissionais ligados às mais diversas áreas. Com uma linguagem simples e imagens dinâmicas, a Rede 2000 aborda assuntos que vão desde um determinado componente do caminhão até sofisticados sistemas de gerenciamento por computador. "O programa foi concebido para ser totalmente democrático, atendendo indiscriminadamente desde o faxineiro até o gerente-geral da concessionária", conta Jonas Kecorius Filho, do Treinamento de Vendas da Scania.

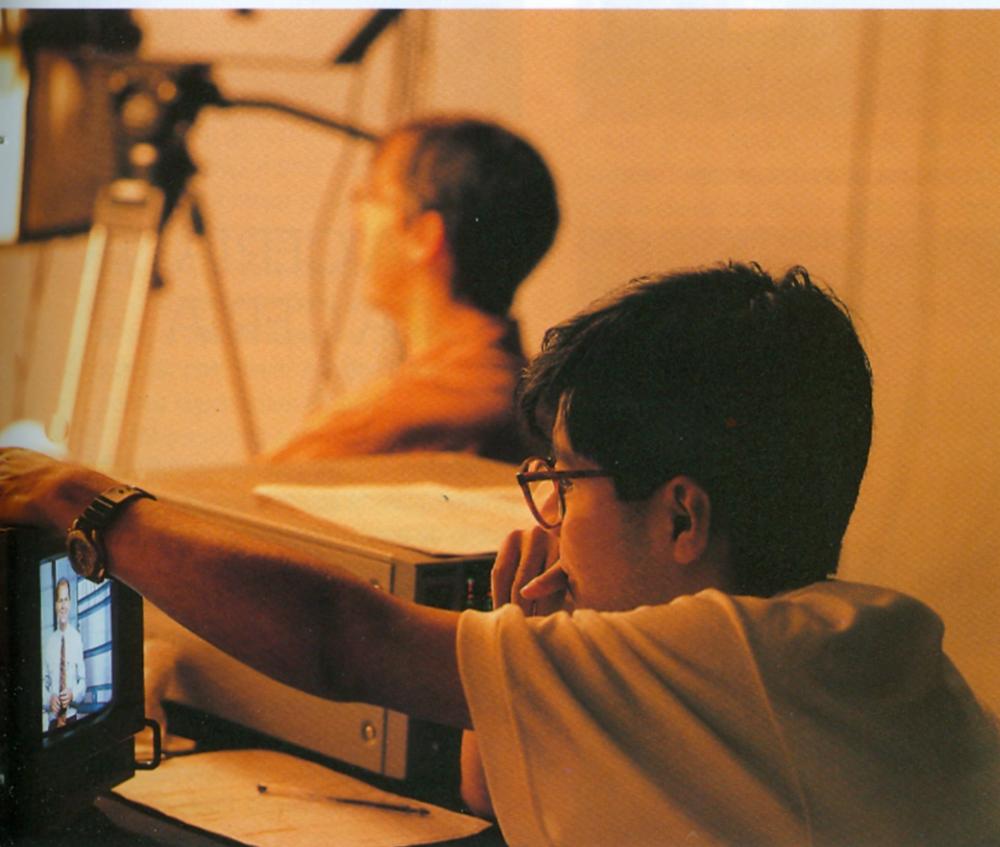
A idéia é fazer com que cada funcionário da rede de concessionários se programe para acompanhar, no horário mais con-





Fotos: Emanuel A. P.

to via satélite



veniente, o assunto de seu maior interesse. Para isso, a Scania envia com antecedência a todas as casas da rede os assuntos que serão abordados no mês. "O objetivo é atingir todos os funcionários dos concessionários, com o maior número de informações possíveis sobre a Scania, visando sempre um melhor atendimento a nossos clientes", assegura Valdir Merlini, da área de Propaganda da Scania, um dos responsáveis pela produção dos programas da Rede 2000.

Para que o programa de treinamento seja ainda mais agradável, a equipe de produção procura variar sempre os assuntos, ilustrando com imagens de exemplos práticos e intercalando notícias e novidades sobre a Scania no Brasil e no mundo. Dinâmica, a Rede 2000 versa em sua programação assuntos sobre atendimento, técnicas de vendas, modificações do produto, pós-venda, novos produtos, novos concessionários, etc. Porém, visando um maior aproveitamento dos telespectadores, cada um desses temas é esgotado num único programa cuja duração nunca ultrapassa uma hora.

Segundo Kecorius, o desenvolvimento desse programa de treinamento foi fundamental no sentido de estreitar e agilizar ainda mais a comunicação entre a Scania e sua rede de concessionários. "Os resultados estão sendo tão positivos que já estamos estendendo o programa para toda a América Latina", exulta. Além de treinar administrativa e tecnicamente todo o pessoal dos concessionários, a Rede 2000 também abre espaço para esclarecimento de qualquer tipo de dúvida referente à Scania ou às concessionárias.

Caso o concessionário necessite, pode solicitar para seu acervo uma cópia em fita de vídeo do programa. Tudo isso, com o objetivo número um de prestar um atendimento cada vez melhor aos clientes da marca. "Nosso público alvo é sem dúvida a equipe dos concessionários, mas o objetivo é capacitar essa mão-de-obra com um conhecimento cada vez mais aprimorado do produto", explica Merlini. ●

fatos

COMEÇA A OPERAR PRIMEIRO POSTO DE SERVIÇO SCANIA

Dentro da filosofia da Scania de estar sempre próxima ao cliente, a rede de concessionário acaba de dar o passo mais importante nesse sentido: a Brasdiesel, de Caxias do Sul/RS, inaugurou o primeiro posto de pós-venda da Scania, em Garibaldi/RS. Estrategicamente instalado na rodovia RST 470, km 63, importante corredor de grãos da região, o novo posto conta com 2,5 mil metros quadrados de área construída numa área de 4,2 mil metros quadrados. Além disso, o posto de serviço de Garibaldi conta com 22 boxes para ônibus e caminhões e, dos seus 32 funcionários, 17 são mecânicos especialmente treinados na própria Scania.

Segundo Roneire Antonio Menegasso, gerente-geral da nova casa, a instalação desse posto faz parte da estratégia da concessionária de prestar um melhor atendimento numa região que movimenta um grande volume de veículos da marca. E, de acordo com os números dos primeiros 17 dias de funcionamento, o mercado respondeu satisfatoriamente: foram 177 veículos atendidos. A capacidade de atendimento do posto de serviço de Garibaldi é de 300 veículos por mês.



PEÇA CERTA NA HORA CERTA

Para que o distribuidor tenha uma melhor administração de seu estoque de peças, no sentido de prestar sempre um pronto atendimento aos clientes da marca, a Unidade Comercial de Exportação promoveu, no Centro de Treinamento da Scania, o curso Controle de Estoque de Peças de Reposição destinado aos gerentes responsáveis pela programação de pedidos de peças do mercado latino-americano. O curso contou com participantes do Chile, Bolívia, Colômbia, México, Paraguai, Peru e Uruguai.

CONVENÇÃO BUSCA SATISFAÇÃO DOS CLIENTES



LANÇADA PEDRA FUNDAMENTAL DA UNIDADE COMERCIAL DE BUENOS AIRES

No final de abril, a Scania Latin America colocou a pedra fundamental para as futuras instalações da Unidade Comercial da Scania Argentina em Buenos Aires. A nova casa ficará num terreno de 24.980 metros quadrados localizado no km 34 da rodovia Panamericana (ramal Escobar), uma das mais movimentadas da capital portenha.

A escolha do local deveu-se à importância da rodovia dentro do Mercosul, pois é pela Panamericana que passa o maior volume de cargas oriundas dos negócios bilaterais entre Brasil e Argentina. Com a mudança da unidade comercial para Buenos Aires, a Scania Argentina pretende atender com maior eficiência todos os pontos importantes do país.

Na cerimônia estiveram presentes Leif Östling, presidente mundial da Scania; Nestor Rapanelli, diretor da Scania Argentina; Kaj Lindgren, presidente executivo da Scania Argentina; Hans Hedlund, presidente da Scania Latin America e da Scania do Brasil. A conclusão da obra está prevista para acontecer em meados de fevereiro do ano que vem.

A importância do mercado latino-americano para os planos mundiais da Scania pode ser medida num único número: 25% das vendas da marca no planeta concentram-se no continente. É, sem dúvida, o maior mercado mundial da Scania fora da Europa. E a região tem ainda grande potencial a ser explorado. Com o objetivo de analisar com mais propriedade as potencialidades desse mercado, a Unidade Comercial de Exportação promoveu em São Paulo e no Guarujá a Segunda Convenção Anual dos Distribuidores Latinos-americanos.

Participaram do evento representantes do Chile, Uruguai, Paraguai, Bolívia, Peru, Equador, Colômbia, Costa Rica, Guatemala e pessoal das áreas de exportação, finanças, marketing, pós-venda e produto da Scania do Brasil. A abertura da convenção, feita por Hans Hedlund, presidente da Scania Latin America, foi uma explanação sobre as principais novidades da Scania na América Latina.

Logo após, Esteban Gandulfo, diretor da Unidade Comercial de Exportação, explicou a importância de sua divisão dentro da organização Scania, a missão no mercado latino-americano e os objetivos. Seguindo a programação, os distribuidores tiveram oportunidade de conhecer o projeto Scania dos anos 90, uma filosofia mundial que vem modernizando a empresa desde a parte operacional (com máquinas e equipamentos de última geração) até o lado pessoal (investindo em treinamento e reciclagem de seus colaboradores).

Além da oportunidade de trocar experiências sobre as particularidades culturais, política e econômicas de cada país da América Latina, os distribuidores tiveram contato com o que



há de mais avançado no treinamento de representantes, como o Combat (programa de treinamento interativo através de PC) e o programa Rede 2000 (vide matéria pg 16).

A continuação do programa foi num hotel do Guarujá, litoral paulista, onde o palestrante e consultor de empresas, Carlos Altschul, da Argentina, fez uma série de trabalhos cujo tema principal esteve calcado na superação da qualidade dos produtos e dos serviços de pós-venda da Scania no sentido de buscar sempre a completa satisfação dos clientes, principalmente num mercado competitivo como o latino-americano.

No final do programa, uma novidade: o prêmio "Destaque Scania" nos mercados de exportação. Neste primeiro ano, o vencedor foi Miguel Rocca (foto acima), gerente geral do distribuidor José Maria Durán S.A., do Uruguai.



clientes



O primeiro P93 da região de Marília/SP é de Antonio S. Yamuchi.



Transportes Paludo é um fiel cliente Scania em Santa Catarina.



Mais dois R113 Topline adquiridos pela Transgobbi Transp., de Palmas/PR.



Entregue pela Itaim, o T113 de Joaquim Bezerra Silva vai mostrar sua força nas estradas nordestinas.



João Kuiaski Neto também descobriu as vantagens de ingressar no Consórcio Nacional Scania.



Antonio M. da Silva não pensou duas vezes antes de comprar seu primeiro pesado: escolheu Scania.



A mesma lei segue a família Stutz: caminhão novo é sinônimo de Scania novo.



Como todo o País, Rio Grande do Norte também prefere Scania. Para provar, veja as novas aquisições da Incajú, de Santa Cruz...



...E da Procópio Transportes, de Mossoró.



Transp. Migliavaca, levando para casa seu mais novo caminhão pesado Scania.



Valmor Floriano, orgulhoso de seu novo T113, levou seu filho para receber as chaves.



Os dois mais novos caminhões Scania da Virgílio Machado & Cia.



A família Ribeiro, de Rio Verde/GO, reuniu três gerações para receber o novo T113.



Mato Grosso do Sul também marca presença: esta é a entrega do primeiro Scania da VS Com. e Rep., de Douradina.



Mais uma entrega da região do Pantanal: é a do R113 Topline da Com. Sementes Guarujá. Já é o quinto da frota.



O feliz proprietário deste R113 de causar inveja é Alessio Savaris, de Lages/SC.



Estes dois T113 vão rodar nas estradas do Sul do país, nas mãos de Osmar J. Rossi.



A versatilidade do P93 é comprovada mais uma vez. Os irmãos Sola, por exemplo, transportam carne.



O primeiro P93 entregue no Maranhão é de José Eraldo Viana, já fiel usuário da linha de pesados.



Gilberto Lindemann, de Bagé/RS, levando para casa seu T113 completíssimo.



Transp. Sta. Izabel, de Pelotas/RS e seu T113.



A opinião do motorista também é importante na compra de um pesado novo. A Cassol transp., do RS, ouviu e escolheu: R113 Topline.



O interior de São Paulo está mais bonito com este R113 Topline da Transp. Nova S. Roque.



Após muitos anos de trabalho, mais um sonho realizado: o primeiro Scania 0 km de José R. Aparecido Silva.



O reluzente Scania da foto é a nova aquisição da Fagundes Inst. Ind., de Canoas/RS.



Valdeney de Carvalho trabalha com transporte de cereais em Pilar do Sul/SP. Adivinhe com qual caminhão ele faz questão de rodar?



Trans Sencar só compra caminhões Scania. Este é o décimo da frota.



No 3o. Salão Automotivo do Mercosul a Sélio Transportes, de Novo Hamburgo/RS, não resistiu e levou o T113 série especial exposto.



Este grupo, formado por motoristas da Transp. Valdatta e da Latin Cargo, ambas do Chile, é o fundador do "Clube de motoristas Scania do Chile". A idéia foi tão bem aceita que o grupo será coordenado pelo depto. de pós-venda da própria Scania do Chile.



Genório de Carvalho tem 15 anos e mora em Teresina, PI. Ele sonha estar no alto de uma cabine de um Scania mas, por enquanto, fica só no desenho. Mais tarde, quem sabe...

clube do rei

Diecson T. da Cunha, de Caçapava do Sul/RS, personalizou este P93 caprichando nas cores e detalhes.

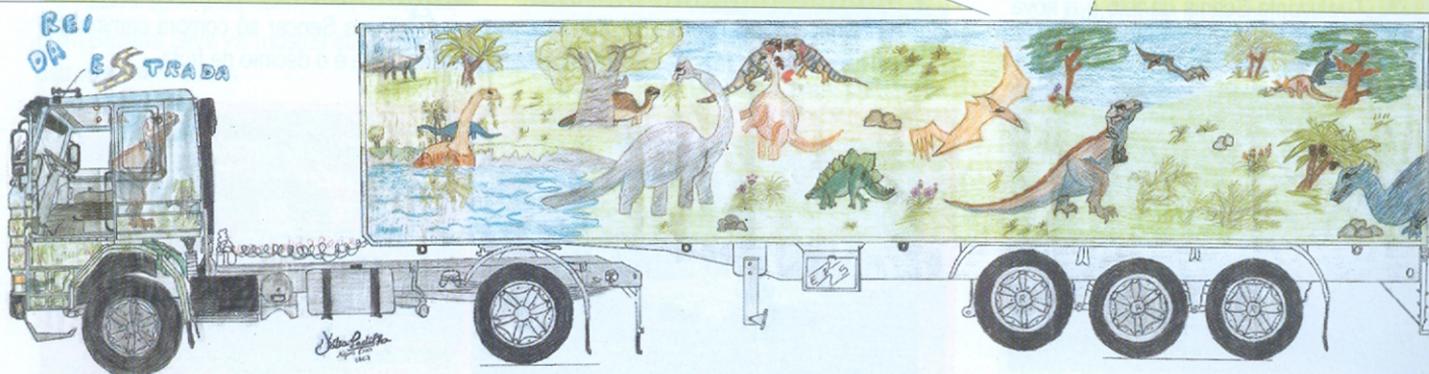


O "Motor Truck Collection" é um clube de admiradores de caminhões que já soma em seus arquivos mais de 800 itens, entre prospectos, catálogos e fotos. Quem quiser se inscrever ou trocar material é só escrever para eles. Anote aí:

Motor Truck Collection -
A/C André Garcia Calegari
R. Santa Cruz, 14 - Valinhos
CEP 99.042-030 - Passo Fundo - RS



O primeiro desenho do "caminhão do Séc. XXI", a Série 4 recém-lançada na Europa, é de Anderson C. de Oliveira, de Brotas/SP.



Quem pensa que as garotas não participam do "Clube do Rei" se enganou. Kátia Padilha, de Água Doce (SC), mandou este R113, provavelmente inspirada no filme "Parque dos Dinossauros".



Genório de Carvalho tem 15 anos e mora em Teresina, PI. Ele sonha estar no alto de uma cabine de um Scania mas, por enquanto, fica só no desenho. Mais tarde, quem sabe...

clube do rei

Diecson T. da Cunha, de Caçapava do Sul/RS, personalizou este P93 caprichando nas cores e detalhes.

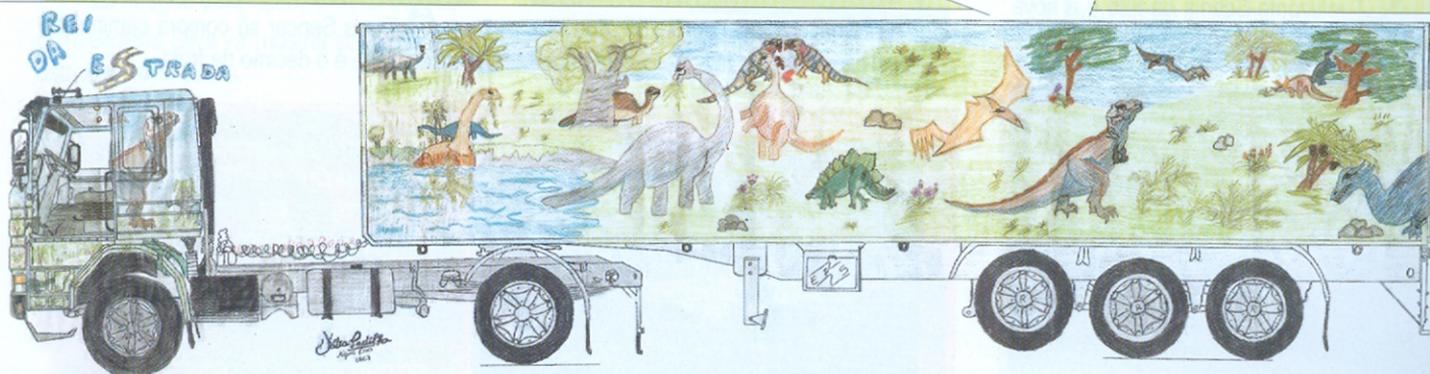


O "Motor Truck Collection" é um clube de admiradores de caminhões que já soma em seus arquivos mais de 800 itens, entre prospectos, catálogos e fotos. Quem quiser se inscrever ou trocar material é só escrever para eles.
Anote aí:

*Motor Truck Collection -
A/C André Garcia Calegari
R. Santa Cruz, 14 - Valinhos
CEP 99.042-030 - Passo Fundo - RS*



O primeiro desenho do "caminhão do Séc. XXI", a Série 4 recém-lançada na Europa, é de Anderson C. de Oliveira, de Brotas/SP.



Quem pensa que as garotas não participam do "Clube do Rei" se enganou. Kátia Padilha, de Água Doce (SC), mandou este R113, provavelmente inspirada no filme "Parque dos Dinossauros".

SCANIA PLUS 24.

ATENDIMENTO DE EMERGÊNCIA

24 HORAS POR DIA/365 DIAS POR ANO.



A importância de rapidez máxima no atendimento de emergência não precisa ser enfatizada. Índices de produtividade mais elevados têm relação direta com o menor tempo do veículo parado.

Com a finalidade de obter maior eficiência de seu Scania, colocamos agora à sua disposição um novo serviço em todo o Brasil: Scania Plus 24 - Atendimento de Emergência. Este serviço funciona 24 horas por dia/365 dias por ano, através de uma simples ligação telefônica gratuita. Desejamos sinceramente que você rode tranquilo e nunca precise utilizar este serviço. Mas, se e quando precisar, o Scania Plus 24 estará a postos para atendê-lo o mais rapidamente possível. Boa viagem.

0800 19-4224



SCANIA

S E M P R E J U N T O D O C L I E N T E