

Volvo

Eu Roddo

PUBLICAÇÃO DA VOLVO DO BRASIL VEÍCULOS LTDA. ♦ 1998 ♦ ANO XV ♦ Nº 82

Vale da Lua.
Nas fronteiras
da América





VOLVO

NUNCA A RELAÇÃO CUSTO X BENEFÍCIO TEVE TANTOS BENEFÍCIOS.

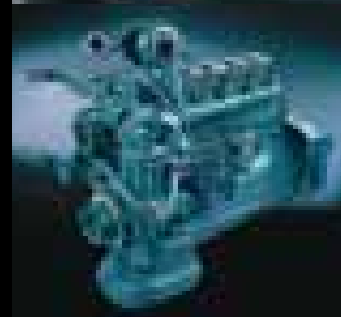


EQUIPAMENTOS	NL12 EDC 360	CONCORRÊNCIA*
MOTOR COM GERENCIAMENTO ELETRÔNICO	STANDARD	NÃO DISPONÍVEL
SISTEMA DE DIAGNÓSTICO ELETRÔNICO	STANDARD	NÃO DISPONÍVEL
PILOTO AUTOMÁTICO	STANDARD	NÃO DISPONÍVEL
BLOQUEIO DO DIFERENCIAL	STANDARD	OPCIONAL
TANQUE DE COMBUSTÍVEL DE ALUMÍNIO	STANDARD	NÃO DISPONÍVEL
AR-CONDICIONADO INTEGRAL	STANDARD	OPCIONAL
COLUNA DE DIREÇÃO COM AMPLA REGULAGEM	STANDARD	NÃO DISPONÍVEL
ALTURA INTERNA DE CABINE MAIOR QUE 1,78m	STANDARD	NÃO DISPONÍVEL
PORTA-OBJETOS SOB A CAMA COM SEPARADORES	STANDARD	NÃO DISPONÍVEL
FARÓIS DE SEGURANÇA "LUZ DO DIA"	STANDARD	NÃO DISPONÍVEL

* NA MESMA FAIXA DE POTÊNCIA.



A DIFERENÇA.



VISITE NOSSO SITE NA INTERNET

Um mercado emergente

A história da Volvo no mercado da América é antiga. E, sem dúvida, é uma história de sucesso. Dos primeiros caminhões Vikings do início dos anos 30 ao avançado Globetrotter dos anos 90, nossos produtos, incluindo também ônibus e automóveis, povoam ruas e estradas do Continente. Uma prova de reconhecimento do mercado pela qualidade, segurança e cuidado com o meio ambiente, de uma marca que trabalha diariamente para oferecer aos seus clientes produtos cada vez melhores.

Foi sob este espírito que o primeiro lote de caminhões deixou a Suécia, para cruzar o Oceano e desembarcar em terras sul-americanas, após uma longa jornada. O ano era 1934. O destino era o Brasil. Um território pouco conhecido, contudo promissor. Mesmo num país distante e desconhecido, os fundadores da Volvo colocaram em prática o sonho que tinham de levar a empresa que criaram para todos os cantos do planeta.

O desafio foi vencido. A marca alcançou sucesso rapidamente, consolidando sua posição no mercado. Era apenas o começo da saga Volvo no país. Ao longo dos anos, toda a América do Sul conhecia a mais avançada tecnologia para transporte de carga e de passageiros. Um sucesso que foi decisivo para a empresa instalar uma fábrica em Curitiba, na década de 70, que hoje é responsável por todos os mercados da América Latina.

A estabilidade política e econômica dos países latino-americanos é uma realidade. O continente é muito atrativo e dá mostra que caminha para uma rota segura de crescimento e desenvolvimento. O Mercosul está praticamente consolidado e com o interesse cada vez maior de outros países da região de fazer parte desse bloco, a América do Sul irá, inevitavelmente, crescer muito nos próximos anos.

E a Volvo não pode deixar de participar desse crescimento. Nesse contexto, a Volvo do Brasil está assumindo uma importância estratégica para expansão da marca no mercado latino-americano. A unidade brasileira está realizando investimentos elevados, que vão torná-la ainda mais competitiva. Não tenho dúvidas que a fábrica do Brasil, junto com sua rede de concessionários, importadores e parceiros de negócios, está preparada para dar continuidade a história de sucesso da marca, derrubando novas fronteiras, desbravando novos caminhos pelo continente.



Karl-Erling Trogen

Presidente da Volvo Truck Corporation

Eu Rodo

Revista editada pela Volvo do Brasil Veículos Ltda. ♦ Avenida Juscelino Kubitschek de Oliveira, 2600 • CIC • Cx Postal 7981
CEP 82260-900 • Curitiba, PR • Telefones 041 317 8633 PABX • Fax 041 317 8403 • <http://www.volvo.com.br>

Editor Executivo: Solange Fusco ♦ **Editor Responsável:** Valter Viapiana (MTB 3418/13/29) ♦ **Redação:** Luiz Carlos Beraldo e Valter Viapiana
Projeto Gráfico: Saulo Kozel Teixeira ♦ **Foto de capa:** Ito Cornelsen ♦ **Diagramação e Editoração Eletrônica:** Tempo Integral Editora Ltda.
Fotolitos: Fotolaser ♦ **Impressão:** Gráfica e Editora Posigraf ♦ **Tiragem:** 30.000 exemplares ♦ Filial à Aberje.

Volvo Car



S80: top de linha da Volvo

Com inovações tecnológicas de última geração, o S80 é apontado como o carro mais seguro do mundo

Pág. 22

Silvio Aurichio



Transbanco muda. Para melhor

Sob nova direção, banco faz uma ampla reestruturação. E quem ganha é o cliente

Pág. 18

Opinião	4
Rede Volvo	13
VCE	14
Mecatrônicos	16
Empresa de sucesso	20
Volvo Penta	24
FH12 Globetrotter	28
Volvo On Line	32
Volvo Ocean Race	34
Cartas	35

Ito Cornelsen



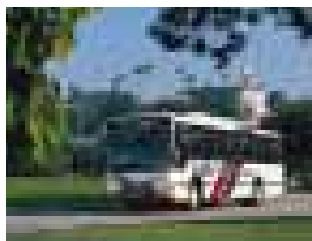
Pelos caminhos da América

Caminhões e ônibus Volvo atravessam fronteiras e povoam as estradas dos países sul-americanos

Pág. 6 a 12

Conforto e segurança

Ito Cornelsen



Rio de Janeiro renova frota e oferece aos passageiros ônibus com ar-condicionado, TV e vídeo

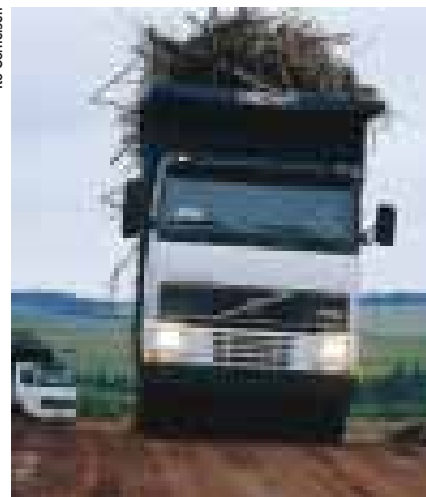
Pág. 26

Bom até na roça

FH comprova na prática por que é o melhor do mundo, em todos os lugares

Pág. 30

Ito Cornelsen



Derrubando **fronteiras** na **América** do Sul

Reportagem: Valter Viapiana e Marta Feldens
Fotos: Ito Cornelsen

Uma viagem pela Argentina e Chile,
duas nações de contrastes, separadas
pela Cordilheira dos Andes.
Uma na rota da estabilidade.
A outra ampliando a competitividade



Chile! Conhecido como um dos confins do mundo, onde o continente sul-americano desaparece sob as águas do mar de Drake. Terra de vulcões, desertos, lagos e, claro, neve. Partindo das áridas planícies desérticas ao norte, o território chileno se estende até as geleiras austrais, algo assim como o sul do Sul do mundo.

Começamos pela região norte do país, vasta e desértica, rica em minérios. Ali vivem sob o abrigo dos vulcões alguns povos místicos. Está também o famoso deserto de Atacama, notável por suas cores e formas rochosas. Visitamos o Vale da Lua (Vale de la Luna – foto de capa) com a transportadora Molina. O amanhecer dá o tom da beleza do lugar.

Descendo para a região central, destaca-se a agricultura ao pé da Cordilheira dos Andes e de cara para o Pacífico. É nesta parte que vive a maioria da população de 14 milhões de habitantes do país. Somente em Santiago, a capital, vivem cinco milhões. Partindo para o Sul encontramos os vinhedos, cuidadosamente tratados, de onde saem os melhores vinhos produzidos no país. Por último os lagos do extremo Sul, uma área pouco conhecida pelos próprios chilenos.

A capital. Chegamos em Santiago à noite, mas uma cortina de fuma-



A beleza das praias no Pacífico, como Vina del mar, e as estações de esqui nos arredores de Santiago, fazem do Chile um atrativo para os turistas. Um vasto território, longo e estreito, que deslumbra pelas suas paisagens

ça chamou-nos a atenção. Logo descobrimos o motivo. Encravada na Cordilheira dos Andes, a cidade vive um dilema: a poluição do ar. Há muitos anos sua população não consegue ver o cume das montanhas. Afora as discussões que envolvem a volta do general Pinochet como senador vitalício, o tema poluição domina o noticiário das tevês e jornais. A gravidade do problema levou a pesquisas para explodir parte da Cordilheira. Parece absurdo e até impossível, porém os chilenos acreditam que esta seria a solução, permitindo a entrada dos ventos do Pacífico, levando embora o ar poluído que congestiona os céus de Santiago e atormenta a vida das pessoas. Enquanto a solução não chega, a população vai enfrentando o rodízio, que os paulistanos conhecem tão bem.

É nesse cenário que a Volvo conquista cada vez mais a preferência dos chilenos, com ônibus avançados e adequados às normas Euro II de emissão de poluentes. Os modelos B10M EDC, produzidos pela Volvo do Brasil, começaram a operar em Santiago em 1997 e hoje são a melhor alternativa para o transporte urbano de passageiros. "Temos de oferecer à população ônibus confortáveis e que atendam também as rigorosas exigências ambientais, o que no final traz melhoria para a qualidade de vida das pessoas", afirma Oswaldo Schmitt, diretor de Marketing de Ônibus e Exportação da Volvo do Brasil.

Modelos de ônibus como os B10M, que eram uma tendência, já se transformaram em exigência no mercado. E se o assunto é tecnologia, a Volvo está bem adiantada em suas pesquisas e desenvolvimento de produtos, com novos modelos e diferentes alternativas de combustível, como por exemplo, ônibus movidos a gás natural. "A Volvo não fabrica apenas ônibus, desenvolve também soluções para transporte de passageiros", resalta Oswaldo Schmitt.

Maximiliano Silva acredita na marca Volvo há muitos anos. Ele é um dos empresários que importou o B10M EDC para o transporte urbano de Santiago, em 1997. "A cidade só vai resolver os problemas de poluição com novas tecnologias", afirma. Aprovados pela legislação, os novos ônibus também fazem sucesso entre os passageiros. "Nosso maior desafio sempre foi oferecer qualidade aos usuários", preocupa-se.

Conforto! Eis a palavra chave para a empresa Pulman Sur, que percorre

30 mil quilômetros/mês entre Santiago, Buenos Aires e Assunção, optar também por modelos Volvo B12 e B10M em suas operações de transporte rodoviário e de turismo. Dom Manuel Espindola Sanches, dono da empresa e seu sócio Maximiliano Silva foram os primeiros a importar ônibus Volvo do Brasil. Hoje eles têm 60 veículos da marca. E explicam a preferência: "Quem atravessa a Cordilheira dos Andes, como nós fazemos, um veículo de 400 cavalos de potência, como o B12, não tem concorrentes".

Mas a Volvo também recebe elogios quando o assunto é caminhão. Os FH estão por todas as estradas chilenas. Nas empresas que fazem transporte internacional é o preferido. "Para quem viaja até duas semanas para chegar ao destino, parando dias em alfândegas, o conforto é fundamental", revela Pablo Aviles, da Transportes Astudillo e Hijos S.A., de Santiago. Mas não é só isso, "o caminhão precisa ter uma velocidade média elevada e nisso o FH é imbatível", completa o empresário.

Argentina! Deixamos o Chile para trás e partimos rumo à Argentina. Buenos Aires não tem a poluição de Santiago, mas é também uma metrópole. Conhecida como a cidade das luzes, numa alusão a Paris, é considerada a mais européia das cidades sul-americanas. Tem um povo fanático por futebol, como o brasileiro. Lá os estádios de futebol se chamam "canchas".

Mas não é só no futebol que a Argentina se parece com o Brasil. Com cerca de 32 milhões de habitantes, a economia também é similar à brasileira. A modernização do país teve início há não mais que uma década, derrubando elevados índices inflacionários. Caminhando pela Florida, a mais famosa avenida de Buenos Aires, é possível ouvir opiniões bastante otimistas. Claro, nem tudo são flores, o desemprego é a maior preocupação e provavelmente o assunto principal dos argentinos.

As transformações não se restringem à economia, o transporte de cargas também vive uma nova realidade. Com uma frota de 200 mil caminhões, com idade mé-



Maximiliano e Dom Manuel, da Pulman Sur

dia de 17 anos, o país caminha para uma renovação da frota. Nada que vá acontecer de um dia para o outro, afinal são caminhões que estão nas mãos de cerca de 80 mil frotistas. Dá para contar nos dedos as empresas com 50 caminhões. "A grande maioria dos frotistas não tem mais de três veículos", diz Hugo Castagnasso, gerente-geral da Renka, importador Volvo na Argentina.

Mesmo com a renovação ainda um pouco distante, a Renka aumenta suas vendas ocupando espaço dos concorrentes. Sem uma fábrica na Argentina, a Volvo já é dona de 12% do mercado de pesados. Uma participação nada desprezível para quem começou a operar em 1992, comercializando naquele ano 42 caminhões.

Numa rápida visita ao Mercado Central de Buenos Aires encontramos um caminhão NL 320 EDC. O local é perfeito para perceber quão antiga é a frota de caminhões argentina. O EDC se destaca entre caminhões que já passaram dos 30 anos. "Ele impressiona, transporta um volume maior e garante a entrega de frutas e verduras no prazo, sem prejuízo", diz o motorista José Oscar Pereira, da Trans Sapia, uma das empresas que apostou no EDC e já colhe bons frutos.

Não é só o transportador que anseia por veículos mais modernos. O dono da carga também. Numa concorrência, o modelo de caminhão faz diferença. Quem conta é o empresário Dom Vernengo, da Transportes J.R.. "Quando mostramos o FH



"Os clientes têm confiança no produto, porque sabem exatamente o que estão comprando"

Hugo Castagnasso
Gerente-Geral da Renka





Dom Vernengo, e os filhos

"Quando mostramos o FH para o cliente ele ficou impressionado com a modernidade. O FH é um caminhão de outro mundo"

para o cliente ele ficou impressionado com a modernidade", revela. A empresa ganhou a concorrência.

Percorrendo todo o país sempre movendo carga seca, a Vernengo opera em 90% dos casos com cargas em sistema *just-in-time*. Dom Vernengo diz que quanto mais rápido o caminhão, menos estoque e mais lucro para as empresas. Um dos filhos, Ricardo, é engenheiro mecânico e sabe comparar marcas de caminhão. "O FH é um caminhão sem concorrentes". Em tempos bicudos, se o controle é fundamental, o modelo de caminhão também. "Não se pode aumentar a tarifa, é preciso aproveitar todas as vantagens que a tecnologia oferece" ensina.

É nesses mercados, o argentino, condensado por uma frota antiga de caminhões, e o chileno, um dos mais competitivos do mundo, que a Volvo do Brasil rompe fronteiras, aumenta suas vendas e se torna a marca preferida dos transportadores de carga e de passageiros.

Retrato de um mercado emergente

Se os grandes mercados internacionais – o norte-americano e o europeu, especialmente – já começam a dar mostras de saturação, o continente sul-americano é um mercado emergente



B10M EDC já é a melhor opção de transporte urbano na cidade de Santiago, no Chile

Os economistas garantem: “as economias dos países da América do Sul estão em fase ascendente e seus mercados ainda têm muito potencial para crescer”. Bons exemplos são Argentina e Brasil. As transações entre os dois países são dez vezes maiores hoje do que há 10 anos. “Temos dúvidas se esse mesmo crescimento que estamos vivenciando ocorrerá nos Estados Unidos ou na Europa”, confirma o diretor de Marketing de Ônibus e Exportação da Volvo do Brasil, Oswaldo Schmitt.

Além da economia melhorando, o continente sul-americano se tornou atrativo porque deu mostras de que também no aspecto político caminha para a estabilidade, o que garante a continuidade das medidas que se refletem na atividade econômica. “Um exemplo é o caso do Brasil, que nos últimos quatro anos viveu uma verdadeira revolução, passando do descontrole inflacionário para a estabilidade da moeda. Ainda tem taxas de desemprego elevadas, mas mantém o crescimento da economia”, ilustra Schmitt.

Com uma população de 300 milhões de habitantes, renda per capita

de US\$ 4 mil ao ano, Produto Nacional Bruto de US\$ 1,3 trilhão e crescimento previsto de 3% nos próximos anos, o continente sul-americano é um filão realmente promissor. “Isso assegura o crescimento nas vendas de veículos grandes”, anima-se Schmitt.

O mercado anual é de 33 mil caminhões. Pelo menos 80% deste mercado está centralizado no Mercosul – bloco econômico formado pelo Brasil, a Argentina, o Uruguai e o Paraguai. Há ainda participações significativas do Chile e da Colômbia. Um dado que revela o

quanto ainda dá para este mercado crescer é o comparativo com Europa e Estados Unidos. O mercado europeu é de 180 mil caminhões pesados para este ano e o norte-americano deve chegar aos 200 mil.

Em ônibus pesados o mercado anual sul-americano é de 17 mil unidades, das quais 13 mil são comercializadas no próprio Brasil. A participação da Volvo ainda não é a desejada. “Um quadro que deve mudar”, avisa

Oswaldo Schmitt. O certo é que o mercado de ônibus na América do Sul é vasto. “A população é relativamente grande; o poder aquisitivo e a estrutura viária não permitem mais a expansão do transporte individual; resta o transporte coletivo”, diz. E o que já existe também precisa ser melhora-

"A Volvo não fabrica apenas ônibus, desenvolve também soluções para transporte de passageiros nas cidades"

Oswaldo Schmitt
Diretor de Marketing da Volvo



do. "O sistema de transporte de massa na América Latina como um todo deve mudar para algo mais digno e humano, mais compatível com os confortos da vida moderna", completa.

Para a área de caminhões, a Volvo começou o ano de 98 com a produção em Curitiba do FH, o Globetrotter, que já está sendo exportado para os países da América do Sul. O FH já estava no continente, importado da Europa, mas agora ficará mais disponível. Este ano a Volvo do Brasil já irá produzir 1000 unidades do famoso "carachata", contra 5000 do tipo convencional, com capô.

Segundo Oswaldo Schmitt, é a unidade do Brasil da Volvo a responsável pelo atendimento a todo o mercado sul-americano de caminhões. Em ônibus, a área de atuação da Volvo do Brasil é ainda maior, englobando toda a América Latina e áreas específicas da Ásia e da África.

Os brasileiros e a América do Sul. O mercado de exportações brasileiras em caminhões para a América do Sul no ano passado ficou em torno de 4500 unidades, das quais boa parte foi da chamada *baby-class*, mais leves, segmento em que a Volvo não atua. De acordo com o gerente de vendas de exportação da Volvo do Brasil, Ayrton do Amaral Filho, ainda assim foi um dos melhores anos para a empresa, que vendeu 564 caminhões e obteve 13% de *market share*, não incluindo aí 200 caminhões Volvo importados da Europa e vendidos para o Chile. Nos primeiros quatro meses de 98, já foram exportados 168 caminhões.

Em ônibus, as exportações de 97 Volvo para a América Latina atingiram 560 unidades. Entre janeiro e abril deste ano, já foram vendidas 206 unidades. Para o ano todo, a expectativa é ultrapassar o recorde de 1124 veículos (caminhões e ônibus) exportados em 97, segundo Ayrton.

Argentina, o segundo mercado. Depois do Brasil, a Argentina é o maior mercado para caminhões pesados na América do Sul. E é também onde as indústrias brasileiras mais vendem, chegando a 3500 unidades/ano. Em 97, a Volvo atingiu 12% de participação neste mercado, com 400 unidades exportadas.



"Nosso produto tem aceitação muito grande e a expectativa é de que, com mercado livre, passemos a ter uma participação igual à que temos no Brasil"

Ayrton Amaral
Gerente de Exportação da Volvo

para uma participação mais efetiva da Volvo naquele mercado. "Nosso produto tem aceitação muito grande e a expectativa é de que, com mercado livre, passemos a ter uma participação igual à que temos no Brasil".

A Volvo do Brasil vende caminhões e ônibus na Argentina desde 1992. Em seis anos atingiu um prestígio tal que a demanda do mercado é muito maior que a oferta. E sabe que boa parte deste sucesso ela deve ao seu importador, a Renka, que inovou na comercialização e no pós-venda e acertou em cheio na assistência técnica.

Edegaro Iriarte, dono da Renka, quando começou, percebeu que as cotas de caminhões que iria importar eram muito pequenas para justificar a abertura de concessionárias pelo país. Mudou o conceito e foi até as cidades principais, onde escolheu as melhores oficinas mecânicas para que prestassem atendimento Volvo, paralelo ao de outras marcas, mas com

Ayrton Amaral estima que para 98 as vendas para a Argentina experimentem um crescimento significativo: 25% em relação a 97. "Vamos começar a vender um de cada quatro caminhões pesados que forem comercializados lá", prevê. O sistema de cotas usado hoje é, segundo ele, a única limitação

ferramentas especiais, peças originais, e mecânicos treinados.

A novidade se tornou um sucesso. Hoje há uma rede de 12 pontos de assistência técnica espalhados pela Argentina, garantindo atendimento rápido aos usuários dos veículos Volvo. Isto somado a uma política de lucros mínimos, com margens mais competitivas, e à qualidade indiscutível do produto, garantiu uma aceitação excelente da marca naquele país. Tanto que a Volvo deve chegar ao fim de 98 com 15% do mercado de pesados, apesar da limitação das cotas.

Chile, o mercado mais competitivo. Segundo maior mercado sul-americano para a indústria brasileira de caminhões, o Chile é a menina dos olhos das grandes marcas, mas é também um dos mais disputados em todo o mundo. Lá competem pelo menos 33 diferentes marcas de pesados do Brasil, México, Estados Unidos, Canadá, Rússia, países do Leste Europeu e países asiáticos.

A marca Volvo tem no Chile uma imagem muito boa e a responsabilidade de atender à demanda é da Volvo do Brasil. Foi ela a responsável pela entrada naquele país, em 97, de 200 caminhões importados da Europa, além de 40 caminhões brasileiros produzidos em Curitiba. Mas a Volvo espera mais do mercado chileno, que chega a 3000 unidades por ano e que, por conta de um acordo bilateral firmado no ano passado com o Brasil, passou a oferecer vantagens à indústria brasileira. "Continua sendo o mercado mais aberto e mais disputado de toda América Latina", constata Ayrton.

Com a produção do FH, a Volvo já pode atuar de forma mais agressiva



Caminhoneiros elogiam o FH: "Imbatível para viagens internacionais"



Imagem rotineira no Vale da Lua: caminhões FH da Transportadora Molina enfrentam o calor do deserto chileno

naquele mercado. A legislação do transporte de cargas favorece o uso de caminhões frontais. País em que as estradas estão privatizadas, o Chile exige que as indústrias se adaptem em questões técnicas e o mercado exige preços competitivos.

Outra parcela da busca por uma fatia maior no Chile é de responsabilidade do importador – a Ditec – que está fazendo uma série de investimentos em vários pontos do país. Em Santiago estão sendo investidos mais de US\$ 5 milhões na construção de uma nova oficina, melhor localizada e dotada dos mais modernos equipamentos. Recentemente a Ditec inaugurou uma filial em Concepción e está em vias de inaugurar outra, esta no Norte, na cidade de Antofagasta.

A empresa faz ainda obras para a renovação da filial de Temuco, no Sul, e investe pesado em serviços e peças, buscando maior competitividade neste segmento. “Há um investimento pesado em pós-venda. E com uma vantagem em termos de competitividade: para o Chile podemos trazer os produtos de onde eles forem mais competitivos, seja da Europa, dos Estados Uni-



Mercado Central em Buenos Aires

dos ou do Brasil”, diz Ayrton.

Na área de ônibus, a Volvo está iniciando uma parceria de futuro com o mercado chileno: uma experiência com ônibus a gás para cidade de Santiago, que sofre com sérios problemas de poluição urbana. Além desta experiência, que deve trazer frutos em curto prazo, a Volvo a partir deste ano,

adotou em todos os seus ônibus o padrão de emissão Euro-II, exigido na Europa, com níveis baixos de ruído e fumaça.

O mercado chileno de ônibus foi em 97 maior que em outros anos, inclusive maior do que se espera para 98. Por conta de uma grande renovação da frota urbana de Santiago, só para as indústrias brasileiras esse mercado chegou a 500 unidades. A Volvo vendeu 155 ônibus, todos para a frota urbana da capital. Em 98, o mercado para as fábricas brasileiras é estimado em até 400 unidades e a Volvo espera manter seu patamar em torno de 150.

O resumo dessa ópera é que a América do Sul se consolida como um mercado emergente, com grande potencial para os próximos anos, quando é esperada a liberação total das tarifas para o Mercosul. Com o interesse chileno de participar, bem como de outros países sul-americanos – ver reportagem na próxima edição da **Eu Rodo** –, a economia da região apresenta fortes indicativos de que está criando uma base sólida de crescimento. ◆

Em sua quarta gestão, **Alarico** busca ampliação da **rede**

Até abril do ano 2000, a Abravo – Associação Brasileira dos Revendedores Volvo – terá na sua presidência um velho conhecido do segmento de concessionárias de veículos. Alarico Assumpção Júnior acaba de assumir sua quarta gestão na entidade.

Um profundo conhecedor das aspirações dos associados da Abravo e perfeito em seu papel de elo de ligação entre eles e a Volvo do Brasil, Alarico tem como metas principais nesta gestão o aumento da rede de concessionárias. Hoje são 74 casas, 27 delas matrizes, pertencentes a 16 grupos econômicos. A meta da associação é chegar a 100 “até a virada do século”, revela o presidente da entidade.

Outra luta importante, e para a qual o aumento da rede irá contribuir significativamente, é a busca contínua pela liderança no mercado de pesados no país, aliada à maior rentabilidade no negócio das vendas. Foi pensando nisto que a Abravo pleiteou junto à Volvo a produção do FH12 – o “cara-chata” – no Brasil. E é neste segmento que as vendas esperam a maior reação, uma vez que a produção do caminhão na fábrica de Curitiba já começou.

Alarico mantém entre suas metas o que já é uma tradição entre a rede e a indústria. “Nossa qualidade de relacionamento com a Volvo é impecável e a manutenção desse bom relacionamento é uma prioridade”, diz. Ele garante ainda que a entidade continuará buscando permanentemente o treinamento do quadro técnico e de marketing das concessionárias. “A busca do atendimento com qualidade em todos os serviços é o nosso maior desafio”, justifica.

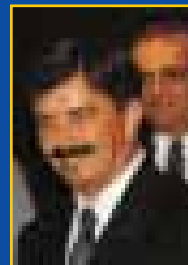
O presidente da Abravo ressalta a rapidez com que a rede sempre recebeu as novidades da indústria. “Nos lançamentos de produtos, na evolução permanente do que oferece a Volvo, a rede sempre esteve aparelhada, com pessoal treinado e estrutura adequadas. Somos pontas-de-lança nos negócios da Volvo”.

Esta garantia de bons serviços na rede irá continuar, promete Alarico. “Todas as 74 lojas nossas são concessionárias plenas, que vendem veículos, peças de reposição, prestam assistência técnica e serviços com mão-de-obra qualificada”. A localização das vendas, ao longo dos principais eixos rodoviários do país, também ajuda. Mas o mais importante, resume Alarico, “é a satisfação dos clientes”.



Carlos A. Feio Ribeiro, Luiz Paulo Link Jardim, Alarico Assumpção e Marcelo Franciulli

“Nossa qualidade de relacionamento com a Volvo é impecável e a sua manutenção é uma prioridade”



Presidente da Volvo Ulf Selvin na posse de Alarico; Francisco Garcia, novo Diretor Comercial da Abravo; e a antiga diretoria que deixa o cargo com muitos avanços





Motoniveladoras Champion: agora no Brasil

Com a introdução das primeiras unidades das motoniveladoras Champion, a VCE passa a oferecer ao mercado brasileiro uma completa linha de produtos para todos os segmentos em que atua

A empresa, que já produz diversos modelos de pás-carregadeiras, escavadeiras, caminhões rígidos fora-de-estrada e também caminhões articulados, passa agora a oferecer ao mercado as internacionalmente consagradas motoniveladoras da marca que foi adquirida pela Volvo Construction Equipment no ano passado.

Apesar de pouco conhecida no Brasil, em muitos países da América do Sul a marca Champion "está para motoniveladoras da mesma forma que a palavra Gillette está para lâminas de barbear", explica Oswaldo Tuacek, Diretor Presidente da VCE, Volvo Equipamentos de Construção. Um exemplo citado por Tuacek é a Argentina, onde os operadores de motoniveladoras são chamados de "championistas", independente da marca do produto.

A Champion Road Machinery Limited, adquirida pela VCE em março de 1997, é uma das mais tradicionais fabricantes de motoniveladoras em todo o mundo. Reconhecidas por sua robustez e alta produtividade, que as tornam perfeitas para todo tipo de aplicação, seja na construção e manutenção de estradas, ou em trabalhos de mineração, as motoniveladoras Champion são líderes absolutas em diversos países da América do Sul.

Atualmente, além de oferecer 12 modelos ao segmento de pás-carregadeiras, a VCE disponibiliza ao mercado brasileiro um modelo de caminhão rígido fora-de-estrada, dois modelos de caminhões articulados e diversos modelos de escavadeiras hidráulicas. As motoniveladoras Champion vêm tornar ainda mais completa a linha de equipamentos para construção oferecida pela marca, que passa a concorrer também neste novo segmento cujos negócios, no país, são da ordem de US\$ 130 milhões anuais.

Os primeiros passos nesse sentido acabam de ser dados com a venda de oito motoniveladoras Champion para a Construtora Norberto Odebrecht, concretizada no último mês de maio. O Diretor Presidente da VCE, Oswaldo Tuacek, está otimista quanto aos negócios futuros, prevendo uma grande aceitação das novas motoniveladoras no mercado nacional. E bons motivos para esta aceitação não faltam, segundo Tuacek: "O primeiro é a credibilidade do produ-



to. Fortes, resistentes e duráveis, as motoniveladoras Champion têm custo de manutenção reduzido. O segundo bom motivo apontado pelo presidente da VCE é o aquecimento do mercado de construção e manutenção de rodovias. “Após o Plano Real, houve um significativo crescimento nos investimentos em infra-estrutura viária no país, o que elevou a demanda por esse tipo de equipamento”, observa.

A VCE está disponibilizando para o mercado quatro modelos de motoniveladoras Champion (710, 720, 730 e 740), com potência variável de 140 a 235 hp. As motoniveladoras Champion possuem acabamento interno e externo superiores, o mais potente sistema de giro de lâmina do mercado, completa linha de acessórios e proporcionam ganho 30% maior na utilização dos implementos. Incorporam ainda novo sistema de transmissão *smart shifter* para ciclos de trabalho mais rápidos, indicador de marcha digital no pedal, cabine, – com maior área envidraçada – proporcionando maior visibilidade, sistema de direção mais suave e preciso – com melhor controle e menor esforço – e amplo compartimento do motor com portas do capô grandes, tipo gabinete, que facilitam o acesso para manutenção. ♦

Volvo adquire Samsung Heavy Industries

A VCE, Volvo Construction Equipment, e a Samsung Heavy Industries firmaram acordo, no último mês de maio, pelo qual a Volvo adquire a empresa coreana. A Volvo terá 90% da nova companhia e a Samsung, após investir US\$ 24 milhões, será proprietária dos 10% restantes. Fundada em 1983, a Samsung Heavy Industries é um dos grandes fabricantes mundiais de equipamentos de construção, produzindo principalmente escavadoras de 5 a 40 toneladas.

“Esta transação é parte importante da estratégia da Volvo na área de negócios de equipamentos de construção. Representa um significativo e essencial fortalecimento de nosso programa de produtos e estrutura industrial. A Volvo terá sua posição consideravelmente reforçada num setor industrial que é bastante competitivo”, afirma Leif Johansson, Presidente do Grupo Volvo.

A aquisição envolve também as áreas de desenvolvimento de produtos, pesquisas e suporte ao mercado, além da fábrica de 132 mil m² em Changwon, no sul da Coréia, cujos negócios totalizaram US\$ 728 milhões em 1997, sendo que as escavadoras responderam por 70% deste total. Cerca de metade das vendas da empresa ocorreram na própria Coréia do Sul, onde a marca detém 35% do mercado. A companhia tem sua própria organização de vendas naquele país e 150 concessionários para equipamentos de construção em outros 60 países.

“Nossos produtos e redes de distribuição se complementam muito bem”, afirma o Presidente mundial da VCE, Tryggve Sthen, para quem a aquisição também vai conferir à VCE um importante acesso ao Leste Asiático, com oportunidades de crescimento no mercado através de outros produtos, como os caminhões articulados, por exemplo. ♦



Para entender melhor a VCE

“Mas, isto também é Volvo?” Este tipo de pergunta não é incomum, quando o assunto é VCE, Volvo Construction Equipment. Na verdade, muitos leitores de *Eu Rodo* ficaram surpresos quando a revista passou a mostrar reportagens de todos os produtos da marca, incluindo carros, motores marítimos e estacionários e, também, as impressionantes máquinas da VCE.

O próprio Presidente da VCE brasileira, Oswaldo Tuacek, admite que a empresa passa por uma saudável “crise de identidade” devido ao seu vertiginoso crescimento em termos mundiais nos últimos anos com a conseqüente aquisição de diversas outras marcas. Para esclarecer um pouco desta história, vamos lembrar seus principais capítulos:

A história da VCE começa nos anos 60 na Suécia, com a aquisição, pela Volvo, da Bolinder Munktell, cujos produtos mais tarde seriam conhecidos como Volvo BM. Paralelamente a isso, inicia-se a história da VCE brasileira, quando surge, em 1958, a fabricante de pás-carregadeiras denominadas Equipamentos Clark. Em 1975, a empresa inaugura em Pederneiras-SP, a fábrica de pás-carregadeiras e empilhadeiras Clark Michigan. Em 1987 forma-se a VME (Volvo/Michigan/Euclid), passando a unidade brasileira a se chamar VME Brasil Equipamentos Ltda..

Em 1995, o Grupo Volvo assume o controle total da VME e a empresa brasileira passa a ser Volvo Equipamentos de Construção Ltda, ocasião em que lança, no Brasil, a linha C das pás-carregadeiras Volvo BM.

De 1990 para cá, a Volvo também incorpora outras marcas, como aconteceu com a Åkerman (sueca), Zettelmeyer (alemã) e Pel-Job e Mecalac (francesas). Mais recentemente, ocorreram as aquisições da Champion, no Canadá, em março de 1997, e da Samsung, em maio deste ano, na Coréia.

Assim, a VCE é hoje detentora de múltiplas “identidades” de renomadas marcas que a tornam, senão a maior, uma das mais completas empresas a oferecer produtos para todo tipo de aplicação quando se trata de escavação, carregamento e transporte de materiais nos setores de mineração, área florestal e construção.



Os Mecatrônicos já chegaram

Novas tecnologias trazem ao mercado brasileiro novos tipos de profissionais, como os mecatrônicos, os mecânicos do futuro

Os mecânicos do futuro já chegaram. São os mecatrônicos, que surgem no mercado afinados com as novas tecnologias desenvolvidas em caminhões e ônibus. Além de dominarem as técnicas da mecânica preventiva e corretiva, eles estão capacitados em eletrônica e já têm intimidade com os computadores, que são as novas ferramentas das oficinas. Estas, por sinal, hoje assemelham-se mais a laboratórios, muito longe da desorganização e sujeira das antigas.

O Brasil, a partir de 1993, passou a assistir à chegada de uma grande novidade tecnológica, quando a Volvo decidiu importar os caminhões FH12 380. Foram os primeiros "bóldos" movidos a diesel a rodar em terras brasileiras com motores dotados de injeção eletrônica, piloto automático e outros requintes como o fantástico *check control*: um sistema eletrônico de diagnóstico a partir do qual podem ser monitoradas eletronicamente cerca de 40 funções do veículo.

O primeiro questionamento, inevitável, era se estávamos preparados para tantos avanços de uma só vez. Mas o mercado se encarregou de provar que os frotistas brasileiros estavam ansiosos pela modernidade, ao surpreenderem a fábrica com compras que superavam em dobro as projeções de vendas para o primeiro ano: 400 unidades. Sucesso que veio acompanhado pela decisão da fábrica de começar a produzir o FH12 380 no Brasil.

De lá para cá, cerca de 1000 veículos "eletrônicos" foram colocados no mercado brasileiro até o final de 1997. E, para dar suporte técnico a esta sofisticada frota, nascia a primeira geração de "mecatrônicos" do país, formada pela fábrica da Volvo, em Curitiba.

Novos conceitos. Para o gerente de Comunicação de Marketing da Volvo do Brasil, Celso Carvalho, "temos atualmente uma visão bem mais avançada das profis-

sões de motorista e de mecânico, extremamente importantes para o setor de transporte. O conceito do motorista com pouca escolaridade, indisciplinado e amante da vida boêmia já faz parte de uma visão romântica, ultrapassada, desse profissional. O motorista dos novos tempos é mais arrojado. É um profissional que, entre veículo e carga chega a conduzir um patrimônio de R\$ 600 mil a 1,2 milhão. Ele tem seu caminhão monitorado por satélite, em alguns casos tem um *notebook*, é apegado à família e usa o telefone celular para falar com ela diariamente, se possível".

Da mesma forma, o mecânico do próximo milênio, também passa por uma revisão conceitual radical. O respeitável "graxeiro", com longos anos de experiência, pouca instrução e pouca ou nenhuma vontade de ler vai, aos poucos, dando lugar ao novo perfil de profissional, seja mecânico ou mecatrônico. Quem traça seu perfil é Carlos Pache-

co, da área de Pós-Venda da Volvo, a partir da realidade já encontrada entre os mecâtrônicos formados na rede de concessionários da marca: "Ele é mais jovem e, portanto, mais afeito às novidades tecnológicas, tem bom nível de instrução, gosta de computadores e sabe utilizá-los, possui conhecimentos básicos de inglês e gosta muito de ler, para acompanhar as novidades do setor".

Pacheco destaca que "isto não quer dizer que o mecânico tradicional vai desaparecer, mas aqueles que tiverem esse último perfil sempre terão mais chances no mercado de trabalho, além de melhores possibilidades de remuneração". É uma pequena "bola de neve" que está começando a rolar. À medida que o tempo passa, ela vai se agigantando. Para dar conta do início da produção brasileira dos FH12, em março deste ano, a empresa começou a treinar sua rede com um ano de antecedência, com uma estratégia que permitiu atingir, nesse período, todas as 74 casas da rede de concessionários e importadores da Argentina, Uruguai, Paraguai, Bolívia, Equador e Chile.

O chamado "Projeto E", de "Excelência em Eletrônica", iniciado em abril de 1997, formou, inicialmente, 18 instrutores do Brasil e países da América do Sul, encarregados de repassar conhecimento e capacitação nos mercados onde atuam. Hoje já são mais de 100 mecâtrônicos, treinados pela Volvo.

Se em quatro anos 1000 caminhões FH12 povoaram nossas estradas, só neste ano começam a rodar outros 800, fabricados no país. E em 1999, outras 1000 unidades se juntarão a eles. Essa progressão assume proporções geométricas se considerarmos também os cerca de 10.000 caminhões NL EDC (Electronic Diesel Control) já fabricados no país nos últimos dois anos que, mesmo após os últimos lançamentos da concorrência, ainda estão à frente da maioria dos veículos existentes no mercado nacional.

Capacitação & oportunidade. Um exemplo típico da estreita ligação entre oportunidade de emprego e nível de capacitação profissional é o jovem Alexandre Massao Miura, de 20 anos, que este ano deverá se formar em eletrônica pelo Centro Federal de Educação Tecnológica – CEFET do Paraná. Atendendo ao chamado de um edital exposto em sua escola, ele conseguiu um estágio na Nórdica Veículos, concessionário Volvo em Curitiba.

Após trabalhar em diversos departamentos, destacou-se na oficina, mostrando familiaridade com o *notebook*, o computador portátil usado para o diagnóstico eletrônico dos caminhões FH12. Hoje ele é um funcionário contratado que lidera um entusiasmado grupo de "mecâtrônicos" daquele concessionário.

O gerente de Pós-Venda da Nórdica, Carlos Augusto Soares, lembra que "no início, era o eletricista que operava o *notebook* e, ainda assim, com recursos limitados. Hoje, é quase impossível ver o equipamento parado: mesmo sem real necessidade, todos gostam de utilizá-lo", relata. Outro fenômeno apontado pelo gerente de Pós-Venda é a crescente interação entre as áreas de eletricidade e mecânica.



Com a mecatrônica, basta conectar o *notebook* ao caminhão para, sem nenhuma intervenção, obter o resultado em não mais que dois minutos

Diagnóstico eletrônico: indo direto ao ponto. Se mudam os conceitos, a prática também muda. Para Carlos Pacheco, da Volvo, o grande diferencial desta "nova era" da assistência técnica é o aumento da precisão e a redução do tempo gasto com os veículos nas oficinas. Em outras palavras, o custo da evolução tecnológica deve se traduzir em benefícios para os proprietários e usuários dos veículos.

Se voltarmos ao "novo motorista" a que se refere Celso Carvalho, veremos que, caso aconteça alguma irregularidade no caminhão, em boa parte das situações ele poderá identificar o defeito através do acionamento de uma tecla o *check control*, no painel do veículo. Ao chegar ao concessionário, a perda de tempo na oficina será mínima, pois bastará relatar o problema e providenciar o reparo.

Em uma situação um pouco diferente, o caminhão pode chegar à oficina sem que o problema tenha sido diagnosticado. Nesse caso, um mecânico como nosso ami-

go Alexandre Miura vai conectar um *notebook* ao caminhão e, em poucos segundos, descobrir a razão para, em seguida, efetuar o reparo.

Carlos Pacheco observa ainda que a maior parte das operações efetuadas com apoio do computador permite a impressão simultânea dos resultados, o que torna ainda mais precisa e confiável a operação, evitando fraudes ou permitindo o envio de fax, por exemplo, ao dono da frota, para aprovação do serviço.

Para se ter uma idéia do ganho de tempo obtido com o apoio da informática nas oficinas, Pacheco cita um exemplo. O teste da taxa de compressão do motor. Pelos métodos convencionais exige que se retirem alguns componentes do veículo, envolvendo pelo menos uma hora de trabalho. Com a mecatrônica, basta conectar o *notebook* ao caminhão para, sem nenhuma intervenção, obter o resultado em não mais que dois minutos.

Ao se falar em mudanças de conceitos, de perfis profissionais, não será estranho se, em um futuro próximo, os veículos de transporte passarem a contar com um sistema de assistência técnica semelhante aos dos computadores, em que um técnico chega e, em poucos segundos troca um componente avariado por outro novo. Uma antecipação desta situação já está presente no sistema de Unidades à Base de Troca (UBT) da Volvo, em que alguns componentes dos caminhões e ônibus podem ser trocados por outros, remanufaturados pela fábrica e com garantia igual a das peças novas. Aliado a outro serviço de pós-venda da fábrica, o Velox, sistema de entrega de peças em regime de emergência, as UBT trazem para bem perto da realidade dos computadores os serviços de assistência técnica em caminhões e ônibus pesados. ◆

"A eletricidade e a mecânica, antes, eram áreas estanques. Agora, elas interagem cada vez mais entre si, procurando agregar mais conhecimento às suas atividades"

Augusto Soares, da Nórdica



Transbanco muda e quem ganha é o cliente

Como banco múltiplo, o Transbanco terá condições de oferecer operações de leasing aos seus clientes. O banco quer entrar para valer no segmento de leasing operacional

Operando há seis anos como banco de investimentos, financiando caminhões e ônibus Volvo, o Transbanco passa em 1998 por profundas transformações. Criado numa parceria entre a Volvo do Brasil e sua rede de concessionários, o banco, a partir de agora, é 100% Volvo. A mudança foi consolidada em março deste ano. Depois de um trabalho de reestruturação financeira e administrativa, a Volvo determinou um aporte de R\$ 75 milhões na instituição que, assim, passa a ter condições de se transformar em um banco múltiplo e oferecer outros produtos aos seus clientes.

Uma das medidas adotadas pela Volvo do Brasil foi entregar a administração do Transbanco ao VTFH – Volvo Truck Finance Holding – o braço financeiro da Volvo Truck Corporation. Foi dos quadros deste grupo financeiro que o Transbanco trouxe para comandar sua reestruturação o inglês Simon Davi-

es, um especialista no financiamento de pacotes completos para clientes, a tendência do banco a partir de agora.

Mais que novos produtos, as mudanças no Transbanco trazem um novo conceito de trabalho à instituição. “No passado, o banco fazia um financiamento por 36 meses e depois não se ouvia mais falar no cliente. Nós

queremos o cliente para sempre”, diz Simon. A nova ordem é combinar financiamento com contrato de manutenção e cobertura dos custos permanentes dos veículos. Até agora os contratos de manutenção firmados eram desvinculados do financiamento e feitos diretamente entre clientes e concessionários.

A partir de agora o leasing operacional vai funcionar como uma espécie de aluguel em que, ao final do contrato, o veículo, que foi sempre atendido e mantido pelas Concessionárias Volvo, é devolvido e revendido, deixando o cliente livre para obter um novo veículo por um valor mensal fixo. Aqui, o contrato de manutenção será peça fundamental, pois garantirá ao transportador serviços de alta qualidade e uma excelente performance de seu caminhão durante toda a vigência do contrato de leasing, ao mesmo tempo que resguarda o valor residual do veículo.

Nossa especialidade. O Transbanco promete os pacotes mais baratos e profissionais para seus clientes. “Somos especialistas em caminhões e ônibus. Os outros bancos podem financiar dinheiro para as empresas comprarem computadores, aviões, móveis, prédios, mas não são especialistas em caminhões, não têm detalhes sobre valores residuais, não têm condições de vender os usados, nem conhecimento dos produtos para manutenção. Temos especialistas em cada um destes setores” avisa Simon.

Este tipo de operação que, como Simon faz questão de frisar, depende diretamente da manutenção da estabilidade da economia, traz embutido outro desafio: mudar conceitos também dos transportadores, que passariam a não ser mais proprietários dos caminhões. “As transportadoras hoje

“No passado, o banco fazia um financiamento por 36 meses e depois não se ouvia mais falar no cliente. Nós queremos o cliente para sempre”

Simon Davies
Presidente do Transbanco



usam um veículo por 10 anos e aí o vendem e obtêm o lucro. Por que não lucrar sempre? Não é preciso ser proprietário do caminhão”, diz o presidente do Transbanco. Ele acha que não é difícil mudar. “As pessoas no Brasil são muito flexíveis, podem abraçar conceitos novos”.

O Transbanco poderá oferecer operações de leasing quando obtiver o perfil de banco múltiplo, mas com o aporte de recursos realizado em março, o banco já pode retomar a oferta de uma das linhas de financiamento de maior procura no mercado – o Finame – com juros baseados na TJLP (Taxa de Juros de Longo Prazo).

Outra proposta imediata do banco é oferecer financiamentos pré-fixados, com prazos que podem chegar até 60 meses, variando de acordo com o cliente. “A tendência é andar para o pré-fixado. Os clientes precisam de custos fixos”, reconhece Simon. Paralelamente, o Transbanco oferece financiamentos em dólar, com base na resolução 63 do BC, preferidos por clientes que têm seus negócios também baseados no dólar.

Concessionários. As transformações que acontecem no Transbanco visam também a rede de concessionários da Volvo do Brasil. A combinação leasing/contrato de manutenção deverá trazer um efeito benéfico imediato com o aumento nas vendas e a criação de um vínculo definitivo com seus clientes. Neste tipo de operação, o cliente fará toda a manutenção na concessionária em que adquiriu seu caminhão ou ônibus, com cobertura nacional. E, ao final de seu contrato, entregará à concessionária o veículo, com a opção de fazer um novo contrato e levar um caminhão ou ônibus novo. “Os clientes perceberão que terão custos menores e se tornarão fiéis à marca e ao seu concessionário”, prevê Simon Davies.

Com isso, a rede toda terá condições de vender mais, investir em novas filiais, ficar mais próxima ainda de seus clientes e aumentar o nível de satisfação. “A fidelidade cresce aí”, explica Simon. O Transbanco e a Volvo sabem que só com uma rede de concessionários forte têm condições de enfrentar a concorrência com maior competitividade. “Com a chegada de novos concorrentes, haverá uma redução nos preços e conseqüentemente margens menores na venda de veículos novos. Isso irá levar as concessionárias a aumentar a venda de mão-de-obra e peças em busca de rentabilidade. E a rentabilidade pode ser atingida com a excelência da Volvo e das próprias concessionárias na prestação dos serviços”, diz o presidente do banco.

O novo enfoque dos concessionários deve estar na venda de veículos usados, pneus, peças de reposição e de serviços de oficina, especialmente no atendimento às necessidades individuais de cada cliente. Uma das propostas é a adoção do conceito *one stop-all needs*, em que a concessionária procura satisfazer todas as necessidades do cliente em uma só parada. Faz parte do propósito de atingir alto nível de satisfação, garantindo o aumento da produtividade do veículo. “Quanto mais tempo o veículo permanece na estrada, mais produtivo ele é. E, com o aumento da competitividade no setor de caminhões, este vai ser o diferencial que irá criar a lealdade à marca no cliente”, frisa Simon.

Consolidação. Transformações tão profundas exigem a adoção de novos conceitos não só pelo mercado, mas pelas próprias pessoas que participam do processo de mudança. “Temos conosco pessoas jovens, capazes de formar uma equipe e aprender os novos conceitos, providenciando os produtos novos”, garante Simon. O ano de 1998, segundo ele, é o da “consolidação” das novidades. “Agora, vamos crescer e vender as idéias”. Para tanto, porém, ele faz uma ressalva: “Precisamos da estabilidade econômica, de um governo justo, que mantenha o plano de abertura do mercado”. ♦

Rede prepara-se para vender “soluções para o transporte”

As novidades que o Transbanco está preparando para o mercado vêm de encontro a uma aspiração de sua rede de concessionárias. O presidente da Abravo – Associação Brasileira dos Revendedores Volvo –, Alarico Assumpção Júnior, afirma que para os clientes da rede tudo ficará mais fácil com a adoção dos financiamentos vinculados a contrato de manutenção. “Eles vão comprar um pacote que inclui o veículo e o serviço. Nós vamos vender não apenas os caminhões, mas uma solução para o transporte”, diz.

Para a rede, o lançamento de novas opções para a aquisição da frota – como o leasing operacional – com manutenção previamente contratada, são interessantes. “Se nós vamos assumir a recompra destes veículos, vamos fazê-lo sabendo que ele foi mantido com as revisões preventivas e corretivas em dia”, explica Alarico.

O presidente da Abravo acredita que as novidades vão facilitar os negócios com os frotistas. “O cliente terá manutenção adequada a custo razoável. E terá melhores condições na aquisição de seus veículos”, afirma. Não ser dono do caminhão, porém – o que acontece no caso do leasing operacional, em que ao final do contrato o veículo normalmente é devolvido à concessionária – requer uma mudança de postura por parte dos transportadores. Mas Alarico entende que não será difícil aos frotistas adotarem estes novos conceitos.

“Nossos clientes são frotistas com muito acesso à informação. Em pouco tempo, todos vão perceber que esta é uma boa opção e vão se adequar à nova realidade. Isso é o futuro”, garante ele. A rede de concessionárias tem uma grande expectativa e já estaria vendendo muito se as novidades já estivessem disponíveis. “Temos mercado”, anima-se o presidente da associação.

A rede, garante Alarico, será um aliado à altura das novas necessidades do Transbanco. Será através das concessionárias que o banco irá atingir sua clientela.

“Nossos clientes são frotistas com muito acesso à informação. Em pouco tempo, todos vão perceber que esta é uma boa opção e vão se adequar à nova realidade. Isso é o futuro”

Alarico Assumpção Júnior
Presidente da Abravo

ite Cornelsen



“O céu é o limite”

Depois de se tornar, em menos de 10 anos, o maior cerealista do Mato Grosso do Sul, empresário diversifica atividades partindo também para o ramo de transportes onde, mais uma vez, encontra o sucesso

Quando, no início dos anos 90, o imigrante libanês Albert Antônius Afif decidiu investir no ramo de comércio de cereais, em Ponta Porã-MS, não imaginava que aquele negócio, que começava como uma alternativa para seus filhos Alexandre e Aguinaldo Alberto Afif naquela região, acabasse se transformando na principal atividade econômica da família. Ele, que possuía um bem estabelecido comércio de roupas na capital paulista, tornou-se proprietário da Agrobán Comércio de Cereais Ltda., administrada com os filhos, que possuem outras duas empresas na cidade.

A bem sucedida experiência começou, na verdade, em 1989, quando o filho Alexandre Alberto Afif teve a idéia de arrendar um galpão para dar início ao negócio de comércio de cereais. Como os primeiros resultados foram animadores, em 1992 foi constituída a Agrobán Comércio de Cereais, tendo como proprietários o Sr. Albert e sua esposa Marlene. De lá para cá, com “muito suor e trabalho árduo”, como conta Alexandre, o negócio prosperou de tal forma que hoje a Agrobán é sim-



Alexandre Alberto Afif

“É um caminhão que, além de beber menos que os outros, agüenta mais desaforo, ou seja, mesmo que o motorista ‘mande’ errado, ele não quebra e dá conta do recado”

plesmente a maior cerealista do Mato Grosso do Sul, respondendo pelo comércio e escoamento de expressiva parte da produção agrícola daquele estado.

Companhias como Anderson Clayton, Cargil e Santista são alguns dos clientes mais assíduos da Agrobán, que comercializa a produção local de soja e milho para os estados do Sul e Sudeste brasileiros. Hoje, a soja responde por 90% do total comercializado. Mas a compra e venda de cereais já não é a única atividade econômica da família que, com uma visão perspicaz para negócios, logo percebeu outra oportunidade: o transporte.

Escolhendo o caminhão certo. “Estávamos na dependência completa da prestação de serviços de terceiros”, lembra Alexandre, para quem essa dependência representava certo risco, na medida em que assumiam contratos cujos prazos de entrega eram cada vez mais rígidos. Foi assim que, em 1994, decidiram comprar os primeiros quatro caminhões e, na hora da escolha, não havia dúvida de que deveriam





ser pesados. No ano seguinte, outros quatro se juntaram à frota, que cresceu rapidamente.

“Logo percebemos que além de pesados, os caminhões precisavam ser robustos, resistentes, para enfrentar não apenas as precárias condições das estradas asfaltadas, mas também as estradas de terra que levam aos centros de produção”, relata Alexandre. Por isso, após experimentar todas as marcas disponíveis no mercado, a escolha recaiu sobre o Volvo: “É um caminhão que além de beber menos que os outros, agüenta mais desaforo, ou seja, mesmo que o motorista ‘mande’ errado, ele não quebra e dá conta do recado”.

A operação de transporte começou com a própria Agrobán comprando os primeiros caminhões. Mas o crescimento da atividade acabou favorecendo a formação de um pequeno mas sólido grupo de empresas: além da Agrobán, que funciona como “empresa-mãe”, existem a Transportadora Gabriela e a Transportadora Daniela. A primeira continua sendo propriedade de Albert e sua esposa, enquanto as duas transportadoras pertencem aos filhos.

Maior frota do MS. Juntas, as três empresas somam a invejável frota de 113 caminhões pesados, provavelmente a maior do Mato Grosso do Sul, e também a maior frota de caminhões Volvo: 83 unidades. Além de transportar a produção agrícola comercializada pela Agrobán, seus veículos também prestam serviços para outras empresas, mantendo-se em operação contínua durante todo o ano, independente da sazonalidade das safras. Geralmente percorrem rotas de 1200 km, levando cereais do Mato Grosso para São Paulo, Paraná e Santa Catarina, e retornam com calcário, adubos, defensivos agrícolas, bebidas e cimento.

Alexandre revela que continua utilizando os serviços de outras transportadoras como a Fidélis e a Bôrtoli, entre outras, mas tem no transporte próprio uma garantia a mais de cumprimento dos prazos de entrega que assume com seus clientes, além de uma nova fonte de renda, já que o frete para transporte próprio é consideravelmente mais vantajoso. Em seus veículos, mantém um rigoroso programa de manutenção, que coloca em prática nas

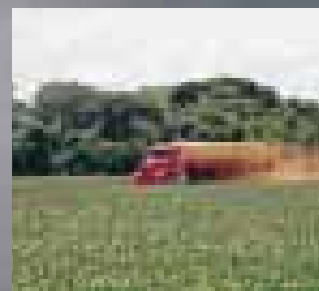
oficinas próprias e também nas concessionárias Volvo.

Sem férias. Para ele, programas como o Voar são de fundamental importância, bem como a utilização de peças e insumos genuínos como o Óleo Volvo, que resultam em mais confiabilidade operacional. “Eu não tiro férias, durmo pensando em caminhão e sonho com frete e pneus rodando”, afirma Alexandre, explicando que seus veículos têm que se manter em operação contínua, pois “cobra parada não come sapo”, segundo um antigo provérbio familiar.

Como empresário arrojado, não teve dúvidas em investir maciçamente nos modernos caminhões Volvo EDC – Electronic Diesel Control que, “além do monitoramento eletrônico de combustível, que dá maior eficiência no consumo, possui como *standard* itens que os outros só oferecem como op-

cionais, como ar-condicionado, vidros elétricos, etc.” Com a experiência de quem é dono da maior frota de pesados do Mato Grosso do Sul, rodando mais de 1 milhão e 500 mil quilômetros por mês, ele afirma que “o EDC é o melhor caminhão disponível no mercado”.

Além de ter a preferência dos motoristas que “de dois anos para cá, só pedem Volvo”, o EDC é um caminhão que mostra os resultados ao “final das contas, na ponta do lápis”. Indagado sobre os planos futuros, Alexandre não esconde seus propósitos: “O céu é o limite, sempre com Volvo, pois não terei outra marca, nos próximos anos”. ♦





VOLVO S80

O carro mais seguro do mundo

Gotemburgo, Suécia, 28 de maio de 1998. Com importantes inovações de motor, transmissão, segurança, meio ambiente e telecomunicações, a Volvo apresentou ao mercado, num lançamento simultâneo para todo o mundo, o S80, o mais completo automóvel já produzido em suas fábricas

Os fundadores da Volvo, Assar Gabrielsson e Gustav Larson, já tinham como objetivo fabricar veículos com a mais elevada segurança. Eles diziam que “um automóvel transporta pessoas e, portanto, todo princípio para sua construção é e deve ser a segurança”. Mais de 70 anos se passaram desde que o primeiro veículo da marca saiu da linha de montagem, em 1927, mas ao longo da sua história a Volvo nunca deixou de lado o princípio maior dos seus dois pioneiros.

Tem sido assim ao longo dos anos, a cada lançamento de novos equipamentos de segurança. Não é por acaso, portanto, que os veículos da Volvo são reconhecidos como os mais seguros do mundo. Com o novo Volvo S80 não é diferente. Imagine tudo o que os automóveis Volvo já possuíam, agora com uma Cortina Inflável (IC) que protege a cabeça e o pescoço dos ocupantes durante impactos laterais. Imagine também um automóvel com um novo conceito em assentos, dotados com um sistema chamado WHIPS – sistema de proteção contra o efeito chicote –, de grande eficiência na proteção contra colisões traseiras. Esse carro é o Volvo S80, o mais seguro do mundo. Não é exagero, é Volvo.

Mas se você pensa que as novidades do S80 param por aí, veja o que mais a Volvo desenvolveu para o seu “top de linha”: motor de seis cilindros em linha, montado transversalmente, caixa de câmbio mais compacta do mundo; primeiro carro construído sob

especificações ambientais, auditadas pelo Lloyd's Register, sediado em Londres. As especificações são para todo o ciclo de vida do automóvel; telefone integrado GSM, outra tecnologia desenvolvida pela Volvo, resultando numa interação mais suave entre o homem e a máquina; e pioneiro sistema elétrico em rede com tecnologia Multiplex, com menos cabos, maior confiabilidade, maior número de funções elétricas, etc.

ça da marca no próximo milênio. É excitante e diferente aos olhos do observador, mas o novo carro continua reconhecido como Volvo.

Outra novidade do Volvo S80 é o sistema de segurança, dividido em

Fotos Volvo Car



Graças a tudo isso, não resta dúvida, o S80 é o mais moderno e mais seguro automóvel da sua categoria no mundo. Pela elevada tecnologia, pela segurança que proporciona aos passageiros (uma questão de princípio para a marca), o S80 já pode ser considerado um marco para a indústria automobilística. A história se encarregará de confirmar.

Top de linha. O novo Volvo S80 rompe com a tradicional linha Volvo, mas está comprometido com a heran-



duas partes: proteção pessoal e proteção anti-roubo do veículo, objetos e/ou equipamentos. Grande parte destes itens estão integrados no revolucionário sistema elétrico Multiplex. Um inteligente e efetivo sistema central de travamento de portas por controle remoto é outro item de interesse. O detalhe é que o código de controle muda continuamente a cada abertura/travamento das portas.

O Volvo S80 contará com motores de 6 cilindros em duas versões, uma de aspiração normal (Volvo S80) e outra bi-turbo (Volvo S80 T6). A Volvo oferecerá, também, dentro de um ano, uma versão do seu motor bi-combustível, funcionando, além de gasolina, com gás natural.

A caixa de câmbio manual, a M65, é uma maravilha técnica: além de ser a menor do mundo (mede 297 mm de comprimento), é uma das mais robustas, capaz de transmitir 380 Nm de torque na tração dianteira. No Volvo S80, as opções de caixa são: M65, manual, de cinco velocidades, e a Geartronic, que pode ser usada tanto automática como manual, na versão T6, bi-turbo.

O STC – Controle de Tração e Estabilidade – é uma combinação avançada dos dois sistemas utilizados nos

modelos Volvo S70, V70, C70 e nos Volvo S40 e V40. O DSTC – Controle de Tração e Estabilidade Dinâmica – é um sistema ainda mais sofisticado para aumentar a segurança ativa, intervindo e interagindo em qualquer tendência de derrapagem.

Na segurança passiva, o Volvo S80 foi muito além: tem uma série de inovações que o tornam o mais seguro da marca. Além do WHIPS (*Whiplash Protection System*) – Sistema de Proteção Contra o Efeito Chicote – e da Cortina Inflável, há novidades nos cintos de segurança, de três pontas, agora equipados com pré-tensores pirotécnicos em todas as cinco posições dos passageiros. O apoio das costas dos bancos dianteiros foi projetado não apenas pelos engenheiros como também por especialistas ortopédicos.



O *airbag* do passageiro foi projetado para ser ativado de forma mais suave, protegendo ainda mais. O *airbag* lateral é disparado eletronicamente por sensores, um posicionado no pilar B e outro, atrás da porta traseira. Estas posições fazem com que o tempo de reação entre o momento do impacto e o insuflamento da bolsa seja muito rápido, o que é de vital importância num impacto lateral.

O Volvo S80 é o primeiro carro com sistema integrado de telefonia, como opção. O aparelho, cujo comando está localizado no volante, é instalado no centro do console, perto do rádio, enquanto o microfone é colocado junto ao espelho retrovisor. Já o alto falante localiza-se junto ao apoio de cabeça do motorista.

Finalmente, no que diz respeito ao meio ambiente, o Volvo S80 se apresenta como o primeiro carro do mundo a possuir uma certificação ambiental que cobre todas as fases da vida do carro: produção, operação e reciclagem. Agora outra boa notícia para quem já está ansioso para conhecer e comprar o Volvo S80: ele estará disponível no Brasil no segundo semestre e será a grande atração no Salão do Automóvel, em outubro, em São Paulo. ♦





Rio Boat Show, o primeiro salão náutico realizado na Marina da Glória, no Rio de Janeiro, agrada fabricantes e público

“Lugar de barco é na água”

Não poderia haver cenário mais perfeito para a realização do Rio Boat Show, o salão náutico que reuniu fabricantes de barcos do Brasil e exterior. Como bem definiu Ernani Paciornik, diretor da revista Náutica que formou com a Marina da Glória o consórcio GR-Mar, responsável pela realização do evento: “Lugar de barco é na água”.

É verdade que “apenas” 52, dos 195 barcos expostos, estavam efetivamente na água, ficando os 143 restantes em seco, nos 8275 m² de área de exposição da Marina da Glória, às margens da Baía de Guanabara. O deslumbrante visual proporcionado pela parceria do sol com o mar, tendo como pano de fundo o Pão de Açúcar e, como tempero, o agradável odor da maresia que levava os aficionados pela navegação a se perguntarem: “Por que ninguém pensou nisso antes?”.

Mais fôlego. Com 24 mil convida-

dos e 16 mil pagantes que fizeram a Marina da Glória “fervilhar” nos dez dias do salão que ocorreu de 15 a 24 de maio, o Rio Boat Show teve como principal característica o elevado número de visitantes “especializados”, ou seja, de público realmente ligado ao negócio proveniente de todas as regiões do país. Entusiasmado, Ernani Paciornik avalia o evento como tendo sido “um sucesso espetacular que veio trazer mais fôlego para a indústria naval.

E este sucesso não foi devido apenas ao privilegiado cenário que permitia ver, além dos barcos expostos, o iate de Roberto Carlos ou a Igreja da Glória, por exemplo. Mais que isso, era intenso o clima de negociação, com representantes dos principais estaleiros do Brasil e do mundo circulando excitados por todo o ambiente em busca de clientes interessados naquelas preciosidades que, além de expostas, podiam ser ex-

perimentadas na prática, ali mesmo, na Baía de Guanabara.

Penta brilhou. E, é claro, a Volvo Penta brilhou como nunca nesse mar de produtos de alta qualidade e refinado bom gosto. Além do estande próprio, onde clientes e construtores ficavam à vontade para conhecer com mais detalhes os modernos produtos da marca, os motores Volvo Penta estavam presentes em grande parte das melhores novidades apresentadas, como as brasileiras Riostar 37', da Riostar, Scarab 38' e Oceanic 440 Full da Intermarine, e a Ferretti 38' Fly, da Spirit Yacht; e as importadas Squadron 55' da Fairline (Grã-Bretanha), Smeraldo 37' da Cranchi (Itália), Fountain 51' da Fountain (EUA), e a Commodore 322, da Regal (EUA).

O presidente da Volvo Penta do Brasil, Eli Werneck, concorda com os orga-



Fotos Ito Cornelisen

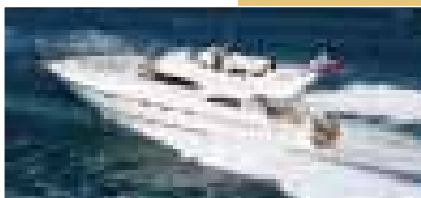
nizadores quanto à escolha do local, que trouxe mais profissionalismo ao Rio Boat Show, com maior número de visitantes realmente ligados ao negócio. Ele também confirma o comparecimento de clientes de todo o Brasil: "Tive oportunidade de fazer contato com clientes de diversas regiões do país, do Rio Grande do Sul ao Norte e Nordeste, incluindo alguns do Mato Grosso".

Mas o resultado mais significativo pode ser avaliado nos negócios resultantes do evento. "Chegamos a fazer alguns negócios durante o evento" revela, "mas como fabricantes de motores, nosso maior volume de vendas é decorrente dos negócios fechados pelos fabricantes de barcos que, depois, nos repassam encomendas". Werneck atribui ao Rio Boat Show o ligeiro incremento de vendas verificado no segundo trimestre e a grande parte dos negócios realizados no terceiro trimestre deste ano. ◆

As vedetes do Rio Boat Show:



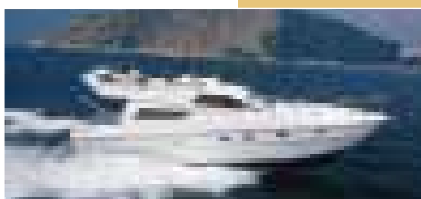
Riostar 37' - Com 11,27 m de comprimento, 0,65 m de calado, 1200 litros de combustível e deslocamento de 7800 kg, equipada com dois motores Volvo Penta TAMD63P, potência total de 740 hp. Fabricante: Riostar (Brasil)



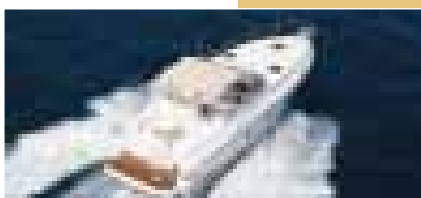
Squadron 37' - Com 17,05 m de comprimento, 1,12 m de calado, 2180 litros de combustível e deslocamento de 20.350 kg, equipada com dois motores Volvo Penta TAMD122 EDC-DP, potência total de 1220 hp. Fabricante: Fairline (Grã Bretanha)



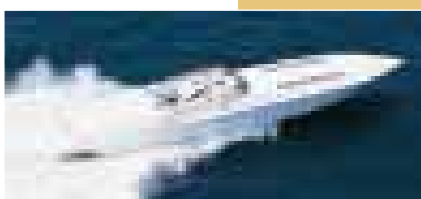
Scarab 38' - Com 12,55 m de comprimento, 0,5 m de calado, 500 litros de combustível, 4080 kg de deslocamento, equipada com dois motores Volvo Penta KAD44 EDC-DP, com potência total de 520 hp. Fabricante: Intermarine (Brasil).



Oceanic 440 Full - Com 13,55 m de comprimento, 1m de calado, 1200 litros de combustível, deslocamento de 12000 kg, equipada com dois motores Volvo Penta TAMD63P, com potência total de 740 hp. Fabricante: Intermarine (Brasil).



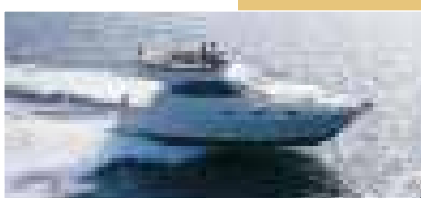
Smeraldo 37' - Com 12,22 m de comprimento, 0,75 m de calado, 680 litros de combustível, deslocamento de 6300 kg, equipada com dois motores Volvo Penta KAD44 EDC - DP com 520 hp de potência total. Fabricante: Cranchi (Itália).



Fountain 51' - Com 15,54 m de comprimento, 0,91 m de calado, 1170 litros de combustível, deslocamento de 8050 kg, equipada com dois motores Volvo Penta TAMD72P EDC com potência de 860 hp. Fabricante: Fountain (EUA).



Commodore 322 - Com 9,8 m de comprimento, 1m de calado, 650 litros de combustível, 5350 kg de deslocamento, equipada com dois motores Volvo Penta 57GI DPS, com potência total de 540 hp. Fabricante: Regal (EUA).



Ferretti 38'Fly - Com 11,84 m de comprimento, 1050 litros de combustível, capacidade de deslocamento de 9600 kg, equipada com dois motores Volvo Penta TAMD63P, com potência total de 740 hp. Fabricante: Spirit Yacht - (Brasil)

Rio esbanja **conforto** e **qualidade** no transporte urbano de passageiros

Empresas cariocas investem pesado em conforto para os cada vez mais exigentes usuários de transporte urbano da cidade maravilhosa





“Rio 40 graus, cidade maravilhosa purgatório da beleza e do caos.” Os cariocas concordam com a primeira parte desta frase da canção interpretada por Fernanda Abreu. Mas é só com a primeira parte. O calor de 40 graus é inegável mas, pelo menos para os usuários do sistema de transporte urbano das empresas Redentor, Breda, Oriental e Rio Ita, a temperatura está bem mais agradável no interior dos veículos, agora com ar-condicionado. E o conforto e segurança de uma nova frota de ônibus Volvo se encarregam de espantar qualquer comparativo com o purgatório, mesmo para os motoristas, agora premiados com recursos como câmbio automático e “freios” retarder.

Os usuários do transporte urbano do Rio de Janeiro estão se tornando cada vez mais exigentes, e os empresários do setor, atentos a esta realidade, investem na renovação da frota partindo para configurações cada vez mais arrojadas de veículos. Como resultado, a capital carioca ganha, em curto espaço de tempo, a maior frota de ônibus Volvo B10M urbanos do país. Além de suspensão a ar, câmbio automático e freios com retarder, a nova frota também conta com carrocerias de última geração, com ar-condicionado, bancos individuais e, em alguns casos, até televisão e vídeo. Coisa de Primeiro Mundo para passageiros que têm orgulho de morar e trabalhar na cidade maravilhosa.

Redentor: 105 B10M. Quando lançou os famosos “frescões”, a Viação Redentor já identificava a necessidade de um sistema de transporte de passageiros mais eficiente e confortável para a cidade que continua sendo o principal cartão-postal do Brasil. Coerente com aquela visão arrojada, a empresa parte agora para soluções ainda mais sofisticadas, adquirindo a maior frota de ônibus B10M do país. Na verdade, são 105 ônibus distribuídos nas três empresas do grupo: 60 integram a frota da Transportes Futuro, 30 pertencem à Litoral Rio e outros 15 são da Redentor.

Os veículos da Futuro já estão em operação na linha 755, que faz a ligação da Gávea e Barra da Tijuca a Cascadura, enquanto as 30 unidades da Litoral operam na linha 701, ligando Madureira a Alvorada. Já as 15 unidades da Redentor, em fase final de encarroamento, deverão entrar em operação brevemente ligando Casca Seca e Taquara,

em Jacarepaguá, ao terminal de Castelo, no centro da cidade. Em se tratando do grupo empresarial pioneiro na introdução do ar-condicionado em ônibus do Rio, nem é preciso dizer que este item está contemplado na nova frota, que também conta com câmbio automático e retarder, para maior conforto e segurança dos usuários e alívio do motorista, que deixa de fazer pelo menos 3 mil trocas de marchas por dia.

Breda: TV e vídeo. Na mesma linha de sofisticação seguem outras empresas, como a Breda, que se orgulha de ter a primeira frota de urbanos do país com ar-condicionado, TV e vídeo. As primeiras 30 unidades de B10M adquiridas em 1997 já estão em operação há um ano, fazendo a ligação de Olaria a Copacabana. São ônibus com ar-condicionado, bancos estofados individuais, piso Taraflex (emborrachado, antiderrapante). Outra aquisição, na “virada” de 97 para 98, trouxe mais 12 chassis B10M com as mesmas características (caixa automática, retarder, suspensão a ar...), e carrocerias Marcopolo com ar-condicionado, TV e vídeo, operam em outras linhas da empresa. Com outras 20 novas unidades adquiridas em março que deverão ser incorporadas à frota a partir de agosto e setembro, à medida em que forem entregues pelo encarregador, a Breda totaliza 62 chassis B10M colocados em operação de 97 para cá.

Rio Ita: 80 novos Volvo. É impossível falar de modernização do transporte de ônibus no Rio de Janeiro sem mencionar a Rio Ita, que já em 1993 colocava em operação 50 chassis Volvo B58 com câmbio automático, que fazem a ligação de Alcântara, em São Gonçalo, a Castelo, no Centro. Ela também se junta ao esforço empresarial carioca para modernizar ainda mais a frota com a recente aquisição de 80 novas unidades, sendo 50 chassis de B58 e outros 30 B10M. Os 13 primeiros carros encarroçados da nova frota atendem aos passageiros que se deslocam entre Venda das Pedras, em Itaboraí, e Praça XV, no centro.

Outra empresa que decidiu investir em modernidade comprando os primeiros chassis Volvo é a Transportes Oriental. Com a recente compra de 12 unidades do B10M com câmbio automático, passa a oferecer mais conforto e segurança para os passageiros que circulam entre a Vila Kennedy, na Zona Norte, e o centro da cidade. A empresa,

que chega a transportar 3,8 milhões de pessoas ao mês, também aposta nos novos padrões de exigência dos usuários do transporte de passageiros da cidade, oferecendo veículos com TV, piso emborrachado e ar-condicionado. Afinal, o Rio é sinônimo de... 40 graus! ♦

Veículos recém-adquiridos pelas empresas na renovação de frota no Rio de Janeiro

Empresa	nº de chassis	Veículo
Redentor	15	B10M
Futuro	60	B10M
Litoral Rio	30	B10M
Rio Ita	30	B10M
Rio Ita	50	B58
Oriental	12	B10M
Breda	62	B10M
Total	259	Volvo





Silvio Aurichio



Caravana, de Globetrotter, pelo Brasil

Mais de 20 mil motoristas de caminhão de diferentes regiões do Brasil já puderam conhecer de perto os novos caminhões FH12 brasileiros, lançados em março deste ano, através da Caravana Volvo, que está percorrendo o país do Sul ao Norte

A Caravana, que dá continuidade à campanha de lançamento do FH12 brasileiro, começou em abril, na cidade de Alegrete, no Rio Grande do Sul, e já passou por Santa Catarina, Paraná, São Paulo e Minas Gerais.

Importado há quatro anos pela Volvo do Brasil e eleito pelos transportadores brasileiros como a melhor opção em seu segmento, o FH12 começou a ser produzido no país em março deste ano. Para sua campanha de lançamento, a Volvo resgatou os personagens Pedro e Bino, da série Carga Pesada, vividos por Antônio Fagundes e Stênio Garcia, em comerciais de televisão que foram veiculados pela TV Globo na faixa de horá-

rio nobre como o Jornal Nacional. Eles também foram protagonistas de anúncios impressos em alguns dos principais jornais e revistas do país, além das revistas especializadas em transporte de cargas.

Placas de estrada e convites distribuídos pelos concessionários da marca aos motoristas de caminhão anunciam a chegada da caravana em cada nova cidade onde o evento vai ocorrer. Além disso, o roteiro da Caravana Volvo é divulgado nos próprios postos Texaco e nas revistas Caminhoneiro e Carreteiro. "Praticamente toda a campanha de lançamento do FH Brasileiro está centrada na figura dos caminhoneiros", segundo Celso Carvalho, Gerente de Comunicação de

Marketing da Volvo do Brasil e responsável pelo desenvolvimento da campanha.

Trata-se do maior evento itinerante da história da Volvo, com três caminhões – dois FH12 e um NL EDC – e um aparato de recursos que inclui 12 estações individuais de videocassete, monitores técnicos, estande, carreta-palco, além de área para apresentação dos veículos. Além dos 26 postos de combustível da Texaco localizados nas principais rodovias em todo o país, a caravana mantém um posto fixo e permanente no posto Texaco da Via Dutra, na cidade de Lorena, em São Paulo, e um segundo time de "caravanistas" percorre o país para mostrar os novos veículos durante eventos que reúnem a categoria.

Só em um desses eventos, como a Exposafra, realizada em Paranaguá, em apenas dois dias cerca de 2 mil caminhoneiros tiveram a oportunidade de conhecer de perto a avançada tecnologia dos caminhões eletrônicos desenvolvidos pela Volvo. Da mesma forma, caminhoneiros também podem conhecer o FH brasileiro nos postos da Caravana Volvo que estarão presentes em eventos especialmente dedicados a eles, como a Festa do Motorista, no Posto Sakamoto (Via Dutra) em Guarulhos, de 23 a 25 de julho, e a Festa do Carreteiro na praça da Basílica de N. Sra. de Aparecida, em Aparecida do Norte, de 29 a 31 de julho, que se realizam para comemorar o Dia do Motorista (25 de julho).

"Já nas primeiras cidades visitadas, a Caravana despertou muita curiosidade entre os caminhoneiros que, inicialmente, aproximavam-se com certo receio. À medida em que a Caravana avançava, entretanto, a chamada propaganda de "boca-a-boca" provocou um forte efeito multiplicador, fazendo com que em cada novo posto os caminhoneiros já estivessem esperando por ela", relata Fernando Probst Camargo, de Comunicação de Marketing, encarregado da execução da Caravana Volvo. Acrescenta que "a caravana também passou a ser um bom negócio para os donos dos postos que, com o comparecimento médio de 250 caminhoneiros por dia, chegam a pedir para estendermos o evento por mais uma semana, o que infelizmente, não é possível devido ao apertado calendário para cobrir todo o país".

Nos postos em que a caravana passa, permanecendo uma semana, cada cami-





Ito Cornelisen



“Eu estive num FH12 por 15 minutos...”



Silvio Aurichio

Ito Cornelisen



... e, se tiver sorte, ficarei nele pelo resto da vida”

nhoneiro assiste a um filme sobre o caminhão, recebendo total suporte técnico para, em seguida, conhecer de perto os veículos. Além disso, o motorista responde a um questionário com cinco perguntas que vale como cupom para um sorteio que ocorrerá no final da Caravana, dia 22 de outubro. O prêmio é nada menos do que um caminhão Volvo FH12 380. O sorteio será transmitido ao vivo durante a assembleia do Consórcio Nacional Volvo de outubro, que pode ser acompanhada em todas as 74 casas da rede de concessionários da marca.

Os organizadores da caravana esperavam que, com este convite irrecusável, a Caravana Volvo atingisse cerca de 40 mil caminhoneiros em todo o Brasil. Mas, a julgar pelo sucesso obtido nas primeiras nove semanas decorridas até o fechamento desta edição de **Eu Rodo**, “vamos superar facilmente esta meta inicial: chegaremos, certamente, a mais de 50 mil, até o encerramento da Caravana, no dia 22 de outubro, em São Paulo”, comemora Fernando Camargo.

Enquanto isso, os caminhoneiros que já visitaram a “Caravana Volvo” podem ser vistos com uma camiseta com a inscrição, na parte da frente: “Eu estive num FH12 por 15 minutos”, acompanhada de outra, nas costas: “E, se tiver sorte, ficarei nele pelo resto da vida”. ♦

Roteiro da Caravana Volvo nos próximos meses

Data	Local	Posto	Endereço
6 a 10 jul	Santo Estevão-BA	Sto. Estêvão	BR116, km 1431
13 a 17 jul	Juazeiro-BA	Frei Damião	Rodovia Lomanto Jr, km 5
20 a 24 jul	Itabaiana-SE	Itara da Serra	BR 235, km 48
27 a 31 jul	Messias-AL	Messias	BR 101, km 33
3 a 7 ago	Jaboatão-PE	Texação	BR 101, km 80,5
10 a 14 ago	Mossoró-RN	Estrela Dalva	BR 304, km 34,5
17 a 21 ago	Horizonte-CE	Horizonte	BR 116, km 43,3
24 a 28 ago	São Francisco do Pará-PA	Texas	BR 316, km 77
31 ago a 4 set	Cariri do Tocantins-TO	São Pedro	BR 153, km 671
7 a 11 set	São Francisco de Goiás-GO	Tropical	BR 153, km 1153
14 a 18 set	Vilhena-RO	Parada Grande	Av. Celso Mazutti, LtS 10
21 a 25 set	Porto Esperidião-MT	Pedro Neca	BR 174, km 136
28 set a 2 out	São Gabriel do Oeste-MS	San Martin	BR 163
4 abr a 22 out	Lorena-SP	Nova Dutra	Rod. Pres. Dutra, km 54

Quem está acostumado a ver os imponentes caminhões FH12 rodando pelas estradas brasileiras, não imagina que, além de soberanos nas estradas, eles também provam sua raça operando sob severas condições fora-de-estrada, em aplicações que exigem, mais do que potência, elevada resistência às duras condições do campo. Uma das primeiras empresas brasileiras a comprovar a eficiência dos FH12 nestas condições é a Usina Santa Terezinha, de Maringá, que adquiriu os primeiros 10 caminhões FH12 versão plataforma 6x4 fabricados pela Volvo do Brasil, em Curitiba.

Um dos grandes produtores de álcool e açúcar do Paraná, a Usina Santa Terezinha, com sede em Maringá, no Norte do Estado, mantém quatro unidades de produção na região:

vou um novo investimento, no início de 1998, onde se partiu para uma nova configuração de veículos: desta vez, a Usina Santa Terezinha preferiu optar pelos veículos com cabine frontal, tornando-se a primeira empresa do setor na região a utilizar os FH12 380 com cabine curta e chassi plataforma, versão 6x4.

Os veículos são configurados como “treminhões” de aproximadamente 30 metros, ou seja, transportando cana na unidade de carga sobre a plataforma e em outras duas “julietas” atreladas, permitindo o transporte médio de 500 toneladas diárias por unidade. Rodam 24 horas por dia, percorrendo ininterruptamente o trajeto de 17 quilômetros de distância média entre a Usina e as áreas de plantio/corte de cana. Além do trajeto nas estradas internas, de terra, das fazendas, os veículos também percorrem rodovias asfaltadas, na região de Tapejara, que representam pouco mais da metade do trajeto.

Robustez. O diretor da unidade de Tapejara, João Batista Meneguetti, reconhece que “ainda é muito cedo para conclusões mais precisas”, pois os caminhões estavam operando há apenas 70 dias quando foi entrevistado pela

FH12 380

mostra que é bom também na roça

Usina Santa Terezinha, de Maringá, introduz os primeiros dez FH12 380 no transporte de cana de sua unidade de Tapejara, no Norte do Paraná

uma em Maringá, e outras três em Ivaté, Tapejara e Paracity. As quatro unidades somam 50 mil hectares de área plantada com cana, mantendo média de 12 mil 500 hectares por unidade. Juntas elas respondem pela produção anual de 6 milhões 600 mil sacas de açúcar e 110 milhões de litros de álcool combustível.

Primeiros Volvo. A primeira experiência da empresa com caminhões Volvo aconteceu em 1987, quando ocorreu a compra de um único veículo para testes na unidade de Maringá. Diante dos resultados positivos, a Usina decidiu adquirir seu primeiro lote de 10 unidades dos caminhões NL12 360 em 1993, que colocou em operação na unidade de Ivaté. Em 1997 foi a vez da unidade de Maringá ganhar seus 10 caminhões Volvo, de uma compra de onze unidades.

Nem é preciso dizer que os resultados obtidos com a frota da marca foram os mais positivos, o que moti-

Fotos: Ito Cornelisen



Eu Rodo. Adquiridos no início deste ano, foram colocados em operação a partir de abril, quando iniciaram os trabalhos da safra 98, que deverão se estender até o início de dezembro. “Mas estamos muito otimistas com as primeiras avaliações, especialmente com sua resistência para o trabalho na roça, que exige muito do veículo, e também com a potência do motor, que é fora de série”. Outra característica do veículo, apontada pelo diretor de Tapejara, é sua estabilidade nos terrenos irregulares em que trafega, nas áreas de corte de cana.

Josué Fagundes Verdério Jr., supervisor de Manutenção Mecânica da unidade de Tapejara, destaca que, além da robustez necessária para as áreas de corte de cana, os caminhões precisam ter bom desempenho nas rodovias asfaltadas para não atrapalhar o trânsito: “O FH12 é um caminhão que vai bem na estrada, apesar da carga que varia de 52 a 55 toneladas, conforme a densidade da cana”.

Modernidade. O ritmo de trabalho é intenso, com seis motoristas se revezando 24 horas.



“...estamos muito otimistas com as primeiras avaliações, especialmente com sua resistência para o trabalho na roça, que exige muito do veículo, e também com a potência do motor, que é fora de série”

A tarefa fica especialmente árdua nos períodos de calor do Norte do Paraná, onde a temperatura chega facilmente aos 40 graus. Não é para menos que os motoristas dos FH12 estão “realmente muito satisfeitos” com os novos caminhões que, além de esbanjarem potência e robustez, oferecem requintes de conforto como vidros elétricos, ar-

condicionado e rádio-toca-fitas. “Essa característica de modernidade é muito importante, nos dias de hoje”, afirma Josué, sem descuidar do item consumo: “Apesar de ainda estarmos amaciando os motores, já dá para perceber que os FH12 vão apresentar um rendimento superior também nesse aspecto”, conclui.

Para o diretor João Batista Menequetti, os FH12 380 “parecem reunir todos os recursos necessários para o nosso tipo de trabalho”. Apesar do tempo relativamente curto de operação dos novos veículos, ele arrisca um palpite otimista: “Achamos que a tendência é este caminhão dominar o mercado na roça de cana”. ◆



Treviso - Rio de Janeiro



O FH12 do Eduardo

Quem acha que o FH12 380 é caminhão apenas para empresas está enganado. O melhor caminhão do mundo também faz sucesso entre os caminhoneiros autônomos, como o Eduardo Necácio de Souza, de Duque de Caxias-RJ, que recebeu seu caminhão da Treviso Rio no último mês de março. Eduardo está muito satisfeito com o desempenho e o invejável padrão de conforto de seu novo FH.

1 milhão de km

Mais um caminhão Volvo ultrapassa a marca de 1 milhão de quilômetros sem abrir o motor: trata-se do NL12 360 ano 93 da empresa Dias & Campos Ltda, cliente da Esvéria Diesel, de Ananindeua-PA, que mantém um cuidadoso programa de manutenção preventiva em sua frota, seguindo as recomendações da fábrica quanto a períodos de troca de óleo e utilização de peças e componentes genuínos Volvo. No final de abril o caminhão havia atingido a marca de 1.072.000 km, sem que o motor tivesse sido aberto, segundo os sócios diretores da empresa, Paulo Roberto Dias de Campos e Vivian Dias de Campos.

Rivesa - Maringá



A Rivesa, concessionário Volvo em Maringá, deu um verdadeiro show de produtos Volvo durante a Expoingá, uma das maiores feiras-exposições que acontecem no Norte do Paraná, por ocasião do aniversário da ci-

Articulados I

Porto Alegre foi a primeira cidade brasileira a ter ônibus B10M com motor EDC operando em seu sistema de transporte urbano de passageiros. São sete articulados Volvo adquiridos pela Cia Carris Porto-Alegrense, que possui a mais moderna frota de ônibus da capital gaúcha, incluindo 17 articulados Volvo B10M.

Fundada em 1872, a Carris, preocupada em inovar e modernizar constantemente seus serviços, tornou-se empresa pública mais eficiente do país, através da implantação de uma administração empresarial profissionalizada.

Dipesul - Porto Alegre



Os sete novos B10M articulados Volvo foram comprados pela empresa e colocados em operação no início deste ano como um presente de aniversá-

rio da cidade que, a exemplo de Curitiba, possui ônibus articulados em sistema troncal rodando em canaletas exclusivas.

Articulados II

Em linhas que exigem grande capacidade de transporte de passageiros, os ônibus articulados Volvo são, definitivamente, a melhor opção. Por isso, a TranSol, de Florianópolis-SC, optou pelos articulados da marca para fazer o transporte de estudantes na linha expressa que liga o Centro de Florianópolis à Universidade, contando com seis unidades do veículo

Ito Comelsen



que chega a transportar mais de 230 pessoas por viagem.

Turismo com B12B

Ito Comelsen



A F.D. Ribeiro, de Belém, é uma das empresas que mais tem apostado na tendência de crescimento do turismo naquela região. Seu proprietário, o empresário Fernando Ribeiro, que também possui agência de turismo, tem investido fortemente em veículos Volvo, contando hoje com oito unidades da marca na frota de 13 ônibus. Seus ônibus, que ostentam o nome-fantasia da empresa, Etitur, recebem pintura especial com motivos amazônicos, e operam em rotas de turismo do Pará para Fortaleza e também para os estados do Sul e Sudeste brasileiros.



Copa 98

26 funcionários da Volvo e da rede de concessionários da marca no Brasil e América do Sul foram assistir na França os jogos da seleção brasileira pela Copa 98. Os 12 funcionários da Volvo foram escolhidos em sorteio pela participação na campanha interna de comunicação "Eu Jogo Nesse Time", que tinha por objetivo conscientizar os funcionários sobre os objetivos e metas da empresa para

os próximos anos, ou seja, a satisfação do cliente. Da mesma forma, outros 14 funcionários da rede de concessionários e importadores da América do Sul foram contemplados. Cada ganhador recebeu passagem e despesas de estada por uma semana nas cidades de Paris e Marseille, tendo a oportunidade de assistir um ou, em alguns casos, dois jogos da seleção brasileira.

Treinamento na Argentina

A Renka, importador Volvo para a Argentina, realizou em meados de março, em Buenos Aires, um programa de treinamento para toda a equipe de Vendas e Pós-Venda de suas 12 casas naquele país. Os instrutores de Treinamento de Marketing da Volvo do Brasil ministraram cursos para as áreas de vendas e também cursos de capacitação profissional dentro do Projeto E - Excelência em Eletrônica, que está formando e aprimorando a primeira geração de mecâtrônicos do Brasil e América do Sul.



André Veronezi

Cimento Itaú

Com a aquisição recente de mais 22 caminhões Volvo EDC, a Transportadora Guarani, de Cuiabá, completa a frota de 28 veículos pesados da marca que utiliza exclusivamente para o transporte de cimento Itaú. Seus veículos operam no transporte do produto da fábrica da Itaú em Nobres para Cuiabá e também levando o cimento para o estado de Rondônia, chegando a transportar cerca de 5 mil toneladas por mês.

Após experimentar o primeiro veículo da marca em 1994, a Grantur Agência de Viagens e Turismo Ltda, de Cuiabá, passou a investir sistematicamente na marca e hoje conta com sete unidades Volvo na frota de oito veículos. São três B12B e quatro B10M na frota de turismo de

Trescino - Cuiabá



Viação Garcia já roda com o "Century"

Os passageiros que frequentam as linhas executivas da Viação Garcia podem ser surpreendidos com o design e características exóticas de um ônibus incomum no mercado brasileiro: trata-se de um Volvo B12B que, além de ser o mais potente do segmento (400 cv), ostenta a primeira carroceria importada do país, a "Century", fabricada pela Irizar, empresa espanhola, que é líder em carrocerias de luxo daquele país e uma das mais conceituadas da Europa.

Se o chassi de ônibus Volvo B12B, produzido em Curitiba, já é considerado o "top" da marca para este segmento do mercado, com itens como o câmbio EGS (*Easy Gear Shift*) eletronicamente monitorado, suspensão a ar e freios ABS, entre outros detalhes, o novo veículo da Viação Garcia também esbanja tecnologia de última geração na avançada carroceria Irizar.

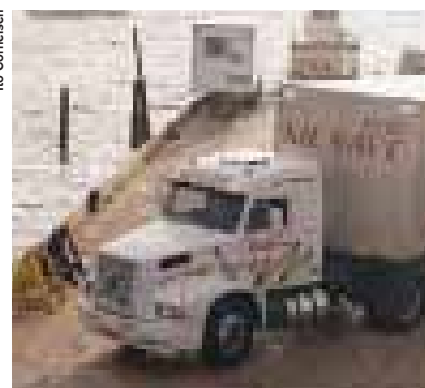


Ito Cornelisen

Rodo-Fluvial

A primeira empresa da região Norte a adquirir caminhões EDC Gold foi a Silnave, de Belém-PA, que comprou em outubro de 97 seu primeiro NL10 320 EDC Gold. A Silnave utiliza sete caminhões Volvo para fazer a operação de carga e descarga de carretas pesadas nas balsas que fazem o transporte dos semi-reboques de Belém para Manaus e Macapá. Os proprietários da Silnave, Edivaldo Carvalho e Eduardo Carvalho também são dirigentes do Sindarpa, entidade que

congrega empresas de navegação do estado do Pará.



Ito Cornelisen

Turismo Grantur

alto luxo, empregada para o turismo regional e também para compras dos moradores

e comerciantes locais no pólo têxtil de Cianorte-PR, e também em São Paulo.

Volvo Ocean Race

Volvo Ocean Race será o novo nome da Regata Mundial Whitbread. O anúncio foi feito em maio, em uma coletiva de Imprensa em Baltimore, Maryland, EUA, ocasião em que a Volvo anunciou alguns dos planos da companhia para as regatas futuras.

A primeira Regata Oceânica Volvo será no período 2001-2002. A rota definitiva ainda não foi definida, mas não se cogitam modificações importantes em relação à última edição da Whitbread. A rota da Regata Oceânica Volvo, bem como o local de largada e chegada serão anunciados até o final deste ano. O Duque de York, o Príncipe Andrew, será o paraninfo da primeira Regata Oceânica Volvo.

No que tange a regatas futuras, a Volvo pretende adotar a chamada categoria Whitbread 60, mas a partir deste ano os barcos serão identificados com nome Volvo Ocean 60. As metas da Volvo para a Regata 2001-2002 são para uma largada de pelo menos 15 barcos.

A Volvo anunciou que assumirá também o patrocínio da Regata Mundial da Juventude, da Federação Internacional de Regatas (ISAF) para 1998, a realizar-se em Simonstown, África do Sul, no período de 28 de dezembro de 1998 a 6 de janeiro de 1999.

Festa dos vencedores. Estava tudo acabado quando o barco EF Education – tripulado apenas por mulheres – atravessou a linha de chegada em Southampton, no final de maio, nove meses depois de uma largada no mesmo porto, no Sul da Inglaterra. Chegava ao final então, com aplausos dos vencedores, a Regata Mundial Whitbread pelo Troféu Volvo. Porém, mal terminada a aventura, a ansiedade e a expectativa já contaminaram a todos com a possibilidade de participarem de uma nova regata, a Volvo Ocean Race, daqui a quatro anos.

O triunfo maior ficou para o EF Language, ganhador da regata, sob a batuta de Paul Cayard, um comandante de 49 anos, muita experiência, e também dono de uma inegável coragem que só é peculiar aos vencedores. Fizeram história na regata também as mulheres. A EF Education patrocinou o primeiro time feminino a participar de uma regata como a Whitbread. Apesar do último lugar, elas marcaram o lado guerreiro, espirituoso e belo das mulheres.



All Sport

Itó Cornelisen



Na Ponta do Lápis

Desejo expressar minhas sinceras congratulações à equipe desta conceituada revista pela reportagem "Brasil já Produz o Melhor Caminhão do Mundo", especialmente ao artigo "O Melhor, na Ponta do Lápis", da edição nº 81.

Acredito que assuntos como estes contribuem fundamentalmente para que toda e qualquer decisão de compra seja tomada em cima de fatos e dados, que evidenciam claramente a superioridade dos produtos da marca.

Mauro Vivan
Concórdia-SC

Carbrasa

Como leitor e admirador dessa excelente revista, quero fazer uma sugestão no sentido de possibilitar aos que apreciamos notícias sobre ônibus, um conhecimento ainda mais amplo.

Sugestão: um artigo sobre os ônibus montados sobre os



Pedro, Bino e o meu amor

Estou escrevendo para dizer que li esta maravilhosa revista *Eu Rodo*. Amei cada página, principalmente a capa, que tem Pedro e Bino. Sou apaixonada por eles. E eu sou mulher de bom gosto, pois amo um caminhoneiro e é a ele que quero presentear com esta revista maravilhosa: coisa boa a gente dá às pessoas amadas. A Volvo está de parabéns, pois estas feras são realmente demais. Saber que estão fabricando isso tudo no Brasil é demais. Ainda restam duas esperanças: um Brasil melhor e um futuro ainda mais maravilhoso. Todos estão de parabéns por esta grande paixão por coisas boas. Nós temos tudo em comum. O nome do meu amor é Edinei de Oliveira, conhecido por Ed, que eu amo.

Neide Cordeiro Oliveira, Ribeirão Branco-SP

chassis Volvo, urbanos e rodoviários, dos anos 50 e 60, utilizados principalmente no Rio, São Paulo e também outras capitais.

Falo daqueles que, quase na totalidade, eram encarroçados pela Carbrasa - Carroçarias Brasileiras S.A., então localizada em Parada de Lucas, no Rio.

A revista *Eu Rodo* também desperta grande interesse em meus dois filhos, Diego, de 11 anos, e Alexandre, de 8, para os quais faço miniaturas de ônibus, Volvo, naturalmente. Ficaria honrado com a publicação da foto deles com duas miniaturas de sua coleção.

Atenciosamente,

Rubens C. de Medeiros
São Paulo-SP

Bike B10M



Itó Cornelisen

Sou fascinado por veículos Volvo. Minha fascinação é tanta que possuo uma bicicleta violeta mesclada de 18 marchas que chamo de B10M.

Quando meus amigos me chamam para ir à BR 381 eu logo falo que vou de Volvo. Só de dizer, eles já sabem que vou com a minha bicicleta. E foi numa dessas idas, na Fernão Dias - BR 381 - próximo ao centro de Betim que tive a oportunidade de conhecer rapidinho o super B12B, escutar o barulho do motor. Ele estava fazendo interior de Minas Gerais ao Nordeste. Fiquei de queixo caído...

Bicho do Paraná

Letra de música escrita pelo cliente José Antônio França, publicada a pedido da Lapônia, concessionária Volvo em Caxias do Sul - para ser cantada no ritmo de "Chico Mineiro", de Tonico e Tinoco:

Meu Globetrotter

José Antônio França

*Carreguei o meu Globetrotter pra baixo de Cuiabá
Quarenta metro de viga, de peroba e jatobá
Achei que o peso era muito pro meu caminhão puxá
Amigo fiquei espantado com a força do FH*

*Uma estrada de poeira eu tive de enfrentar
Com muita categoria pra no asfalto chegar
Sistema de ar ligado, para cabine esfriar
No painel um computador ajuda a trabalhar*

*No asfalto meu amigo pus o Volvo pra andar
Com piloto automático não preciso acelerar
Vou curtindo o som caipira vendo a paisagem passar
Quem pilota Globetrotter tem vida de marajá*

*Faltando quinze pras onze eu cheguei em Cuiabá
Almocei e fui embora, pra minha carga levar
Estou indo pra São Paulo, não posso demorar
Mas com a graça de Deus amanhã eu estou lá*

*Por este mundão afora estou sempre a viajar
Transportando o progresso, Brasil não pode parar
Com este caminhão amigo, minha vida vai mudar
Quem tiver carga de horário me liga que eu vou buscar*

*Aos amigos da estrada um abraço eu vou deixar
Viaje sempre com Deus programado pra voltar
Pros diretores da Volvo meu chapéu eu vou tirar
Por terem a brilhante idéia de importar o FH*

*Desse caminhão amigo, mais nada posso falar
Pois seu sucesso é tanto que nem dá pra comparar
Mais uma coisa eu ainda quero acrescentar
Globetrotter já virou um "bicho do Paraná".*

Parabéns pelo grande trabalho que vocês tem realizado, cujo resultado pode ser visto em grandes empresas que usam veículos Volvo, como a Gardênia e Util.

Um forte e grande abraço de um super-admirador

Alidan B. de Azevedo
Mário Campos-MG

Cartas para a redação de *Eu Rodo* devem ser enviadas para:

Volvo do Brasil Veículos Ltda

Depto. de Comunicação Corporativa

Revista "Eu Rodo"

Rua Juscelino Kubitschek de Oliveira, 2.600 - CIC CEP 81260-900

Curitiba-PR

Home page:

<http://www.volvo.com.br>

E-mail:

webmaster@memo.volvo.com.br

As cartas enviadas para a *Eu Rodo* são respondidas diretamente para seus autores, para melhor aproveitamento de espaço desta página.



**ALGUNS
MOTORISTAS
VÃO APROVEITAR
ESTE DIA PARA
ENSINAR OUTROS
MOTORISTAS.**

Homenagem da Volvo
pelo dia 25 de julho,
Dia do Motorista.



VOLVO