

Volvo

Eu Roddo

EDIÇÃO ESPECIAL DA VOLVO DO BRASIL VEÍCULOS LTDA. • 25 ANOS



Volvo do Brasil

25 anos de soluções para o transporte.



Volvo do Brasil

25 anos de soluções para o transporte

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
41 317 8633 PABX
Fax
41 317 8403

www.volvo.com.br

Editor Executivo:
Solange Fusco

Editor Responsável:
Luiz Carlos Beraldo
(MTB 035/01/18V-PR)

Projeto Gráfico:
Paulo Almeida
Direção de Arte:
Saulo Kozel Teixeira

Diagramação e
Editoração:
Tempo Integral
Editora Ltda.

Fotos:
Arquivo Volvo

Fotolitos e Impressão:
Gráfica e Editora
Posigraf

Tiragem:
30.000 exemplares

Filiada à Aberje.

3

CARO LEITOR

4

FOTOS E FATOS

6

EDITORIAL

8

CAMINHÕES

10

ÔNIBUS

12

VOLVO SERVIÇOS FINANCEIROS

14

PÓS-VENDA

16

VOLVO CONSTRUCTION EQUIPMENT

18

VOLVO PENTA

20

EXPORTAÇÕES

22

INOVAÇÕES TECNOLÓGICAS

24

RESPONSABILIDADE SOCIAL

26

RECURSOS HUMANOS

28

PÓLO AUTOMOTIVO

30

CENÁRIO

32

PONTO DE VISTA

34

PAINEL



25 ANOS BEM VIVIDOS CONTADOS POR QUEM ENTENDE DO ASSUNTO



Solange Fusco
Editora

Resumir os 25 anos de história da Volvo do Brasil não é uma tarefa muito fácil. Afinal, foram duas décadas e meia de muita novidade. Só em lançamentos de produtos, por exemplo, tivemos, em média, pelo menos um grande evento a cada ano e meio. Em se tratando de uma indústria de veículos pesados, é um feito e tanto.

Foram muitas as novidades: novas áreas de negócios, programas institucionais de fôlego como o Programa Volvo de Segurança no Trânsito, mudanças no Grupo Volvo e na companhia brasileira, que passou a responder pelos negócios da marca em toda a América do Sul e também as conquistas dos nossos clientes, seus negócios, seu sucesso com os produtos Volvo. Enfim, tentar contar tudo seria muita pretensão.

Por isso, decidimos convidar alguns dos profissionais de imprensa que acompanharam de perto nossa história para que

contassem, com suas palavras, o que julgaram mais marcante nesses 25 anos da Volvo do Brasil.

Também não poderíamos deixar de incluir a opinião de líderes de algumas entidades que representam setores com os quais sempre tivemos uma relação de parceria muito importante.

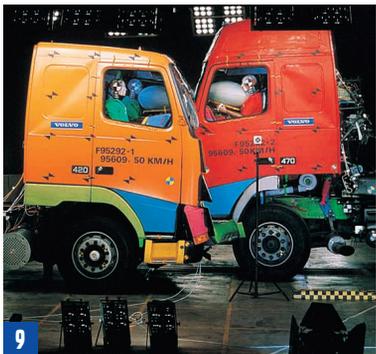
Acreditamos que, desta forma, conseguimos reunir, nesta edição especial, fatos, imagens e pessoas cuja contribuição ao longo desses 25 anos foi marcante não só para a própria Volvo do Brasil mas para a indústria automotiva e de transportes de nosso país.

E o resultado está aí. Confira, sob a ótica de alguns dos melhores (infelizmente não foi possível reunir todos) jornalistas dos principais veículos de comunicação do país, um pouco do que foi essa história. No melhor estilo de cada um.

Boa leitura.



IMAGENS MARCANTES





12



13



15



14



16



17



18



20



21



19

1. Brasil começa a importar caminhões Volvo a partir de 1934
2. Primeiro chassi de ônibus fabricado no Brasil (1979)
3. Primeiro caminhão Volvo produzido no Brasil (1980)
4. Lançamento dos ônibus B12B (1997)
5. Comemoração da Copa – Feira de Santana, BA (1994)
6. Primeiros “mecatrônicos” do Brasil (1993)
7. Ônibus biarticulado Volvo em São Paulo (1998)
8. Inaugurada nova fábrica de Cabines (1997)
9. Crash-test de caminhões Volvo FH12
10. FH12 da Araçatuba cruzam continente rumo ao Pacífico (2001)
11. Linha de produtos da Volvo Construction Equipment (2001)

12. Ônibus “Ligeirinho” em Nova York (1995)
13. Lançamento da nova linha NL (1993)
14. Caminhão Volvo transporta barco para o Pantanal (1993)
15. Regata Oceânica Volvo Ocean Race passa pelo Rio de Janeiro (2001)
16. Novos ônibus “Ligeirinhos” com estações-tubo em Curitiba (1991)
17. Cena do filme “Jorge, um Brasileiro” (1987)
18. Maior treminhão do mundo, na Bahia (1983)
19. Ônibus Volvo com pintura comemorativa da conquista do Tetra (1994)
20. ReboCADOR do Rio de Janeiro com motor Volvo Penta
21. Assembléia do Consórcio Nacional Volvo



MUITO LONGE DA ESCANDINÁVIA, UM NOVO MUNDO VOLVO

Com uma trajetória empolgante e uma história marcada por inovações, a Volvo do Brasil se consolida no país, aos 25 anos, como um verdadeiro "minimundo Volvo" fora da Suécia.

Ao mesmo tempo em que comemoramos os 75 anos do grupo Volvo, celebramos os 25 anos da Volvo do Brasil. Ou seja, a Volvo comemorava 50 anos quando se instalou no Brasil. Uma decisão desafiadora para a época, quando nossas pesquisas indicavam a predominância de veículos médios e leves na frota brasileira. Assim, decidimos desenvolver uma intensa campanha de conscientização junto à sociedade, que ficou conhecida como "batalha dos pesados". Onde procuramos mostrar as vantagens dos pesados para o Brasil.

1977

VOLVO DO BRASIL

24 DE OUTUBRO: constituição da Volvo do Brasil "CASA BRANCA", primeiro escritório da Volvo em Curitiba, PR



VOLVO



Esta relação entre os 25 anos da Volvo do Brasil e os 75 anos do Grupo Volvo é importante por vários aspectos. Primeiro, porque nos remete ao notável crescimento do Grupo Volvo no mundo, nesses últimos 25 anos. E também porque o Brasil foi um dos primeiros mercados além do Atlântico no qual estivemos presentes, logo após iniciarmos nossas atividades: a marca iniciou suas atividades em 1927 e, apenas sete anos depois, em 1934, os primeiros veículos Volvo já desembarcavam no Brasil. Importados pela Usina Santa Luzia, do Rio de Janeiro, seus proprietários em seguida decidiram se tornar importadores de nossos caminhões e ônibus, dada a sua comprovada robustez.

Logo após sua instalação no país, a Volvo do Brasil enfrentou as dificuldades da recessão dos anos 80, a primeira grande crise de sua economia após o chamado "milagre econômico" dos anos 70. A Volvo Penta, que começou a operar no país na mesma época, marinava motores produzidos localmente, começando a semear uma história que hoje também é coroada de sucesso.

Uma joint-venture entre a Volvo e a Michigan-Euclid daria origem, nos anos seguintes, à VME – Volvo Michigan-Euclid, fazendo com que uma outra indústria já instalada em Pederneiras (SP) se tornasse mais um braço da marca cujo crescimento, nas décadas seguintes, resultaria na atual Volvo Construction Equipment Latin America. Mais recentemente, a Volvo adquiriu a Mack Caminhões, americana, juntamente com a Renault, tornando-se o segundo maior fabricante de caminhões pesados do mundo.

Ao longo desse período, a Volvo do Brasil traçou sua história de sucesso. Inovando e vencendo desafios. Inovou no relacionamento com os funcionários, no lançamento de produtos com tecnologias até então jamais vistas por aqui. Consolidou sua rede de concessionários e firmou um sistema de serviços altamente eficiente e inovador, desde o pioneiro VOAR – Volvo Atendimento Rápido, que jamais conseguiu ser imitado, até o Conceito Total de Negócios. Inovou ao criar o primeiro banco exclusivamente especializado em transporte. Passou a oferecer planos de manutenção para que os clientes pudessem se concentrar no que

mais entendem, que é o transporte, e ousou oferecer ao mercado uma linha de caminhões pesados totalmente eletrônica.

Cheguei ao Brasil há dois anos com praticamente todo este cenário já bem definido.

A Volvo do Brasil hoje responde pelos negócios da marca em toda a América do Sul e forma em nosso país uma espécie de "minimundo Volvo". Reunimos aqui praticamente todas as atividades do Grupo, ou seja, caminhões, ônibus, equipamentos de construção, motores marítimos e industriais e serviços financeiros. A única exceção é a Volvo Aero, que produz motores e câmaras de combustão para aeronaves e foguetes espaciais.

Enfim, foram 25 anos de desafios e conquistas, em que a tradição de qualidade, segurança e respeito ao meio ambiente – associada a um excelente relacionamento com todos nossos parceiros locais – nos legou uma posição de inegável reconhecimento junto aos clientes – o maior prêmio que uma marca pode almejar.



Kraw Pinnas

Peter Karlsten
Presidente da Volvo do Brasil

MARÇO: indicação dos primeiros concessionários (PR, SC e SP)
SETEMBRO: primeiro chassi de ônibus B58 deixa a linha de montagem



VOLVO DO BRASIL

1979

VOLVO



DO TRUCADO AO ELETRÔNICO

Pedro Bartholomeu

Jornalista especializado em transportes e editor da Revista Frota & Cia.

A frota brasileira era dominada pelos caminhões médios, mas em duas décadas os pesados mudaram a matriz de transporte e racionalizaram as operações

1980

VOLVO DO BRASIL

JULHO: início da produção dos caminhões

4 DE DEZEMBRO: inauguração da fábrica.



VOLVO



O lançamento dos caminhões Volvo no Brasil produziu um grande impacto na matriz brasileira de transporte. Até 1980, assuntos hoje considerados jurássicos estavam em pauta no país. Nas revistas os empresários "confirmavam" as vantagens dos pesados e da dieselização total da frota – circulava então um grande número de caminhões a gasolina. Pelas estradas milhares de caminhões médios, com potências hoje utilizadas pelas picapes.

Foi com os conceitos da elevada produtividade, economicidade e segurança, que Tage Karlsson, o primeiro Superintendente da Volvo do Brasil anunciou o lançamento do caminhão pesado N10 em 1980. Imediatamente veio à lembrança de uma legião de transportadores as virtudes dos modelos Viking e Titan importados por mais de 20 anos, antes de o mercado fechar em 1950. A robustez e valentia daqueles caminhões eram lembradas, já que eram capazes de vencer as estradas de terra das serras gaúchas e catarinenses lotados de madeira e chegar até o Nordeste Brasileiro.

Chegava o N10, apresentado na II Brasil Transport. A participação dos pesados no Brasil era muito pequena diante das necessidades e não chegava a 10% da frota. Dos veículos 4 x 2 logo surgiram os modelos com configurações diferenciadas de tração 6x4 com ou sem redução, como as séries XH e XHT, que se adequavam a vários tipos de aplicação e buscando otimizar a operação. O consumo de combustível reduziu-se logo depois com a introdução do intercooler, que melhorava muito a queima de combustível com o equilíbrio da mistura ar-óleo.

A nova linha NL integrava tudo isso quando lançada em 1993, e caprichava no item conforto com a suspensão de cabina com molas de longo curso, ar-condicionado de fábrica e cama de grandes dimensões. Com as versões de 10 e 12 litros, os NL tinham potências de 310 até 410 cv, encaixando-se sob medida nas demandas dos usuários. Como previra Tage Karlsson 13 anos antes, a categoria dos pesados fechou o ano de 93 representando nada menos de 36% das vendas totais de caminhões novos.

Três anos depois, a nova linha NL incorporou o sistema EDC, o gerenciamento eletrônico da injeção de combustível. Um salto e tanto no desenvolvimento tecnológico dos caminhões no país e na econo-

mia de consumo. A diferença histórica chegava ao exagero. Enquanto um pesado em meados da década de 70 consumia 1,2 km/l um EDC de 360 cv em certas aplicações rendia até 2,7 km/l, consumindo 55,6% menos. Sem contar o computador de bordo e o cruise control.

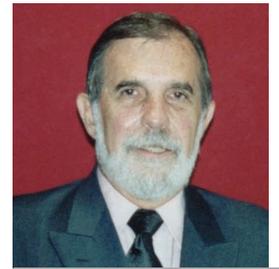
Em 1998, depois de tantas melhorias, pela primeira vez a Volvo chega ao topo do mercado de caminhões pesados com o NL 12 360: conquista o prêmio Lótus de "Caminhão Pesado do Ano", na faixa mais disputada do mercado brasileiro.

A aposta mais alta da empresa ocorreu no ano seguinte. Corajosamente, pois a linha NL era líder de vendas, a empresa lança o NH 12, ainda considerado um dos cavalos mecânicos mais modernos do país e o primeiro totalmente eletrônico a rodar no país. Além da potência de até 420 cv, o NH12 exibe uma cabina de piso plano, altura livre de 1,93 metro, cama de 2 metros e conforto e câmbio compatíveis com o FH – comercializado no país desde 1994 como importado e nacionalizado em 1998. O design da linha H ainda é referência entre os pesados.

Em 2000, a empresa expandiu sua oferta de caminhões para a faixa de serviços mais severos com o lançamento dos FM 12 6x4, com potências de 380 e 420 cv. Na faixa dos veículos mais sofisticados destaque para os Globetrotter, que na nova linha H oferece o Top Line, que inclui todos os opcionais da linha.

Ao longo dessas duas décadas o transporte brasileiro apresentou uma evolução gigantesca. Nas viagens de longa distância predominam os pesados sobre médios trucados. As carrocerias de madeira deram lugar às configurações específicas para cada aplicação. Os semi-reboques baús e siders agilizam as operações, protegem a carga e as combinações de eixo e tração buscam o máximo aproveitamento da potência e torque dos pesados, lotando as estradas de bitrens e cavalos mecânicos 6x2 ou 6x4.

Um bitrem de 57 t substitui 3 médios com sobrecarga, causa menos danos às pistas, eleva a segurança e economiza combustível. Para aumentar a segurança, os pesados têm reserva de potência e elevada capacidade de frenagem, graças à eficiência dos motores eletrônicos. A eficiência energética é notória, como visualizou Tage Karlsson, 25 anos atrás. A mesma visão que fez a Volvo se instalar no Brasil.



Geraldo Vianna

Presidente da NTC

"A vinda da Volvo contribuiu para a atualização dos veículos pesados fabricados no Brasil, reduzindo a defasagem até então existente entre eles e os produzidos em países desenvolvidos, principalmente no que se refere à tecnologia".



JUNHO: começa a operar o VOAR – Volvo Atendimento Rápido
JULHO: testes com um ônibus bicomustível (Diesel e Álcool), em Curitiba



VOLVO DO BRASIL

1981



A OUSADIA DO CONFORTO AOS PASSAGEIROS

Marco A. Souto Maior

Jornalista especializado em transportes, hoje colabora com publicações do setor, como a revista AutoData, onde é editor do Caderno TranspoData dos Guias AutoData

Os registros históricos dos ônibus Volvo em 25 anos de Brasil são marcados pelas inovações tecnológicas para o conforto dos passageiros

Os primeiros ônibus da marca Volvo desembarcaram no Brasil em 1934, época em que o bonde elétrico ainda desfilava como modernidade e abnegados geólogos procuravam petróleo brasileiro às suas próprias expensas.

Pesquisado desde o início dos anos trinta, o primeiro veio de ouro negro jorrou na cidade Lobato, Bahia, em 22 de janeiro de 1939. E provocou o início da construção da hoje famosa rodovia Rio-Bahia

1983

VOLVO DO BRASIL

OUTUBRO: lançado o Velox – sistema de entrega emergencial de peças





– tida e havida como a primeira estrada brasileira de longo percurso e integração nacional.

Neste cenário, alguns Volvo modelo “B1” – também o primeiro ônibus concebido pela marca – circularam em meio aos 250 mil veículos que compunham a frota brasileira. Cerca de 22 deles trafegando em linhas regulares na cidade do Rio de Janeiro.

Os registros históricos desses pioneiros, contudo, ficaram perdidos no tempo. Sobraram, entre poucos, fotografias do mascote da empresa Pássaro Marrom, ainda hoje atuante nas linhas que ligam a região do Vale do Paraíba, berço da famosa rodovia Presidente Dutra no caminho entre o Rio de Janeiro e São Paulo.

Os marcos dos últimos 25 anos de atividades da Volvo do Brasil, contudo, estão bem guardados na memória. E, antes de mais nada, porque primam pela ousadia tecnológica e conforto aos passageiros. Não será exagero escrever que desde o pioneiro B58 - importado da Suécia em 1978 - os ônibus Volvo deixaram indelével marco na história do transporte brasileiro de passageiros.

Em setembro de 1979, quando o chassi B58 de número um deixou a linha de montagem da fábrica de Curitiba, a marca dava partida para um novo impulso tecnológico em matéria de ônibus.

De pronto, e ousadamente, o chassi inovava pelo motor localizado entre os eixos e nunca dantes visto por estas paragens. A inovação trazia ao Brasil o avanço de um piso completamente livre dos inevitáveis cocurutos dos veículos equipados com motor dianteiro.

E introduzia, ainda, uma inusitada transmissão automática como opcional. Com 250 cv de potência em versões urbana e rodoviária, os B58 chegaram ao final de 1980, seu segundo ano de mercado, com consistentes 7,1% de participação no segmento de ônibus pesados. No início dos anos oitenta, a Volvo apresentou o primeiro chassi articulado genuinamente nacional.

De ousadia em ousadia, incluindo um terceiro eixo original de fábrica em 1982, o B58 chegou ao final de 1983 com 18,8% de participação no mercado de chassis e plataformas pesadas.

Em dezembro de 1986, em outro gesto de ousadia, a Volvo aumenta a família com o B10M - ônibus mundial da marca. Também equipados com

motor na posição central, os novos chassis chegaram ao país anunciados pelo slogan “o futuro do ônibus”. Em versões 4x2 e 6x2, para aplicações em carrocerias de linhas rodoviárias e de turismo, os B10M traziam entre muitas inovações a aplicação do intercooler.

Em 1987, a Volvo comemorou seus 10 anos de Brasil com mais de 3 mil ônibus vendidos ao mercado interno e outros mil exportados. E em 1992, a engenharia brasileira introduziu uma inovação mundial ao lançar o primeiro ônibus biarticulado da marca.

A adequação de produtos às necessidades das condições brasileiras é outra das tônicas da história dos ônibus Volvo. Lançados em março de 1994 os modelos B12 – cujo grande diferencial estava no motor traseiro de 400 cavalos, o mais potente da época – foram sucedidos dois anos depois pelos B12B, onde o “B” final indica especificações exclusivas para o Brasil.

Viajando bem mais confortáveis por conta dessas tropicalizações, os passageiros brasileiros ganharam conforto ainda mais sofisticado em janeiro de 2000, com o lançamento do modelo B7R Piso Baixo. Equipado com um sistema de suspensão que faz o veículo abaixar ao estacionar nos pontos de parada, o B7R constitui-se na última das ousadias da fábrica de Curitiba, iniciada com o piso liso dos B58.

Idéia curitibana roda pelo mundo. Na área destinada à Volvo Bus do website internacional da Volvo, um ícone em especial chama a atenção dos internautas: a palavra Curitiba, destacando-se entre outros sete itens do banco de imagens.

Caso único nos sites mundiais de fabricantes de ônibus e caminhões, a cidade merece tal destaque por seu sistema de transporte urbano de passageiros. E, particularmente, pelo uso inovador de chassis articulados e biarticulados concebidos pela engenharia brasileira.

Os articulados produzidos em Curitiba têm ganhado o Brasil e mundo ao longo desses anos. Hoje, 318 deles circulam nas linhas expressas do moderníssimo projeto Transmilênio, implantado há um ano na cidade de Bogotá, Colômbia. Mais recentemente colocaram suas rodas em Manaus, Equador, República Dominicana, Jamaica e Cuba.



Oscar Conte

Presidente da ABRATI – Associação Brasileira das Empresas de Transporte Rodoviário Intermunicipal, Interestadual e Internacional de Passageiros

“A preocupação da Volvo com a qualidade dos seus produtos fez com que o nível dos ônibus produzidos no Brasil subisse ao mesmo patamar dos ônibus europeus e americanos. Hoje não há, praticamente, diferença entre ônibus fabricados aqui e os produzidos em países de Primeiro Mundo. E, para isso, a Volvo foi uma das maiores responsáveis”.



MARÇO: lançada linha de caminhões “XH”
OUTUBRO: lançado caminhão N10 XHT a álcool

VOLVO DO BRASIL

1984



VSF – SOLUÇÕES INTEGRADAS DE TRANSPORTE

Valdir dos Santos

Jornalista, trabalha em publicações especializadas em transporte há 15 anos, tendo sido redatora-chefe da Transporte Moderno por dez anos

A Volvo Serviços Financeiros dispõe das mais variadas formas de financiamento, leasing, consórcio e seguros. Um conjunto de soluções para quem procura mais do que uma simples instituição financeira.

A conquista da liderança do mercado de caminhões pesados pela Volvo, em 2002, coroa o acerto na incorporação do conceito inovador que transformou o fabricante de veículos e motores em especialista em soluções integradas para os transportes. Esse conceito, adotado pela Volvo em todo o mundo, inclui a Volvo Serviços Financeiros que, no Brasil, responde por cerca de 60% das vendas da marca.

Formada pelo Banco Volvo, que opera com Crédito Direto ao Consumidor (CDC) e repasse dos recur-

sos do Finame, pela Volvo Leasing, que oferece além do arrendamento financeiro, o leasing operacional, pioneiro no país, pelo Consórcio Nacional Volvo, o primeiro no mercado para veículos pesados administrado por uma marca e pela Volvo Corretora de Seguros, que começou a operar há um ano, a Volvo Serviços Financeiros tem se destacado por conhecer profundamente o setor de transporte, o que permite oferecer produtos e serviços únicos, com custos competitivos e adequados às necessidades de cada cliente, diferentemente da forma como operam os bancos genéricos.

1985

VOLVO DO BRASIL

SETEMBRO: lançada linha de caminhões Intercooler



VOLVO



Como resultado, em pouco mais de 9 anos de existência, já opera uma carteira de ativos de R\$ 1 bilhão.

A partir do conceito de oferecer soluções completas e integradas de transporte, a Volvo Serviços Financeiros trabalha lado a lado com a Fábrica e sua Rede de Concessionários, combinando produtos e serviços num único lugar. Ou seja, quando o cliente adquire um veículo nos concessionários da marca, tem à disposição as mais variadas e competitivas modalidades de financiamento, bem como seguro e leasing operacional. Tudo isso feito por uma equipe de profissionais que trabalha no campo e conhece a "linguagem" do transportador.

Esse conhecimento, adquirido no dia a dia das empresas de transporte, é utilizado como matéria-prima pela Volvo Serviços Financeiros para oferecer propostas diferenciadas, criativas e viáveis aos clientes – condição que só é possível graças ao fato de a Volvo Serviços Financeiros ser uma instituição voltada exclusivamente para o setor de transporte.

Setor esse que, diante da volatilidade do mercado financeiro, demanda alternativas seguras, permitindo aos transportadores planejar o orçamento, fazer

novos investimentos e administrar adequadamente os custos. Neste sentido, obter condições especiais e continuadas de financiamento é essencial para as empresas. É aqui que entra a Volvo Serviços Financeiros. Contrariando tendências de alta do mercado financeiro, tem disponibilizado aos seus clientes condições de financiamento especiais, com taxas de juros menores que as praticadas pelo mercado.

O financiamento pré-fixado CDC – Crédito Direto ao Consumidor – surge, neste contexto, como a melhor alternativa para os clientes, que passam a ter custos fixos em reais. A Volvo Serviços Financeiros também opera como agente repassador dos recursos do BNDES através da Agência Finame, que tem prestações corrigidas pela TJLP (taxa de juro de longo prazo). Cada uma destas duas modalidades, CDC ou Finame, é formatada de acordo com a necessidade e fluxo de caixa de cada cliente.

Outra alternativa para os clientes é o Consórcio Nacional Volvo, que responde por cerca de 30% das vendas de caminhões e ônibus da marca no Brasil. Desde a sua criação há sete anos, comercializou 20 mil cotas, das quais mais de 10 mil já foram contempladas. Os planos do Consórcio, com prazos de até 100 meses, diferenciam-se dos demais pelo valor das parcelas antes da contemplação, iniciando com parcelas de 0,75% do valor do veículo. A taxa de administração é das mais baixas do mercado e a equipe de vendas da Rede Volvo orienta o cliente na escolha do plano mais adequado à sua capacidade de investimento.

E como a fábrica, que em 25 anos de história mudou a paisagem das estradas brasileiras, inserindo tecnologia, qualidade e respeito ao meio ambiente, a Volvo Serviços Financeiros também não pára. O mais recente produto é o Leasing Operacional. Lançado pioneiramente no Brasil pela Volvo Serviços Financeiros, oferece uma série de vantagens, como seguro completo e manutenção, ajudando o transportador a reduzir custos e aumentar a rentabilidade. Com o Leasing Operacional, os clientes focam suas operações no seu objetivo maior, que é transportar, deixando para a Volvo a responsabilidade de cuidar dos veículos. Ou seja, dia após dia, a Volvo Serviços Financeiros tem o conhecimento e capacidade, como empresa da marca, para oferecer produtos e serviços únicos aos seus clientes.



Simon Davies

Presidente da Volvo Serviços Financeiros América Latina

“Os clientes esperam muito mais do que um simples financiamento. Eles anseiam por novos serviços financeiros, que além de segurança, ofereçam também custos vantajosos e conhecidos. E a Volvo Serviços Financeiros, mais do que financiar produtos, tem como missão ajudar os clientes, oferecendo soluções completas e integradas de transporte: consórcio, financiamentos, seguros e leasing operacional”.



DEZEMBRO: lançado o B10M, o ônibus mundial da Volvo



VOLVO DO BRASIL 1986



UM PÓS-VENDA INOVADOR. E UMA SENHORA REDE DE CONCESSIONÁRIAS

Luciano Pereira

Editor da revista Veículo, uma das mais tradicionais publicações especializadas em transportes do Brasil

Desde o lançamento do VOAR, inovação sempre acompanhou o pós-venda da Volvo, uma marca que pode se orgulhar de sua rede de concessionárias.

A história de como a Volvo se instalou no Brasil, há 25 anos, não poderia ser coroada do sucesso que hoje presenciamos se não contasse com a imprescindível contribuição de sua rede de concessionárias.

É claro, este é o caso, de todas as outras montadoras instaladas no país. Mas no caso da montadora sueca que ousou, na época, instalar-se no Paraná – um estado até então sem nenhuma tradição

1987

VOLVO DO BRASIL

JULHO: lançado o Programa Volvo de Segurança nas Estradas
OUTUBRO: A Volvo completa 10 anos de Brasil





automotiva – essa história, a de sua rede de concessionárias e de como organizou seu pós-venda, também fo peculiar.

Ficou na memória aquela entrevista coletiva organizada em um hotel de São Paulo, em junho de 1981, que veio a ser o primeiro grande evento após o início da produção de caminhões, em 1980. A pauta do encontro era o lançamento do VOAR – Volvo Atendimento Rápido, um pioneiro serviço de atendimento emergencial para os veículos recém-lançados que começavam a rodar por todo o país sem que houvesse ainda uma rede de concessionárias plenamente estabelecida em todo o território nacional.

Era até difícil de acreditar que algo assim pudesse ser lançado no Brasil. Eles se propunham a atender qualquer veículo que precisasse de assistência em qualquer parte deste nosso país de dimensões continentais, a partir de um simples telefonema a cobrar.

E foi este mineiro inquieto que assina esta matéria que ousou perguntar: “E se eu ligar para lá agora, vai ter alguém para me atender?”. Não resisti à tentação de colocar em cheque, de testar o novo serviço anunciado como disponível “24 horas por dia” durante todo o ano. Era hora de almoço, ou quase. Se minhas suspeitas se confirmassem, o atendente teria saído para almoçar justamente naquela hora. Mas eles aceitaram o desafio. Fizemos a ligação e alguém atendeu: “Volvo atendimento rápido, bom dia!”. Desliguei o telefone.

Então já não foi difícil acreditar que aqueles intrépidos agentes do pós-venda da Volvo fariam de tudo para dar assistência aos veículos da marca, do Oiapoque ao Chuí: fretariam aviões, alugariam barcos para atravessar o Pantanal, e montariam em jêgues para socorrer caminhões na caatinga nordestina, se preciso fosse. E, até onde já tivemos notícias, coisas bem parecidas aconteceram, notadamente nos primeiros anos do VOAR, quando ainda eram poucas as casas da rede de concessionárias Volvo em todo o Brasil.

De lá para cá muita coisa mudou. A rede de concessionárias se formou, cresceu e se consolidou, e muitos outros atos de ousadia da marca se sucederam. Veio, em seguida, o Velox, serviço de

entrega de peças em caráter de urgência, e outras novidades como as UBT – Unidades à Base de Troca. Mais recentemente, lançou óleos e fluidos exclusivos da marca.

Cuidadosa, a marca tratou de nomear concessionários de diversos grupos econômicos com força nas regiões em que atuavam. Demorou um pouco para se firmar em praças importantes como São Paulo e Rio, mas quando o fez, mostrou a que veio. Fez ginástica para reduzir os preços de suas peças, atendendo aos reclames do mercado.

Assim como houve um grande questionamento antes do advento do VOAR, sobre como seria a assistência dos veículos em campo para uma marca que acabava de se instalar no país, também veio a pergunta: “Como será a assistência técnica desse veículo?” quando a mesma Volvo decidiu importar os primeiros caminhões FH12 com motores totalmente “eletrônicos” do mercado, em 1994.

Mas, é claro, eles tinham a carta na manga. Inventaram então os “mecatrônicos”, mecânicos com notebooks, que entendiam de mecânica e eletrônica embarcada. Plugavam o laptop no painel do caminhão e em poucos minutos faziam um check-up completo com diagnóstico computadorizado acompanhado de instruções de como fazer a manutenção preventiva ou corretiva do veículo. O Voar transformou-se no VAS – Volvo Action Service, mais abrangente e com novos serviços, consolidando-se como importante ferramenta de suporte e também de comunicação com o mercado.

Hoje há também os planos de manutenção, em que o transportador transfere para a rede de concessionárias da marca a incumbência de acompanhar o desgaste dos diversos componentes e fazer a manutenção de cada veículo da frota no momento certo, esteja ele onde estiver.

Uma fábrica que ousa lançar produtos de pós-venda assim, pode-se dizer que é uma fábrica que conhece, confia e sabe bem que rede de concessionárias a está representando neste país de tantas facetas diferentes em cada recanto por onde trafegam seus veículos. Eu não sei. Mas eles sabem. E os clientes deles também devem saber, que rede é essa. Deve ser uma senhora rede de concessionárias.



Alarico Assumpção Júnior

Presidente da ABRAVO –
Associação Brasileira dos
Distribuidores Volvo

“Temos a melhor qualidade de relacionamento entre fábrica e rede, onde as divergências são resolvidas através de diálogo franco e aberto. A rede de concessionárias Volvo se tornou uma das mais qualificadas do país em termos técnicos. É, provavelmente, a mais bem formatada em termos de recursos técnicos e de pessoal. E aqui não me refiro apenas ao pessoal de serviço, pois temos a melhor equipe de mecatrônicos e também a mais bem capacitada equipe de vendas”.



FEVEREIRO: toma posse a primeira Comissão de Fábrica

VOLVO DO BRASIL

1988



VCE - INOVANDO E CRESCENDO SEM PARAR

L. Beraldo

Jornalista especializado em comunicação empresarial

Com muitas mudanças e expressivo crescimento na última década, a VCE consolida-se no Brasil como responsável pelos negócios da marca em toda a América Latina.

1989

VOLVO DO BRASIL



MARÇO: lançada a linha de caminhões NL, a primeira desenvolvida no Brasil



Resumir a história da VCE não é uma tarefa fácil. Para começar, temos que nos reportar à história de uma empresa que está no Brasil desde o final dos anos 50 e também falar um pouco da história da VCE em nível mundial, cuja evolução passa pela aquisição de diversas marcas de renome internacional, ao longo do tempo.

A história da VCE mundial, por exemplo, começa nos anos 60, na Suécia, quando o Grupo Volvo adquire a Bolinder Muncktell, cujos produtos passariam a ser conhecidos como Volvo BM. Já a história da VCE brasileira começa em 1958, quando surge a Equipamentos Clark, que em 1975, inaugurou em Pederneiras (SP), sua fábrica de pás-carregadeiras e empilhadeiras Clark Michigan.

A princípio, uma não tinha nada a ver com a outra. Porém, mais tarde, em 1987, uma joint-venture internacional resultou na formação da VME, a Volvo-Michigan-Euclid, e a unidade brasileira passou a se chamar VME Brasil Equipamentos Ltda. Em 1995, o Grupo Volvo assumiu o controle total da VME, dando origem, aqui, à Volvo Equipamentos de Construção Ltda. Também foi nos anos 90 que a Volvo incorporou, em nível mundial, marcas como a sueca Åkerman, a alemã Zettelmeyer, as francesas Pel-Job e Mecalac, a canadense Champion e a coreana Samsung.

Hoje a Volvo Construction Equipment é uma das líderes mundiais em equipamentos de construção, com uma ampla linha de produtos reconhecidos pelos clientes como os melhores do mercado. Está presente em mais de 100 países em todo o mundo. Seus produtos incluem mais de 100 modelos diferentes em carregadeiras, caminhões articulados, escavadeiras, motoniveladoras e equipamentos compactos.

E a unidade brasileira beneficiou-se deste crescimento global, ampliando a gama de produtos oferecidos ao mercado. Como parte das mudanças organizacionais da companhia, tornou-se responsável pelos negócios da VCE em toda a América do Sul, em 1998, posição que se consolidou em 2001/2002 com a nova razão social: Volvo Construction Equipment Latin América.

Em julho de 1999, a administração da companhia, até então sediada em Campinas, transferiu-se

para Curitiba, concluindo o processo iniciado no começo daquele ano com a centralização do estoque e distribuição de peças de reposição através do C-3, o Centro Global de Distribuição de Peças da Volvo Parts. Entre outras vantagens, todos os clientes da marca passaram a ter acesso aos componentes Volvo pelo sistema de entregas da Volvo Parts, que funciona 24 horas por dia durante todo o ano.

Da mesma forma, a fábrica de Pederneiras acompanhou este crescimento, modernizando-se e ampliando sua linha de produtos. Depois das carregadeiras, vieram os caminhões articulados e, mais recentemente, as motoniveladoras. Hoje é a única unidade, em todo o mundo, que produz três, das quatro linhas de equipamentos da marca: caminhões articulados, fabricados no Brasil desde 1994; carregadeiras, desde 1995; e motoniveladoras, a partir de 2000.

Com 30 mil m² de área construída em terreno de 430 mil m², a fábrica brasileira utiliza a mais moderna tecnologia mundial do grupo Volvo para produzir 600 unidades de equipamentos. Certificada pela norma ISO 9002 desde 1996, e pela ISO 14001 desde abril de 2001, também exporta seus produtos para mercados como Estados Unidos e Europa.

Outro marco importante, em sua história, foi a inauguração, em Curitiba, do Centro de Demonstrações, em meados de 2001. Trata-se de um dos mais modernos e completos centros de demonstração de equipamentos de construção da América Latina. Nele, em condições muito próximas à realidade de diversas operações, os clientes podem realizar testes, comparações e avaliações estáticas e dinâmicas com os equipamentos.

Para alinhar todo o processo de reorganização experimentado ao longo desses anos, a Volvo Construction Equipment Latin America adotou mudanças estratégicas que incluíram a otimização da rede de distribuidores, a busca de novos negócios e maior atenção às ações de pós-venda, aumentando a competitividade em peças de reposição.

O resultado não poderia ser melhor: a empresa encerrou o ano passado com participação de 18% no mercado doméstico e crescimento de 16 para 17% em toda a América Latina, deixando clara sua forte disposição para continuar crescendo.



Yoshio Kawakami

Presidente da Volvo Construction Equipment Latin America

“Ao trazer para a Volvo do Brasil uma nova área de negócios, a Volvo Construction Equipment, com sua tradição e especialização em equipamentos de construção, contribuiu para a maior visibilidade da marca no país e na América Latina. E, melhor, para os clientes passou a representar uma excelente alternativa de produtos de alta qualidade com o respaldo de uma marca com indiscutível reconhecimento local e mundial”.



VOLVO DO BRASIL

1990



OUTUBRO: Volvo Conquista o troféu “Golden Award” do IPRA – International Public Relations Association com o Programa Volvo de Segurança no Trânsito.



UMA HISTÓRIA DE CONFIABILIDADE

Ernani Paciornick

Editor da revista Náutica

Flexibilidade e criatividade para vencer as constantes mudanças da economia brasileira foi uma das estratégias da Volvo Penta, cuja subsidiária brasileira também comemora 25 anos mas já tem sua imagem de confiabilidade firmada desde os anos 30.

1991

VOLVO DO BRASIL

AGOSTO: início das importações de automóveis Volvo



VOLVO



É difícil imaginar o mercado náutico brasileiro sem a presença da Volvo Penta. Afinal, os dois estiveram juntos desde os primórdios da indústria náutica nacional, na década de 50, época em que seus motores passaram a ser importados em maior escala pelo pioneiro e lendário Estaleiro Carbrasmar. Mas a verdade é que os produtos da empresa sueca já eram conhecidos no Brasil desde a década de 30, quando, embora importados em menor escala, eram chamados simplesmente de os Penta (ou Penta Volvo). Enfim, é um longa história de, sobretudo, confiabilidade.

Primeiro, por parte dos clientes brasileiros, que sempre acreditavam na durabilidade dos motores suecos. Depois, por parte da empresa, que acreditou ser possível montar uma subsidiária no país a fim de atender, melhor e mais rápido, o mercado nacional. Assim, na segunda metade da década de 70, mais precisamente em 1977, foi criada a Volvo Penta do Brasil, não só para importar e distribuir seus produtos, mas também – o mais importante – para produzir motores diesel de 36, 48, 170, 250, 380, 400 e 480 cv em parceria com os fabricantes de motores automotivos já devidamente instalados no Brasil. Dessa maneira, os primeiros motores Volvo made in Brazil foram os famosos AQB41, motores General Motors marinizados no Rio de Janeiro, seguidos de outras marcas locais como Fiat, VW, MWM, Ford e também Volvo. O ano era de 1979, quando o chamado “milagre econômico” promovido pelos governos militares começava a dar visíveis sinais de cansaço.

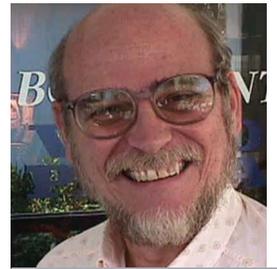
A partir daí, a Volvo Penta não deixou um só dia de acompanhar as dificuldades e os progressos do país, jamais se intimidando ou deixando de acreditar em seu potencial. Exemplo: na época áurea do Proálcool – programa estratégico criado pelo governo brasileiro para enfrentar os preços altos do petróleo utilizando o álcool como combustível – a Volvo Penta não se fez de rogada e passou a fabricar também motores marítimos a álcool, ela que se notabilizara mundialmente pelos propulsores a diesel. Era sem dúvida um risco que a empresa enfrentava

com coragem e determinação, pois o uso do álcool como combustível em motores marítimos jamais fora tentado antes em nenhum outro lugar do mundo em qualquer época. Mas esses motores foram um sucesso de venda nos difíceis anos da década de 80.

A Volvo Penta demonstrava de forma inquestionável que viera para o país disposta a não se acomodar e não se deixar abater pelas dificuldades. Assim, em 1989 ela passou a fabricar grupos de geradores de 190 a 300 kVA, baseados nos próprios motores que já fabricava em Curitiba (PR). Porém, dois anos depois o Plano Collor haveria de inviabilizar, entre outras, a continuidade da produção industrial, ao criar uma profunda recessão acompanhada por uma repentina abertura do mercado.

Era o momento de mais uma vez a Volvo Penta demonstrar que não se instalara no país para ser afugentada por uma ou outra dificuldade momentânea. Portanto, reestruturou-se para expandir suas áreas de atuação e criar maior equilíbrio entre os seus vários segmentos: propulsores marítimos para lazer e de uso comercial e militar, e também motores e geradores industriais. Uma década depois, a Volvo Penta do Brasil além de liderar o mercado de motores para embarcações de lazer, teve uma importante participação no mercado de motores de 100 a 2.000 cv para embarcações militares, comerciais e de serviços, como rebocadores. E, se não bastasse, ainda motorizou empilhadeiras, reachstackers e caminhões ro-ro utilizados em portos do país e até mesmo colheitadeiras agrícolas.

Enfim, a Volvo Penta criou no Brasil uma bela história de sucesso ao longo dos últimos 25 anos. Período em que inegavelmente venceu grandes obstáculos e adaptou-se de forma criativa às dificuldades que foram surgindo de tempos em tempos. Hoje, a empresa conta com uma rede de 35 oficinas especializadas em 19 estados brasileiros para dar assistência a seus produtos espalhados pelos mais diversos segmentos. E é impossível deixar de associar a marca ao crescimento do mercado náutico brasileiro.



Eli Werneck

Presidente - Volvo Penta Brasil

“Nesses 25 anos, navegando por mares de tormentas e períodos de bonança, nós fixamos solidamente a marca Volvo Penta no mercado de motores industriais e de motores marítimos para barcos de trabalho e embarcações de recreio. Devido à seriedade e ao respeito às parcerias, nossa imagem tem hoje em dia o mais alto conceito no mercado”.



SETEMBRO: lançado o ônibus biarticulado

VOLVO DO BRASIL

1992



O DESAFIO DE TRANSPOR BARREIRAS

Ariverson Feltrin

Jornalista da Gazeta Mercantil especializado em transporte

Explorar as competências de cada país pode ser um trunfo para o sucesso dos negócios externos, necessidade que as empresas cada vez mais identificam como inadiável para viabilizar suas operações.

1993

VOLVO DO BRASIL



JANEIRO: lançada a Nova Linha NL de caminhões
NOVEMBRO: primeiras unidades do caminhão
FH12, importado, chegam ao país





O Brasil tem em suas cidades um sistema de transporte de passageiros que privilegia o ônibus. Há, por certo, críticas de quem entende que o transporte coletivo de massa preferencialmente deveria recair sobre metrô. O fato é que metrô são raros e, mesmo assim, nas grandes metrópoles sua rede é tímida, talvez por envolver custos incompatíveis com a realidade das finanças brasileiras.

Mas nosso país tem algumas soluções de transporte de massa que deram certo, resolvidas com sistemas integrados de ônibus que operam em corredores segregados. A capital paranaense é pródiga nessa solução. O sistema de transporte coletivo de Curitiba é um ícone de eficiência.

Por isso, o sistema de transporte de Curitiba virou atração nas visitas de técnicos urbanos estrangeiros que pretendem ver um sistema planejado desde os anos 70, com baixo custo operacional e serviço de qualidade. Um diferencial relevante é a prática da tarifa integrada que permite deslocamentos por toda a cidade com pagamento de uma só passagem. As viagens de trajetos longos, comuns entre a população de menor poder aquisitivo, são subsidiadas por quem realiza percursos menores. Cálculos apontam que diariamente 80% dos usuários são beneficiados pela integração.

Juntou-se o agradável ao útil. Ou seja, Curitiba virou vitrine, para potenciais importadores de ônibus urbanos feitos no Brasil. A Volvo aproveita o fato de estar localizada em Curitiba e ter fornecido veículos à cidade para fazer seu marketing de ônibus. O Projeto Transmilênio, adotado em Bogotá, capital boliviana, teve forte inspiração da capital do Paraná.

O Brasil forneceu para Bogotá, até agora, cerca de 500 ônibus. A Volvo entrou com 360 veículos. Um novo lote de 230 ônibus deverá ser encomendado em 2003 pelos colombianos. O Transmilênio foi criado para solucionar o problema de uma cidade de 7,5 milhões de habitantes e povoada por uma lenta e velha frota de 22 mil ônibus explorados por cerca de 20 mil microempresários.

Com sistema de bilhetagem semelhante ao de Goiânia, e plataformas e eixos troncais que lembram Curitiba, o Transmilênio, oferece embarque e desembarque mais rápido, e reduzido tempo de viagem,

criando as bases de um sistema que concorre com metrô, com a vantagem de ter custo de implantação por quilômetro em torno de 10 vezes menor.

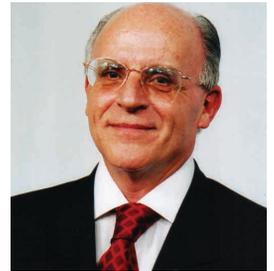
Em 25 anos de Brasil, a Volvo passou por vários estágios até posicionar sua exportação como responsável por 20% dos negócios da subsidiária. O objetivo é elevar, ainda mais, as vendas externas, de maneira que funcionem como um hedge natural para a operação.

Credenciais e trunfos para a subsidiária não faltam. Até porque algumas vocações foram demarcadas. O nível de maturidade alcançado pode ser mensurado por dois bons indicadores: a unidade de Curitiba é competitiva e tem capacidade instalada suficiente para suprir a demanda doméstica e externa. O modelo NH 12, por exemplo, só é produzido no Brasil e exportado para Holanda e Bélgica, países europeus de muita exigência.

No ranking mundial das fábricas Volvo, a brasileira é aquela que tem a terceira capacidade produtiva, atrás, apenas, de Estados Unidos e Suécia. Por isso mesmo, a Volvo do Brasil pretende avançar, consolidar e diversificar o leque de países para os quais exporta como estratégia para não se expor aos humores do mercado.

A conquista da Argentina, país que tem 2 mil caminhões brasileiros da Volvo, é um case lembrado pelos executivos da subsidiária à medida em que obrigou uma intervenção de escolha de parceiros comprometidos com bom nível de assistência técnica. A Volvo nomeou uma rede de oficinas independentes entre as de melhor reputação no mercado. Mesmo com a crise, a Volvo continua investindo no mercado argentino e na rede de distribuidores e assistência.

Um consenso que se consolida, como forma de evitar baques com crises cíclicas, é diversificar mercados. A Volvo do Brasil, por isso mesmo, vem ampliando seu universo de países e clientes. Além da América do Sul e América Central, a subsidiária lança seus tentáculos para a África e Oriente Médio, competindo até com a matriz sueca, mas consciente de sua vocação de fabricante de caminhões e ônibus que aliam tecnologia e preço a uma construção rija, ideal para países do Terceiro Mundo – que formam a maioria do planeta.



José A. F. Martins

Presidente do Simefre e Vice-Presidente Corporativo da Marcopolo S/A

“A contribuição que Volvo trouxe ao país não só quanto à tecnologia do produto, mas também, quanto a sistemas de transporte, é algo que não pode ser desconhecido. Os famosos ônibus Ligeirinhos, biarticulados, double deckers urbanos trazem todos a influência e a marca Volvo sem esquecer o Projeto Transmilênio em Bogotá, onde o planejamento foi fortemente influenciado pela Volvo do Brasil. No que diz respeito ao transporte de carga, principalmente no segmento “pesados”, a Volvo desponta como uma das líderes e com tecnologia considerada entre as melhores do mundo”.



MARÇO: começa a importação do chassi de ônibus B12 com motor traseiro de 410 cv

SETEMBRO: lançados os ônibus B10M articulados e B58 ECO

NOVEMBRO: lançado o Vikingprev, plano suplementar de aposentadoria para os funcionários



VOLVO DO BRASIL

1994



UMA TRAJETÓRIA DE EVOLUÇÃO

Roberto Queiróz

Jornalista especializado em transportes e editor da revista Truck & Van

Investimentos tornaram a fábrica moderna e com tecnologia para alcançar vãos bem mais altos.

Acompanho a Volvo no Brasil desde o final da década de 70, quando a companhia instalou sua fábrica em Curitiba. Mesmo fazendo isso na qualidade de observador externo, creio poder dizer, 25 anos depois, que essa trajetória foi marcante. De maneira até surpreendente, a Volvo nunca se preocupou em ocultar da imprensa o verdadeiro arsenal tecnológico de que dispunha no exterior, mui-

1995

VOLVO DO BRASIL

MAIO: redução (pioneira) da jornada de trabalho dos funcionários horistas para 40 h semanais
AGOSTO: definido sistema de participação dos funcionários nos resultados





to embora, assim como as demais montadoras, tampouco gostasse de antecipar publicamente as soluções de produto definidas para o mercado brasileiro.

De qualquer modo, essa postura da corporação teve o mérito de não inibir o trabalho do jornalista criando, no profissional, sempre uma expectativa bastante favorável de como poderia ser o futuro da companhia no Brasil ou do que aconteceria se determinada tecnologia fosse trazida ao País. Por essa razão, comecei a prestar muita atenção na evolução da tecnologia de produção empregada pela Volvo, procurando entender cada vez melhor o fascinante xadrez do planejamento estratégico.

Por exemplo, faz apenas cinco anos que a Volvo inaugurou, em Curitiba, sua terceira fábrica mundial de cabines para caminhões pesados. Mais importante do que constatar o tamanho da área construída era saber que a unidade brasileira abrigava a mesma tecnologia de última geração empregada nas unidades da Suécia e Estados Unidos.

Um movimento desse porte denotava uma seqüência de ações futuras. Finalmente, o gigante acordava para o Brasil, desembarcando soluções que iam muito além da eficiência dos sistemas empregados na enxuta linha de montagem dos anos 80, adequados para a histórica linha N, mas agora investindo na complexidade de uma série H.

Com equipamentos sofisticados e um total de oito robôs, a nova fábrica entrou em operação reproduzindo os mesmos processos, tecnologia e até o layout das estações de trabalho das outras duas fábricas, da Suécia e Estados Unidos. Era resultado de um projeto iniciado em 1992, quando o tema era segredo de estado dentro da montadora. As obras de construção civil começaram em 1996 e sua inauguração ocorria um ano depois. Pouco depois, em 1999, a Volvo inaugurava uma nova e moderna fábrica de motores - a segunda da marca em todo o mundo e única do gênero fora da Suécia.

Com a nova unidade, a empresa passou a produzir no Brasil motores eletrônicos. Com equipamentos de última geração que a tornam praticamente idêntica à unidade sueca, a nova fábrica tem elevado nível de automação e obedece às mais rigorosas normas de proteção ambiental: opera com reduzido nível de ruídos e a pintura dos motores é feita com tinta à base de água.

A linha de montagem principal conta com máquinas que operam por CNC (Controle Numérico Computadorizado). Elas funcionam como robôs, mas são acionadas por operadores. Toda a produção é controlada por computadores, que fazem verificações contínuas de processos em cada estação de montagem. Até mesmo o número de série dos motores é gravado nos blocos com uma máquina integrada a um banco de dados central, na Suécia, o qual define um número único para cada motor, seja ele produzido no Brasil ou na Suécia.

Na linha de montagem, cada motor recebe um DMB - Data Memory Block, um módulo eletrônico que controla todas as etapas de produção. O DMB funciona como "certidão de nascimento" do motor durante o processo de produção e "currículo" durante todo o período em que durar a garantia do produto acabado, ou seja, o caminhão, reunindo informações que ficam armazenadas no computador central da Volvo, na Suécia.

Um ano depois, foi a vez da companhia inaugurar também uma unidade para usinagem de blocos de motores, em mais uma etapa de seus investimentos no País. A nova unidade é hoje parte de um dos quatro centros mundiais de produção de motores da Volvo Powertrain, que tem fábricas na Suécia, França, Estados Unidos e Brasil.

Com equipamentos de última geração que a tornam idêntica à unidade sueca, a usinagem tem elevado nível de automação e todas as operações automáticas obedecem às mais rigorosas normas de proteção ambiental. A operação tem baixo nível de ruídos e todo o óleo utilizado pelo sistema de refrigeração é tratado numa estação instalada na própria usinagem.

Na nova fábrica são produzidos os motores eletrônicos D12, que atualmente equipam os produtos da marca em todo o mundo. Com avançada tecnologia, esses motores atendem exigências ambientais como Euro 3, na Europa e EPA 02, nos Estados Unidos. Motores brasileiros são exportados para a Europa, em uma versão com 460 cv. Como se vê, a companhia tem uma infra-estrutura preparada para vãos bem mais altos. Em outras palavras, para fazer mais, implementar novos projetos, é só querer e definir o momento certo.



Ruy Cichella

Presidente do Sindicato das Empresas de Transporte de Cargas do Estado do Paraná

"A Volvo foi pioneira ao se instalar em solo paranaense, e isso já foi uma atitude inovadora. Sua vinda ao país foi importante para nós, transportadores, pois precisávamos de concorrência no mercado de caminhões. Trazendo produtos mais modernos e com lançamentos constantes, ajudou a tornar toda a indústria de caminhões mais atualizada, mais moderna. O mercado precisava de veículos mais modernos, que atendessem às novas demandas de baixo consumo e elevado desempenho".



JANEIRO: lançamento da Nova Linha de Caminhões EDC, os primeiros com monitoramento eletrônico da injeção de combustível

JUNHO: Volvo do Brasil recebe certificação ISO 9000



VOLVO DO BRASIL

1996



OLHANDO EM VOLTA

Teresa Urban

Jornalista ambientalista e autora do livro "Missão quase impossível", sobre a trajetória do movimento ambientalista no Brasil, entre outras obras

Na bagagem que trouxe para o Brasil, a Volvo incluía, além de tecnologia, segurança e qualidade, a clara consciência de que uma empresa também é responsável pela sociedade na qual se insere.

A Volvo completa 25 anos de Brasil apresentando um sólido currículo de ações e programas de interesse público: o Programa Volvo de Segurança no Trânsito, é referência nacional; a Fundação Solidariedade constrói uma proposta de recuperação de menores abandonados; a Caravana Ecológica espalhou pelos quatro cantos do país o alerta sobre o tráfico de animais. Aparentemente, essa lista de atividades bem sucedidas pouco dife-



1997

VOLVO DO BRASIL



MARÇO: lançamento do ônibus B12B, com especificações exclusivas para o mercado brasileiro

OUTUBRO: inaugurada nova fábrica de cabines, com robôs na linha de produção





re de ações de outras empresas que começam a introduzir princípios de "responsabilidade social" em sua prática. Para dimensionar adequadamente os resultados dos programas desenvolvidos pela Volvo, é preciso ir além dessa comparação, observando alguns fatores que fazem a diferença, como a conjuntura da época em que a fábrica foi instalada em Curitiba, a duração dessas atividades e seu efetivo alcance social.

Em 1976 – um ano antes da vinda da Volvo ao país – a Organização para Cooperação Econômica e Desenvolvimento (OCED) aprovou as chamadas Diretrizes para Empresas Multinacionais, definindo uma "ética de negócios" a ser voluntariamente seguida em áreas como meio ambiente, condições de trabalho e direitos humanos. De início, as normas de responsabilidade social estabelecidas pela OCED tiveram fraca repercussão prática: as velhas regras do jogo das relações entre empresas multinacionais e as sociedades dos países onde instalavam novos empreendimentos continuaram vigorando.

Na última década, algumas dessas diretrizes passaram a ter maior aplicação prática, como resultado de dois movimentos distintos: de um lado, o aumento da disputa por fatias do mercado – nesse caso, a nova "ética de negócios" muitas vezes foi utilizada como recurso de marketing para construir uma boa imagem diante dos consumidores e para manobras protecionistas no comércio internacional; de outro, a presença mais acentuada de grupos de organizações não-governamentais que passaram a cobrar das empresas maior envolvimento com os problemas e demandas da sociedade na qual estão inseridas.

Esses dois movimentos tiveram forte influência na evolução dos critérios adotados para padronizar procedimentos de mercado, com as normas da série ISO, e ampliaram significativamente aplicação do conceito de responsabilidade social empresarial.

A história da Volvo no Brasil acompanhou esse processo, com uma grande diferença: enquanto a maioria das empresas começou a adotar princípios de responsabilidade social nos últimos anos e, em muitos casos, com roupagem de marketing, a Volvo trouxe na bagagem a clara consciência da necessi-

dade de inserir seu produto na realidade brasileira. No início dos anos 80, a empresa provocou um debate que colocou em cheque o tímido modelo de transporte de carga adotado pelo país ao apresentar ao mercado a alternativa de caminhões pesados como forma de tornar mais eficiente e segura a frota até então baseada em médios e leves – uma discussão fundamental numa economia assentada quase que exclusivamente no transporte rodoviário.

Em 1987, lançou o Programa Volvo de Segurança no Trânsito, chamando a atenção para a trágica realidade dos acidentes de trânsito no país. Os resultados, expressos em números, são impressionantes: 80 mil motoristas treinados, mais de mil palestras e distribuição gratuita de 20.000 cópias de vídeos educativos, dezenas de publicações, milhares de adolescentes orientados para um trânsito seguro em escolas de ensino médio. O debate estimulado pelo programa sem dúvida contribuiu para a aprovação e a aplicação do Código de Trânsito Brasileiro, de 1998, trazendo resultados extremamente positivos para a sociedade.

Aproveitando o bom relacionamento com os motoristas profissionais, a Volvo abriu outra frente com a Caravana Ecológica, criada para esclarecer os caminhoneiros sobre os danos causados pelo tráfico de animais silvestres, um rentável mercado ilegal cujo faturamento anual só perde para o tráfico de drogas e de armas. Com bom humor e alegria, a Caravana Ecológica leva, há três anos, consciência e responsabilidade ambiental aos motoristas.

Olhando em volta, a Volvo aproximou-se de outro grave problema social, o dos menores abandonados, sob custódia da Justiça. Criada em 1989, a Fundação Solidariedade, mantida pela Volvo e seus funcionários, oferece a esses meninos e meninas a oportunidade de recuperar a alegria e a dignidade em casas-lares, com afeto e atividades adequadamente orientadas.

São programas de fôlego, construídos discretamente ao longo de anos de trabalho, com investimentos cujo retorno está muito além das taxas de mercado. Mede-se em vidas humanas, respeito pela natureza e solidariedade. Receita segura para bons resultados.



Cláudio Roberto Mugnol

Presidente da ANFIR –
Associação Nacional
dos Fabricantes de
Implementos Rodoviários

"A Volvo tem contribuído eficazmente na prevenção de acidentes, pois há vários anos vem premiando, em seu programa de segurança do trânsito, ações que comprovadamente demonstrem esses atributos. A Volvo, com suas novas tecnologias, como os motores com injeção eletrônica, inovou e qualificou sua linha de caminhões. É com este propósito de melhorias e pelas inovações contínuas que o setor de Implementos Rodoviários vem pautando seus princípios de oferecer produtos com maior tecnologia agregada, aumentando a segurança no transporte de carga do país, de modo a acompanhar a evolução das fábricas de caminhões como as da Volvo".



MARÇO: lançado o FH12 380 produzido no Brasil

AGOSTO: Curitiba passa a sediar unidade brasileira da Volvo Parts

AGOSTO: Lançado o B7, primeiro ônibus Volvo brasileiro de 16 toneladas, com motor traseiro de 7 litros

VOLVO DO BRASIL

1998



SÓ AS PESSOAS PODEM TRANSFORMAR SONHOS EM REALIDADE

L. Beraldo

Jornalista especializado em comunicação empresarial

Desde que se instalou em Curitiba, a Volvo tem sido uma referência por sua postura inovadora no relacionamento com funcionários, acreditando que em uma gestão mais participativa e social como chave para se obter sucesso junto ao mercado.

1999

VOLVO DO BRASIL



MARÇO: inaugurada nova fábrica de motores, a primeira fora da Suécia

ABRIL: criada a Volvo Serviços Financeiros

MAIO: criado sistema de Seminovos Viking



Uma das marcas registradas da Volvo ao se instalar no Brasil foi a influência positiva herdada da cultura de uma empresa sueca, país social-democrata, onde os trabalhadores sempre tiveram intenso direito de participação na gestão de processos e negociação de seus direitos.

Essa influência veio na forma de uma vasta gama de benefícios e privilégios que fariam da Volvo, no Paraná e no Brasil, uma empresa cobiçada por qualquer profissional cujas habilidades pudessem se encaixar nos requisitos de uma montadora de caminhões e ônibus.

No início dos anos 80, por exemplo, a Volvo já adotava o sistema de banco de horas, de compensação de horas trabalhadas, quando essa expressão mal era conhecida do resto do país. Férias coletivas em épocas de baixa produção, evitando demissões, também foram adotadas pioneiramente.

Depois de experimentar vários planos de saúde privados, decidiu criar um plano próprio, o VOAM – Volvo Atendimento Médico, gerenciado pela Associação dos Funcionários que, entre outras vantagens, incluía atendimento odontológico, especialidade geralmente não disponível na maioria dos planos privados de assistência médico-hospitalar.

Essas foram apenas algumas das experiências ousadas, para a época. Mais arrojada era sua política de salários, reajustes e o investimento no desenvolvimento profissional das pessoas. Na história da empresa há vários casos de funcionários que começaram como estagiários ou em cargos de “chão-de-fábrica” e que mais tarde se tornariam altos executivos. Seguindo essa linha mais ousada, a Comissão de Fábrica da Volvo foi a primeira a se formar entre as empresas do Paraná, contando com 12 pessoas, entre elas um coordenador com dedicação integral à tarefa, para negociar junto à diretoria, em favor dos interesses dos funcionários.

Em diversos momentos, as ações da Volvo em prol de seus funcionários chegaram a criar constrangimento em outras empresas do Estado e do setor, pois abriam precedentes, quase forçando outras companhias a seguirem seu exemplo. Frequentemente, líderes sindicais da região aguardavam as decisões entre a Volvo e seus funcionários para então desenhar suas pautas de reivindicações.

Os tempos mudaram, é claro. Nos últimos anos, a conjuntura internacional, o aumento da competi-

vidade, o arrocho salarial sofrido pelo país e outras economias do mundo levaram a empresa a rever ou reorientar alguns posicionamentos, nesse sentido. Mas o respeito pelas pessoas continuou sendo a baliza mestra de seu relacionamento com os funcionários.

Assim manteve sua política diferenciada de benefícios com um dos melhores planos de auxílio-educação, programas de capacitação de funcionários que incluem convênios com universidades e cursos de pós-graduação, além, é claro, de estágio em unidades de outros países.

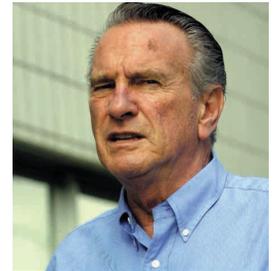
Foi pioneira, em todo o Brasil, ao adotar jornada de trabalho de 40 horas para os funcionários da produção. E também a primeira do setor a definir e implantar seu Plano de Participação nos Lucros e Resultados.

Na fábrica, outro exemplo de modernidade foi a substituição de posições de chefias por equipes autogerenciáveis, onde o trabalho em grupo é estimulado pelo alto grau de autonomia de cada uma dessas equipes. Essas equipes decidem não apenas o andamento do trabalho em seu dia-a-dia como também resolvem como será feita a reposição caso um de seus integrantes tenha que se ausentar para fazer um curso, tirar férias, etc.

Tudo isso sempre acompanhado de muita comunicação, muito diálogo. Desde o primeiro “boletim interno” o Viking, hoje transformado em revista, até o acesso via intranet a programas de participação interativa em questões de interesses comuns, passando por pesquisas periódicas de avaliação do clima organizacional, o relacionamento entre a Volvo e seus funcionários continua sendo uma marca forte.

Na unidade brasileira da marca pratica-se o Volvo Way, um conjunto de princípios de relacionamento interno adotado em todas as unidades da marca espalhadas pelo mundo, cujas linhas mestras são os conceitos de que energia, paixão e respeito pelos indivíduos, constituem uma verdadeira chave para o sucesso empresarial.

Da herança social-democrata sueca, a empresa manteve a forte consciência de que os funcionários são um de seus principais patrimônios, seus principais aliados. E de que o sucesso desejado por uma marca está fortemente ligado ao nível de motivação e à capacidade empreendedora de seu pessoal.



Karlos Rischbieter

Consultor, ex-ministro da Fazenda e ex-presidente do Conselho de Administração da Volvo

“Há duas contribuições da marca que julgo muito importantes para o Paraná e para o Brasil. A primeira é a forma de relacionamento com os seus funcionários. “Trabalhar na Volvo” era o sonho de inúmeras pessoas. Com a vinda da Volvo, as outras empresas paranaenses tiveram que rever suas políticas de pessoal, o que representou um enorme avanço para o nosso Estado. A segunda contribuição é o papel que a Volvo exerceu na mudança do perfil do segmento de caminhões e ônibus pesados, estimulando outras montadoras a lançar, também, novos produtos. O período em que trabalhei na Volvo aqui e na Suécia foi certamente um dos mais gratificantes da minha vida profissional”.



JUNHO: Volvo lança a nova linha H, composta pelos caminhões NH e FH12

JULHO: Volvo Construction Equipment South America muda sede de Campinas para Curitiba

VOLVO DO BRASIL



SEMEANDO O PÓLO AUTOMOTIVO DO PARANÁ

Miriam Karam

Jornalista especializada em economia/empresas, do jornal Valor Econômico, em Curitiba (PR)

A Volvo foi uma espécie de semente do pólo automotivo do Paraná, hoje o segundo do país, apostando na alternativa industrial fora do eixo Rio-São Paulo em uma época em que ninguém se aventurava a isso.

2000 VOLVO DO BRASIL



JANEIRO: lançado ônibus B7R Piso Baixo, com sistema que o faz abaixar ao estacionar
MARÇO: lançados os Planos de Manutenção Volvo
JUNHO: apresentado Projeto Transitando – educação de trânsito para escolas de 2º grau
JULHO: lançados caminhões NH e FH12 6x2



A Volvo acreditou. Apostou no Paraná ainda quando ainda ninguém se aventurava fora do eixo Rio-São Paulo. E aproveitou as vantagens oferecidas pela qualidade de vida e pela boa infra-estrutura de Curitiba, já então bem distante do conturbado aglomerado da capital paulista.

Mas não foi fácil. Pouco verticalizada e parte de uma cadeia bastante especializada, a empresa teve de enfrentar o desafio de desenvolver fornecedores locais, por ter sido a primeira montadora de veículos a produzir no Paraná.

O programa Paraná Automotivo, criado anos mais tarde para descobrir formas de o setor metal-mecânico aproveitar parte do processo de industrialização do Estado, considera a Volvo a empresa que mais se preocupou e mais avançou para desenvolver uma base local de suprimentos em Curitiba. O que os idealizadores do programa chamam de "curitibanização" do fornecimento de autopeças.

A estratégia foi abrir os braços para a indústria local. A montadora desenvolveu tipos variados de ajuda a fornecedores locais, com financiamentos diretos e indiretos, flexibilizando ou antecipando pagamentos, viabilizando exportações e realizando auditorias de qualidade.

"Numa época em que isso ainda não era muito claro (ter os fornecedores o mais perto possível), a Volvo já praticava este conceito", diz o professor José Roberto Ferro, dirigente do Lean Institute.

Foi um trabalho interessante em termos de parcerias, processo que beneficiou até mesmo outras montadoras. Houve uma colaboração muito grande com a Volvo, com benefícios recíprocos. E a maioria daqueles primeiros fornecedores continua até hoje.

Um exemplo é a Metalúrgica Atra, que produz peças e componentes de estamparia leves e médios. Implantada em 1981, a Atra viu na Volvo o motivo mais forte para vir para Curitiba, como afirma seu proprietário, Elcio José Rimi. Hoje, a metalúrgica também fornece para sistemistas de outras montadoras instaladas no Paraná, mas ainda entrega à Volvo do Brasil 40% de sua produção.

Com conteúdo local médio superior a 70% da composição de seus veículos, a Volvo compra peças de 165 fornecedores brasileiros – 35 deles são pa-

ranaenses. Embora represente apenas 20% das empresas, a indústria do Paraná é responsável por 23% do índice de nacionalização do produto Volvo. E fatura 30% dos recursos gerados pelas compras da montadora.

Embora fora dele, a relativa proximidade do pólo de autopeças de São Paulo também significou muito na opção da montadora por instalar-se em Curitiba. Lá está a grande maioria dos fornecedores de componentes da Volvo, muitos também desenvolvidos com seu apoio. Para isso, foi preciso um esforço extra, como a interligação via computadores, outro esforço pioneiro.

Para transportá-los até Curitiba, desenvolveu um apurado sistema de logística, responsável pela introdução dos semi-reboques Sider, que permitem a retirada de pallets pelas laterais das carretas, entre outras inovações.

Com a evolução da logística, a Volvo também foi responsável pela introdução mais recente do sistema "milk run" de coleta e entrega de componentes. Isto permite a operação just in time com sofisticado gerenciamento logístico entre fábrica-transportadora-fornecedores.

Embora a instalação da Volvo em Curitiba não tenha provocado a explosão do segmento de autopeças no Paraná, como avalia Elcio Rimi, também ex-presidente do Sindimetal, sua chegada significou certamente a retomada dos investimentos. Inúmeros fornecedores, conta Rimi, expandiram suas atividades, alcançando São Paulo e o Sul do País.

Foi uma espécie de semente do pólo automotivo do Paraná, hoje o segundo do país. A experiência da Volvo do Brasil "serviu de base para as outras montadoras que mais tarde se instalaram no Estado", atesta José Ferro. Segundo ele, a Volvo fez realmente um grande esforço de capacitação e qualificação para empresas locais, até para que se tornassem exportadoras. E, de fato, alguns fornecedores desenvolvidos localmente hoje também exportam componentes para outras unidades da Volvo no exterior – um atestado de maturidade da indústria brasileira de autopeças com o aval de uma marca que tem na qualidade um de seus valores essenciais.



Elcio José Rimi

Coordenador do Programa Paraná Automotivo e presidente da Metalúrgica Atra

"Embora a instalação da Volvo em Curitiba não tenha provocado a explosão do segmento de autopeças no Paraná, sua chegada significou certamente a retomada dos investimentos. A partir de sua chegada ao Paraná inúmeros fornecedores, expandiram suas atividades, alcançando São Paulo e outras partes do País".



JULHO: novo Volvo Action Service renova o pioneiro Voar – Volvo Atendimento Rápido

JULHO: começa a Caravana Ecológica Contra o Tráfico de Animais Silvestres

AGOSTO: lançado ônibus B10R, com motor traseiro de 10 litros

SETEMBRO: Volvo Action Service é introduzido na Argentina

VOLVO DO BRASIL



O SHOW MAL COMEÇOU

J. Pedro Corrêa

Foi gerente de Relações Públicas da Volvo do Brasil e é consultor de comunicação empresarial pela JPC Communication, em Curitiba

O papel da Volvo foi fundamental para conferir ao transporte brasileiro um perfil mais condizente com o que o País precisa. Mas este jogo mal começou, tamanho é o volume de tarefas e ações ainda a serem desenvolvidas.

Ao analisar a notável evolução do transporte de cargas e de passageiros ao longo do século passado, fico empolgado ao imaginar como continuará sendo daqui para frente. Procuo vislumbrar como será o seu desenvolvimento, que interação terá com tantos outros setores e, mais empolgante, onde desembocará tudo isto. Imaginar como o desenvolvimento de produto vai se benefi-

2000

VOLVO DO BRASIL

DEZEMBRO: Volvo Serviços Financeiros lança o Volvo Rental Lease

DEZEMBRO: Inaugurado Sistema Transmilênio, em Bogotá, com ônibus articulados Volvo.





ciar da tecnologia da informação, como o motorista vai utilizar conhecimentos de outras áreas, como as transportadoras recorrerão às parafernâlias tecnológicas para serem cada vez mais pontuais, mais econômicas e mais confiáveis é um desafio e tanto. Na velocidade do desenvolvimento tecnológico dos dias de hoje parece ser impossível alguém desenhá-lo com clareza o cenário dos transportes daqui a 20 ou 30 anos. E isto é fascinante.

O nascimento da marca Volvo, em 1927, parecia preconizar o início de um novo mundo para os transportes. Os engenheiros suecos Assar Gabrielson e Gustaf Larson surpreenderam o mundo com seus conceitos de segurança, que iriam influenciar toda a indústria do setor. Os 75 anos da Volvo, de fato, são uma seqüência única de ações coerentes em prol do desenvolvimento de produtos mais seguros e mais econômicos. O mundo aprendeu muito e cresceu muito com eles.

No Brasil, a mentalidade Volvo chegou no início dos anos 30, com os primeiros veículos importados da Suécia. A Volvo sempre teve um conceito sólido junto aos empresários brasileiros. E aquele prestígio, que marcou a primeira fase da empresa no País, foi uma das principais alavancas para o sucesso da nova Volvo, surgida a partir de 1977, com a instalação de sua fábrica de caminhões e ônibus em Curitiba.

Ao longo dos últimos 25 anos foi possível observar o crescimento do País na área dos transportes. Apesar de ainda constatar uma idade média da frota total alta demais para as necessidades brasileiras, o segmento dos pesados já possui um perfil mais condizente com o que o País precisa. Veículos modernos, comparáveis aos melhores do Primeiro Mundo. Neste capítulo, o papel da Volvo foi fundamental. Foram dela, ainda na metade dos anos 70, os alertas de que o Brasil precisaria provocar mudanças substanciais no seu sistema de transporte se quisesse se tornar competitivo internacionalmente (naquela época não haviam inventado ainda a palavra globalização). Foram dela, também, os primeiros exemplos concretos de conceitos de transportes de que o País precisava: veículos maiores, mais modernos, melhores índices de produtividade, etc. Felizmente, o País entendeu a mensagem.

Neste particular é importante reconhecer o papel do transportador brasileiro, que soube responder ao desafio da modernização. Tudo bem, ainda não chegamos ao ponto ideal e nem se pode dizer que a grande maioria das empresas e dos empresários já chegou lá. Afinal, todos temos consciência das dificuldades – de toda ordem – que o setor de transportes no País enfrenta. O que conforta, contudo, é que, pelo menos o empresário está consciente do que precisa fazer para acelerar ainda mais o desenvolvimento brasileiro da área de transporte.

Tive a honra de servir a Volvo a partir dos seus primeiros momentos. Entrei no time, em julho de 1978, quando ainda nem havia começado a construção da fábrica. Até que o primeiro caminhão fosse produzido em Curitiba, testado nas nossas estradas e vendido no mercado nacional, tivemos um lapso de mais de três anos. Este foi um dos períodos mais desafiadores para a equipe, pois era o espaço de tempo que dispúnhamos para mostrar ao mercado as idéias da Volvo e seu conceito de transportes.

Do Rio Grande do Sul ao Rio Grande do Norte, de São Paulo ao Mato Grosso, de um extremo ao outro, foi extraordinário discutir com empresários, técnicos, jornalistas, líderes da sociedade, formadores de opinião, o impacto que um novo modelo de transportes poderia significar para o País. Não há a menor dúvida de que não fosse aquela ação de alerta da Volvo, naquele momento, e a história moderna do transporte brasileiro seria escrita de outra forma.

A consistência da Volvo, a crença da marca em seus valores básicos, a certeza de que propor um novo conceito em transportes era, antes de tudo, algo de efetiva contribuição à Nação Brasileira, fizeram da sua determinação uma batalha vitoriosa.

Apesar de passados 25 anos, a sensação que tenho é que este jogo mal começou, tamanho é o volume de tarefas e ações ainda a serem desenvolvidas. Contudo, a julgar pelo patamar em que o Brasil hoje se encontra não é difícil de imaginar o quanto poderá ser empolgante continuar esta luta.

É estimulante saber que a Volvo cumpre sua missão e que o transporte brasileiro continua sua caminhada em busca do seu grande destino.



Ricardo Carvalho

Presidente da ANFAVEA –
Associação Nacional dos
Fabricantes de Veículos
Automotores

“A instalação da Volvo, no Brasil, no final da década de 70, veio marcar um fato importante: a interiorização da indústria automobilística brasileira. A Volvo veio agregar-se ao universo automotivo brasileiro em segmento especialmente competitivo, que é o de caminhões e ônibus, e nele vem atuando com especial destaque, com seus investimentos, sua tecnologia e seus produtos. A Volvo do Brasil, associada desde o primeiro momento, é também extremamente atuante na Anfavea, contribuindo com objetividade e presteza em todos os debates visando os melhores objetivos da indústria automotiva no País”.



JANEIRO: começa a operar o Centro de Entrega Volvo: clientes recebem caminhões com treinamento de motoristas na fábrica e tratamento VIP



MARÇO: lançado o Top Class 2001, o caminhão mais sofisticado do mercado, com telefone satelital

MARÇO: lançado Trip Manager, ferramenta para descarregar no PC da empresa os dados do computador de bordo do caminhão

VOLVO DO BRASIL 2001



MENINOS, EU VI

Fred Carvalho

Jornalista especializado em transportes e diretor da revista Autodata

Como jornalista veterano tive o privilégio de acompanhar a história da Volvo no Brasil, desde os pioneiros estudos de dois suecos humildes e perseverantes que acreditavam no Brasil, Tage Karlsson e Anders Levim, em meados dos anos 70. Imaginem esta dupla às margens da Rodovia Presidente Dutra fazendo contagem de caminhões. Pior: sem falar nada de português.

2001

VOLVO DO BRASIL

ABRIL: VCE lança motoniveladoras G 720 VHP

MAIO: lançado ônibus urbano B7R 260

JULHO: Volvo já tem mais de 300 ônibus no revolucionário Sistema Transmilênio, de Bogotá





E foi a bordo de uma preciosidade, um fusquinha, que percorreram nossas autobahns da época, Dutra e BR-116, também conhecida como rodovia da morte. Saíram vivos e impressionados. E com uma certeza absoluta: o Brasil precisava de caminhões pesados. E a constatação de estudiosos de transportes tornou-se uma espécie de cruzada da marca em favor da racionalização dos transportes no Brasil.

Sob a égide do “milagre econômico”, o projeto de instalação de uma fábrica em nosso país foi apresentado ao Governo Federal. Tramitou um bom tempo pelo Planalto, até que um dia foi aprovado. O ministro da Indústria e Comércio da época marcou a cerimônia de assinatura de aprovação do projeto nas instalações do ministério na Praça Mauá, no Rio de Janeiro (RJ).

Tudo agendado, imprensa convidada, tudo arrumado para o importante evento. Como que por premonição, fotógrafo e amigo Paulo Igarashi cismou que o evento seria mais cedo, confundiu os horários. E quando chegamos lá, para nossa surpresa, a cerimônia começou antes, apenas com a presença dos diretores da Volvo e nós, além, é lógico, do ministro e alguns convocados de última hora. Explicação: a morte de um integrante da família real sueca antecipou o evento. Com isto, fomos as únicas testemunhas do fato histórico.

A fábrica, em Curitiba, foi construída e instalada com equipe que queria trabalhar diferente, com muita qualidade, uma maneira diferente de encarar o mundo, com sérias preocupações ambientais, de segurança no trânsito, de oportunidades profissionais. Coisas que nem estavam na moda, naquela época.

Mas a postura era sempre de humildade e a máxima da Volvo era a mudança – tanto de posto quanto de local de trabalho. Nada mais normal do que um gerente de pessoal transferir-se para o marketing e vice-versa, ou que um ou mais departamentos mudassem de localização mais de uma vez por ano.

A ousadia sempre foi uma constante na Volvo. E o alarido que ela fez em torno das vantagens do caminhão pesado convenceu o público de frotistas

de tal forma que aumentou também as vendas de seus concorrentes. A idéia era construir a imagem dos pesados antes mesmo de colocá-lo no mercado. A fábrica começou em 1977, e os primeiros chassis de ônibus, os B58, pioneiros no motor central, começaram a ser produzidos em 1979, enquanto os caminhões N10 e N12 viriam em 1980 e 1981, respectivamente.

O N12 chegou no meio da maior crise do mercado brasileiro, recessão que se prolongaria até 1985, quando eram lançados os N10 e N12 intercoolados. O ano da grande virada deveria ser 1986, com o Plano Cruzado. Mas a Volvo estava comprometida com o programa de exportações Befiex. Os executivos da montadora sofriam pela impossibilidade de atender as filas de clientes.

No ano seguinte, 1987, a Volvo comemorou seu décimo aniversário criando o Programa Volvo de Segurança no Trânsito. Tantas fizeram com ele, que o tema tornou-se obrigatório até no Jornal Nacional, Globo Repórter, revista Veja e demais publicações. O assunto mexeu com o governo e várias medidas surgiram como decorrência. Inclusive o Novo Código Nacional de Trânsito. Se este último pegou ou não, é outra história. A Volvo fez a parte dela. E muito bem feita.

E as inovações prosseguiram, com a nova linha NL, com os chassis de ônibus B12, com os FH 12 380, o Globetrotter, primeiro caminhão com gerenciamento eletrônico. Mais tarde a nacionalização dos motores, dos caminhões, o lançamento do carachata FH, mais chassis de ônibus.

Nessa época, foi marcante a mudança de postura. De repente, no lançamento do Globetrotter, os executivos da filial brasileira da Volvo decidiram desafiar abertamente seus concorrentes. Afinal, seus produtos eram muito bons. E, parafraseando outra montadora, entraram na fase do “respeito é bom e eu gosto”.

Pois é. Os meninos da década de 70 tornaram-se respeitáveis executivos dos últimos dez anos do século 20. E a marca cujo regresso ao Brasil começou às margens da Dutra, nos anos 70, promete descortinar um futuro cada vez mais empolgante para o transporte, nesse lado do continente.



Antonio Romildo Mileck

Diretor de Operações da
CIC – Companhia de
Desenvolvimento de Curitiba

“Alguns fatos ocorridos há 25 anos ficaram guardados em minha memória. Um deles foi a implantação da Volvo ao Brasil, pois isso representava a entrada de Curitiba e do Brasil na “era da modernidade” perante o mundo. Já que estávamos recebendo uma empresa famosa e sinônimo de tecnologia. E creio que poderei repetir esta singela homenagem no futuro, em todos os próximos aniversários da Volvo”.

AGOSTO: lançado caminhão FM12 E-Truck, o pesado para curtas e médias distâncias
AGOSTO: inaugurado em Curitiba o Centro de Demonstrações da Volvo Construction Equipment
SETEMBRO: VCE lança caminhão articulado A35D e carregadeira L220E



VOLVO DO BRASIL

PAINEL

Num País em que o transporte rodoviário é essencial, a imprensa especializada em transporte tem papel igualmente importante. Confira a opinião de alguns profissionais desta área sobre os 25 anos da Volvo do Brasil.

Respeito ao consumidor



“A instalação da Volvo no país se deu em um momento interessante, em que o regime militar implantava um modelo de descentralização industrial que permitiu a ida da Volvo para o Paraná e da Fiat para Minas Gerais, para tirar um pouco do poder de fogo do nascente movimento metalúrgico no ABC paulista. Mais importante do que isso, entretanto, é que a montadora sueca adotou uma estratégia diferente de suas concorrentes, ao reduzir em alguns anos o gap tecnológico dos produtos lançados na Europa para os lançados no mercado brasileiro. Na área de caminhões, nenhuma montadora, até hoje, investiu tanto em tecnologia embarcada. O que, acima de tudo, é um sinal de respeito ao consumidor. Foi essa mesma preocupação que levou a empresa a investir, também de forma pioneira, em ações como o Prêmio Volvo de Segurança no Trânsito, uma das iniciativas mais bem sucedidas no gênero”.

Marcelo Motta Vieira - Diretor editorial das revistas Carga&Cia e Fluxo

Muito a comemorar

“A Volvo tem muito a comemorar neste aniversário pelo fato de ter contribuído tanto para a evolução tecnológica e aperfeiçoamento dos veículos pesados brasileiros, essenciais ao desenvolvimento do País e hoje reconhecidos internacionalmente por sua qualidade. A trajetória da Volvo foi marcada sobretudo pelas inovações introduzidas nos seus produtos e por seus esforços para adaptá-los às condições brasileiras, que tornaram a atividade de transporte rodoviário mais eficiente e produtiva e conferiram à empresa um merecido lugar de destaque em uma indústria que conta com os mais importantes fabricantes do mundo”.

Eduardo Chau Ribeiro - Editor das revistas Transporte Moderno e Technibus



Competitividade no mercado



“A melhor coisa que pode acontecer a um mercado é ter vários concorrentes numa mesma área: a competição é forte, a qualidade dos produtos oferecidos melhora, o cliente tem mais escolhas e garantia, inclusive de pós-venda. A vinda da Volvo ao Brasil significou exatamente isso: permitiu a vinda de novas tecnologias, aumentou a qualidade de todos os produtos em mercado, abriu novas culturas no pós-venda, acostumou transportadores e motoristas a veículos de transporte mais modernos, eficientes, confortáveis e seguros, além de ter ajudado uma nova região sócio-econômica, fora de São Paulo, a se industrializar”.

José Luiz Vieira - Editor da Revista Carga & Transporte

2001

VOLVO DO BRASIL

SETEMBRO: dois caminhões FH12 do Expresso Araçatuba inauguram a rota de São Paulo a Lima, no Peru

NOVEMBRO: Volvo Action Service é introduzido no Chile

Preservando a natureza



"Em seus 25 anos de Brasil, a Volvo construiu a imagem de uma empresa que investiu na eletrônica e no conceito total de negócios onde o treinamento e o conforto do motorista fazem a diferença. Sorte do Brasil em ter, na Volvo, uma empresa responsável, ocupada em mostrar aos brasileiros a importância de preservar a imensa riqueza representada pela vida de nossas florestas. Orgulhamo-nos de, modestamente, também participar desse empenho, através de nossa parceria no Projeto Caravana Ecológica, de combate ao tráfego de animais silvestres nas rodovias".

Dilene Antonucci - Editora da Revista Carga Pesada

Coragem de Inovar

"Um dos fatos mais marcantes na história da Volvo, nesses 25 anos, foi a coragem da empresa ao trazer um caminhão importado, com injeção eletrônica e a mais avançada tecnologia disponível no mundo, mostrando o que se faz lá fora e dizendo que estava disposta a fazê-lo.

Com isso, ela deu um ponta-pé importante no mercado. Mas não parou aí. Continuou trazendo novas tecnologias e inovando no mercado de transporte. É uma empresa que mantém essa preocupação em trazer tecnologias que resultem em mais rentabilidade para o transportador".

João Geraldo da Silva - Editor - Revista O Carreiteiro



Caminhão Forte



"A Volvo deu uma importante contribuição para o surgimento do meu primeiro programa "Trucão e os Caminhoneiros do Brasil" na Rádio Difusora Oeste, de Osasco. Muita coisa aconteceu depois e há mais de 20 anos eu converso muito com caminhoneiros, viajo com eles, e ouço suas opiniões e críticas. A relação da marca com os caminhoneiros é muito boa. Especialmente a partir de 1994, quando novas cabines e novos caminhões foram introduzidos. O pessoal da estrada vê os caminhões Volvo com muito bons olhos. Quando querem expressar que foram premiados pelos patrões, dizem: "agora eu peguei um Volvo para trabalhar". Outra frase interessante é quando se referem à força dos Volvo - uma qualidade sempre reconhecida: "Volvo é um caminhão que não quebra. Não quebra o patrão nem o caminhoneiro".

Pedro Trucão - Jornalista e editor de programas de rádio e televisão "Siga Bem Caminhoneiro" dirigidos a caminhoneiros.

Novas tecnologias

"Meu primeiro contato com a Volvo foi na década de 50, quando os primeiros ônibus da marca começaram a circular em São Paulo. Ficou na memória o fato de que reconhecíamos os ônibus Volvo pelo ronco do motor, que era diferente dos demais. A Volvo veio para o Brasil com produtos modernos, atualizados, sempre contribuindo para a evolução do transporte rodoviário do País. A partir da existência da Volvo, no Brasil, todos os fabricantes se preocuparam em trazer novas tecnologias, mais modernas, deixando o País em dia com o que se faz em todo o mundo, quando se fala em transporte rodoviário".

Gilberto Gardezani - Editor da revista Jomauto



Caminhoneiros fascinados



"Inovação tecnológica sempre foi o forte da Volvo. Especialmente a partir do lançamento do FH e, em seguida, da linha H, com opções do FH e NH12 que deixaram os caminhoneiros simplesmente fascinados. Com esses últimos lançamentos, a Volvo conseguiu reverter uma realidade que era a de ser detentora de caminhões que não quebravam - e isso sempre foi um ponto alto da marca - e passar a ser admirada também pelo excelente nível de conforto e qualidade de trabalho para o motorista".

Domingos Costa - Editor da revista Caminhoneiro



Neuto Gonçalves dos Reis

Jornalista, Engenheiro de Transportes

"Em 1977, quando Tage Kalsson aportou no Brasil apregoando as virtudes dos caminhões pesados de alta potência e muitas marchas, capazes de tracionar duas carretas acopladas, foi tido como visionário. O tempo provou que ele foi, isto sim, um homem de visão".

MAIO: lançada "Série Especial 25 Anos" dos caminhões NH e FH12

VOLVO DO BRASIL

2002

**“VEÍCULOS SÃO FEITOS
PARA TRANSPORTAR PESSOAS.
POR ISSO, O PRINCÍPIO BÁSICO
PARA TODO O TRABALHO,
É, E DEVE SER SEMPRE,
A SEGURANÇA”.**

Assar Gabrielsson,
um dos fundadores da Volvo

VOLVO