

# Rei da Estrada

ANO XVI, NÚMERO 70



SETEMBRO/OUTUBRO 1997



## O SAL DA TERRA

Indispensável para a vida, o sal é beneficiado nas usinas do Rio Grande do Norte e transportado para os centros consumidores em caminhões pesados.



Publicação bimestral  
da Scania Latin America.  
Editada pela Vice-Presidência  
de Comunicação.

**Diretor:**  
Walter Nori

**Gerente de Comunicação:**  
Joaquim Castanheira

**Editor Responsável:**  
Mauro Cassane  
(Mtb 19.786)

**Repórter:**  
Sílvia Caricati

**Revisão:**  
Vicente dos Anjos

**Foto Capa:**  
Emanuel A. P.

**Diagramação,  
Editoração e Produção:**  
Technoart Propaganda Ltda.

**Fotolitos:**  
AWA

**Impressão:**  
Gráficos Burti

**Tiragem desta Edição:**  
37.000

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

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



**SCANIA**  
Scania Latin America Ltda.

# Mais uma vez, o melhor do mundo.

Jorma Halonen - Vice-Presidente de Marketing da Scania Latin America

**A** Scania divulgou seus resultados mundiais e mais uma vez o mercado brasileiro foi o maior destaque. Somente aqui no País, a empresa comercializou aproximadamente



para financiamento, foram os principais fatores que alavancaram as vendas de caminhões nesse período. Fizemos uma leitura correta do comportamento econômico brasileiro e nos progra-

mamos para atender à demanda de caminhões. Mas liderança num mercado competitivo como o de caminhões não se consegue apenas com uma boa leitura da economia. Estamos investindo grandes somas em tecnologia e em recursos humanos, capacitando nossos profissionais tanto na fábrica como nas concessionárias. Nosso objetivo é fazer um produto com a mais alta qualidade e prestar sempre a melhor assistência aos clientes da marca.

Liderança também se consegue quando se dá a devida importância ao potencial desse mercado. A Scania, por exemplo, acaba de criar uma unidade de negócios específica para o País. Trata-se da Scania Brasil. Com isso, nos aproximamos ainda mais dos clientes brasileiros, que estão entre os mais especiais do mundo.

mas liderança num mercado competitivo como o de caminhões não se consegue apenas com uma boa leitura da economia. Estamos investindo grandes somas em tecnologia e em recursos humanos, capacitando nossos profissionais tanto na fábrica como nas concessionárias. Nosso objetivo é fazer um produto com a mais alta qualidade e prestar sempre a melhor assistência aos clientes da marca.

mas liderança num mercado competitivo como o de caminhões não se consegue apenas com uma boa leitura da economia. Estamos investindo grandes somas em tecnologia e em recursos humanos, capacitando nossos profissionais tanto na fábrica como nas concessionárias. Nosso objetivo é fazer um produto com a mais alta qualidade e prestar sempre a melhor assistência aos clientes da marca.

Liderança também se consegue quando se dá a devida importância ao potencial desse mercado. A Scania, por exemplo, acaba de criar uma unidade de negócios específica para o País. Trata-se da Scania Brasil. Com isso, nos aproximamos ainda mais dos clientes brasileiros, que estão entre os mais especiais do mundo.

mas liderança num mercado competitivo como o de caminhões não se consegue apenas com uma boa leitura da economia. Estamos investindo grandes somas em tecnologia e em recursos humanos, capacitando nossos profissionais tanto na fábrica como nas concessionárias. Nosso objetivo é fazer um produto com a mais alta qualidade e prestar sempre a melhor assistência aos clientes da marca.

## 4 O SAL DA TERRA

- Líderes na produção do sal no Brasil, as cidades de Macau e Areia Branca, no Rio Grande do Norte, dão o tempero em milhões de toneladas na extração comercial do produto.



## 8 ESCOLHA A SUA LINHA DE CRÉDITO

- As quatro principais opções de crédito para quem deseja comprar caminhões e ônibus Scania a prazo nos tempos do Brasil do real.

## 10 DIVERSIFICAR E CRESCER

- A Tora, maior transportadora do Estado de Minas Gerais e maior do Brasil em cargas completas, continua diversificando e crescendo.



## 12 ÔNIBUS A ÁLCOOL

- Já estão circulando experimentalmente no Brasil os primeiros ônibus a álcool fabricados na Scania da Suécia: sem alavanca de câmbio.



## 14 AO NORTE DA AMÉRICA DO SUL

- Depois de conquistar sua participação no Mercosul, a Scania amplia sua expansão em outras regiões do continente.

## 16 OS SUPER CAMINHÕES

- Imagine caminhões que puxam 330 toneladas com motor de 511 cv. Eles existem e são da Scania.



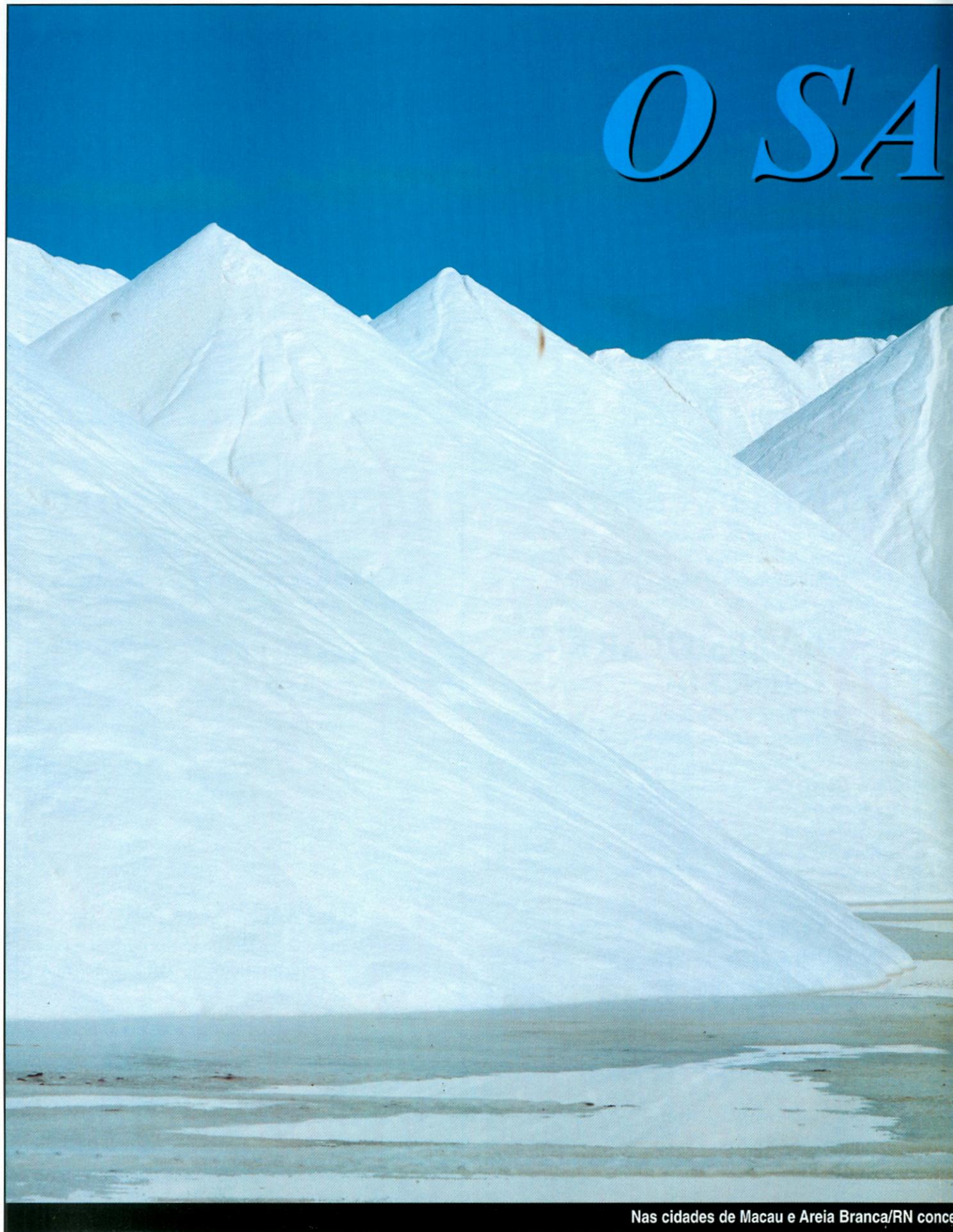
## 18 REPORTAGENS

- Todas as concessionárias passam a vender também ônibus: melhor atendimento.  
- Scania Brasil, uma nova unidade de negócios que valoriza o mercado brasileiro.

## 20 RUMO À ISO 14000

- A preocupação com o meio ambiente, na Scania, vai muito além do discurso.

# O SA



Nas cidades de Macau e Areia Branca/RN conce

# DA TERRA

*Está presente no sangue, desinfeta a água, dá sabor aos alimentos, torna a carne bovina mais macia, e é produzido, na quase totalidade, nas salinas do Rio Grande do Norte. Esse produto essencial para a vida chega aos centros consumidores do Brasil através dos caminhões pesados. E nessa operação vale todo tipo de carreta, das graneleiras às frigorificadas.*

Reportagem: Ariverson Feltrin / Fotos: Emanuel A. P.

**O** Brasil é o nono maior produtor de sal do mundo. Processa uma média de 3,5 milhões de toneladas do produto por ano. Cerca de 96% desse volume é extraído no Rio Grande do Norte, sobretudo nas cidades de Macau e Areia Branca. Ao contrário do que se possa imaginar, o consumo humano absorve uma menor parcela. O consumo animal - o sal dado ao boi a um só tempo amolece sua carne e o predispõe ao consumo de água, que engorda - e o maciço emprego pela indústria química são os grandes destinatários do produto.

O Brasil utiliza no mercado interno 80% do sal que produz. Os restantes 20% são exportados. Uma boa parte é absorvida pelos Estados Unidos, que utilizam o sal brasileiro para degelo de neve.

Do centro de produção para os locais de consumo, o sal é transportado basicamente por navio e caminhão pesado, na proporção de 3 por 1. O meio marítimo movimentava principal-

mente o sal a granel, para uso industrial, enquanto o caminhão movimentava o produto ensacado, destinado ao consumo humano e animal.

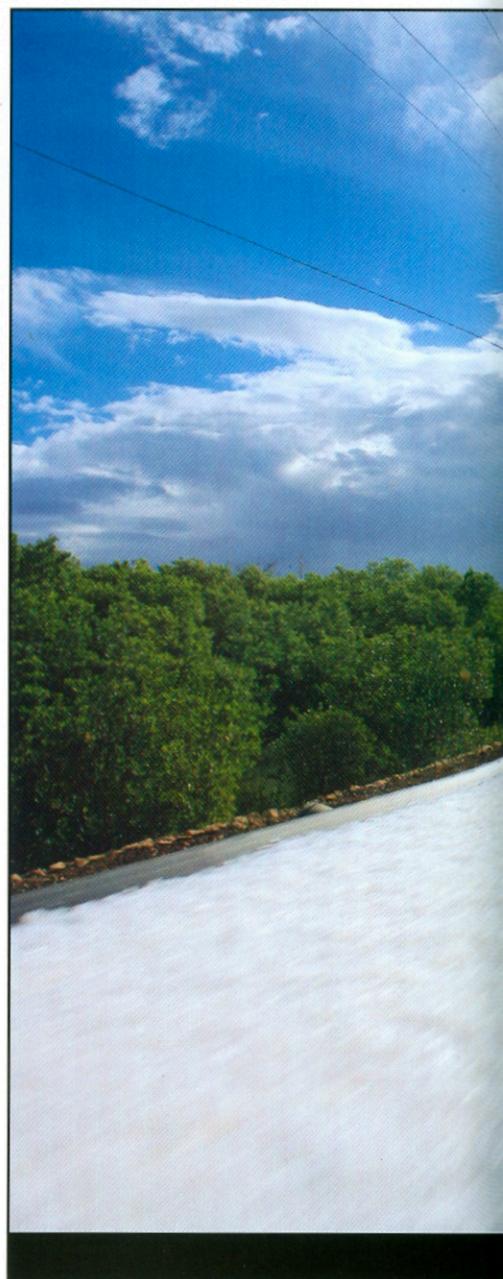
Todo o sal para consumo recebe uma fração de iodo, substância que combate o bócio, a chamada papada que nasce no pescoço. "Nos Estados Unidos o iodo é dissolvido na água, na Suíça é colocado no pão e no Brasil optou-se pelo sal por estar presente na mesa da maioria dos habitantes", diz Gilton Cavalcanti Ribeiro, gerente industrial da Cia. Nacional de Alcalis, uma das maiores empresas produtoras de sal do País.

O sal no Brasil é "plantado" nas salinas, praias extensas e planas ou terrenos expostos ao vento, para onde se conduz e represa a água do mar a fim de que se evapore, deixando o sal. O Estado potiguar reúne condições ideais para sediar 96% da produção nacional. Isto porque produzir sal exige sol para evaporação, vento para circular o vapor e um solo impermeável

ra-se quase toda a produção de sal do Brasil.



Máquinas gigantes passam raspando o solo...



(dos 365 dias de um ano, em 350 não chove) para a cristalização. “Macau e Areia Branca são pródigas nessas condições”, assegura Ribeiro, cuja empresa, Álcalis, responde por cerca de 60% do volume extraído no Estado. A Álcalis de Areia Branca e Macau, RN, é responsável por 2 milhões de toneladas de sal por ano.

O terminal salineiro de Areia Branca é o ponto de embarque para 75% do volume produzido no Rio Grande do Norte. Da salineira até o porto, o produto é levado a granel através de chatas. Já o caminhão faz a retirada do produto ensacado no local de produção ou nos centros de refino localizados em Mossoró.

Como são grandes as quantidades e a produção majoritária se encontra no Estado potiguar, o sal é o chamado frete de retorno para muitos caminhões que levam cargas para os Estados do Nordeste. É comum um caminhão desembarcar no Recife, por exemplo, e depois se deslocar a Mossoró, região pólo de distribuição do sal ensacado. Na sua maioria caminhões Scania. Para lá seguem os cavalinhos com vá-

rios tipos de carretas: graneleira, baú e frigoríficos, principalmente.

Jairo Gasparetto é um caminhoneiro gaúcho que mora em São Miguel do Araguaia, GO. Dirige um Scania T 113 H, ano 97, trucado, que puxa uma carreta frigorífica de três eixos. Seu patrão, José Debiasi, de Garibaldi, RS, é dono da Transportes Mercofrio. Gasparetto descarregou 25,3 t de carne de boi em Recife, num frete originado em Porangatu, GO, a 2.800 km de distância, pelo qual cobrou R\$ 145 pela tonelada.

***Um frete barato,  
mas farto e  
sem sazonalidade.***

O caminhoneiro Gasparetto carrega 30 t de sal moído em sacas de 25 kg. Vai cobrar, pelo frete a Porangatu, os mesmos 2.800 km, o valor de R\$ 36 a tonelada, ou seja três vezes menos que o frete de ida. “A vantagem é que recebo os R\$ 1.080 assim que entregar a mercadoria em Goiás”, diz o

motorista, que ganha uma comissão de 12% sobre os fretes.

Outro caminhoneiro, Lindomar Alves Pereira, dirige um Scania T 113 H, também ano 97, com carroceria graneleira emplacada em Rialma, GO. Chegou ao Rio Grande do Norte com um frete de R\$ 90 a tonelada e vai retornar 3 mil km para Goiás com um frete de R\$ 38 a tonelada. O frete é barato, mas é a garantia de retorno com carga para qualquer lugar do País. Calcula-se que o sal potiguar puxado por caminhão gera entre 800 a 1000 carretas diárias de cargas. “Aqui é certeza. É só chegar e carregar”, atesta o caminhoneiro Lindomar.

O sal também gera transporte ro-



... e descarregam o sal em velozes esteiras...



... que levam o produto para o beneficiamento e transporte.

traído para os vários tipos de aplicações. Sua extração de três décadas para cá é feita pela máquina. O salineiro quebrando as pedras munido de uma espécie de picareta, chamada de chibanca, faz parte do passado. Era um trabalhador avulso - feito o estivador - contratado junto aos sindicatos da categoria. Eram recrutados para épocas delimitadas.

Macau, no auge, chegou a utilizar

milhares de homens. Mas o trabalho era insalubre. A mecanização é um fato. A máquina faz o trabalho da colheita. Como um trator, a lâmina raspa o solo cristalizado e manda o sal recolhido para uma esteira, que a um só tempo lava e conduz o produto para o depósito - verdadeiras montanhas brancas - à espera do refino (consumo humano e animal) e transporte para os centros de consumo. 🌿

doviário nas pontas, assim que chega nos portos de destino, notadamente Santos, para onde a Álcalis manda 100 mil toneladas mensais a granel. Esse sal, uma vez desembarcado, é encaminhado para indústrias químicas. "O sal entra na composição de pelo menos 140 produtos químicos", diz Ribeiro, da Álcalis. O vidro leva barrilha, extraída do sal. O tratamento de água é feito com cloro, um tipo de sal. Outro tipo entra na composição da dinamite.

O sal encontrado no mar é originário das águas dos rios que desembocam no mar. Em outras palavras, o sal, varrido da terra pela água doce, é lançado ao mar, de onde é ex-

**Nome da empresa:**

Companhia Nacional de Álcalis

**Produção anual de sal grosso:**

1,6 milhão de toneladas

**Produção anual de sal beneficiado:**

300 mil toneladas

**Negócio:**

salinas por evaporação solar em Areia Branca e Macau/RN

**Refinarias de sal:**

Macau, Areia Branca/RN e Cabo Frio/RJ

**Moagem:**

Macau/RN



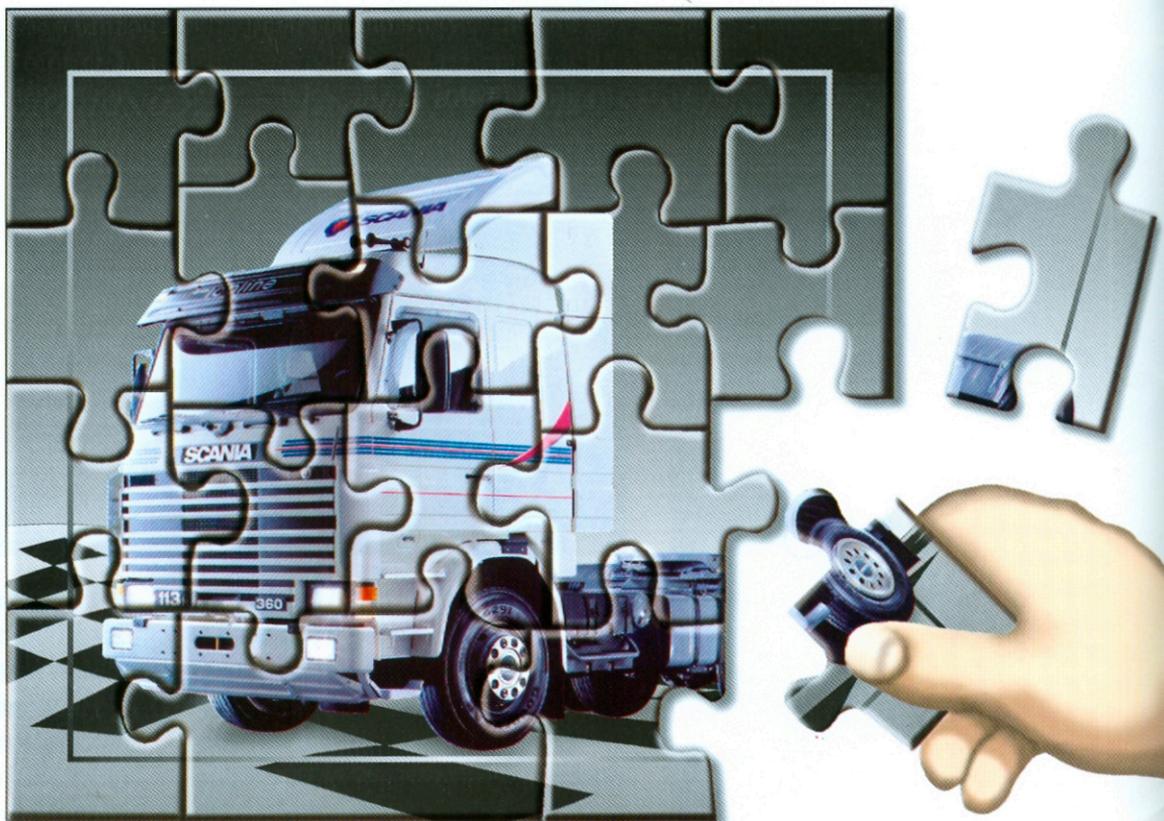
# Opções para todos os bolsos

Leasing, Consórcio, Finame ou Vendedor são as alternativas de crédito para quem quer comprar caminhão nos tempos do real. Confira.

**A** atual estabilidade econômica está proporcionando aos compradores de caminhões e ônibus condições inéditas para optar por uma das quatro alternativas de financiamento disponíveis: leasing, consórcio, Finame ou vendedor, um tipo de crédito direto. “Essa nova realidade tem levado as pessoas e as empresas a analisar com mais critério as opções existentes de financiamento para a aquisição de bens duráveis de maior valor”, afirma Jorge Teixeira de Oliveira, Chefe de Economia de Vendas da Scania.

A atratividade de cada modalidade fica por conta das necessidades e características do cliente. Segundo Oliveira, no segmento de veículos para transporte de carga, por exemplo, o processo de decisão da modalidade considera: quando o veículo será necessário, qual a disponibilidade de recursos para adquiri-lo, juros, impostos, taxas e prazos de financiamento.

Oliveira garante que o cliente tem todo o apoio da companhia para tomar a melhor decisão. “Nós discutimos até um contrato sazonal, adequando um prazo de carência à receita do cliente”, comenta Oliveira. As opções de financiamento para veículos pesados devem acompanhar um mercado que é dinâmico. “Com isso podemos oferecer opções de financiamento adequadas à realidade econômica do momento”, diz.



Na Scania, que possui todas as modalidades de financiamento, oscilações na preferência do cliente são consideradas normais.

Já os baixos percentuais alcançados pelo Finame são creditados à exigência do comprador bancar 23% do bem, mas, principalmente, à falta de interesse dos próprios bancos credenciados. “O agente financeiro tem sua remuneração limitada e assume sozinho os riscos do crédito”, diz Oliveira. De qualquer modo, o BNDES está introduzindo medidas para incentivar o uso do Finame, desburocratizando a documentação necessária e com possibilidade de financiar até 100% do bem.

O cliente Scania conta com uma completa assistência da empresa no momento da aquisição de seu veícu-

lo. Qualquer orientação sobre as modalidades de financiamento para caminhões ou ônibus da marca pode ser obtida diretamente com o Departamento de Economia de Vendas da empresa. “A Scania vem constantemente adaptando e aperfeiçoando as modalidades atuais de financiamento, procurando com isso facilitar o acesso dos clientes aos produtos da marca”, comenta Oliveira.

O sistema de leasing vive hoje uma fase de grande expansão no mercado, graças principalmente à abertura do sistema também para a compra de automóveis por pessoas físicas. Conforme relatório da ABEL - Associação Brasileira de Empresas de Leasing -, o grupo Veículos e Afins representava em maio de 1997 cerca de 70,7% dos arrendamentos em curso. 

# PLANOS DE FINANCIAMENTOS DE PRODUTOS SCANIA

## 1. LEASING - ARRENDAMENTO MERCANTIL

Trata-se de um aluguel com direito a aquisição do bem no final do plano pelo valor residual, enquanto as parcelas pagas mensalmente são lançadas como despesas operacionais.

### PRAZO

De 24 a 60 meses para veículos novos.

De 24 a 36 meses para veículos usados (só para caminhões).

### CONDIÇÕES

1. Prévia aprovação de crédito
2. Entrada: 15 %
3. Seguro: Caminhões (novos e usados) - Obrigatório pelo prazo de vigência do contrato.  
Ônibus - Negociado caso a caso.
4. Encargos não inclusos nas taxas abaixo

### TAXAS (válidas para agosto/97)

#### Caminhões Novos:

1. Pré-fixado R\$ = de 2,22 % a.m. até 2,45 % a.m. (prestações fixas pelo prazo total)
2. Dólar = de 1,385 % a.m. até 1,452 % a.m. (prestações corrigidas pela variação do dólar)

#### Ônibus Novos:

1. Pré-fixado R\$ = de 2,22 % a.m. até 2,41 % a.m. (prestações fixas pelo prazo total)
2. Dólar = de 1,343 % a.m. até 1,368 % a.m. (prestações corrigidas pela variação do dólar)

#### Caminhões Usados:

1. Pré-fixado R\$ = de 2,65 % a.m. até 2,69 % a.m. (prestações fixas pelo prazo total)

## 2. PLANO ESPECIAL DE FINANCIAMENTO EM R\$ PRÉ-FIXADOS DE CURTO PRAZO - CAMINHÕES NOVOS (VENDOR)

### PRAZO

De 1 a 12 meses.

### TAXAS (válidas para julho/97)

De 2,19 % a.m. até 2,14 % a.m.  
IOF = 1,5% a.a. P. J. (Pessoa Jurídica)  
15% a.a. P. F. (Pessoa Física)

### CONDIÇÕES

1. Prévia aprovação de crédito
2. Seguro obrigatório a partir do 4º mês
3. IOF não incluso nas taxas

## 3. FINAME - AGÊNCIA ESPECIAL DE FINANCIAMENTO INDUSTRIAL

### PRAZO

De 12 a 60 meses

### TAXAS

1. TJLP (taxas de juro de longo prazo) válidas de 01/06 a 31/08/97 = 10,15% a.a.
2. BNDES = 2,5 % a.a.
3. Del credere agente = Negociável com o agente financeiro

### CONDIÇÕES

1. Prévia aprovação de crédito.
2. Participação Finame = 100 %

**CARÊNCIA:** 3 a 6 meses

## 4. CONSÓRCIO

É uma forma de financiamento em que pode-se pré-determinar quando o veículo vai ser adquirido. Muito popular no Brasil, o consórcio funciona como uma poupança programada em que cada participante aplica mensalmente uma determinada importância, com o objetivo de adquirir um bem. Esse sistema de pagamento para a aquisição

de bens surgiu como alternativa às opções já existentes no mercado e seu funcionamento básico consiste em reunir um grupo de pessoas físicas ou jurídicas que efetuam uma contribuição mensal (prestação) ajustada, durante tempo pré-determinado. Para isso, este grupo de pessoas adere a um regulamento coletivo, assumindo os

mesmos direitos e contraindo as mesmas obrigações, sem a finalidade de obter lucro.

### PRAZO

60 meses

### CUSTO

1. Taxa de administração
2. Fundo de reserva

# Diversificando para crescer

Conhecida no Brasil como uma grande transportadora de aço, a Tora vem crescendo também em outros segmentos importantes como na intermodalidade e no transporte de grãos.

Reportagem: Francisca Rodrigues / Fotos: Gustavo Campos

**S**ediada em Belo Horizonte/MG, a Tora começou sua trajetória modestamente, operando serviços internos no setor de aço na Companhia Siderúrgica Belgo Mineira, Ical e Cauê. Aquele tempo é só lembrança. Hoje, a empresa é a maior transportadora do Estado de Minas Gerais no ranking geral e a maior do Brasil no segmento de cargas completas.

Mas, mesmo com o sucesso no transporte de aciaria, as atividades da transportadora se ramificaram para outros setores como o transporte de grãos nas regiões da fronteira agrícola. Na última safra, os caminhões da Tora chegaram a transportar 200 mil toneladas em apenas seis meses. E como diversificação não tem limite, a empresa também montou negócios em minerações e até em incorporação imobiliária.

E não parou aí. Sua vocação maior, o transporte, ganhou novas dimensões. “Com o aumento dos negócios no Mercosul, começamos a operar no Chile, na Argentina e no Uruguai”, diz Pau-

lo Sérgio Ribeiro da Silva, presidente da empresa. Outra aposta da Tora é no crescimento da intermodalidade no transporte. “A nossa ligação com o transporte intermodal é antiga, mas agora todos os nossos projetos futuros visam esse sistema, pois a demanda é grande”, afirma Paulo Sérgio.

A Tora pratica a intermodalidade de grandes volumes de carga, principalmente no sistema rodo-ferroviário. “Os terminais de Vitória/ES, Betim/MG, São Paulo/SP e Buenos Aires, permitem o estabelecimento de logística eficiente e econômica no transporte de grandes toneladas”, diz Paulo Sérgio.

No final de 94, foi criado o projeto Usifast - um amplo complexo logístico de integração rodo-ferroviário e estação aduaneira - resultado da associação da Tora com a Fasal, do Grupo Usiminas. Numa área de 366.000 m<sup>2</sup> dispõe de ramais ferroviários de bitola mista, galpão de transbordo e armazém geral, com área coberta de 105 m<sup>2</sup>. No Usifast funciona a úni-



“Mantemos uma frota de caminhões novos para ser mais competitivos”

Paulo Sérgio Ribeiro da Silva,  
Presidente da Tora.



ca Estação Aduaneira Interior da Grande Belo Horizonte, que está operando cerca de 2.000 containers por mês. As operações de transbordo e transporte de produtos siderúrgicos já atingem 236 mil toneladas por mês no sistema rodo-ferroviário. “Este projeto cria grande sinergia com a Vale do Rio Doce, Fiat e Usiminas e já vem gerando R\$ 60 milhões anuais de receita”, informa o presidente da Tora.

Buscando consolidar um sistema integrado de transporte de cargas em grandes toneladas, a Tora iniciou, em 1992, o Programa de Qualidade Total. Com isso, criou o Torex - terminal rodo-ferroviário em Vitória/ES, adquiriu o controle acionário da



Além de diversificar suas atividades, a Tora está investindo na intermodalidade.

Logística Terminais Multimodais - que detém contrato de uso do terminal de Água Branca/SP- construiu um terminal de transbordo em Uruguaiana-RS, que faz a conexão Brasil-Argentina, e comprou o terminal de Buenos Aires (alfandegado).

## LOGÍSTICA

Com uma administração descentralizada e 25 filiais estratégicas interligadas on line, no Brasil e exterior, a Tora oferece hoje completo gerenciamento de cargas, com rapidez, eficiência, segurança e assume também toda a gestão da carga. "Sob a ótica da logística de transporte, criamos a Tora Logística, e estamos reforçando

nossos quadros, aumentando o número de pessoal, principalmente de gerenciamento e supervisão", diz Paulo Sérgio.

Atualmente com uma frota de 1.400 caminhões (60% Scania), incluindo transportadores autônomos, a Tora é a empresa que mais cruza as fronteiras. "Cerca de 900 a 1.100 caminhões por mês que cruzam as fronteiras do Brasil são nossos", contabiliza Paulo Sérgio. E para atender o crescimento da área de logística e demanda do Mercosul, principalmente do fluxo de componentes entre as montadoras do Brasil e Argentina, a Tora faz constante renovação de sua frota, que tem idade média de três anos. Este

ano já comprou da concessionária Itaipu, 34 caminhões da marca.

Com uma frota praticamente nova, raramente há defeitos mecânicos. Sem grandes preocupações com algum problema que retenha o caminhão na estrada, a Tora resolveu terceirizar sua oficina e montou uma grande estrutura operacional e de apoio em Uruguaiana/RS - a principal porta de acesso aos países do Cone Sul.

Em Belo Horizonte, a manutenção dos caminhões Scania é feita na concessionária Itaipu. "Com uma frota de caminhões praticamente nova podemos oferecer transporte just-in-time, que exige produtividade, confiabilidade e prazo", afirma Paulo Sérgio. 🍷



Os ônibus a álcool atendem às mais exigentes legislações ambientais do mundo.

# UM COM

A Scania põe para circular na Suécia para uma demo

**Q**uem anda pelo mundo sabe que o Brasil tem uma das maiores frotas mundiais de ônibus urbanos. São cerca de 100 mil unidades. À exceção dos tróleibus, todos os ônibus brasileiros são movidos a óleo diesel.

A Scania trouxe da Suécia dois ônibus com uma boa novidade: eles utilizam motores do ciclo diesel mas queimam álcool, um produto no qual o Brasil é campeão de produção. Como a temperatura para ignição do álcool é superior à do diesel, a Scania desenvolveu um aditivo especial para possibilitar a queima do combustível sem o auxílio de centelha.

Esses veículos, que estão rodando experimentalmente em São Paulo e Curitiba, são uma sensação por onde passam. Viajamos num deles no final de julho. O trajeto foi do distante bairro do Jardim Elvira, em Osasco, à Estação Armênia do Metrô, na capital paulista. Uma linha de 19 quilômetros de extensão em cada sentido e que retrata bem as peculiaridades da Região Metropolitana da Grande São Paulo: interminável congestionamento viário e preocupante índice de poluição do ar, causado sobretudo pelas emissões dos veículos.

Esses ônibus operam em Estocolmo, capital da Suécia, desde 1990. São considerados uma bem sucedida solução ecológica para grandes cidades por dois motivos: produzem baixas emissões e utilizam um combustível renovável.

A experiência foi um sucesso na

# COMBUSTÍVEL MAIS LIMPO

a cidade de São Paulo dois ônibus urbanos movidos a álcool. Os veículos foram trazidos da demonstração de dois meses na capital paulista e mais dois meses em Curitiba, no Paraná.

Reportagem: Ariverson Feltrin / Foto: Emanuel A. P.

Europa, tanto que Estocolmo e outras cidades suecas já adotaram 300 ônibus Scania movidos a álcool. Hoje, nada menos de 30% das vendas totais da marca, na Suécia, são de ônibus equipados com motores que consomem esse tipo de combustível. “É a alternativa economicamente mais viável para se combater a emissão de poluentes nas grandes cidades”, afirma Henry Jonsson, Assessor Executivo para o Mercado de Ônibus na América Latina da Scania.

Roberto Santiago de Lima, 30 anos, motorista da Urubupungá (empresa que está operando o ônibus), foi designado para dirigir o Scania na linha Osasco-São Paulo. Sente-se quase um astro, rodeado pelos colegas de profissão que buscam explicações. “Querem saber como funciona o motor e como é dirigir um ônibus sem alavanca de câmbio”, diz Lima. O ônibus tem caixa de câmbio automática.

O bloco e os cilindros do motor movido a álcool são absolutamente iguais aos do ciclo diesel. A bomba injetora é a mesma, com pequenas alterações na regulagem. Os pistões mudaram: foram dimensionados para uma compressão maior. Já a caixa de câmbio é automática. Não há embreagem nem alavanca de mudança. Para Santiago é um alívio. Esse conforto permite que sua atenção fique no volante: cálculos apontam que numa jornada diária um motorista troca de marcha 4 mil vezes.

Já do lado dos passageiros, a novidade causou as mais diversas impres-

sões. “Estou me sentindo importante. Vou chegar no serviço com o nariz bem empinado para a patroa”, diz ao embarcar no ônibus a álcool a empregada doméstica Clara Inácia. Keila Augusta Pereira também elogia o ônibus: “É agradável”. A professora Demilda Leite, prima de Keila, enfatiza: “Este banco estofado é bastante confortável”.

O tecelão João Costa, depois de enfrentar uma jornada noturna no trabalho, apanhou o Scania vermelho movido a álcool. “Os suecos é que são felizes. Sentam em banco estofado”. Petrônio Gomes da Silva, de Petrolina/PE, integra um dos milhões de migrantes nordestinos que vivem em São Paulo. Motorista de caminhão, ele olha para o céu nublado por poluentes e pergunta: “Será que o ônibus a álcool pode resolver o problema da poluição?” Sim, pode ajudar - e muito

- a resolver esse problema.

O motor a álcool Scania emite apenas 3,8 gramas por quilowatt/hora de óxido do nitrogênio, uma substância tóxica que causa doenças respiratórias. As normas Euro I, atualmente vigentes no Brasil, determinam que a emissão não deve ser superior a 9 gramas por quilowatt/hora. Quer dizer, o motor Scania está acima da Euro III, que ainda nem entrou em vigor na Europa e determina 5 gramas por quilowatt/hora de emissão de óxido de nitrogênio.

Por ora, a experiência brasileira é feita com ônibus suecos. Para o Brasil, dono do maior programa de álcool direcionado à propulsão de veículos, o chassi Scania mais adequado para receber o motor a álcool aditivado é o City Master. Trata-se de um produto especialmente desenvolvido para aplicação em grandes centros urbanos. No chassi City Master o motor é instalado na traseira a 60 graus de inclinação para permitir maior aproveitamento do salão de passageiros.

Os frotistas de ônibus no Brasil utilizam o diesel. Não vão precisar fazer grandes investimentos se adotarem os ônibus movidos a álcool. Os reservatórios são os mesmos e o sistema de abastecimento também. O engenheiro Antonio Carlos Lourenço Marques, diretor de Manutenção da Auto Viação Urubupungá, disse que o veículo está nos primeiros dias de teste e a empresa fará uma ampla avaliação de consumo, performance e aceitação por parte dos passageiros. 🌱



O passageiro Petrônio G. da Silva, interessado nos problemas ambientais de SP.

# A Conquista de Maracaibo

**Após definir sua política de comercialização no Mercosul, a Scania Latin America volta-se agora com mais ênfase para os demais mercados do continente. Na Venezuela, a marca adota nova estratégia de expansão a partir de Maracaibo, coração da região oeste, onde se concentra a maior riqueza do país: o petróleo.**

Reportagem: Roberto Queiroz

**O**s primeiros dois ônibus rodoviários foram enviados à Venezuela no final de 1990. Sete anos depois, já com mais de uma centena de ônibus colocados nesse mercado, a Scania altera radicalmente sua política de vendas para esse vizinho amazônico e inicia ofensiva para avançar também no segmento de caminhões pesados.

A grande mudança, na verdade, consiste na reestruturação da distribuição de veículos. Ao invés de uma representação nacional, contratada a uma só empresa, a Scania evoluiu do conceito do distribuidor exclusivo e adotou a agilidade da concessionária regional. A idéia é fazer com que as concessionárias estejam mais próximas dos clientes, conhecendo seus hábitos e cultura.

Nesse novo contexto, a primeira parceria foi feita com Alfredo Muchacho liderando um grupo de empresários e sua recém-criada Venecamiones, primeira concessionária Scania na Venezuela, a partir de Maracaibo. A operação cobre toda a região oeste, a mais rica do país, e já tem uma filial em San Cristobal, onde se concentram também grandes empresas de transporte rodoviário de passageiros. Brevemente, será aberta mais uma filial em Barquisimeto, também na região oeste do país. A atuação

desses três pontos será complementada por uma central de peças localizada em Caracas.

## AGORA, OS CAMINHÕES.

“Quando a Scania iniciou suas vendas de ônibus, a importação de caminhões era inviável devido às altas tarifas que incidiam sobre esse produto”, explica Edson Gonçalves de Mattos, responsável pelo desenvolvimento de mercado na Unidade Comercial Exportação da Scania Latin America. Nessa época, o mercado local era abastecido por caminhões montados no país pela Mack e Pegaso/Iveco.

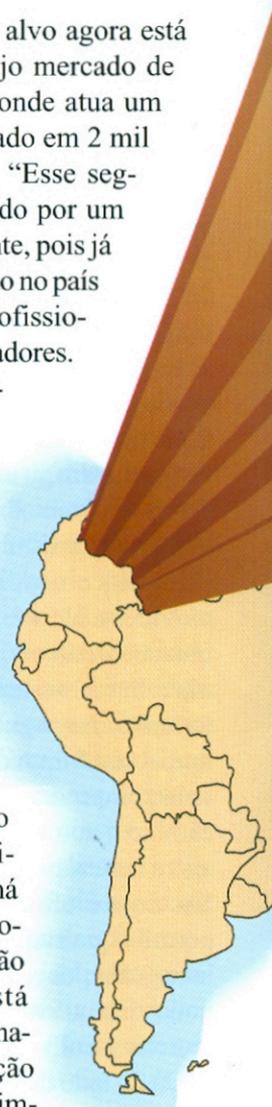
Quanto ao mercado de ônibus, predominavam no país marcas como Volvo, MAN, Mercedes-Benz, Iveco e Renault, todas de origem européia. “A Scania vinha desenvolvendo sua participação por meio de lotes pequenos, fruto das vendas corpo a corpo, pois havia a necessidade de se vender junto a imagem de uma marca ainda desconhecida”, comenta Mattos.

Nesse ritmo, foram vendidos aproximadamente cem ônibus rodoviários. Agora, com uma frota de tamanho respeitável, cresce a expectativa de vendas. A receptividade à marca tem sido mais favorável. Até julho deste ano, a Scania já tinha quase 100 pedidos de veículos em carteira, metade desse volume já foi embarcada no primeiro

semestre. “É uma marca muito positiva, visto que o mercado venezuelano está estimado em 250 carros neste ano”, diz Mattos.

Segundo ele, o alvo agora está em caminhões, cujo mercado de pesados, na faixa onde atua um Scania, está estimado em 2 mil unidades por ano. “Esse segmento está passando por um momento importante, pois já pode ser identificado no país um processo de profissionalização dos operadores. Esse cenário é muito favorável aos caminhões Scania que oferecem a melhor relação custo/benefício”, explica Mattos.

A Venezuela é um mercado potencialmente forte para o mercado de caminhões. O país está há dois anos em um processo de recuperação econômica. E está dando certo. Esse chamariz atrai a atenção de outras marcas im-





portantes como a International, General Motors e Freightliner, por exemplo, que já estão começando seus trabalhos na região.

Mas a concorrência não é o problema. "A principal barreira a enfrentar é cultural, pois há uma grande influência dos padrões americanos. Inclusive em veículos. Entre os leves, por exemplo, ainda há muitos caminhões a gasolina", analisa Mattos. "Com a profissionalização dos transportadores, esses conceitos

mais antigos vão desaparecendo e dando lugar ao negócio transporte", diz.

Devido à influência americana, o mercado está orientado para caminhões com tração 6x4, mas a topografia do país favorece o modelo brasileiro, de cavalos mecânicos 4x2. A nova "lei da balança" venezuelana também favorece os padrões técnicos brasileiros, mas seu processo de implantação ainda deve levar uns dois anos.

Mas o esperado sucesso nas vendas de caminhões não deve demorar tanto como no caso dos ônibus, até por que hoje a marca é bem mais conhecida e aceita. A primeira venda, aliás, foi concretizada em 1996, com dez veí-

culos T113H 6x4, produzidos no México para a empresa Tracegra, que atua na cimentação de poços petrolíferos. A empresa possui uma frota de 20 pesados Mack e agora está conhecendo os produtos Scania. Ao que parece nessa concorrência direta, o Scania levou vantagem. "A Tracegra se prepara para comprar mais uma dezena de caminhões da nossa marca".

O rápido sucesso dos caminhões Scania no mercado venezuelano é creditado a uma estratégia muito interessante: demonstração do produto, amplo apoio do pós-venda e conhecimento do desempenho do caminhão no Brasil, o maior mercado do mundo para a marca. "Fazemos um intercâmbio entre os transportadores de lá com os daqui. É uma troca de experiência muito interessante e muito positiva. Além disso, eles são convidados a conhecerem a fábrica para ver de perto todo o conceito de qualidade que permeia os produtos da marca. Uma visita dessas é melhor que mil argumentos técnicos", diz Mattos. 

# UM DESAFIO FORA DO COMUM

**Uma ágil ação de pós-venda da Scania atende em prazo recorde necessidade de cliente com aplicação especial. Recebendo motor DSC 14, de versão industrial, com 511 cv, caminhão da marca bate recordes e arrasta 330 toneladas de peso líquido.**

*Reportagem: Roberto Queiroz / Foto: Damon*

**C**omo cenário, o pátio da Companhia Siderúrgica de Tubarão, em Vitória, no Espírito Santo. Como desafio, agregar produtividade ao transporte de chapas de aço da usina até o embarque no porto próprio. Em um trajeto de 8 km entre o pátio de placas, onde é feito o carregamento dos caminhões, e as docas de atracação, uma caótica rotina de filas imensas, caminhões quebrados e atrasos.

Um projeto da Palettrans, fabricante de equipamentos para movimentação de carga de Cravinhos, no interior paulista, começou a reverter a situação. A empresa definiu, para esse trabalho, o uso de carretas especiais bidirecionais com capacidade para 110 toneladas líquidas, em comboios de duas e três unidades. E, para mostrar o quanto acreditava em sua proposta, acabou assumindo essa operação da CST na totalidade. Ou seja: transportar uma média de 300 mil toneladas/mês dessa matéria-prima.

Com a "bomba" na mão, o engenheiro Lineu Matos Camargo Penteado, diretor presidente do Grupo Unihold e proprietário da Palettrans, saiu a campo em busca de soluções. Criou uma transportadora, a Piertrans, e foi atrás de caminhão.

"Rodei Estados Unidos e Europa, perguntei a todos os fabricantes no Brasil. Só a Scania se propôs a fazer o que nós queríamos", diz o executi-

vo. E o que eles queriam era encontrar um caminhão que puxasse, sozinho, um comboio de duas ou três carretas. Um absurdo de 220 ou 330 toneladas líquidas, de cada vez.

A Piertrans havia feito um teste com um R143, 6x4, motor de 450 cv, alugado. Na época, fora o único veículo com desempenho adequado. Como a Scania não dispõe mais deste modelo em produção no Brasil, a Piertrans decidiu testar outros caminhões da marca.

## CORRENTE

Após o teste, a empresa escolheu o R113 360 6x4 como a melhor alternativa. Os veículos chegaram a Vitória e entraram em operação de uma só vez, em 1º de maio, substituindo toda a frota e o sistema de caminhões convencionais que faziam esse trabalho. Basicamente, tratavam-se de autônomos que usavam todo tipo de caminhão, contratados por uma empresa prestadora de serviços.

Mas parte do aprendizado viria com a prática. O motor de 360 cv era suficiente para puxar o comboio com duas carretas, mas o tempo de viagem era superior ao especificado no projeto original. Além disso, o uso do equipamento estava em condições limites, comprometendo o desempenho e durabilidade dos componentes. Sem falar nos motoristas, que precisavam manter o acelerador no fundo por toda

a extensão do percurso.

Foi nesse momento que começou a ser esboçada a parceria entre o cliente, o concessionário Venac, de Vitória, e a fábrica. Pedindo socorro, atrás de uma solução, Lineu Matos foi recebido por um comitê, reunindo pessoal de Vendas, Pós-Venda e o Departamento de Marketing e Engenharia de Aplicações de Motores Industriais e Marítimos. No mesmo encontro, saiu da Scania com a proposta de substituição do motor dos caminhões por uma versão industrial do DSC 14. Seus mais de 500 cv de potência seriam suficientes para resolver o problema, segundo cálculos dos técnicos da fábrica.

O motor foi enviado a Vitória e coube à Venac o trabalho de instalação no veículo. Sua responsabilidade no processo era seguir as determinações da engenharia de aplicação de motores. André Luiz F. Atui, do Departamento de Motores da Scania, acompanhou todo o processo de montagem. "Foram uns dez dias, na Scania, para definir a configuração do produto e mais uns quinze na Venac, fazendo a instalação", recorda.

As principais modificações feitas





Depois de testar vários caminhões, empresa elege o R113 360 como o melhor veículo para o transporte super-pesado.

no caminhão foram, além da troca do motor, a aplicação de um reforço na alma das longarinas e a substituição do cardan por outro de maior comprimento. Puramente dimensional. O resto do trabalho consistiu na adaptação de peças como mangueiras, suportes e mancais, como exemplo.

Como resultado de tudo, um sorriso de lado a lado em todos os envolvidos. A expectativa do que poderia acontecer quando o motorista girasse a chave do caminhão repotenciado, depois de tanto trabalho, manteve a equipe em alto grau de tensão e comprometimento. E o polegar levantado

do motorista, depois de vencidos os primeiros metros, era o sinal que faltava.

“O caminhão já estava passando dos 20 km/h, pedindo marcha, e tive de mandar o motorista tirar o pé”, relata Lineu Matos. O comboio venceu os 8 km até as docas em 27 minutos, contra 33 minutos com a versão original. Na volta, vazio, 12 minutos contra 15. Nas costas, duas carretas com 110 toneladas líquidas, cada uma.

Mas o melhor viria depois. Em teste com três carretas, na formulação que deverá virar padrão na operação da empresa, o Scania com motor de 51 lcv

tracionou, sem choro, 455 toneladas de carga bruta. O cavalo mecânico roda com um lastro de concreto que eleva sua tara a 30 toneladas. Como cada carreta pesa 25 toneladas em vazio, sobram 350 mil quilos de carga líquida. A propósito, cada chapa ou placa dessas pesa cerca de 20 toneladas.

O resultado saiu melhor do que a encomenda e Lineu Matos já iniciou entendimentos visando a padronização de sua frota de seis veículos com motores “V8”. Agora, com as especificações previamente acertadas pela fábrica. 🇧🇷

# Todas as Concessionárias passam a vender ônibus

*A Scania promove uma reestruturação em sua rede de concessionárias.*

*De hoje em diante, todas as casas no País passam também a comercializar ônibus.*



Com a nova estrutura, um atendimento ainda melhor.

O mercado de ônibus pesados cresceu nos últimos dez anos tanto para o segmento rodoviário como para o urbano. Nas rodovias, esse “boom” já vinha sendo observado desde o início da década de 80. No segmento de urbanos, com a necessidade de maior eficiência e racionalidade do transporte, os empresários do setor estão também investindo em pesados.

Esse cenário favorável, levou a Scania a promover uma mudança na comercialização e prestação de serviço a seus clientes de ônibus. De agora em diante, todas as concessionárias da marca no País passam também a comercializar ônibus. “Reestruturamos nossa rede de concessionárias com o objetivo de estarmos ainda mais próximos de nossos clientes”, diz Roberto Cury, Gerente de Vendas de Ônibus.

Com essa mudança, as concessio-

nárias que não vendiam ônibus em suas regiões de atuação, passam a vender e prestar todo o serviço de pós-venda também para esse produto. “Fizemos um trabalho de treinamento com essas concessionárias. Agora elas também contam com profissionais de vendas e técnicos em pós-venda especializados em ônibus”, diz Cury.

No Sul, a Brasdiesel passa a vender ônibus nas concessionárias de Caxias do Sul, Carazinho, Garibaldi, Ijuí e Lajeado, todas no Rio Grande do Sul. Essas localidades eram atendidas pela Suvesa. As cidades gaúchas de Vacaria, Palmeira das Missões e Passo Fundo serão atendidas pela concessionária Mecânica.

Em Santa Catarina, Piçarras, Itajaí e Joinville, anteriormente atendidas pela Cotrasa e Ediba, passam a ser atendidas pela Mevepi. No interior de São Paulo, a área que

envolve Ribeirão Preto, São José do Rio Preto e Araraquara, que antes eram atendidas pela Codema, agora serão atendidas pela Escandinávia. As regiões de Sumaré e Porto Ferreira, também cobertas pela Codema, passam para a Quinta Roda.

A região que compreende Bauru, Araçatuba e Marília passa para a responsabilidade da Transcam. No Triângulo Mineiro, a Escandinávia, de Uberlândia, vai atender a região. As áreas de Presidente Prudente e Ourinhos passam para a Movepa, o Sul de Minas para a Codema, Muriaé e Governador Valadares para a Covepe.

Essa mudança não muda o nível de atendimento nas concessionárias. “Ao contrário, agora será possível prestar um atendimento mais ágil, eficiente e confortável para os empresários de ônibus, como já é prestado aos clientes de caminhões”, diz Cury. 🌿

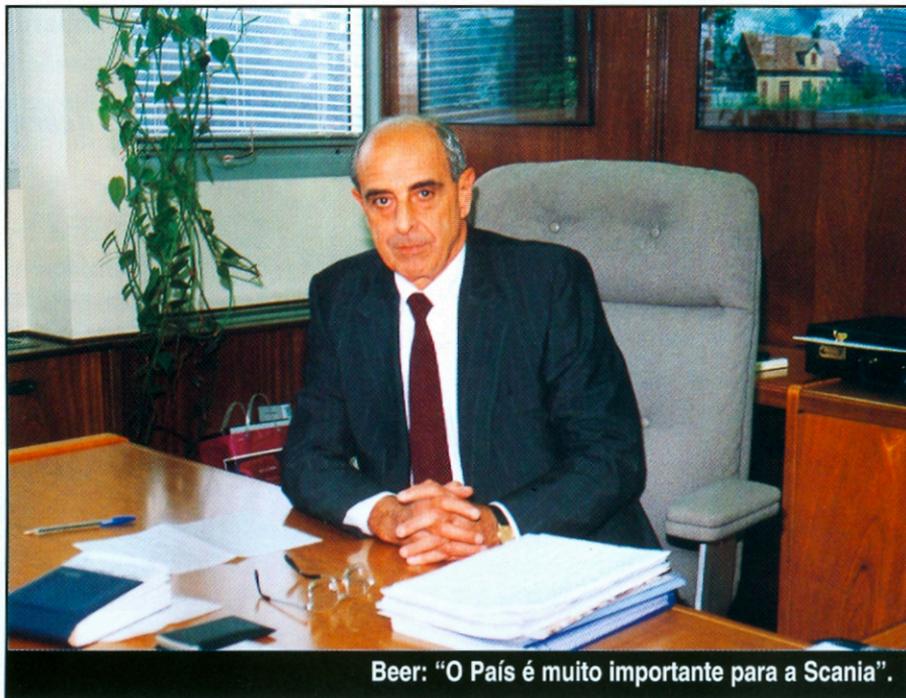
# Scania cria unidade de negócios exclusiva para o Brasil

Com o objetivo de se aproximar ainda mais de seus clientes no mercado brasileiro, surge a Scania Brasil, uma ágil unidade de negócios que terá um Diretor Geral e duas Diretorias específicas: uma na área de Caminhões e outra na área de Pós-Venda.

**A** Scania Latin America criou a Scania Brasil, uma unidade de negócios para cuidar especificamente do mercado brasileiro. Essa nova unidade será comandada por Fabrizio Beer, promovido a Diretor Geral. Na estrutura anterior, Beer ocupava o cargo de Diretor Comercial.

A reestruturação tem como objetivo valorizar ainda mais o mercado mais importante do mundo para a marca em todos os segmentos em que atua. “Com essa reorganização queremos reforçar a nossa política de prestar o melhor atendimento a nossos clientes através de nossa tradicional rede de concessionárias”, diz Hans Hedlund, presidente da Scania Latin America.

A Scania Brasil passa também a ter duas novas Diretorias: na área de Vendas de Caminhões, sob a responsabilidade de Flávio Mermejo; e na área de Pós-Venda, sob a responsabilidade de Emanuel Queiroz. “Essas Diretorias reforçam a importância do País para os negócios da Scania”, diz Beer.



Beer: “O País é muito importante para a Scania”.

Segundo Beer, a criação de uma Diretoria específica na área de Caminhões é uma preparação da Scania para enfrentar um mercado mais competitivo no futuro para o segmento de caminhões pesados. “Com essa nova estrutura, a Scania pretende obter uma maior proximidade com seus clientes objetivando manter a liderança desse mercado no Brasil”, afirma.

Dentro dessa política, a empresa também elevou o Pós-Venda a nível de diretoria para aprimorar ainda mais a gama de serviços prestados a seus clientes. Ainda segundo Beer, “estamos abrindo novos postos especializados exclusivamente em Pós-Venda. Nossa meta é conti-

nuar prestando a melhor assistência técnica do Brasil”.

Uma outra importante mudança foi a criação de uma seção de Suporte de Marketing somente para o Brasil. De agora em diante, todo treinamento gerencial, comercial e técnico, tanto para funcionários como para pessoal de concessionárias, fica sob responsabilidade desta seção.

A área de Suporte de Marketing também cuidará da publicidade e promoção de produtos no mercado brasileiro.

Nessa política de maior valorização e aproximação do mercado, a Scania Brasil está mudando a área de engenharia de vendas para dentro dos próprios departamentos comerciais de caminhões e ônibus. São engenheiros especializados e treinados que darão todo suporte técnico ao cliente no momento da aquisição de um produto Scania. “Esse conjunto de mudanças visa criar um atendimento diferenciado aos clientes Scania antes, durante e depois da venda de seus produtos”, diz Beer. 🌟

# Em nome da preservação

A preocupação com o meio ambiente não é só discurso.

A Scania tem uma política ambiental para todas as suas unidades no mundo.

**H**á muito tempo a Scania se preocupa em preservar o meio ambiente em todo o mundo. Atualmente, o assunto está

mais em moda porque a maioria das empresas está trabalhando para conseguir a ISO 14000, a certificação de qualidade na área ambi-

ental. A Scania Latin America está bem adiantada nesse campo: a empresa já tem uma política ambiental e seus compromissos.

## POLÍTICA AMBIENTAL

*A consideração ao meio ambiente é de vital importância para o desenvolvimento e lucratividade da Scania a longo prazo.*

- Devemos alcançar e manter a liderança dentro do nosso campo de competência a fim de promover um meio ambiente melhor.
- Devemos, através de pesquisa antecipada e desenvolvimento, continuamente reduzir o impacto ambiental proveniente da nossa produção, produtos e serviços.
- Devemos ativamente promover legislação ambiental efetiva e harmonizada internacionalmente - a legislação vigente é nosso padrão mínimo.
- Devemos aumentar a confiança no trabalho ambiental da Scania através de transparência e divulgação.

### *Esses são os compromissos ambientais da Scania Latin América:*

- Manter um sistema de Gestão Ambiental em consonância com a Política Ambiental Corporativa e com os princípios de desenvolvimento sustentável, de forma a assegurar a melhoria contínua do nosso desempenho ambiental.
- Assegurar, como padrão mínimo, o enquadramento das nossas atividades aos requisitos vigentes da legislação de proteção ao meio-ambiente.
- Manter um sistema de gerenciamento de resíduos de forma a minimizar o impacto dos mesmos sobre o meio ambiente.
- Encorajar concessionárias e fornecedores a terem um comportamento ambiental compatível com estes compromissos.
- Encorajar o respeito ao meio ambiente entre todos os colaboradores, através da adoção de práticas operacionais adequadas e de programas de sensibilização.
- Aumentar a confiança no nosso trabalho ambiental, divulgando e colocando à disposição do público a política e os compromissos ambientais.
- Buscar reduzir em nossas atividades produtivas o consumo de recursos naturais e a utilização de substâncias que possam agredir o meio ambiente.
- Buscar a prevenção da poluição associadas às nossas atividades produtivas, produtos e serviços, bem como a melhoria da eficiência dos sistemas para controle de poluição. 



# EVENTOS MARCAM OS 40 ANOS DA SCANIA NO BRASIL



As comemorações dos 40 anos da Scania no Brasil envolveram um público bem variado. Fun-

cionários, transportadores, motoristas, fornecedores, autoridades e a comunidade em geral puderam conhecer, principalmente através da imprensa, a história da empresa ao longo dessas quatro décadas em solo brasileiro.

Além disso, a edição anteri-



or do Rei da Estrada foi completamente dedicada a essa história. Foram feitas reportagens sobre caminhões, ônibus, motores, pós-venda, concessionárias e a própria trajetória da Scania nesse período. Nas reportagens, um destaque especial para os personagens principais dessa história: clientes, colaboradores e concessionários.

Na foto, o presidente da Scania Latin America, Hans Hedlund, faz um discurso no almoço com jornalistas de todo o Brasil. 🇧🇷

## Scania valoriza os motoristas na Fenatran

**U**ma transportadora, para ser bem sucedida nesse mercado extremamente competitivo, deve saber escolher bem seus caminhões, planejar bem seus custos, e acima de tudo, capacitar e reciclar sempre seus motoristas. Sob a responsabilidade desses profissionais, está o maior patrimônio da empresa: os caminhões. E, sobre os caminhões, um patrimônio ainda mais valioso: a carga de seus clientes.

Muitas transportadoras já sabem da importância do treinamento dos motoristas como fator preponderante para o negócio. Motorista bem treinado significa maior produtividade e, principalmente, mais segurança. A Scania, inclu-



sive, tem para motoristas um programa de cursos específicos ministrados nas concessionárias.

Pensando na importância desses profissionais, a Scania abriu um espaço exclusivo para eles na Feira Nacional do Transporte (Fenatran) que acontece de 8 a 13 de setembro na Expo Center Norte. A maior área do estande está reservada para os motoristas. Nesse espaço, eles podem ter contato direto com as inovações tecnológi-

cas dos caminhões da marca, além de conhecer os serviços de Pós-Venda prestados pela rede de concessionárias. Terão também a oportunidade de conhecer formas de financiamentos e tirar qualquer tipo de dúvida sobre o produto.

O local chama-se "Espaço Scania dos Motoristas". É uma iniciativa inédita da Scania em exposições no Brasil. O mesmo já foi feito em eventos semelhantes na Europa e foi um verdadeiro sucesso. "Em nossas pesquisas nas estradas, identificamos que os motoristas querem conhecer mais tecnicamente sua ferramenta de trabalho, o caminhão", afirma Décio Martins, Chefe do Departamento de Suporte ao Mercado da Scania. 🇧🇷

# Treinamento sob medida

Completando dois anos no ar, o Programa Rede 2000 incrementa sua programação e conquista mais audiência entre as concessionárias.

**C**om apenas dois anos de atividades, o Rede 2000 já está totalmente incorporada à rotina das concessionárias Scania. A cada 15 dias, sempre às segundas-feiras, cerca de 1.000 profissionais interrompem suas atividades por alguns minutos para assistir a mais um programa, via satélite, que mescla informações técnicas, dicas de vendas, assuntos de informação geral, além de entrevistas, matérias sobre comportamento e entretenimento.

O Rede 2000 nasceu da necessidade de treinar à distância e com regularidade os profissionais que trabalham nas concessionárias de todo o País. Aos poucos, as pessoas envolvidas na produção do programa perceberam que, seguramente, viria agilizar as informações entre fábrica e rede na implementação de sistemas, atualizações técnicas e lançamento de produtos e serviços. “Nosso objetivo inicial era transmitir apenas dicas de treinamento, mas como a receptividade do programa foi muita boa resolvemos ampliar nossa área de atuação com assuntos de interesse dos telespectadores”, conta Valdir A. Merlini, um dos responsáveis pela produção do programa.

Com uma linguagem simples e formato dinâmico, o Rede 2000 foi ganhando ares de uma versátil revista eletrônica. Para comemorar os dois anos de atividades, a edição que irá ao ar no dia 18 de agosto trará uma novidade: um bloco sobre drogas e al-



No vídeo, informações rápidas e didáticas.

coolismo. “Estamos pensando em investir mais na área de saúde, um tema que ajuda os funcionários tanto na vida profissional quanto na vida pessoal”, argumenta Merlini.

Muitas concessionárias conseguiram melhorar o desempenho em vendas e atendimento, colocando em prática o que aprenderam no vídeo. A Ediba, de Concórdia/SC, por exemplo, formalizou quatro vendas do caminhão P93 apresentando ao cliente o comparativo do produto veiculado numa das edições do Rede 2000. O mesmo aconteceu com a Brasdiesel, de Lajeado/RS, que fechou um grupo de consórcio utilizando informações do programa.

Na PB Lopes, de Londrina/PR, a encarregada de treinamento, Regina Barros, grava todos os programas e os deixa à disposição dos funcionários que não puderam assistir no horário da transmissão. Segundo Regina, o Rede 2000 é muito importante para o aperfeiçoamento de seu pessoal. “É uma maneira de mantê-lo atualizado, sem que tenha que se deslocar do am-

biente de trabalho”, afirma.

Luiz Fernando Tegon, presidente da Assobrasc, completa: “Além de ser um veículo ágil e extremamente eficiente, o programa permite que os profissionais reciclem seus conhecimentos sobre os produtos e serviços Scania e faz com que nossa rede esteja melhor preparada em relação à concorrência”.

Para colocar o rede 2000 no ar, a Scania conta com uma equipe de 14 profissionais da Sétima Arte, empre-

sa que desenvolve o programa desde o roteiro até a edição final. Cada tema apresentado esconde um ritmo de trabalho alucinante, que pode chegar a seis meses de muita pesquisa e entrevistas.

Os temas são sugeridos pelo pessoal da Scania e também pelas concessionárias, através das fichas de presença. Com os assuntos em mãos é hora de colher informações, escrever o roteiro, gravar o programa e fazer a edição final. “O Rede 2000 é um trabalho muito gratificante, porque tem uma programação leve e com toques de humor”, conta Canevo Cavano Filho, diretor da Sétima Arte.

A maior preocupação dos produtores é com relação à linguagem. “Uma vez que o programa é produzido com diversos temas e dirigido a todo o pessoal das concessionárias Scania, do faxineiro à diretoria, temos que usar vocabulário acessível. A intenção da Scania é fazer com que todos conheçam os seus produtos e serviços para atender melhor ao cliente”, comenta Canevo. 🍀



O pessoal do Auto Posto Itasul adquiriu seu quarto Scania na Feira do Caminhoneiro de Itapeva/RS.



A empresa Barros, de Natal/RN, comprou mais dois F 113. Na foto, a entrega de um deles.



Mais um K 113 para a Cabral, também de Natal/RN.



Esse é o sexto Scania da Transborgonhoni, de Maringá/PR.



Ao centro da foto, Geneci dos Santos Morais recebe a chave de sua mais nova aquisição.



Esse T 113 vai para o transporte de madeira.



Transportes Zé Nico leva mais um Scania.



Um reforço para o transporte de grãos na região Sul.



Sonho realizado: o primeiro Scania.



Codema entrega mais dois ônibus para a Expresso Araguari.



Dois P 93 para o transporte de brinquedos.



Cara chata 6x4 vai para Edgar Vieira.



Armando Gottardi Neto, de Araçatuba, também fica com um cara chata.



Incrementando a frota, a Trevisan compra mais um ônibus.



Esses P 93 vão pegar pesado nas obras da Norberto Odebrecht.



Um Top Line vermelho para o transporte de grãos no Paraná.



Transportadora Sinlei com mais um Scania para sua frota.



Erdei também amplia a frota com a marca.



Ademir Gimenes também acrescenta mais um Scania em sua frota.



Transcristian, com um vermelho T 113.



Esse cara chata vai para Jamil Moletta.



Crescendo com Scania.



Padronizando com Scania.



Reunindo a família com o novo Scania.



Um P 93 para o transporte de frangos da Sadia.



O pessoal da Transgeib recebe um novo R 113.



Cerealista e Transportes Munaretto incorpora à sua frota mais cinco T 113.



Transportadora Ravanella comprou mais três R 113 para sua frota.



Graneleiro e seus três R 113 já pintados.



A Britap começa a investir para ampliar sua frota com Scania.

**VEÍCULOS**

**ALAGOAS**

**Maceió (Rio Largo)** - CEP 57100-000  
 Noveve Nordeste Veículos Pesados Ltda.  
 BR-101, Norte, km 75 - Tel. (082) 241-0804

**AMAZONAS**

**Manaus** - CEP 69073-040  
 Arapaima Motores e Veículos Ltda.  
 Av. Pres. Costa e Silva, 95 - Crespo - Tel. (062) 237-4043

**BAHIA**

**Barreiras** - CEP 47800-000  
 Moveva Motores e Veículos Nordeste S.A.  
 Rod. BR-242, s/nº - km 01 - Tel. (073) 811-4831

**Feirinha de Santana** - CEP 44063-640  
 Moveva Motores e Veículos do Nordeste S.A.  
 Av. Sudene, 2735 - C.I.S. - Tel. (075) 622-3434

**Salvador** - CEP 41305-280  
 Moveva Motores e Veículos do Nordeste S.A.  
 BR-324, km 11,5 - Tel. (071) 301-9911

**Vitória da Conquista** - CEP 45100-000  
 Moveva Motores e Veículos do Nordeste S.A.  
 BR-116, km 837 - Tel. (073) 422-5135

**CEARÁ**

**Fortaleza** - CEP 60964-190  
 Covepa - Ceará Veículos Pesados Ltda.  
 BR-116, nº 7200 - Cajazeiras - Tel. (085) 279-3355

**DISTRITO FEDERAL**

**Brasília** - CEP 71725-800  
 Vepesa Veículos Pesados Ltda.  
 SPM Epla/Sul Lote 2 - Tel. (061) 386-3236

**ESPÍRITO SANTO**

**Vitória (Viana)** - CEP 29135-000  
 Venac - Veículos Nacionais Ltda.  
 BR-262, km 9 - Tel. (027) 236-1544

**GOIÁS**

**Aparecida de Goiânia** - CEP 74384-903  
 Vepesa Veículos Pesados Ltda.  
 BR-153, km 14 - Tel. (062) 283-6363

**Rio Verde** - CEP 75901-970  
 Vepesa Veículos Pesados Ltda.  
 BR-060, km 420 - Tel. (062) 621-3233

**MARANHÃO**

**Imperatriz** - CEP 65903-390  
 Alpha Máquinas e Veículos do Nordeste S.A.  
 BR-010, km 1349, nº 506 - Entroncamento - Tel. (068) 723-1922

**São Luís** - CEP 65051-070  
 Alpha Máquinas e Veículos do Nordeste S.A.  
 Av. Guajajaras, s/nº - Quadra 65 - Trinal - Tel. (098) 245-1919

**MATO GROSSO**

**Cuiabá** - CEP 78900-000  
 Rota Oeste Veículos Ltda.  
 BR-364, km 6,5, nº 623 - Tel. (065) 661-2690

**Rondonópolis** - CEP 78745-000  
 Rota Oeste Veículos Ltda.  
 BR-364, km 200 - Dist. Ind. - Tel. (065) 421-3555

**MATO GROSSO DO SUL**

**Campo Grande** - CEP 79063-000  
 Moveva Mot. e Veic. de M. Grosso do Sul Ltda.  
 Rod. Manoel da Costa Lima (BR-163) km 01, nº 3341  
 Tel. (077) 387-3277

**Dourados** - CEP 79841-000  
 Moveva Mot. e Veic. de M. Grosso do Sul Ltda.  
 BR-163, km 127 - Tel. (067) 422-5233

**MINAS GERAIS**

**Contagem** - CEP 32280-690  
 Itaipu Máquinas e Veículos Ltda.  
 Rod. Família Dias (BR-381), nº 4000 - Tel. (031) 396-1622

**Governador Valadares** - CEP 35044-050  
 Covepa Comércio de Veículos Pesados Ltda.  
 Av. Cristiano Ferreira Varela, 59 - V. Isa - Tel. (033) 278-3000

**Juiz de Fora** - CEP 36085-000  
 Itaipu Máquinas e Veículos Ltda.  
 Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 2955 - Tel. (032) 221-3032

**Montes Claros** - CEP 39400-000  
 Itaipu Máquinas e Veículos Ltda.  
 Av. Deputado Plínio Ribeiro, 2799 - Jd. Palmeiras  
 Tel. (038) 213-2200

**MIRALIM**

**Miraflores** - CEP 36990-000  
 Covepa Comércio de Veículos Pesados Ltda.  
 BR-115, km 706 - Tel. (032) 722-3444

**UBERLÂNDIA**

**Uberlândia** - CEP 38406-267  
 Vepesa Veículos Pesados Ltda.  
 BR-050, km 73 - Tel. (034) 212-2511

**PARÁ**

**Belém (Ananindeua)** - CEP 67100-000  
 Guatapará Motores e Veículos Ltda.  
 BR-316, km 11, nº 2807 - Tel. (091) 255-3572

**PARAÍBA**

**João Pessoa (Bayeux)** - CEP 58309-600  
 Noveve Nordeste Veículos da Paraíba Ltda.  
 BR-101, Norte, km 158 - Tel. (083) 232-1686

**PARANÁ**

**Cascavel** - CEP 85603-650  
 Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.  
 BR-277, km 589 - Tel. (045) 225-6011

**Curitiba**  
 Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.  
 Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda. - CEP 82590-400  
 Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.  
 BR-116, km 106,5, nº 1749 - Pinheirinho - CEP 81690-300  
 Tel. (041) 346-2525

**Foz de Iguaçu**

**Foz de Iguaçu** - CEP 85853-320  
 Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.  
 Rua José Maria de Brito, 1092  
 Tel. (045) 522-1444

**Guarapuava** - CEP 85030-230  
 Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.  
 BR-277, km 350 - Bairro Trevo - Tel. (042) 724-2188

**Londrina**

**Londrina** - CEP 86025-440  
 P. B. Lopes & Cia. Ltda.  
 Av. Brasília, 3126 - Tel. (043) 329-0780

**Maringá** - CEP 87045-000  
 P. B. Lopes & Cia. Ltda.  
 BR-375, km 120 - Parque Industrial - Tel. (044) 228-5757

**Pato Branco**

**Pato Branco** - CEP 85503-300  
 Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.  
 BR-155, km 339 - Tel. (046) 225-2588

**Ponta Grossa**

**Ponta Grossa** - CEP 84062-000  
 Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.  
 Av. Souza Naves, 2601 - Tel. (042) 227-4141

**PERNAMBUCO**

**Petrolina** - CEP 55300-000  
 Noveve - Nordeste Veículos de Pernambuco Ltda.  
 BR-122, s/nº, km 08 - Tel. (061) 852-1397

**Recife** - CEP 51170-001  
 Noveve - Nordeste Veículos de Pernambuco Ltda.  
 Av. Mal. Mascarenhas de Moraes, 2160 - Tel. (081) 339-3911

**PIAUI**

**Teresina** - CEP 64022-200  
 Itaim Máquinas e Veículos Ltda.  
 BR-316, km 3, nº 4785 - Tel. (068) 220-6700

**RIO DE JANEIRO**

**Barra Mansa** - CEP 27335-640  
 Equipe Máquinas e Veículos Ltda.  
 Rod. Pres. Dutra, km 265,5 - Tel. (024) 342-2332

**Rio de Janeiro** - CEP 21535-500  
 Equipe Máquinas e Veículos Ltda.  
 Rod. Pres. Dutra, 2351, km 2 - Pavuna - Tel. (021) 474-5040

**RIO GRANDE DO NORTE**

**Paranámirim** - CEP 59150-000  
 Carajás Veículos Ltda.  
 BR-101, km 109,5 - Tel. (084) 272-2849

**RIO GRANDE DO SUL**

**Canoas** - CEP 92020-240  
 Suveva - Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.  
 Rua Liberdade, 1051 - Tel. (051) 477-2211

**Carazinho** - CEP 99500-000  
 Brasdiesel S.A. Comercial e Importadora  
 Av. Flores da Cunha, 5200 - Vila Fay - Tel. (054) 330-1122

**Caxias do Sul** - CEP 95010-000  
 Brasdiesel S.A. Comercial e Importadora  
 Av. Júlio de Castilhos, 350 - Tel. (054) 228-1344

**Eldorado do Sul**

**Eldorado do Sul** - CEP 92990-000  
 Suveva Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.  
 BR-116, km 285 - V. Medianeira - Tel. (051) 481-3900

**Garibaldi** - CEP 95720-000  
 Brasdiesel S.A. Comercial e Importadora  
 Estrada RST 470, km 63 - Tel. (054) 452-1091

**Ijuí** - CEP 98700-000  
 Brasdiesel S.A. Comercial e Importadora  
 BR-285, km 337, s/nº - B. Hammarstron  
 Tel. (055) 332-3155

**Lajeado**

**Lajeado** - CEP 95900-000  
 Brasdiesel S.A. Comercial e Importadora  
 Rod. BR-386, km 341, s/nº - Tel. (051) 714-1481

**Palmeira das Missões** - CEP 98300-000  
 Mecânica Com. e Importadora Ltda. - Mepal  
 Rod. RS-569, km 1 - Tel. (055) 342-1770

**Passo Fundo**

**Passo Fundo** - CEP 99001-970  
 Mecânica Com. e Importadora Ltda. - Mevepa  
 BR-285, km 181 - Valinhos - Tel. (054) 313-4444

**Pelotas** - CEP 96070-560  
 Suveva Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.  
 BR-116, km 519,5, nº 4646 - Tel. (053) 223-0144

**Santa Maria** - CEP 97070-160  
 Suveva Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.  
 BR-392, km 351, nº 2425 - Tel. (055) 211-2002

**São Leopoldo**

**São Leopoldo** - CEP 93115-540  
 Suveva Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.  
 Av. Senador Salgado Filho, 2857 - Scherlau  
 Tel. (051) 592-3144

**Uruguaiana** - CEP 97500-162  
 Suveva Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.  
 Rua Dr. Maya, s/nº - B. Cidade Nova - Tel. (055) 412-4141

**Vacaria** - CEP 95200-000  
 Mecânica Com. e Importadora Ltda. - Mecacil  
 BR-116, nº 8523 - Tel. (054) 232-1433

**RONDÔNIA**

**Porto Velho** - CEP 78900-000  
 Arapaima Porto Velho Motores e Veículos Ltda.  
 BR-364, km 2, s/nº - Tel. (069) 222-2766

**Vilhena** - CEP 78995-000  
 Arapaima Vilhena Motores e Veículos Ltda.  
 BR-364, Quadra 81 - Setor 06 - Tel. (069) 322-1002

**SANTA CATARINA**

**Concórdia** - CEP 89700-000  
 Ediba Eletro Diesel Battistella Ltda.  
 BR-153, km 95 - Tel. (049) 442-5011

**Cordilheira Alta** - CEP 89801-960  
 Ediba Eletro Diesel Battistella Ltda.  
 BR-282, km 538 - Colônia Celia - Tel. (049) 728-0111

**Itajaí** - CEP 88311-550  
 Mecânica de Veículos Pícaras Ltda. - Mevale  
 BR-101, km 117 - Tel. (047) 346-1447

**Joinville**

**Joinville** - CEP 89217-001  
 Mecânica de Veículos Pícaras Ltda. - Meville  
 BR-101, km 37 - B. Costa e Silva - Tel. (047) 435-2597

**Lages** - CEP 88514-400  
 Ediba Eletro Diesel Battistella Ltda.  
 BR-116, 248 - Área Industrial - Tel. (049) 228-0411

**Piçarras** - CEP 88380-000  
 Mecânica de Veículos Pícaras Ltda. - Mevepi  
 BR-101, km 101 - Tel. (047) 345-0577

**Tubarão**

**Tubarão** - CEP 88708-352  
 Ediba Eletro Diesel Battistella Ltda.  
 BR-101, km 335 - Tel. (048) 626-0511

**SÃO PAULO**

**Araçatuba** - CEP 16021-000  
 Transcam Comércio de Veículos Ltda.  
 Rua Marcos Toqueillo, 50 - Tel. (018) 631-1010

**Araraquara** - CEP 14808-095  
 Escandinávia Veículos Ltda.  
 Av. Tarrat, 1086 - Rod. W. Luis, km 269 - Tel. (016) 222-5766

**Baur**

**Baur** - CEP 17001-970  
 Transcam Comércio de Veículos Ltda.  
 Rod. Marechal Rondon, km 336 - Tel. (014) 223-2944

**Caçapava**

**Caçapava** - CEP 12280-000  
 Codema Comercial e Importadora Ltda.  
 Rod. Presidente Dutra, km 131 - Tel. (012) 253-1611

**Guarulhos**

**Guarulhos** - CEP 07034-906  
 Codema Comercial e Importadora Ltda.  
 Rod. Presidente Dutra, km 229,1 - Tel. (011) 644-0242

**Marília**

**Marília** - CEP 17520-010  
 Transcam Comércio de Veículos Ltda.  
 Rod. Alcides Nunes, 1020 - Tel. (014) 422-4144

**Ossaso**

**Ossaso** - CEP 06298-190  
 Codema Comercial e Importadora Ltda.  
 Av. Presidente Kennedy, 2559 - Tel. (011) 706-9500

**Ourinhos**

**Ourinhos** - CEP 19900-000  
 Moveva Motores e Veículos de São Paulo S.A.  
 Rod. Raposo Tavares, km 379,5 - Tel. (014) 322-2521

**Porto Ferreira**

**Porto Ferreira** - CEP 13660-000  
 Quinta Roda Máquinas e Veículos Ltda.  
 Via Anhangüera, km 225 - Vila Sta. Maria - Tel. (019) 581-4144

**Presidente Prudente**

**Presidente Prudente** - CEP 19067-550  
 Moveva Motores e Veículos de São Paulo S.A.  
 Rod. Raposo Tavares, SP-270, km 569,4 - Tel. (018) 221-4522

**Registro**

**Registro** - CEP 11900-000  
 Codema Comercial e Importadora Ltda.  
 BR-116, km 449 - Tel. (013) 821-6711

**Ribeirão Preto**

**Ribeirão Preto** - CEP 14077-210  
 Escandinávia Veículos Ltda.  
 Av. Brasil, 3939 - Via Anhangüera, km 318 - Tel. (016) 626-9900

**Santo André**

**Santo André** - CEP 09220-570  
 Codema Comercial e Importadora Ltda.  
 Av. dos Estados, 2257 - Utinga - Tel. (011) 447-2755

**Santos**

**Santos** - CEP 11090-001  
 Codema Comercial e Importadora Ltda.  
 Marginal Direita de Via Anchieta, 2645 - Tel. (013) 230-2980

**São José do Rio Preto**

**São José do Rio Preto** - CEP 15057-430  
 Escandinávia Veículos Ltda.  
 Av. Tarrat, 3210 - Jd. Alto Alegre - Tel. (017) 225-1166

**São Paulo**

**São Paulo** - CEP 04247-020  
 Codema Comercial e Importadora Ltda.  
 Av. Raimundo Pereira de Magalhães, 1780 - B. Piqueri  
 Tel. (011) 876-4777

**Sorocaba**

**Sorocaba** - CEP 18001-970  
 Codema Comercial e Importadora Ltda.  
 Rod. Raposo Tavares, km 102 - B. Vossoroca - Tel. (015) 221-8355

**Sumaré**

**Sumaré** - CEP 13177-070  
 Quinta Roda Máquinas e Veículos Ltda.  
 Via Anhangüera, km 114,5 - Tel. (019) 864-1890

**SERGIPE**

**Araçaju (Nossa Senhora do Socorro)** - CEP 49160-000  
 Moveva Motores e Veículos do Nordeste S.A.  
 BR-101, km 93 - Tel. (079) 253-1204

**TOCANTINS**

**Guarulpi** - CEP 77402-210  
 Vepesa Veículos Pesados Ltda.  
 BR-153, km 624 - Tel. (063) 712-1440

**MOTORES**

**AMAZONAS**

**Manaus** - CEP 69073-040  
 Arapaima Motores e Veículos Ltda.  
 Av. Pres. Costa e Silva, 95 - B. Crespo - Tel. (062) 237-4043/237-5710

**ESPÍRITO SANTO**

**Vitória (Viana)** - CEP 29135-000  
 Venac Veículos Nacionais Ltda.  
 BR-262, km 9 - Tel. (027) 336-8353

**MARANHÃO**

**Imperatriz** - CEP 65903-390  
 Alpha Máquinas e Veículos do Nordeste S.A.  
 BR-010, km 1349, nº 506 - Entroncamento - Tel. (068) 723-1922

**São Luís**

**São Luís** - CEP 65051-070  
 Alpha Máquinas e Veículos do Nordeste S.A.  
 Av. Guajajaras, s/nº - Quadra 65 - Trinal - Tel. (098) 245-1919

**MINAS GERAIS**

**Belo Horizonte** - CEP 31150-170  
 Euminas Máquinas e Equipamentos Ltda.  
 R. Ilapetinga, 4086 - Tel. (031) 441-2400

**PARÁ**

**Belém (Ananindeua)** - CEP 67100-000  
 Guatapará Motores e Veículos Ltda.  
 BR-316, km 11, nº 2807 - Tel. (091) 255-3011

**RIO DE JANEIRO**

**Barra Mansa** - CEP 27335-640  
 Equipe Máquinas e Veículos Ltda.  
 Rod. Pres. Dutra, km 265,5 - Tel. (024) 342-2332

**Rio de Janeiro** - CEP 21535-500  
 Equipe Máquinas e Veículos Ltda.  
 Rod. Presidente Dutra, 2351, km 2 - Pavuna  
 Tel. (021) 474-5040

**RIO GRANDE DO SUL**

**Porto Alegre** - CEP 91110-000  
 Orbis S.A. Indústria e Comércio  
 Av. Assis Brasil, 4790 - Tel. (051) 344-1822

**Rio Grande** - CEP 96200-410  
 Orbis S.A. Indústria e Comércio  
 R. Francisco Campelo, 465  
 Tel. (053) 232-5373/232-6641

**RONDÔNIA**

**Porto Velho** - CEP 78900-000  
 Arapaima Porto Velho Motores e Veículos Ltda.  
 BR-364, km 2, s/nº - Tel. (069) 222-2766/222-1211

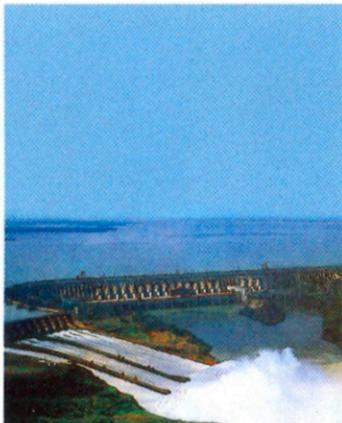
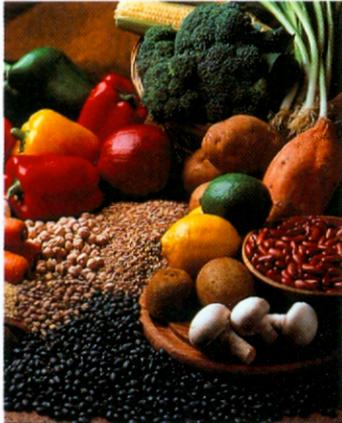
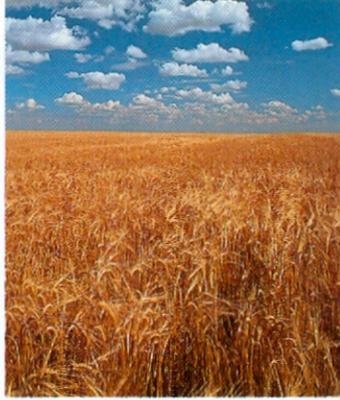
**Vilhena** - CEP 78995-000  
 Arapaima Vilhena Motores e Veículos Ltda.  
 BR-364 - Quadra 81 - Setor 06 - Tel. (069) 321-3715

**SANTA CATARINA**

**Itajaí** - CEP 88311-550  
 Mecânica de Veículos Pícaras Ltda. - Mevale  
 BR-101, km 117 - Tel. (047) 346-1447

**SÃO PAULO**

**Pedernales** - CEP 17280-000  
 Estalares Centro Oeste S.A.  
 Barranca do Rio Tietê, s/nº - Tel. (014) 2



## UMA PAISAGEM BRASILEIRA.

*Scania! 40 anos, 120 mil veículos pesados produzidos, 8 trilhões de quilômetros percorridos.*

*Dizer estes números, é ouvir a sinfonia do progresso tocada por caminhões e ônibus, levando gente, transportando bens. É sentir o pulsar de motores - tal como corações fortes, fecundos, generosos - por melhor qualidade de vida.*

**A sociedade necessita de transporte eficiente - essencial para a vida.**

*Dizer estes números, é constatar que a história da Scania se entrelaça com a própria evolução do transporte rodoviário nacional.*

*Dizer estes números, é saudar uma atualização constante, compatível com os veículos de primeiro mundo. Com tecnologia sueca de última geração e desenvolvimento sustentado.*

*Dizer estes números, é guardar respeito por um País que não pode e não quer perder tempo.*