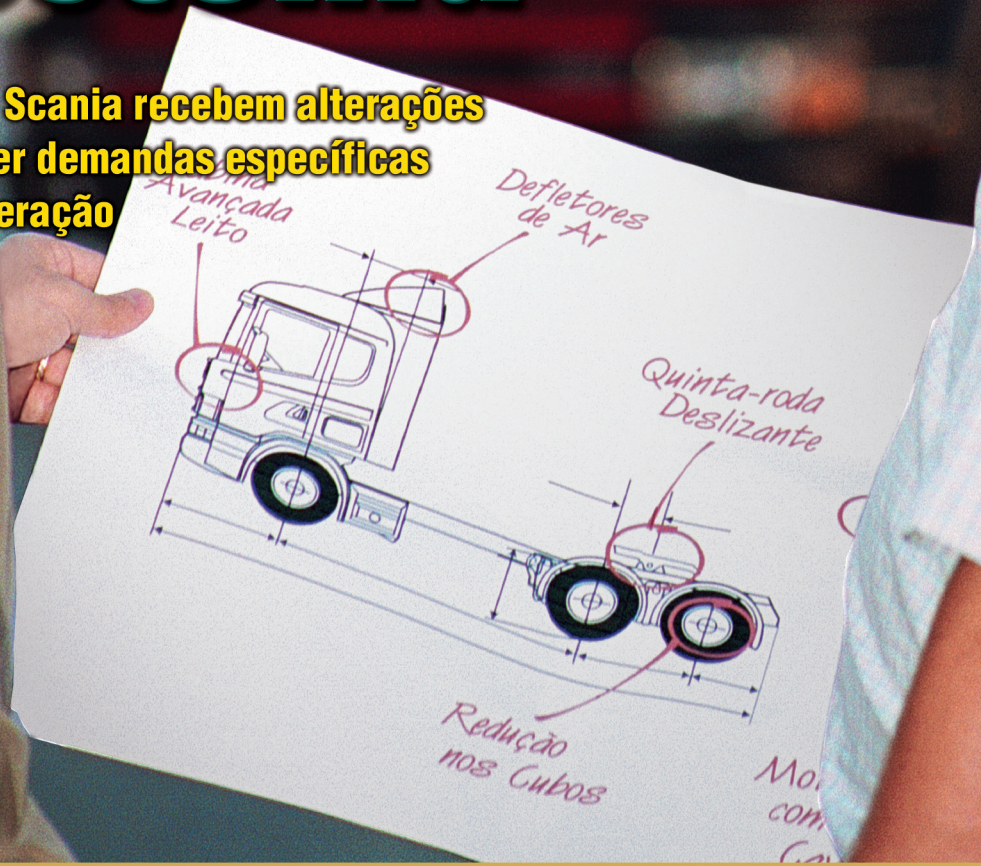
Edição nº 100

Ano XI, set/out 2002

# Rei da Estrada

# O cliente faz a escolha

**Caminhões Scania recebem alterações para atender demandas específicas de cada operação**




**Lançamento: chega ao mercado a linha 2003 de caminhões**

## expediente


Rei da Estrada

**Publicação bimestral da Scania Latin America. Editada pelo Departamento de Comunicação Social**

**Gerente de Comunicação:**
Luiz Carlos de Medeiros

**Editor Responsável:**
Mauricio Jordão
(Mtb 28.568)

**Colaboradora:**
Helen Faquinetti

**Revisão:**
Vicente dos Anjos

**Foto Capa:**
Pedro Dantas

**Projeto Gráfico, Editoração e Produção:**
Technoart Propaganda Ltda.
e-mail: technoart@technoart.com.br

**Impressão:**
Takano Editora Gráfica Ltda.

**Tiragem desta Edição:**
30.000 unidades

SCANIA ISO 14001

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

**Home page:**
www.scania.com.br

ABERJE



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



SCANIA
Scania Latin America Ltda.


## nesta edição


**4 - Curiosidade**
Revista Rei da Estrada completa a marca de 100 edições

**6 – Personagem**
Ex-cozinheiro e mecânico da Scania é o criador do slogan "Rei da Estrada"

**7 – Tecnologia**
Vendedores de caminhões da Scania podem realizar vendas em tempo real com a fábrica

**8 – Educação**
Centro de educação para motoristas é inaugurado em Concórdia (SC)

**10 – Cliente**
Cooperativa do oeste catarinense apresenta crescimento, mesmo com incertezas do Mercosul

**11 – História**
Em 1902, a Scania produzia seus primeiros caminhões no mundo

**12 – Mercado**
Frotista de Araraquara (SP) é o primeiro a trocar lote de caminhões usados por novos

**14 – Produto**
Scania lança linha 2003 de caminhões

**16 – Reportagem de capa**
Para atender demandas especiais, caminhões são especificados conforme necessidade dos clientes

**20 – Marketing**
Wanessa Camargo é mais uma a utilizar ônibus personalizado no deslocamento para os shows

**22 – Aplicação**
Caminhões pesados atuam no delicado transporte de flores

**25 – Exportação**
Caminhões Scania produzidos no Brasil obtêm visto para a Europa

**26 – Brasil**
Berço da Scania no País, a Região Sul possui a maior concentração de caminhões da marca

**28 – Gente & Fatos**

**30 – Concurso de desenhos**
Saem os ganhadores da promoção "Scania, 45 anos de Brasil"

Cecilia Pederzoli

# O poder da informação

Wagner Menezes

**Richard König,**
**vice-presidente de**
**Comunicação da Scania Latin America**

**A** revista **Rei da Estrada** chega à sua centésima edição. Desde 1983, quando a Scania decidiu levar a seus clientes uma publicação voltada à aplicação de seus produtos – caminhões, ônibus e motores industriais e marítimos – estava clara a intenção de informar. Nesses quase vinte anos, as tendências do transporte nacional foram tratadas com destaque, dando aos clientes Scania a oportunidade de conhecer os lançamentos da marca, mas também de ver como outros clientes, de vanguarda, encontram sempre soluções para os problemas do dia-a-dia. Prova disso é o assunto de capa da edição número um da revista, em maio de 1983: a tentativa de introduzir caminhões movidos a álcool no Brasil!

Clientes bem informados são competitivos. Aprendem com as experiências dos outros e encontram as suas saídas próprias. É por isso que o assunto de capa desta centésima edição não poderia ser outro que os chamados "caminhões customizados", aqueles feitos sob encomenda para clientes com necessidades específicas, que demandam montagens exclusivas.

A divulgação dessas soluções e o constante treinamento da equipe de Vendas da Scania fazem com que todos os clientes tenham acesso a esse conhecimento. Uma vez encontrada a solução, ela está automaticamente disponível a todos e isto precisa ser difundido, para que mais transportadores se beneficiem.

O sistema modular de produção, princípio básico da construção dos produtos Scania, faz com que uma venda não seja apenas uma discussão de preço e prazo de entrega. Cliente e vendedor discutem cada detalhe do produto e chegam a uma especificação adequada à atividade que se pretende desenvolver. Isso só é possível quando o primeiro sabe exatamente o que quer e o segundo conhece profundamente o que tem para oferecer.

Para nós, da área de Comunicação da Scania, é muito importante saber que, junto com todas as outras ferramentas de informação disponíveis, a revista **Rei da Estrada** tem papel de destaque no relacionamento entre cliente e fábrica.

# A número 100

Lançada em maio de 1983, a revista **Rei da Estrada** chega à sua centésima edição. Ao longo de quase 20 anos, um pequeno informativo em preto-e-branco, de oito páginas, tornou-se uma revista toda colorida, com 32 páginas, levando ao cliente e admirador da Scania os produtos da marca nos mais diferentes tipos de aplicação

Pedro Dantas

## "Vamos falar dos fatos

Em um período de dificuldades econômicas, como este, a Scania tem, felizmente, muita coisa para contar.
Todos reconhecemos esforços dos setores ligados à produção – empresarial, industrial e governamental –, empenhados na busca de soluções que, dada a própria circunstância do momento, limitam-se às formas criativas de ação. É neste contexto que a Scania aparece, juntando a criatividade comum a todos que estão empenhados nesta luta, com a sua experiência de 26 anos no País. Se a fábrica oferece os mais avançados produtos, que surgem quase simultaneamente com os lançamentos da matriz, na Suécia, a nossa rede consegue, com suas casas cobrindo todo o território nacional, atender a cada necessidade em particular, viabilizar novas aplicações e, o que é muito oportuno, garantir o pleno funcionamento de todos os produtos, através de uma assistência rápida e eficaz. Assim, os fatos vividos no campo, lado a lado com os clientes, geram a experiência e a valorização da marca Scania. É por este caminho que começa a percorrer a **Rei da Estrada**, nossa nova publicação, destinada a todos aqueles ligados – direta ou indiretamente – aos acontecimentos da Scania. Vamos, aqui, falar da presença de nossos produtos no mercado nacional, mostrando a opinião de nossos clientes. E, para isto, temos muito assunto."

REI DA ESTRADA

CHEGOU O SCANIA A ÁLCOOL

COMETA VIRA FABRICANTE

CONSÓRCIO X CDC: POR QUE O 1º É MELHOR?

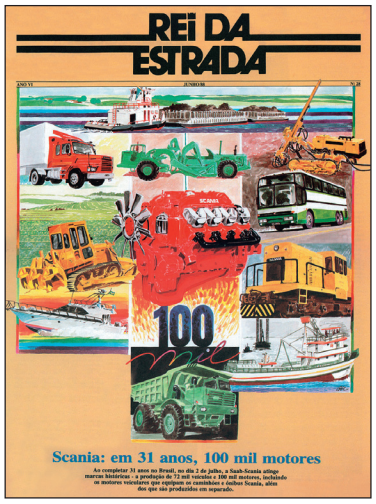
NA TERRA DO CARVÃO!

SÓ DÁ SCANIA NO PARANÁ

**Rei da Estrada – Edição nº 1, maio/junho 1983**
(formato 28x36 cm, com 8 págs. impressas em preto-e-branco)

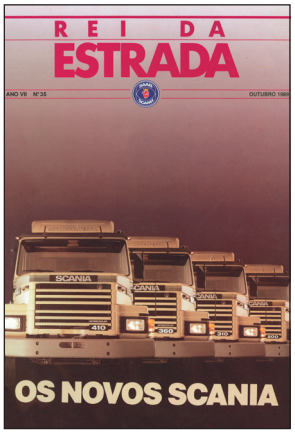
**Íntegra do editorial por Gunnar Lindquist**
**Diretor-Presidente da Saab-Scania do Brasil, em 1983**

**Rei da Estrada – Edição nº 28, junho 1988**
(capa colorida e interior em preto-e-branco, quantidade de páginas sobe para 12)




Edição comemorativa da produção de 100 mil motores Scania no Brasil. A partir dessa data, todas as capas e a reportagem principal passam a ser coloridas, o que ocorria apenas em épocas especiais, como no Natal.

**Rei da Estrada – Edição nº 35, outubro 1989**
(novo formato 22x31 cm, com 20 páginas, capa e páginas centrais coloridas)

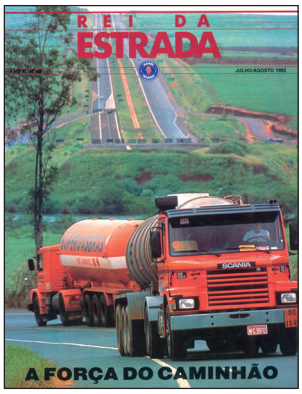



"... com esta nova edição da **Rei da Estrada**, marcamos mais uma mudança: reformulamos esta publicação, moldando-a aos novos tempos, para que tenhamos um instrumento mais moderno e dinâmico em nossas relações com o mercado – clientes, fornecedores e transportadores em geral – e também com os nossos públicos institucionais.

É assim que encaramos os desafios do mercado, com o permanente espírito de atualização e de pioneirismo."

**Trecho do editorial por Arne Karlsson**
**Presidente da Saab-Scania do Brasil, em 1989**

**Rei da Estrada – Edição nº 48, julho/agosto 1992**
(formato 21x28 cm, toda colorida, com 24 páginas)




"... a partir desta edição, a revista **Rei da Estrada** está ganhando um novo formato e um novo visual. Isto faz parte de um trabalho de aprimoramento da publicação, iniciado já há três anos e que tem como objetivo mostrar, também através da revista, o conceito de qualidade que sempre norteou os caminhos da empresa. Esperamos que a nova **Rei da Estrada** agrade a todos os leitores."

**Trecho do editorial por Hans Schluepmann**
**Diretor de Divisão Comercial da Scania do Brasil, em 1992**

**Rei da Estrada – Edição nº 69, julho/agosto 1997**

Revista especial comemorativa dos 40 anos da Scania no Brasil, com 38 páginas. A partir do número 70, a **Rei da Estrada** passa a ter 26 páginas.

**Rei da Estrada – Edição nº 95, novembro/dezembro 2001**

Edição especial em comemoração ao lançamento do caminhão "Rei da Estrada", com motor V8 de 480 cavalos, o mais potente do mercado brasileiro. A partir desse número, a revista passa a ter 32 páginas.

# Um nome, um sentimento

O slogan "Rei da Estrada" surgiu há 40 anos, quando um imigrante italiano resolveu dizer o que o caminhão Scania realmente significava

Fotos: Alberto Murayama

O italiano Giuseppe Mazzei chegou ao Brasil em 31 de dezembro de 1927, ainda bebê, com apenas um ano de idade. Em 1959, com 33 anos, ingressou na então Scania-Vabis Motores Diesel, localizada no bairro do Ipiranga, em São Paulo, e nos oito anos que permaneceu na empresa, prestou serviços na cozinha e foi promovido a mecânico motorista. "Naquela época era comum a presença de trabalhadores estrangeiros nas montadoras que acabavam de se instalar no Brasil. Na Scania, havia além dos suecos, muitos italianos e espanhóis", recorda ele.

Em 1962, ano de transferência da fábrica da Scania para a cidade de São Bernardo do Campo, a montadora realizou um concurso entre os funcionários, propondo um slogan para os caminhões da marca. Por meio de fichas com a identificação das pessoas, as sugestões foram recolhidas.

**Vitória merecida -** Mazzei, que acompanhou todo o processo de transição e instalação definitiva da Scania em São Bernardo do Campo, entrou no concurso com a certeza de que tinha uma boa idéia. Não deu outra. Depois de analisadas todas as propostas, o caminhão Scania passaria a ser conhecido como o "Rei da Estrada". Por essa sugestão, Mazzei recebeu das mãos de Ingvar Ericsson, presidente da Scania brasileira na época, uma **medalha** de agradecimento.

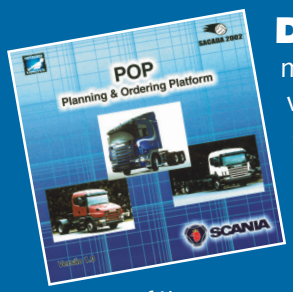
"Não precisei pensar muito para concluir que o nome Rei da Estrada resumia bem as características do caminhão Scania, afinal ele era o que havia de melhor no mercado de transporte rodoviário", conta Mazzei, hoje com 76 anos. O slogan, que a princípio foi transmitido informalmente para funcionários, concessionários e clientes, tornou-se parte inseparável da história da Scania no Brasil. Em 1983, serviu de nome à esta revista e, em 2001, batizou oficialmente os caminhões R164, equipados com motor V8 de 480 cavalos, os mais potentes do mercado brasileiro.

Wagner Menezes

**Tecnologia de ponta: notebooks, softwares e Internet fazem parte do dia-a-dia dos vendedores de caminhões**

# Agora é na hora

## Graças a um novo programa de computador, vendedores fecham vendas em tempo real com a fábrica da Scania




Desde o início do mês de agosto, os vendedores de caminhões da Scania podem concretizar vendas em tempo real com a fábrica a partir de microcomputadores conectados à Internet. Um novo sistema de planejamento de pedidos e produção, batizado de POP (Planning and Ordering Platform), recebe pela Internet informações atualizadas sobre especificação de produtos, preços, disponibilidade de estoque e calendário de produção, e possibilita fechar negócios durante visitas a clientes, reduzindo em até 80% o tempo médio de processamento de uma venda.

"Depois de implantar o CoresNet, que é nosso sistema de comunicação com as concessionárias via Internet, e de equipar todos os vendedores com notebooks, criamos agora a ferramenta que faltava para possibilitar a venda imediata de um caminhão. Com o POP e o CoresNet, o cliente terá, no ato da consulta, o preço e a data de entrega do produto que procura", informa Sílvio Munhoz, diretor de Vendas de Caminhões da Scania.

Para facilitar a escolha do veículo, o POP possui um banco de fotos dos produtos disponíveis e de cada opcional, com os respectivos preços. "É possível montar o caminhão conforme as necessidades do cliente, com a segurança de especificar apenas as montagens tecnicamente válidas", acrescenta Munhoz. Fechado o negócio, o vendedor reserva o veículo, se disponível em estoque, ou planeja a produção. Por meio do CoresNet, o vendedor pode pedir a emissão remota do espelho da nota fiscal de venda, para agilizar, por exemplo, os procedimentos de seguro.

Desenvolvido inteiramente pela área de Sistemas da Scania, o POP completa um programa de investimentos de R$ 1,5 milhão na modernização da força de vendas da Scania, que chega hoje a aproximadamente 200 vendedores, divididos em mais de 90 concessionárias. Esses investimentos incluem o CoresNet e parte de aquisição dos notebooks para os vendedores.

# Do sonho à realidade

Fotos: Jorge Somensi

Pedro Rogério Garcia, da FABET, e Dagnor Schneider, da Coopercarga: exemplos de empresários que investem no treinamento de motoristas

Centro de Educação e Tecnologia no Transporte – CETT abre, finalmente, suas portas em Concórdia (SC)

O 25 de julho – consagrado dia de São Cristóvão – deste 2002 foi marcado pela realização de um sonho dos transportadores da cidade de Concórdia e região. No dia do padroeiro dos motoristas inaugurou-se à beira da rodovia catarinense SC-283 o Centro de Educação e Tecnologia no Transporte – CETT, que teve sua pedra fundamental lançada em agosto de 2000.

Idealizado pela Fundação Adolpho Bósio de Educação no Transporte – FABET, trata-se do primeiro do gênero na América Latina. Com capacidade para atender 3.800 alunos por ano, o moderno complexo tem oito salas de aula, onze laboratórios, auditório para 250 pessoas, biblioteca e uma pista de treinamento para caminhões pesados com 1.080 metros de extensão.

Aos alunos da área de transportes serão oferecidos 47 cursos profissionalizantes e quatro na área técnica. Entre as opções estão direção defensiva e econômica, legislação de trânsito, custos no transporte, gestão empresarial e transporte no Mercosul.

A idéia nasceu em 1995 durante uma viagem de Pedro Rogério Garcia, empresário de transportes de Concórdia, pelas tortuosas estradas da região serrana do oeste catarinense. Na ocasião, ele imaginou ser possível criar algo que contribuísse para a melhoria educacional dos profissionais da estrada, gerando maior segurança no trânsito e maior aproveitamento dos recursos dos caminhões modernos. Convencido de que isso era possível, levou a proposta para o SETCOM e à Coopercarga – o sindicato e a cooperativa de transportadores da região.

Pouco tempo depois surgia o projeto denominado "Caminhão Escola" – um curso inédito de profissionalização para motoristas de caminhão.

A "escola" de teoria e prática para motoristas difundiu-se de tal maneira que hoje já são mais de 1.200 profissionais formados por todo o País. O Caminhão Escola seria, assim, o embrião do CETT.

# Tecnologia Scania faz escola

"O Centro de Educação e Tecnologia no Transporte é obra de um grupo de resignados empresários, que investiu durante sete longos anos em um sonho", faz questão de frisar Pedro Rogério Garcia.

Buscando apoio aqui e ali – na Scania, Sadia, SETCOM e Coopercarga, entre os primeiros – o projeto da FABET bateu às portas do Ministério da Educação, de onde saíram R$ 2,6 milhões de um total de quase R$ 8 milhões investidos na infra-estrutura e equipamentos para o CETT. O resultado final agora está definitivamente de portas abertas aos interessados em se profissionalizar nas diversas atividades inerentes ao transporte de cargas pelo Brasil e o Mercosul. Segundo a coordenação do Centro, metade das vagas disponíveis será gratuita. "Com a inauguração do CETT, projetamos cursos para atingir toda a cadeia do transporte", comemora **Márcia Senger da Silva**, diretora geral do CETT. As informações sobre inscrição e seleção para os cursos podem ser obtidas pela Internet, no endereço www.fabet.com.br, ou pelo telefone (49) 442-9656.

**Do enviado especial à Concórdia (SC)**

**Motoristas vão às aulas: 3.800 alunos desfrutarão de pista de treinamento para caminhões pesados com 1.080 metros, salas de aula, laboratórios, auditório e biblioteca**

Desde os primeiros quilômetros de aulas do "Caminhão Escola", a Scania vem contribuindo com a idéia pioneira dos transportadores de Concórdia. Naquela época, a montadora cedeu um caminhão modelo R113 para as aulas práticas da escola de motoristas.

De lá para cá a frota aumentou para 10 caminhões Scania cedidos ao CETT. São sete cavalos-mecânicos modelo R124 LA6x2, com suspensão a ar e motor de 360 cavalos, um P114 GA4x2, com motor de 330 cavalos, e dois P93 com 250 cavalos de potência.

Os veículos representam investimentos de aproximadamente R$ 2 milhões e terão toda a manutenção preventiva e corretiva coberta pelo Contrato de Reparo e Manutenção Scania (R&M), com atendimento gratuito nas concessionárias da marca no País.

A Scania equipou, ainda, as oficinas do CETT para aulas de mecânica e fornece assessoria nas áreas de Gestão Empresarial e Marketing. Além disso, todo o material didático dos cursos será impresso nas instalações da montadora, em São Bernardo do Campo (SP).

"Nós estamos orgulhosos de ter acreditado em um projeto de estímulo à formação e atualização do motorista brasileiro, melhorando a operação dos veículos e a segurança nas estradas", afirma Emanuel Queiroz, diretor de Marketing da Scania. Segundo ele, a tecnologia incorporada aos caminhões nos últimos anos exige motoristas cada vez mais capacitados para obter o melhor rendimento dos veículos.

Divulgação

# União faz crescer

## Cooperativa dribla as incertezas do Mercosul e segue investindo

**A** Coopercarga, cooperativa de transportadores da cidade de Concórdia, em Santa Catarina, acaba de investir R$ 8 milhões na aquisição de mais 40 cavalos-mecânicos Scania, modelos R124 GA4x2, com suspensão de molas trapezoidais, e R124 LA6x2 com suspensão a ar e sistema de controle eletrônico de altura do chassi, para o transporte de alimentos resfriados e produtos fracionados por rotas que incluem o Brasil e o Mercosul.

"Mesmo com os problemas do Mercosul, a Coopercarga continua apresentando crescimento, mantendo uma média de 85 mil toneladas transportadas por mês", informa Dagnor Schneider, presidente da Coopercarga. Os caminhões possuem motor com gerenciamento eletrônico de 400 cavalos, piloto automático, limitador de velocidade e computador de bordo.

Fundada em 1990 por pequenas e médias transportadoras do oeste e meio-oeste catarinense, a cooperativa opera com uma frota superior a 1.300 veículos e conta com 16 filiais distribuídas em oito estados brasileiros e uma na Argentina, além de representantes no Chile, Paraguai e Uruguai. Entre os clientes da Coopercarga estão Nestlé, Unilever, Politeno, Polibrasil, Sadia, Perdigão, Aurora, Seara, Cargil, Kibon e Batavo.

**Preocupação social –** Com mais de 600 transportadores cooperados, a Coopercarga é uma figura de destaque entre os atores do recém-inaugurado Centro de Educação e Tecnologia no Transporte – CETT, localizado também em Concórdia. A empresa foi uma das precursoras do projeto, tem como política a contratação de profissionais capacitados pelo centro e ainda contribui com o gerenciamento da operação dos 10 caminhões cedidos pela Scania para as aulas de prática rodoviária.

**Do enviado especial à Concórdia (SC)**



No mesmo ano em que a Scania comemora 45 anos de Brasil, os caminhões da marca completam 100 anos de existência na Suécia

# Um

**E**m 1902, tanto a Scania como a Vabis produziam seus primeiros caminhões. Na época, as duas empresas eram independentes. A primeira ficava em Malmö, ao sul da Suécia, e se destinava principalmente à fabricação de bicicletas; a outra, localizada em Södertälje, mais ao centro, produzia vagões de trem.

Os dois veículos pretendiam substituir a tração animal, transportando 1,5 toneladas a uma velocidade de 12 km/h. Um cavalo podia puxar não mais que uma tonelada, com velocidade média de 5 a 6 km/h. Como trunfo nessa competição, o primeiro caminhão Vabis possuía um motor de 9 cavalos de potência e o primeiro Scania, um motor de 12 cavalos.

Embora pouca informação possa ser comprovada, pois a maioria dos desenhos e relatórios das duas fábricas perdeu-se no tempo, os motores dos primeiros caminhões apresentavam dois

# século de mundo

pistões, opostos, com uma cilindrada aproximada de 2,7 litros. Consumiam algo em torno de 80 a 90 litros de gasolina em um percurso de 100 quilômetros com carga total.

**Scania e Vabis juntas –** O primeiro caminhão produzido pela Scania foi utilizado apenas no interior da fábrica, como parte do aperfeiçoamento das idéias dos projetistas, sendo posteriormente desmontado. Já o primeiro Vabis foi vendido a um cliente de Estocolmo, em 1906.

Em 1911, Scania e Vabis se uniriam, combinando suas melhores soluções de projeto. A partir de 1920, a Scania-Vabis se concentraria apenas na produção de caminhões. Estima-se que, hoje, a frota mundial Scania seja de 500 mil unidades. Aproximadamente um quarto desse total roda no Brasil, país que recebeu seus primeiros veículos da marca na década de 40.

## Peça de museu

O caminhão Scania mais antigo ainda existente é um Vabis 1909, comprado originalmente por um fabricante de sapatos de Gotemburgo, Suécia. O modelo está em exposição no museu da Scania, que fica na sede da montadora, em Södertälje.

### Surgem os primeiros caminhões Scania

| | Vabis | Scania |
|---|---|---|
| 1902 | um | um |
| 1903 | — | — |
| 1904 | um | — |
| 1905 | — | um |
| 1906 | — | dois |
| 1907 | dois | começa produção em série |
| 1908 | cinco | |
| 1909 | começa produção em série | |

fonte: livro Desfile Scania 1891-1991

Fotos: Arquivo Scania

# Negócios por ata

Frotistas também recorrem ao programa SuperZerado Scania para renovar suas frotas

**N**a hora de trocar caminhões usados por novos, nada melhor do que contar com um único negociador. Esse raciocínio parece valer também para os grandes frotistas, principalmente quando a negociação envolve um lote de caminhões.

"Vender e comprar caminhões tendo a Scania como única parceira é uma grande vantagem, principalmente quando temos pressa em realizar o negócio e recebemos a melhor avaliação do mercado nos veículos usados", conta **Renato Magnani**, diretor comercial do Rodoviário Morada do Sol, de Araraquara, que acaba de entregar oito caminhões R113 como parte de pagamento de um lote de dez novos P114 GA4x2, com motor de 330 cavalos. A empresa possui uma frota de mais de 300 caminhões e atua principalmente no transporte de suco de laranja, açúcar a granel, soja e gases liquefeitos.

Os veículos usados, aceitos pela Scania dentro do programa SuperZerado, lançado em junho

SUPER ZERADO
SEMINOVOS SCANIA

# cado

José Lira

deste ano, corresponderam a 35% do valor total da negociação. O restante foi completado com recursos do Finame, linha de crédito do BNDES, Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social.

"Os carros 113 da Morada do Sol possuíam Contrato de Reparo & Manutenção Scania, que assegura que todas as manutenções foram efetuadas em concessionárias Scania, sempre com peças originais. Isso proporcionou a boa avaliação dos veículos", informa Sílvio Renan de Souza, coordenador do programa SuperZerado da Scania.

A possibilidade de aceitar usados na venda de veículos novos é também mais uma ferramenta para a área de Gestão de Soluções Integradas para Frotistas. Criada pela Scania em 2000, a área atua nas negociações de lotes de caminhões junto aos clientes e concessionários, buscando soluções específicas para cada caso.

"Basta que o frotista manifeste seu desejo de renovar a frota que a Scania encontra a melhor solução. Isso se aplica tanto na especificação do produto como na forma de pagamento, que agora inclui aceitar caminhões usados", explica Roberto Leoncini, chefe da área de Gestão de Soluções.

**Poder de montadora –** Segundo ele, um concessionário dificilmente teria condições de caixa para aceitar um grande lote de caminhões usados em uma negociação. No caso da Scania, além de um capital maior e toda uma estrutura montada para o programa SuperZerado, os veículos usados são estrategicamente distribuídos entre as mais de 90 concessionárias da marca espalhadas pelo País, o que garante um giro mais rápido.

Grandes frotistas atendem grandes clientes. Isso pressupõe rotas bem definidas, cargas otimizadas e manutenção em dia. O cuidado dispensado aos veículos para garantir a sua máxima disponibilidade compensa, na avaliação dos técnicos do programa SuperZerado, a elevada quilometragem, resultando em um bom valor de compra e venda. "Muitos veículos chegam a rodar mais de 120 mil quilômetros por ano, mas contam com uma manutenção impecável, tornando-se excelentes exemplos para o programa de valorização de usados da Scania", afirma Sílvio Renan.

## Resultado positivo

O programa SuperZerado, lançado pela Scania em junho deste ano para incentivar a troca de caminhões usados da marca por modelos zero-quilômetros, comemora seus primeiros negócios. No mês de julho, a comercialização de usados foi responsável por 13% das vendas de veículos novos da Scania. O acervo total de veículos disponíveis é hoje de 40 unidades, distribuídas pelos principais Estados brasileiros.

"Os números mostram a boa aceitação do programa SuperZerado, que atende uma antiga necessidade dos transportadores. Hoje, a compra e venda de usados é feita tendo a Scania como única intermediária, garantindo a melhor avaliação do mercado", informa Silvio Renan de Souza, coordenador do programa.

Desde o lançamento, os veículos classificados como "superzerados" foram negociados, apresentando sobrevalorização de 15% em relação aos preços médios de mercado. Os veículos com essa classificação passam por uma revisão completa, de mais de 140 itens, com correção de qualquer imperfeição na funilaria, pintura ou tapeçaria, recebendo pneus novos e uma garantia exclusiva de 150 dias a partir da data de revenda.

"Observamos que a procura dos superzerados foi muito superior à oferta. Eles estão se tornando rapidamente um referencial para o mercado de usados", revela Silvio Renan, que trabalha com o objetivo de responder com o programa SuperZerado por 25% das vendas de veículos novos até o final do ano.

# Scania safra 2003

## Amadurecida ao longo dos anos, chega ao mercado uma linha de caminhões excepcional

Toda boa vinícola produz, de tempos em tempos, um vinho de caráter extraordinário, fruto de uma safra única. Fica para os conhecedores da bebida como um marco, um exemplo do que se pode fazer de melhor. Assim acontece também com os caminhões. A partir de outubro deste ano, chega ao mercado a linha 2003 dos caminhões Scania, que reúne todo um processo de melhorias colecionadas desde a introdução da atual geração de veículos, a série 4, em 1998.

São mais de 3.500 alterações. Soluções de campo, sugestões de clientes, avanços tecnológicos, alterações no processo de produção. Resultado de quase quatro anos de comercialização dos caminhões da série 4 no Brasil e de intenso acompanhamento da Scania junto aos produtos no campo.

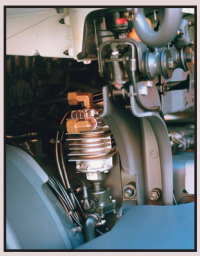
"A grande parte das alterações foi introduzida ao longo desses quatro anos. Praticamente ninguém percebeu, mas ora aqui, ora ali, uma melhoria era acrescentada. Agora, resolvemos comemorar todo esse processo na forma de uma linha nova de produtos", explica Sílvio Munhoz, diretor de Vendas de Caminhões da Scania. Externamente, a linha 2003 é identificada por novas faixas laterais na cabina, pára-choque pintado na cor do veículo e luzes de identificação no pára-sol, as conhecidas Três Marias, até então exclusivas de alguns caminhões especiais.

**Primeiras unidades –** Por ocasião do lançamento da nova linha, a Scania oferecerá também um financiamento com taxas reduzidas e prazo de 60 meses para os veículos adquiridos até o final deste ano. Para facilitar a aquisição de caminhões novos por caminhoneiros autônomos e pequenos frotistas, o prazo de financiamento será de 72 meses.

"Alguns clientes reclamam da dificuldade de se conseguir crédito por tempo tão longo. Obtêm apenas financiamentos de 40 ou 48 meses. A extensão do prazo de financiamento e a maior facilidade para a troca de caminhões usados por novos, criada pelo programa 'SuperZerado', vão estimular os segmentos de autônomos e pequenos frotistas", acrescenta Munhoz.

# Como o vinho, caminhões evoluem com o tempo

### Compressor de ar
Como implementos em mau estado de conservação exigem uma maior quantidade de ar comprimido para os freios, o compressor de ar foi redimensionado.

### Novo filtro centrífugo

Para garantir a pureza do ar que alimenta o circuito de freio, um novo filtro centrífugo, tipo Consep, foi introduzido na tubulação de ar.

### CD-Player
Todos os veículos da linha 2003 passam a oferecer o CD-Player como opcional de fábrica.

### Tanque de combustível

Os tanques de combustível de plástico foram remodelados para evitar deformação quando expostos a altas temperaturas e possível soltura das cintas de fixação.

### Proteção do filtro de combustível

Para evitar danos por pedras, uma proteção de aço foi acrescentada ao filtro que separa a água do combustível, localizado próximo ao pára-lama dianteiro esquerdo.

### Proteção da tomada de ar
Uma nova chapa defletora impede que a água entre no filtro de ar de veículos parados expostos a fortes chuvas ou lavados sob pressão.

### Colchão de maior densidade
Atendendo a pedidos dos clientes, a linha 2003 oferece um colchão de maior densidade.

### Nova base da cama
A base da cama, antes repartida em três, agora é dividida em apenas duas partes, atendendo sugestões dos motoristas, que, na sua maioria, não utilizam a terceira possibilidade de acesso ao bagageiro localizado sob a cama.

### Lâmpadas de identificação no pára-sol

Exclusivas de alguns veículos especiais, as "Três Marias" passam a equipar todos os caminhões Scania 2003. Elas melhoram a visualização do veículo à noite.

### Faixas decorativas

Como referencial estético dos veículos da linha 2003, foram introduzidas novas faixas laterais na cabina, uma prata para cabinas de cores escuras e uma laranja para cores claras.

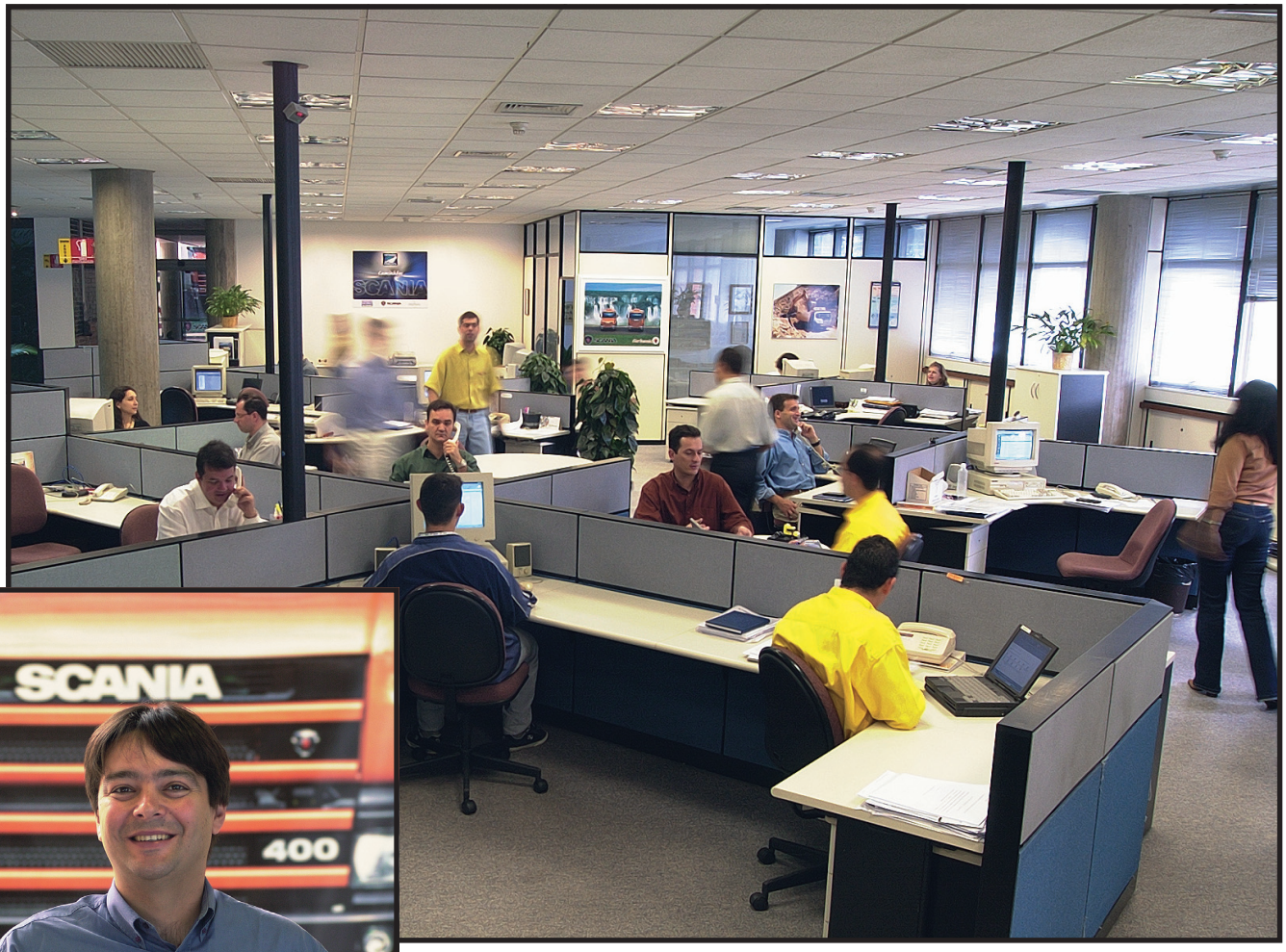
### Suporte dos pára-lamas dianteiros e traseiros
Os suportes foram reforçados para reduzir os riscos de quebra em estradas com má conservação ou vias de acesso a áreas de carregamento de grãos, por exemplo.

### Pára-choque pintado na cor do veículo

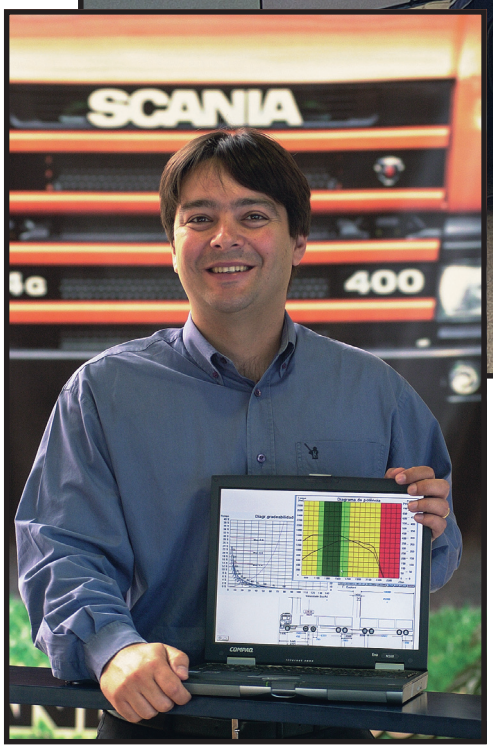
Para valorizar a estética da linha 2003, os pára-choques serão pintados na cor do veículo, detalhe antes exclusivo dos caminhões "Rei da Estrada".

### Molas dianteiras
As novas molas parabólicas têm agora uma espessura de 32 milímetros.

Fotos: Alberto Murayama



Wagner Menezes




Wagner Menezes

**Gerentes de negócios da Scania cuidam de vendas de caminhões novos e usados, soluções para frotistas e montagens especiais. Programas de computador ajudam o eng. Celso Mendonça (ao lado) nos projetos**

# Ao gosto do freguês

Engenharia de Vendas da Scania especifica caminhões conforme as necessidades do cliente

**N**a Scania não há um caminhão predefinido. Relapso dos engenheiros? Pelo contrário. Desde a década de 80 do agora já século passado a montadora trabalha com seu sistema modular de produção. Uma certa quantidade de componentes possibilita a montagem de um número bastante elevado de produtos, de acordo com o tipo de atividade que o cliente pretende desenvolver.

É claro que por questões de escala de produção são definidas montagens válidas para cada tipo de mercado. Assim, a fábrica da Scania de São Bernardo do Campo (SP), por exemplo, pode planejar

Alberto Murayama

Especificação mundial da Esso exigiu lanternas e retrovisores especiais

suas atividades, coordenar seu estoque de peças, definir preço para os produtos. Mas nada impede que, durante uma negociação de venda, uma montagem válida para um mercado europeu ou mesmo inédita possa ser considerada. Caso seja viável e atenda as necessidades do cliente, a opção será introduzida.

"Trabalhamos com clientes de vanguarda, que estão sempre buscando maior competitividade em seu negócio. Eles apresentam as dificuldades e os engenheiros da Scania trazem ou criam as soluções", conta Silvio Munhoz, diretor de Vendas de Caminhões da Scania.

**Adaptação nacional –** Foi assim com os veículos de tração 8x4, até então inéditos no Brasil embora comuns na Europa. A necessidade de caminhões com maior capacidade de carga foi identificada no segmento de mineração, que demandava alternativas para os "fora-de-estrada", que não podem trafegar por rodovias. A Scania importou as primeiras unidades em 1999 e introduziu a montagem em sua linha nacional pouco tempo depois.

"A partir dos veículos importados, fizemos várias modificações na versão brasileira, seguindo sugestões dos clientes. Os produtos de linha têm agora uma caixa de câmbio de 14 marchas, ar-condicionado, horímetro e janela traseira", explica Celso Mendonça, engenheiro de Vendas da Scania.

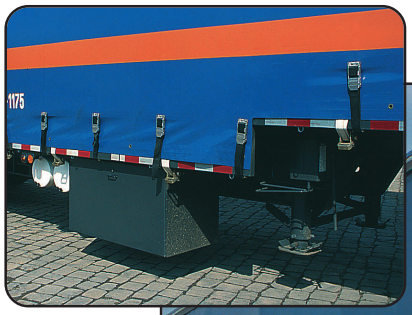
A última inovação nos veículos 8x4 foi a montagem em um lote especial de produtos, destinado ao segmento de transporte de cargas indivisíveis, de motores V8, com 480 cavalos. A introdução atende a demanda por maior potência de uma atividade que chega a transportar cargas de até 150 toneladas.

"O trabalho da engenharia de Vendas pode ocorrer de duas formas. Quando ouvimos o cliente ou quando estudamos o mercado. Na primeira, o cliente informa sua necessidade. Na segunda, somos nós que a identificamos", revela Munhoz.

No final do ano passado, a Esso introduziu no Brasil sua especificação mundial de veículos para o transporte de combustíveis. Uma série de itens especiais foram solicitados. Para atender a Esso, os veículos Scania foram equipados com alarme sonoro para marcha à ré, lanternas traseiras com LEDs em vez de lâmpadas convencionais, acendimento dos faróis automático a partir da chave de partida,

Cecilia Pederzoli

Relação de transmissão nos eixos traseiros da Expresso Figueiredo possibilitou a montagem de pneus menores



**Demanda por carretas rebaixadas motivou mudanças nos cavalos-mecânicos da Transportador DM**

Liane Neves

chave geral da bateria, supressor de névoa de chuva nos pára-lamas, retrovisores com comando elétrico e janela traseira.

"O objetivo das novas especificações mundiais da Esso é garantir a máxima eficiência com a máxima segurança em todos os mercados em que opera. O produto que transportamos, combustíveis altamente inflamáveis, justifica esse cuidado. Brevemente, toda a frota será renovada para atender o novo padrão", informa Paulo Magalhães, assessor de transportes da Esso.

**Solução única –** A Expresso Figueiredo, de Belo Horizonte (MG), também procurou a Scania com uma necessidade bastante específica. A empresa transporta bobinas de aço e precisava abaixar o centro de gravidade de seus veículos devido às características da carga. A solução foi empregar pneus menores mas não havia no mercado uma relação de transmissão do diferencial que possibilitasse a montagem. O diferencial envia a rotação do motor às rodas e, no caso da Expresso Figueiredo, a relação de transmissão precisava ser menor que as disponíveis para caminhões pesados. A Scania introduziu no Brasil uma relação de 3,07:1.

Montagens desse tipo tornam-se agora "de prateleira", ou seja, disponíveis para os outros clientes. "Os custos de desenvolvimento são absorvidos pela Scania. O preço final dos produtos é definido por características competitivas de mercado e não pela complexidade da especificação, que é depois diluída na escala de produção", revela o diretor de Vendas de Caminhões da Scania.

Há também os avanços de outros fornecedores de equipamentos para o transporte, como os fabricantes de implementos, que exigem a rápida adaptação dos caminhões. A transportadora DM, de

Mônica Zanon

**Para atender a Transdata, a Scania introduziu a cabina T, com capô, no cavalo-mecânico com redução nas rodas**

Porto Alegre (RS), começou a utilizar carretas rebaixadas em suas rotas para o Mercosul. Com isso, ganhou um aumento de 10% em sua capacidade de carga por viagem.

**Demanda de mercado –** Para possibilitar o acoplamento desse tipo de carreta, uma nova quinta-roda, que é o ponto de união entre cavalo-mecânico e carreta, teve de ser introduzida pela Scania. Esse equipamento possui o deslocamento horizontal de 500 milímetros para atender à exigência de 18,15 metros de comprimento total da composição, quando necessário.

ABC Imagem/Arquivo Scania

**Veículos 8x4 foram nacionalizados e receberam, para algumas aplicações, o motor V8**

A transportadora Transdata, de São Paulo (SP), também procurou a Scania com uma necessidade específica. Para dispor de mais espaço entre os eixos dianteiro e traseiro, condição para instalar uma caixa redutora na transmissão, a empresa pediu a introdução das cabinas modelo T, com capô, na classe de veículos CA (extra-pesados). As cabinas T estão localizadas mais para a frente no chassi, deixando o entre-eixos mais livre.

Para a maioria das outras transportadoras, as cabinas T resultam em cavalos-mecânicos mais longos, o que pode conflitar com as limitações de comprimento das estradas brasileiras. Esse motivo tem levado a Scania a sugerir sempre as cabinas P ou R, conhecidas como cara-chata, para as aplicações que sofrem restrição de comprimento. No caso da Transdata, essa restrição não se aplica, o que motivou a especificação diferenciada.

Todas as montagens especiais da Scania são primeiramente verificadas em programas de computador, como o SCOP, BUC e SISC, que simulam o veículo pronto e formulam cálculos de desempenho. Depois, reuniões com engenheiros de produto e produção da Scania confirmam a viabilidade de atender o cliente com uma montagem diferenciada. "Caso não seja possível produzir o veículo aqui no Brasil, passamos a considerar a importação", informa o engenheiro de vendas Celso Mendonça.

A importação de produtos foi empregada recentemente para atender à fabricação de veículos com tração 4x4 e caixa de câmbio automática para combate a incêndios em aeroportos. Como a demanda era restrita, os caminhões foram trazidos da Suécia, como ocorreu com os primeiros 8x4. Segundo a engenharia de Vendas da Scania, caso a demanda se repita, a montagem pode ser nacionalizada, exatamente como no caso dos 8x4.

## "Cardápio Scania"

Algumas das introduções recentes da engenharia de Vendas estão marcadas em vermelho

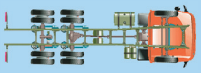
### Motores

- 220 hp
- 260 hp
- 330 hp
- 360 hp
- 400 hp
- 420 hp
- **480 hp**

### Cabinas

- CP14
- CP19
- CR19
- CT19
- **CT19** para extra-pesado

### Trações



- 4x2
- 6x2
- 6x4
- **8x4**

### Relações de transmissão

- **3,07:1**
- 3,08:1
- 3,40:1
- 3,42:1
- 3,80:1
- 3,91:1
- 4,21:1
- 4,22:1
- 4,82:1
- 5,18:1

# Com a cara na estrada

## Depois de artistas como Chitãozinho e Xororó, chega a vez de Wanessa Camargo estampar sua imagem em um ônibus Scania

Ela chegou faz pouco tempo e já virou estrela nacional. Como musa pop dos adolescentes, Wanessa Camargo vendeu, em menos de um ano, mais de 200 mil cópias de seu primeiro CD. Acaba de gravar o segundo e liderou no início deste ano as pesquisas de execução em rádio, repartindo espaço com celebridades internacionais como Britney Spears e Christina Aguilera.

Com aparições constantes em programas de rádio e televisão, mostrou sua cara e registrou sua imagem na cabeça de milhares de fãs. Agora é a vez de pôr a cara na estrada. Wanessa fechou, no mês de agosto, contrato com a Servers Transportes e Turismo, para o aluguel de um ônibus exclusivo e personalizado com fotos suas gigantes, ampliando a exposição de sua imagem por onde quer que o veículo vá.

O ônibus, que a levará aos shows pelo menos dez vezes ao mês, é um Scania K124 IB6x2 de dois andares, equipado com motor de 360 cavalos. No primeiro andar, há dois sofás-cama, uma televisão de 29 polegadas, videokê, DVD com home theater, aparelho de som, frigobar, cafeteira e microondas. Para completar, um minicamarim exclusivo, com mesa, espelho e luzes. No segundo andar, poltronas de couro, cobertores e travesseiros, todos personalizados com o nome de cada um dos integrantes da equipe, aparelho de som, vídeo cassete interligado a três monitores e frigobar. Todos os vidros receberam película escurecedora e contam com persianas ao invés de cortinas.

"Por prestarmos um serviço diferenciado já ficamos conhecidos no meio artístico. O cantor Zezé di Camargo e sua esposa Zilu, pais de Wanessa, nos procuraram quando sentiram que estava na hora de a filha ter um ônibus persona-

lizado", conta Marcelo Christianote, gerente comercial da empresa. Nos contratos de aluguel, a Servers compromete-se com a manutenção do veículo e socorro imediato em caso de algum problema durante as viagens, oferece garagem para o ônibus e garante toda a carga dentro do veículo enquanto estacionado na garagem da empresa.

**Ônibus x avião –** "Quando termina um show, é muito mais cômodo sair de um palco e entrar direto em um veículo que oferece conforto suficiente para o descanso de toda a equipe e espaço para as bagagens. Além do mais, a viagem de ônibus é muito menos burocrática e muito mais barata do que a por avião", esclarece Christianote. Segundo ele, as viagens aéreas são realizadas somente quando as distâncias são muito longas.

O aluguel de um ônibus como o de Wanessa, dirigido sempre por motoristas acostumados a lidar com artistas, custa cerca de R$ 20 mil mensais. O contrato da cantora tem duração de dois anos. Nesse período, ela tem exclusividade sobre o ônibus e pode, sempre que necessário, fazer modificações no veículo, como a troca dos adesivos.

Fotos: Mônica Zanon

**Detalhes exclusivos para Wanessa: poltronas com os nomes dos passageiros no descanço de braço e spots no salão inferior**

Fotos: Emanuel A. P.

# Caminho suave

Antes de se tornarem presente ou ornamento, flores e plantas passam por um delicado processo de transporte, que pode durar até uma semana

**É** primavera. Época de renovação das plantas de quintais, jardins e floreiras. Setembro é o mês da retirada dos galhos e folhas secas e da poda dos ramos mais antigos para dar vez aos mais novos. Nesse período, o comércio de flores e plantas ornamentais aumenta e Holambra, no interior do Estado de São Paulo, fornece para todo o Brasil.

Ao contrário do que se possa imaginar, a cidade não é repleta de flores pelas ruas. Tudo é cuidadosamente cultivado em estufas e comercializado em lojas, que recebem anualmente 230 mil turistas. A cidade, fruto da imigração holandesa da metade do século passado, é hoje responsável pela maior produção de flores e plantas ornamentais da América Latina.

Os produtos são vendidos através do leilão Veilling Holambra, um sistema sofisticado criado pelo departamento de floricultura da Cooperativa Agropecuária de Holambra, que negocia flores e plantas ornamentais cultivadas pelos cooperados com os atacadistas da região. "Os leilões acontecem em uma sede no centro da cidade, de segunda a sexta-feira, e duram aproximadamente duas horas. Os produtos passam por ordem de fornecedor e são oferecidos pelo leiloeiro por um preço que tende a diminuir a cada lance", explica Gilberto Wigman, gerente administrativo e financeiro da Flores e Plantas Terra Viva, uma das maiores produtoras de flores e plantas da região.

**Para todo o Brasil –** Depois de negociados, os produtos seguem para seus destinos. Transportadas por caminhões, em viagens que podem durar até uma semana, flores e plantas requerem muita delicadeza e cuidados especiais para atingir seus destinos com a mesma vitalidade com que partiram de Holambra. Por se tratar de uma carga muito frágil, os veículos destinados ao transporte são geralmente equipados com baús refrigerados e suspensão a ar.

Marcelo Schut, que atua no mercado de transporte de flores e plantas ornamentais há cerca de um ano, já pegou o espírito do negócio. Dono de um caminhão Scania R124 LA 4x2, equipado com motor de 360 cavalos, controla a entrega semanal para a cidade de Salvador (BA). Além do baú refrigerado, tanto caminhão quanto carreta são equipados com suspensão a ar. "Damos também preferência às viagens noturnas e procuramos realizar o mínimo possível de paradas", conta Schut.

Outras empresas da região também investem pesado nos cuidados com o transporte das flores. Um exemplo é a Terra Viva Distribuição, que antes de colocar um funcionário novo para realizar qualquer atividade, o submete a um intenso treinamento, que dura aproximadamente 30 dias.

"Contamos hoje com uma frota aproximada de 50 caminhões que transportam todos os tipos de flores pelo País

**Do cultivo à entrega, todo o cuidado é empregado para que as flores conservem sua beleza natural**

inteiro", declara João Batista de Souza, um dos sócios da Terra Viva Distribuição. Cada veículo roda aproximadamente 1.000 quilômetros por dia, em viagens que duram cerca de uma semana. Duas duplas de motoristas se revezam ao volante a cada sete dias. Souza explica que o trabalho em conjunto dos quatro motoristas, aliado ao treinamento destinado aos funcionários, à manutenção preventiva dos veículos e à constante renovação da frota diminuem a probalidade de paradas durante as viagens e asseguram toda a qualidade e beleza natural das flores e plantas de uma ponta a outra da logística de distribuição.

**Caminhões Scania P94 chegam a rodar 1.000 quilômetros por dia distribuindo flores por todo o Brasil**

Outro detalhe fundamental é a localização estratégica das portas das carretas. "Geralmente levamos em uma viagem mais de 250 itens diferentes e entregamos nas floriculturas um pouco de cada um, por isso a carreta tem normalmente cinco portas que permitem a retirada do material requisitado pelo comprador, alocado em prateleiras, sem que seja preciso movimentar as outras mercadorias", explica Souza.

# Pedaço da Holanda no Brasil

Com o término da Segunda Guerra Mundial, os holandeses enxergavam poucas perspectivas de futuro em seu país. Incentivados pelo governo, procuraram meios de imigrar para países como Canadá, Austrália, França e Brasil.

Holambra, localizada do interior de São Paulo, contudo, foi uma experiência única. Como apenas o Brasil aceitava a imigração de grandes grupos, só aqui foi possível a formação de uma cidade constituída, a princípio, exclusivamente por imigrantes holandeses.

Em 1948, a Associação de Lavradores e Horticultores Católicos da Holanda enviou para o Brasil uma comissão para viabilizar o projeto de imigração e firmar acordo junto ao governo brasileiro. O Brasil cederia as terras e a Holanda se responsabilizaria por fornecer aos imigrantes gado, máquinas e outros materiais necessários. Assim, nesse mesmo ano, foi fundada, na Fazenda Ribeirão, a Cooperativa Agropecuária de Holambra, cujo nome deriva da fusão das palavras Holanda, América e Brasil.

Os 5.000 hectares da fazenda, situada entre os municípios de Jaguariúna, Santo Antonio de Posse, Artur Nogueira e Cosmópolis, foram divididos em lotes e distribuídos aos cooperados mediante o compromisso do desenvolvimento de qualquer atividade produtiva. Com a não adaptação do gado holandês, subjugado pelo clima e pelas doenças tropicais, os imigrantes optaram pela lavoura diversificada e pela criação de porcos e galinhas.

O cultivo de flores foi iniciado timidamente no ano de 1951, com a produção de gradíolos (Palma de Santa Rita), mas foi entre 1958 e 1965 que a produção se expandiu. Em 1972, criou-se dentro da cooperativa o departamento de floricultura para a venda de grande variedade de flores e plantas ornamentais.

Atualmente, as flores são a base econômica da cidade. O sistema de comercialização, realizado através de leilão, é um dos mais sofisticados do mundo e escoa a maior produção de flores e plantas ornamentais da América Latina.

A emancipação como cidade veio em 1991, em plebiscito realizado entre os moradores. Em 1993, Holambra empossou seus primeiros representantes dos poderes executivo e legislativo e, em 1998, devido à mistura de povos e culturas, a charmosa cidade foi reconhecida como Estância Turística.

# Visto garantido

Pedro Dantas/Technoart

## Produção globalizada permite que caminhões Scania produzidos no Brasil sejam exportados para a Europa

**A** Scania acaba de negociar a exportação de caminhões brasileiros para oito países europeus. Até o final do ano, cerca de 750 veículos serão entregues para Espanha, Áustria, França, Bélgica, Alemanha, República Tcheca, Rússia e Lituânia.

Os caminhões, modelo R124 LA4x2, equipados com motor eletrônico de 420 cavalos e suspensão a ar, estão sendo produzidos pela montadora, em São Bernardo do Campo (SP), de forma idêntica aos que saem desta linha de montagem direto para as estradas da América Latina.

"Isso só é possível graças ao sistema de produção global utilizado pela Scania em todas as suas fábricas, independente do país no qual estejam instaladas. As diferenças entre os caminhões montados para o mercado nacional e os destinados à Europa limitam-se a algumas características que variam conforme a legislação de cada país ou às exigências do cliente", explica Sidney Basso, diretor industrial da Scania.

A primeira remessa de 50 caminhões sai do Porto de Santos rumo à Espanha, Eslováquia e República Tcheca no início de setembro. Até o final do ano, serão realizadas de três a quatro entregas mensais.

## Primeira leva

No início de agosto, 60 caminhões Scania montados na fábrica de Tucumán, na Argentina, com peças produzidas no Brasil seguiram para a Rússia. Originalmente destinados ao mercado argentino, os veículos foram desviados para suprir o mercado russo e representam a primeira leva de uma negociação de 155 unidades.

Arquivo Scania

Os caminhões, modelos P94 DB4x2, equipados com motores de 220 e 260 cavalos, P94 GA4x2, com motor de 260 cavalos, e P114 GB4x2, de 330 cavalos, passaram por pequenas adaptações ainda na Argentina e receberam os retoques finais na própria Rússia.

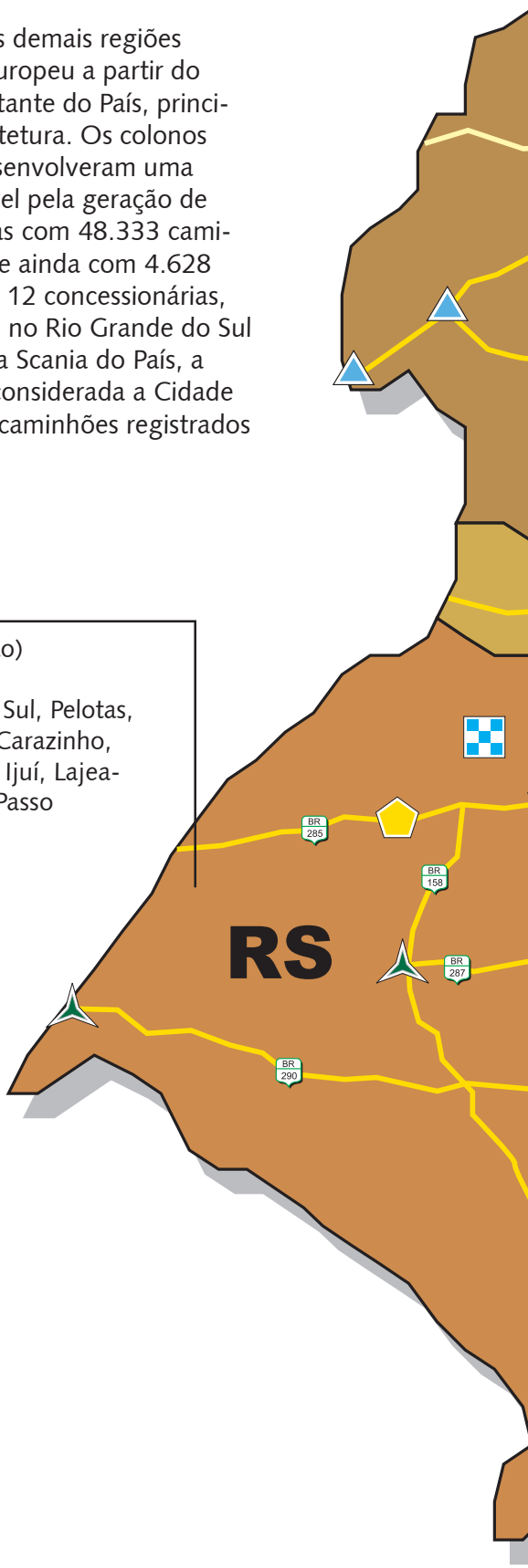
Sul

# O berço da Sc

**A** região Sul teve uma formação diferente das demais regiões brasileiras. Com forte presença do imigrante europeu a partir do século XIX, adquiriu contornos distintos do restante do País, principalmente nos costumes alimentares e na arquitetura. Os colonos criaram uma economia regional próspera e desenvolveram uma cultura europeizada. Hoje, a região, responsável pela geração de 15,1% do PIB nacional, conta em suas estradas com 48.333 caminhões Scania, a maior frota da marca no País, e ainda com 4.628 ônibus. Todos esses veículos são atendidos por 12 concessionárias, distribuídas em 33 pontos de atendimento. Foi no Rio Grande do Sul que, em 1957, surgia a primeira concessionária Scania do País, a Brasdiesel, e São Marcos, na Serra Gaúcha, é considerada a Cidade Mundial Scania, devido ao grande número de caminhões registrados na cidade.

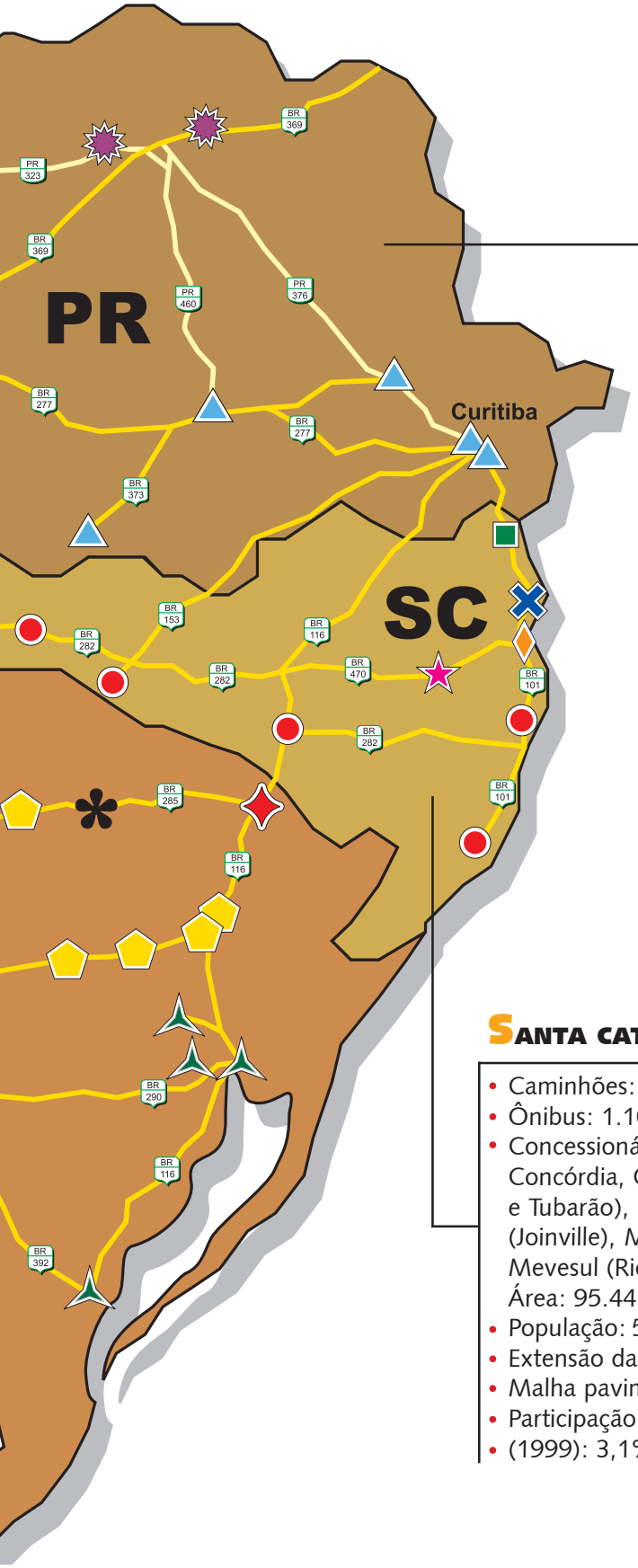
## Rio Grande do Sul

- Caminhões: 16.989 unidades (2ª frota na região)
- Ônibus: 1.579 unidades (2ª frota na região)
- Concessionárias: Suvesa (Canoas, Eldorado do Sul, Pelotas, Portão, Santa Maria, Uruguaiana), Brasdiesel (Carazinho, Caxias do Sul, Caxias do Sul Centro, Garibaldi, Ijuí, Lajeado), Mepal (Palmeira das Missões), Mevepas (Passo Fundo), Mecacil (Vacaria)
- Área: 282.062 km²
- População: 9.866.928
- Extensão das rodovias: 138.348 km
- Malha pavimentada: 6,47%
- Participação no PIB nacional (1999): 6,3%




Cotrasa
Brasdiesel
Ediba
Suvesa
Meville.
Mepal
Mevale
Mevepas
Mevesul
Mecacil
Mevepi
P.B. Lopes

# ania




## Paraná

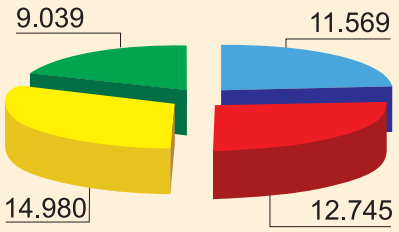
- Caminhões: 19.354 unidades **(1ª frota na região)**
- Ônibus: 1.947 unidades **(1ª frota na região)**
- Concessionárias: Cotrasa (Cascavel, Curitiba - Cajuru e Pinheirinho, Foz do Iguaçu, Guarapuava, Pato Branco e Ponta Grossa), P.B. Lopes (Maringá e Londrina)
- Área: 199.709 km²
- População: 9.258.813
- Extensão das rodovias: 260.834 km
- Malha pavimentada: 5,79%
- Participação no PIB nacional (1999): 5,7%

## Santa Catarina

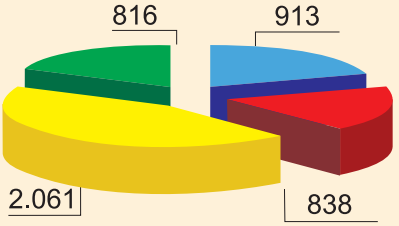
- Caminhões: 11.990 unidades
- Ônibus: 1.102 unidades
- Concessionária: Ediba (Biguaçu, Concórdia, Cordilheira Alta, Lages e Tubarão), Mevale (Itajaí), Meville (Joinville), Mevepi (Piçarras), Mevesul (Rio do Sul)
  Área: 95.443 km²
- População: 5.028.339
- Extensão das rodovias: 61.318 km
- Malha pavimentada: 8,61%
- Participação no PIB nacional
- (1999): 3,1%

## Frota Scania por idade

### CAMINHÕES




### ÔNIBUS




1 a 5 anos | 10 a 20 anos
5 a 10 anos | Mais de 20 anos

Fontes: Quantidade de veículos Scania registrados na região conforme RENAVAM 2001 - Informações sobre Estados conforme site www.almanaque.com.br

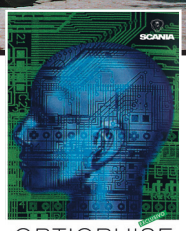
# O primeiro "Rei" a gente nunca esquece

Arquivo pessoal

Com apenas quatro anos, Pedro Camargo Alves Dias já sabe o que vai ser no futuro e fala sério ao dizer que quando crescer dirigirá um caminhão Scania. Caminhoneiro há 17 anos, o pai, Cláudio Alves Dias, é o responsável por essa vontade. "Trabalho com caminhões Scania há 9 anos e sempre que posso levo o Pedrinho comigo. Procuro transmitir a ele um pouco da admiração que tenho pela marca e, hoje, ele tem mais ciúmes e cuidados com o caminhão do que eu". No último aniversário de Pedro, Cláudio preparou uma surpresa para o filho, dando de presente ao menino uma miniatura de um "Rei da Estrada", o caminhão mais potente do mercado nacional. "Agora, enquanto se diverte, ele já pode começar a treinar com o melhor caminhão do País", brinca o pai.

Mônica Zanon

## Opticruise é padrão



OPTICRUISE

A Sankyu Logistics International, empresa de de origem japonesa que está no Brasil há dez anos, acaba de adquirir quatro cavalos-mecânicos R124 GA4x2, com motor eletrônico de 420 cavalos de potência, equipados com Opticruise, a caixa de câmbio semi-automática da Scania. Os veículos contam com defletores de ar, climatizador para a cabina e rodas de alumínio.
Segundo a direção da Sankyu, apesar do pouco tempo no mercado brasileiro já foram conquistados clientes importantes e o crescimento médio anual da empresa é de 20%. A Sankyu tem sede em São Paulo (SP) e inaugurou recentemente uma filial em Manaus (AM).

AÇÃO SUPERAÇÃO SCANIA 2001
Ampliando horizontes

## Vendedores ganham prêmios

A concessionária Mevale, de Itajaí (SC), foi a grande vencedora da campanha promocional "Ação Superação – 2001" , realizada pela área de Vendas de Peças da Scania no ano passado. A promoção distribuiu prêmios em dinheiro para seis concessionárias todo mês e uma viagem ao Nordeste à casa melhor classificada.
Representando a Mevale, os vendedores Gercino "GG", João Ataliba, Airton Vieira e Celso Santos passaram uma semana na Costa do Sauípe (BA), junto com suas esposas. "Esperamos que o pessoal da rede participe da promoção deste ano, denominada Circuito Scania, com o mesmo empenho e que todos possamos atingir nossos objetivos", deseja Evaldo Valero, gerente de Peças da Scania.

# Poder da multiplicação

Em 1998, a Jolivan, de Iconha (ES), escolheu o modelo R124 GA4x2NZ como padrão para a renovação e ampliação de sua frota. Desde então, a empresa só compra esse tipo de veículo. Recentemente, foram 10 novas unidades, com motor de 360 cavalos, entregues nos meses de julho, agosto e setembro.

Com uma média de 120 mil toneladas transportadas por mês, a Jolivan passa a contar, depois da nova aquisição, com 315 caminhões Scania. A empresa tem 22 filiais e roda por todo o País, atendendo clientes dos setores de siderurgia, cargas fracionadas e paletizadas, líquidos, papel e celulose.

Sergio Cardoso

# Churrasco na cabina

Uma peça muito original faz parte da nova decoração da Transportes Ardo, empresa especializada no transporte de frigorificados, localizada em Ponta Grossa (PR). "Enquanto reformávamos nossas instalações, surgiu a vontade de caracterizar o ambiente com algo que lembrasse o mercado em que atuamos, então tive a idéia de montar uma churrasqueira dentro da cabina de um caminhão", conta o empresário Leendert Ferdinand Aardon.

A peça, que a princípio parecia não passar de uma idéia maluca, ficou pronta e foi inaugurada no início do mês de junho em comemoração ao aniversário de 38 anos da empresa. Para registrar esse momento, uma placa com o número 1964, ano de fundação da Transportes Ardo, foi colocada na cabina. Montada com partes originais de uma cabina Scania modelo R, a churrasqueira foi recebida com entusiasmo pelos funcionários e tornou-se ponto de encontro dentro da transportadora, segundo seus proprietários.

Divulgação

# Escolha difícil

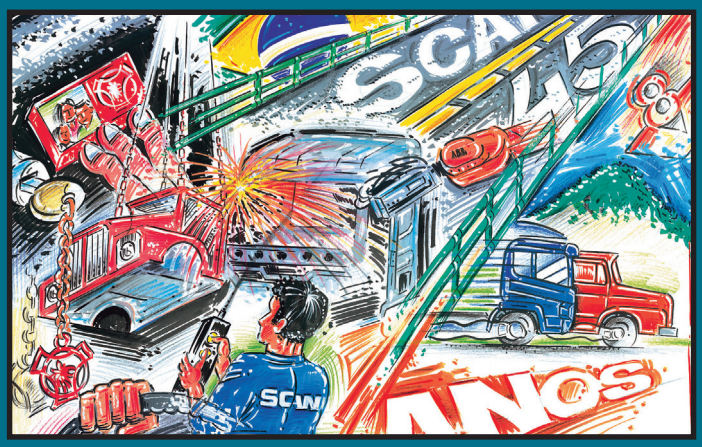
Depois de receber centenas de desenhos, todos com elevada qualidade artística, um júri da Scania escolheu os quatro ganhadores do concurso "Scania, 45 anos de Brasil". Mais uma vez, a criatividade e a originalidade dos trabalhos pesaram na decisão.

Cada vencedor receberá por correio uma miniatura especial de um cavalo-mecânico "Rei da Estrada" atrelado a uma carreta bitrem.

Parabéns a todos e, mais uma vez, à Scania, nesses seus 45 anos de Brasil!

A partir de agora, os desenhos com tema livre voltam a concorrer semestralmente a uma miniatura convencional. Para participar, envie seu desenho de um produto Scania para:

Scania Latin America Ltda.
Departamento de Comunicação Social
Av. José Odorizzi, 151 – Bairro Vila Euro
São Bernardo do Campo – SP – CEP 09810-902




Thiago Francesco - São Bernardo do Campo (SP)

Ricardo Centurione Oliveira - São Paulo (SP)

Karine Fiorese - Colombo (PR)

Leandre Galdino Lino - Suzano (SP)

## ALAGOAS

- **Rio Largo**
  Novepe - Tel. (82) 262-1414
  E-mail: novepe.al@uol.com.br

## AMAZONAS

- **Manaus**
  Supermac - Tel. (92) 237-4043
  E-mail: supermac@internext.com.br
  Supermac (loja) - Tel. (92) 622-0307

## BAHIA

- **Barreiras**
  Movesa - Tel. (77) 611-4831
  E-mail: bargeral@movesa.com.br
- **Feira de Santana**
  Movesa - Tel. (75) 622-3434
  E-mail: feirageral@movesa.com.br
- **Salvador**
  Movesa - Tel. (71) 301-9911
  E-mail: ssageral@movesa.com.br
- **Teixeira de Freitas**
  Movesa - Tel. (73) 292-5200
  E-mail: txfgeral@movesa.com.br
- **Vitória da Conquista**
  Movesa - Tel. (77) 423-5135
  E-mail: conqgeral@movesa.com.br

## CEARÁ

- **Fortaleza**
  Conterrânea - Tel. (85) 279-2222
  E-mail: lisboa@conterranea.com.br

## DISTRITO FEDERAL

- **Brasília**
  Varella - Tel. (61) 394-5000
  E-mail: veiculos.df@varellaveiculos.com.br

## ESPÍRITO SANTO

- **Viana**
  Venac - Tel. (27) 3346-7900
  E-mail: veiculos@venac.com.br

## GOIÁS

- **Aparecida de Goiânia**
  Varella - Tel. (62) 283-6363
  E-mail: posvenda@varellapesados.com.br
- **Rio Verde**
  Varella - Tel. (64) 612-3233
  E-mail: veiculosrv@varellaveiculos.com.br

## MARANHÃO

- **Balsas**
  Alpha - Tel. (99) 541-2431
  E-mail: alpha.bls@alphamaquinas.com.br
- **Imperatriz**
  Alpha - Tel. (99) 523-1922
  E-mail: alpha.imp@alphamaquinas.com.br
- **São Luís**
  Alpha - Tel. (98) 214-1919
  E-mail: alpha@alphamaquinas.com.br

## MATO GROSSO

- **Cuiabá**
  Rota-Oeste - Tel. (65) 611-5000
  E-mail: diretoria@rotaoeste.com
- **Rondonópolis**
  Rota-Oeste - Tel. (66) 421-3555
  E-mail: rotaroo@zaz.com.br
- **Sinop**
  Rota-Oeste - Tel. (66) 511-1500
  E-mail: rotaoest@terra.com.br

## MATO GROSSO DO SUL

- **Campo Grande**
  P. B. Lopes - Tel. (67) 393-5080
  Homepage: www.pblopes.com.br

## MINAS GERAIS

- **Contagem**
  Itaipu - Tel. (31) 3399-1000
  E-mail: itaipu@itaipumg.com.br
- **Governador Valadares**
  Covepe - Tel. (33) 3279-9000
  E-mail: covepe@covepegv.com.br
- **Juiz de Fora**
  Itaipu - Tel. (32) 3221-3092
  E-mail: itaipujf@itaipumg.com.br
- **Montes Claros**
  Itaipu - Tel. (38) 3213-2200
  E-mail: itaipumc@itaipumg.com.br
- **Muriaé**
  Covepe - Tel. (32) 3729-3444
  E-mail: covepe@covepe.com.br
- **Patos de Minas**
  Itaipu - Tel. (34) 3822-5555
  E-mail: itaipupm@itaipumg.com.br
- **Pouso Alegre**
  Codema - Tel. (35) 3422-5600
  E-mail: pousoalegre@codema.com.br
- **Uberlândia**
  Escandinávia - Tel. (34) 3233-8000
  E-mail: escandinavia@melfinet.com.br

## PARÁ

- **Belém**
  Guatapará - Tel. (91) 242-0211
- **Marituba**
  Guatapará - Tel. (91) 255-3011
  E-mail: guatapara@guatapara.amazon.com.br

## PARAÍBA

- **Bayeux**
  Novepa - Tel. (83) 232-1686
  E-mail: novepa@openline.com.br
- **Campina Grande**
  Novepa - Tel. (83) 331-2799
  E-mail: novepacg@rix.com.br

## PARANÁ

- **Cascavel**
  Cotrasa - Tel. (45) 225-6011
  E-mail: cotrasa-cv@cotrasa.com.br
- **Curitiba**
  Cotrasa (Cajuru) - Tel. (41) 361-7272
  E-mail: cotrasa-cj@cotrasa.com.br
  Cotrasa (Pinheirinho) - Tel. (41) 346-0202
  E-mail: cotrasa-ph@cotrasa.com.br
- **Foz do Iguaçu**
  Cotrasa - Tel. (45) 577-4333
  E-mail: cotrasa-foz@cotrasa.com.br
- **Guarapuava**
  Cotrasa - Tel. (42) 624-2188
  E-mail: cotrasa-gp@cotrasa.com.br
- **Londrina**
  P. B. Lopes - Tel. (43) 329-0780
  Homepage: www.pblopes.com.br
- **Maringá**
  P. B. Lopes - Tel. (44) 228-5757
  Homepage: www.pblopes.com.br
- **Pato Branco**
  Cotrasa - Tel. (46) 225-2598
  E-mail: cotrasa-pb@cotrasa.com.br
- **Ponta Grossa**
  Cotrasa - Tel. (42) 227-4141
  E-mail: cotrasa-pg@cotrasa.com.br

## PERNAMBUCO

- **Petrolina**
  Novepe - Tel. (81) 3864-5000
  E-mail: novepepet@netcap.com.br
- **Recife**
  Novepe - Tel. (81) 3339-3911
  E-mail: novepe@novepe.com.br

## PIAUÍ

- **Teresina**
  Alpha - Tel. (86) 220-6700
  E-mail: alpha.the@alphamaquinas.com.br

## RIO DE JANEIRO

- **Barra Mansa**
  Equipo - Tel. (24) 3348-3332
  E-mail: equipobm@equiporj.com.br
- **Rio de Janeiro**
  Equipo - Tel. (21) 2474-5040
  E-mail: equipo@equiporj.com.br

## RIO GRANDE DO NORTE

- **Parnamirim**
  Carajás - Tel. (84) 272-2849
  E-mail: carajas@digi.com.br

## RIO GRANDE DO SUL

- **Canoas**
  Suvesa - Tel. (51) 462-4646
  E-mail: canoas@suvesa.com.br
- **Carazinho**
  Brasdiesel - Tel. (54) 330-3600
  E-mail: brasdiesel.adm.cz@brasdiesel.com.br
- **Caxias do Sul**
  Brasdiesel - Tel. (54) 218-8000
  E-mail: brasdiesel@brasdiesel.com.br
  Brasdiesel - Tel. (54) 238-0900
  E-mail: brasdiesel.pecas.cx@brasdiesel.com.br
- **Eldorado do Sul**
  Suvesa - Tel. (51) 481-3900
  E-mail: eldorado@suvesa.com.br
- **Garibaldi**
  Brasdiesel - Tel. (54) 463-8800
  E-mail: brasdiesel.pecas.gb@brasdiesel.com.br
- **Ijuí**
  Brasdiesel - Tel. (55) 3331-0500
  E-mail: brasdiesel.adm.ij@brasdiesel.com.br
- **Lajeado**
  Brasdiesel - Tel. (51) 3714-7700
  E-mail: brasdiesel.lj@brasdiesel.com.br
- **Palmeira das Missões**
  Mepal - Tel. (55) 3742-1770
  E-mail: mepal@mksnet.com.br
- **Passo Fundo**
  Mevepas - Tel. (54) 317-9600
  E-mail: mevepas@pro.via-rs.com.br
- **Pelotas**
  Suvesa - Tel. (53) 274-3535
  E-mail: pelotas@suvesa.com.br
- **Portão**
  Suvesa - Tel. (51) 562-3335
  E-mail: portao@suvesa.com.br
- **Santa Maria**
  Suvesa - Tel. (55) 211-2002
  E-mail: stamaria@suvesa.com.br
- **Uruguaiana**
  Suvesa - Tel. (55) 413-3300
  E-mail: uruguaiana@suvesa.com.br
- **Vacaria**
  Mecacil - Tel. (54) 232-1433
  E-mail: mecacil@mecacil.com.br

## RONDÔNIA

- **Ji-Paraná**
  Rovema - Tel. (69) 421-5696
  E-mail: rovema@ulbrajp.com.br
- **Porto Velho**
  Rovema - Tel. (69) 222-2766
  E-mail: rovema@enter-net.com.br
- **Vilhena**
  Rovema - Tel. (69) 322-3715
  E-mail: rovema@websat.com.br

## SANTA CATARINA

- **Biguaçu**
  Ediba - Tel. (48) 296-0011
  E-mail: biguacu@ediba.com.br
- **Concórdia**
  Ediba - Tel. (49) 442-5011
  E-mail: concordia@ediba.com.br
- **Cordilheira Alta**
  Ediba - Tel. (49) 328-0111
  E-mail: cordilheira@ediba.com.br
- **Itajaí**
  Mevale - Tel. (47) 346-1447
  E-mail: mevale@zaz.com.br
- **Joinville**
  Meville - Tel. (47) 473-7597
  E-mail: meville@zaz.com.br
- **Lages**
  Ediba - Tel. (49) 226-0411
  E-mail: lages@ediba.com.br
- **Piçarras**
  Mevepi - Tel. (47) 345-0577
  E-mail: mevepi@mevepi.com.br
- **Rio do Sul**
  Mevesul - Tel. (47) 525-3575
  E-mail: mevesul@rsl-criativenet.com.br
- **Tubarão**
  Ediba - Tel. (48) 628-0511
  E-mail: tubarao@ediba.com.br

## SÃO PAULO

- **Araçatuba**
  Quinta Roda - Tel. (18) 631-1010
  E-mail: qrodaar@quintaroda.com.br
- **Araraquara**
  Escandinávia - Tel. (16) 3301-1000
  E-mail: escandinavia@sunrise.com.br
- **Bauru**
  Quinta Roda - Tel. (14) 223-2626
  E-mail: qrodaba@quintaroda.com.br
- **Caçapava**
  Codema - Tel. (12) 253-1611
  E-mail: cacapava@codema.com.br
- **Guarulhos**
  Codema - Tel. (11) 6461-8474
  E-mail: guarulhos@codema.com.br
- **Porto Ferreira**
  Quinta Roda - Tel. (19) 581-4144
  E-mail: qrodapf@quintaroda.com.br
- **Presidente Prudente**
  P. B. Lopes - Tel. (18) 231-7090
  Homepage: www.pblopes.com.br
- **Registro**
  Codema - Tel. (13) 6821-6711
  E-mail: registro@codema.com.br
- **Ribeirão Preto**
  Escandinávia - Tel. (16) 3969-9900
  E-mail: escandinavia@nanet.com.br
- **Salto Grande**
  P. B. Lopes - Tel. (14) 3325-1000
  Homepage: www.pblopes.com.br
- **Santo André**
  Codema - Tel. (11) 4976-2755
  E-mail: santoandre@codema.com.br
- **Santos**
  Codema - Tel. (13) 3203-2980
  E-mail: santos@codema.com.br
- **São José do Rio Preto**
  Escandinávia - Tel. (17) 3215-9770
  E-mail: escandinavia@riopreto.com.br
- **São Paulo**
  Codema - Tel. (11) 3976-4777 (Piqueri)
  E-mail: saopaulo@codema.com.br
  Codema - Tel. (11) 6954-0422 (Vila Maria)
  E-mail: vilamaria@codema.com.br
- **Sorocaba**
  Codema - Tel. (15) 221-2838
  E-mail: sorocaba@codema.com.br
- **Sumaré**
  Quinta Roda - Tel. (19) 3864-1890
  E-mail: quintaroda@quintaroda.com.br

## SERGIPE

- **Nossa Senhora do Socorro**
  Movesa - Tel. (79) 253-1204
  E-mail: ajugeral@movesa.com.br

## TOCANTINS

- **Gurupi**
  Jalapão - Tel. (63) 314-1001
  E-mail: jalapao@uol.com.br

## Scania na América Latina

- **ARGENTINA - Buenos Aires**
  Tel. (005433274) 51000
- **BOLÍVIA - Santa Cruz de la Sierra**
  Tel. (005913) 349-2828
- **CHILE - Santiago**
  Tel. (00562) 3940-400/502
- **COSTA RICA - San Jose**
  Tel. (00506) 290-2255
- **GUATEMALA - Guatemala**
  Tel. (00502) 4-711333/4-735867
- **MÉXICO - México D. F.**
  Tel. (005255) 5587-0300
- **NICARÁGUA - Manágua**
  Tel. (005052) 631151/331152 a 331159
- **PARAGUAI - Asunción**
  Tel. (0059521) 50-3921 a 50-3928/50-3720
- **PERU - Lima**
  Tel. (00511) 241-3016
- **REPÚBLICA DOMINICANA - Santo Domingo**
  Tel. (001809) 530-2850
- **URUGUAI - Montevidéo**
  Tel. (005982) 924-0433/0435
- **VENEZUELA - Valencia**
  Tel. (0058241) 871-8090

SCANIA PLUS 24

**0800 19 4224**

**www.scania.com.br**

Officina.ae

Os produtos Scania estão em conformidade com o PROCONVE - Programa de Controle de Poluição do Ar por Veículos Automotores.

# SCANIA

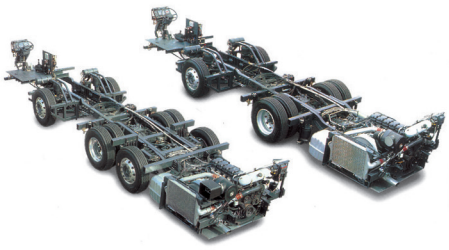
45 ANOS

# BRASIL

## Onde há Brasil, há Scania.

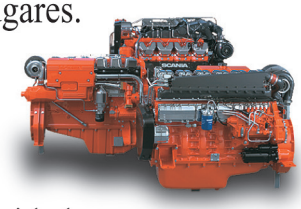
A Scania está presente, dia-a-dia, na vida brasileira.
Caminhões pesados que levam produtos essenciais a todo o País.
Ônibus que transportam gente em estradas e cidades.

Motores veiculares que equipam e repotenciam veículos e máquinas.



Motores marítimos que equipam lanchas, iates, barcos de pesca, balsas, navios de abastecimento.
Motores industriais que geram força para indústrias, agricultura, aeroportos, edifícios, hospitais.

Após 45 anos de Brasil - criando desenvolvimento, produzindo riquezas - Scania está em todos os lugares.



Nas cidades, no campo, nos rios, no mar, nos corações - Scania sempre vale mais.

SCANIA