

Rei da Estrada



Expresso
Araçatuba



Integração à vista

Perspectivas de mercado comum na América do Sul motivam o transporte de mercadorias entre o Mercosul e a Comunidade Andina

Um ano promissor...

A Scania começou bem 2004 e assim prosseguiu durante o semestre. Com a manutenção do nosso compromisso de sempre trazer as melhores soluções para o transporte, pontuamos na liderança do mercado total de caminhões pesados em diversas oportunidades, como no mês passado, quando respondemos por 24,5% das vendas totais do segmento.

A linha de caminhões EVolução, com motor eletrônico de 400 cavalos e o maior torque da categoria, superou as expectativas desde seu lançamento, em abril. Realmente correspondemos à preferência do transportador brasileiro, principalmente aquele que trafega com bitrens. Hoje, o caminhão Scania de 400 cavalos é sinônimo de lucratividade certa.

No segmento de ônibus, conquistamos a liderança nos rodoviários de curtas distâncias de maneira inédita, aumentando em 180% nossas vendas em relação ao ano passado. Tal desempenho foi fruto de mais uma ousada iniciativa de marketing estratégico e de relacionamento, o Projeto K94, que posicionou definitivamente o chassi de ônibus K94 no mercado e abriu oportunidades comerciais com clientes com os quais há muito não nos relacionávamos ou mesmo jamais haviam comprado veículos da marca.

Também, celebramos o retorno de nossa parceria com o Expresso Araçatuba, tanto em suas rotas nacionais como nas empreitadas internacionais, pelas rotas latino-americanas que levam aos portos do Pacífico. Respondemos pela maior parcela da renovação da frota deles e voltamos

ao Projeto Pacífico, tudo graças ao melhor desempenho comprovado dos veículos Scania nas rotas longas, com necessidade de boas médias de velocidade.

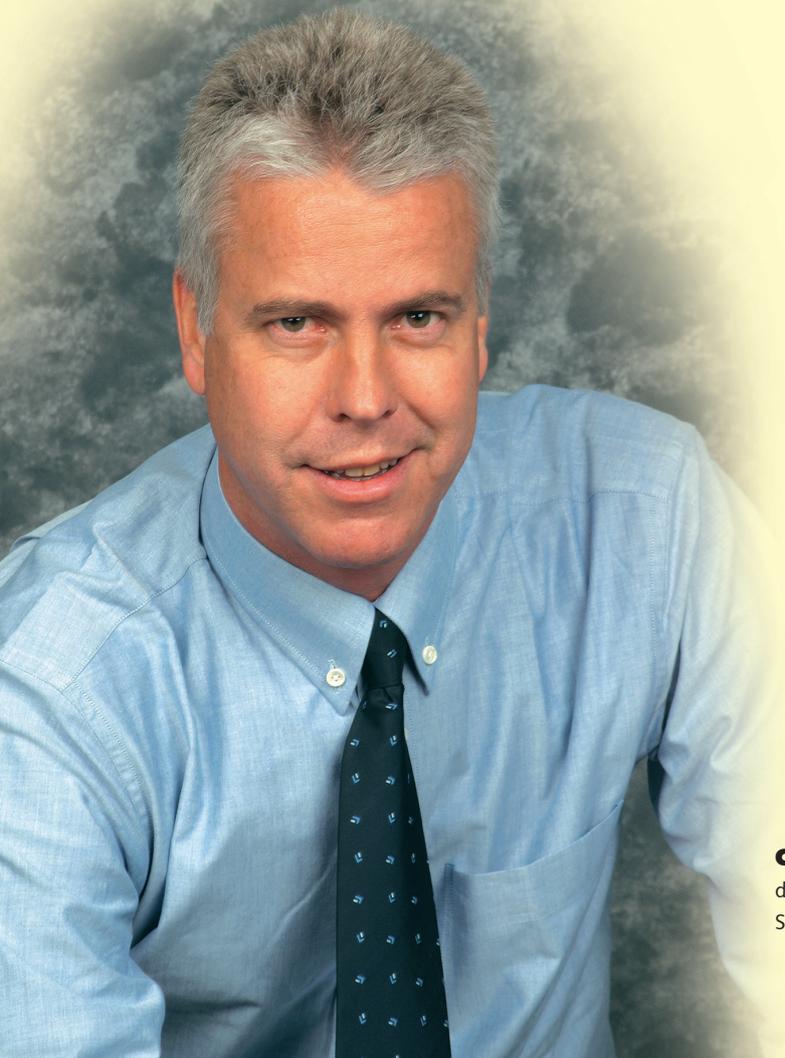
Os desafios para o segundo semestre já se apresentam, tanto para nós como para todo o setor de transportes. Ainda esperamos um programa Modercarga viável, que realmente estimule a modernização da frota nacional. Temos defendido a maior participação dos veículos usados, revisados e com garantia do fabricante, no Modercarga como forma de possibilitar aos que têm caminhões muito antigos um passo intermediário, mas mais exequível, rumo à inclusão no competitivo mercado de transporte logístico. O programa Scania SuperZero, que negocia veículos seminovos e usados por meio da rede de concessionárias Scania, tem mostrado excelentes resultados e será, sem dúvida, uma grande alternativa.

Em julho, comemoramos os 47 anos de presença da Scania no Brasil. Fato que enche de orgulho todos aqueles que estão, de uma forma ou outra, ligados a esse fabricante de veículos pesados. É Scania a maioria dos caminhões pesados que circulam por esse país, uma conquista do tempo, mas acima de tudo uma conquista da confiabilidade dos clientes nas soluções que apresentamos.

Como o próprio nome EVolução diz, procuramos evoluir sempre. Mas com responsabilidade, trazendo as inovações no tempo certo. Evoluir de maneira sustentável, garantindo o bom atendimento de pós-venda que ao longo dos anos nos diferenciou da concorrência. É assim que mantemos nossos clientes, trazemos de volta os que, por um ou outro motivo, se afastam e conquistamos novos admiradores.

Christopher Podgorski,

diretor geral da Unidade de Vendas e Serviços da Scania no Brasil



Rei da Estrada

Publicação bimestral da Scania Latin America. Editada por Corporate Relations

Scania Latin America

Communications
Vice-presidente:
Richard König

Corporate Relations
Gerente:
João Miguel Capussi

Editor:
Maurício Jordão
(Mtb 28.568)

Repórter:
Helen Faquinetti

Colaboradora:
Renata do Nascimento

Revisão:
Vicente dos Anjos

Foto Capa/Montagem:
Renato Merlini/ Divulgação Aracatuba/
Technoart

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

Impressão:
Margraf Edit. e Ind. Gráfica

Tiragem desta Edição:
42.000 unidades



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



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

Home page
www.scania.com.br

4 Concurso de receitas

Scania quer conhecer o universo culinário do caminhoneiro

5 Vendas

RodoAndrade, transportadora de madeira de Santo Anastácio (SP), duplica a frota com a compra de 11 novos caminhões Scania

6 China

Scania começa a conquistar seu espaço no maior mercado consumidor do mundo

8 Segurança

Master Driver diminui estatísticas de acidentes na Mina de Pitinga, no Norte do Amazonas

10 Cliente

Normandy adquire pela primeira vez chassis Scania e investe em nova proposta visual para sua frota

12 Ônibus

Projeto K94 chega ao fim com o objetivo de vender 75 ônibus superado em 180%

13 Motor

Festa de São João da cidade baiana de Cruz das Almas recebe energia elétrica de grupo gerador com motor Scania

16 Reportagem de capa

Acordos entre países andinos e o Mercosul podem trazer de volta investimentos às rotas da região

20 Equador

Empresa de transporte rodoviário de passageiros adquire vinte ônibus Scania para renovar sua frota

21 México

Transporte Intermodal Mexicano é premiada como transportadora do ano pela Johnson Controls

22 Marketing

Frotistas de ônibus rodoviários recebem veículos Scania para teste

24 Venezuela

Caminhões Scania abastecem os fornos durante o processo de extração de níquel

25 Pós-vendas

Componentes semicompletos Scania permitem reduzir o custo e o tempo de manutenção dos veículos

26 Argentina

Estaleiro naval Federico Contessi lança ao mar mais um barco com motor Scania

27 Chile

Transportes Tamarugal planeja adicionar mais veículos Scania à sua frota e ampliar atuação na América Latina

28 Gente & Fatos

30 Concurso de desenhos



Emanuel A. P.

Sabores da estrada



A Scania quer conhecer o universo culinário dos motoristas de caminhão de todo o Brasil

Para saber quais pratos fazem parte do dia-a-dia do motorista brasileiro, a Scania está promovendo o "Concurso Scania Receitas da Estrada". O objetivo é receber de todas as partes do País receitas de pratos que os caminhoneiros apreciam em suas casas e comem ou preparam pelas estradas em que viajam.

"Quando o motorista está na estrada pode optar por preparar sua própria comida ou parar nos restaurantes de sua preferência e quando chega em casa saboreia o prato do qual sentiu saudade enquanto viajava. Queremos captar esses três aspectos do universo culinário dos caminhoneiros. Por meio do 'Concurso Scania Receitas da Estrada' pretendemos receber receitas classificadas em duas categorias: receita da estrada e receita da saudade, além de indicações de onde comer quando se está na estrada", explica João Miguel Capussi, gerente de Corporate Relations da Scania.

Para inscrever-se no concurso é necessário preencher o formulário de participação que está encartado nesta edição da revista Rei da Estrada ou que pode ser retirado em qualquer uma das concessionárias da Scania no Brasil. É possível também acessar o site www.scania.com.br, entrar no link "Concurso Scania Receitas da Estrada" e lá preencher os dados necessários.

Será permitido o envio de mais de um formulário de participação por pessoa. Os dados pessoais são de preenchimento obrigatório e a receita deverá conter todas as informações necessárias para a sua execução, como ingredientes, modo de preparo e rendimento. O participante deve também indicar em qual das duas categorias deseja concorrer. O prazo de envio é até o dia 20 de agosto. Há também um campo de preenchimento opcional, para o motorista apontar em qual restaurante ele mais gosta de comer quando está na estrada.

Um júri formado por três profissionais da Scania e um culinário reconhecido será responsável pela seleção das 20 melhores receitas em cada uma das categorias. As finalistas serão degustadas pelo mesmo júri, que premiará três pratos de cada categoria. Os autores das receitas escolhidas ganharão uma visita com acompanhante à fábrica da Scania em São Bernardo do Campo (SP) e kits da marca com agasalhos, mochila, mala, kit de ferramentas, miniaturas e relógio. Os outros finalistas receberão kits Scania com camiseta, bermuda, boné, chaveiro e caneta. (HF)



Um olho nas pistas, outro nos negócios

Roberval Andrade divide sua atenção entre as corridas de caminhão e a transportadora que comanda, a RodoAndrade, cuja frota com por cento Scania acaba de dobrar

A RodoAndrade, especializada no transporte e distribuição de madeira para indústria moveleira e construção civil, adquiriu 11 caminhões Scania novos, modelo R124 com tração 4x2, e aumentou o tamanho de sua frota para 23 veículos, todos da marca Scania.

Há 14 anos no mercado, a transportadora tem uma relação especial com a Scania. Seu proprietário é o piloto de corridas de caminhão **Roberval Andrade**, de 32 anos, que corre pela equipe M. A. Motorsport ao volante de um Scania.

Em 2002, Roberval foi o campeão da categoria e, atualmente, ocupa o segundo lugar na classificação geral.

A compra dos onze veículos faz parte da ampliação da frota da RodoAndrade, que utiliza somente caminhões Scania com idade média de 2 anos. A popularidade conquistada pelo empresário como piloto

tem sido um fator importante para o bom andamento dos negócios. "Ser reconhecido pelo meu desempenho nas pistas ajuda a passar credibilidade junto a novos clientes. É uma troca. A RodoAndrade me ofereceu recursos para que eu entrasse nas corridas e, agora, o esporte abre as portas para a transportadora", explica.

Roberval, que é filho e neto de caminhoneiros, comprou a RodoAndrade em 1990, quando tinha 18 anos. Nessa época, a empresa possuía apenas um veículo. "Antes de começar a correr, batalhei

nove anos para fazer da transportadora uma empresa reconhecida no mercado", conta.

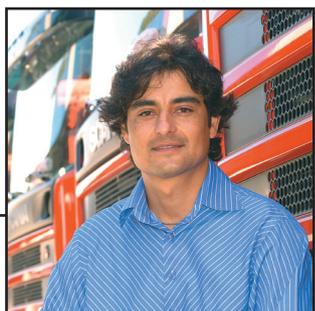
A escolha dos caminhões Scania para

compor a frota da empresa e para competir nas pistas não aconteceu por acaso. "Quando você pensa em Scania o que vem à cabeça é a imagem de um caminhão pesado. Desde quando guiava pelas estradas, tenho afinidade com os veículos dessa marca", afirma Roberval.

Mesmo com os compromissos com o esporte exigindo cada vez mais do seu tempo, Roberval não pensa em desistir do comando da transportadora.

"A RodoAndrade é o meu trabalho. Como no início, continuo acompanhando cada um dos caminhões, mantendo contato com clientes e fornecedores".

A RodoAndrade está sediada na cidade de Santo Anastácio (SP) e opera nos Estados de Mato Grosso, São Paulo e Rio de Janeiro. Além do transporte de madeira, a empresa também atua, em menor escala, na distribuição de cola. (RN)



Uma brecha na muralha

Após anos sob o uma economia fechada, a China abriu as portas para as multinacionais entrarem no país. A Scania, aproveitando essa oportunidade, está conquistando espaço no maior mercado consumidor do mundo

Em 2003, foram comercializados cerca de 250 mil caminhões pesados na China, a maioria de fabricação nacional. Fabricantes japoneses e europeus, entretanto, estão investindo na indústria chinesa de caminhões para conquistar maior participação possível no mercado daquele país. Muitos iniciaram parcerias com empresas locais, têm planos ou já começaram a fabricar caminhões pesados na nação mais populosa do mundo. A Scania escolheu outra estratégia. Os produtos da marca estão sendo exportados para a China e não produzidos no local.

No início deste ano, para incentivar as vendas e se aproximar dos clientes chineses, Mats Harborn, diretor da Scania na China, assumiu as atividades comerciais da montadora no país, substituindo um antigo distribuidor. Também foi aberto um escritório central em Beijing com representação em Xangai, Xiaman e Guangzhou. "No futuro, não excluimos uma fusão com empresas locais, mas sob condições estritamente comerciais", afirma Harborn.

A história mundial jamais registrou um crescimento tão grande

como nos últimos 25 anos da China. Desde 1978, com o reajuste da estrutura econômica, o PIB por habitante quadruplicou. Estima-se que os 10 milhões de veículos em operação no ano de 2000 se transformarão em 25 milhões em 2005. Entre eles estarão 8,7 milhões de caminhões e 7,8 milhões de ônibus.

Mercado promissor – A grande demanda de caminhões pesados verificada recentemente é impulsionada, entre outros motivos, pelos investimentos realizados pelos chineses em infra-estrutura, especialmente na construção de redes rodoviárias. Em 1995, a China tinha 2 mil quilômetros de rodovias, cinco anos depois essa extensão atingia mais de 16 mil quilômetros. Em 2003, foi aprovada a construção de mais de 10 mil quilômetros para ligar os centros urbanos do país às grandes cidades portuárias.

Essas cifras atraem os investimentos de inúmeros fabricantes de caminhões. Entretanto, há riscos como a concorrência e a pressão constante do mercado. Os especialistas do setor acreditam que



Björn Weilandt

dos cerca de 100 fabricantes de caminhões existentes na China atualmente, somente de 3% a 5% conseguirão sobreviver no longo prazo. O mesmo é previsto para acontecer com os 6 mil fabricantes de autopeças instalados na república socialista.

"Nessa situação, é conveniente consolidar primeiro a posição da Scania junto aos transportadores chineses, destacando a superioridade da marca no segmento de caminhões pesados", diz Harborn.

Os caminhões chineses costumavam trafegar por estradas simples a uma velocidade de 40 a 50 quilômetros por hora, com o uso constante do freio e do acelerador. Agora, os caminhões devem estar



Operação segura

Não é só a economia de combustível. Master Driver da Scania busca a melhor condição de trabalho para homens e veículos

Na mina de Pitinga, distante 350 quilômetros de Manaus (AM), a extração de cassiterita, minério base para a produção de estanho, exige muito. Os caminhões operam 24 horas por dia. Os homens chegam a virar turnos de 12 horas.

Quando os primeiros veículos Scania 8x4 começaram a operar por lá, na metade de 2002, o Master Driver da Scania, Mauriti Alves de Oliveira, foi designado para dar o treinamento aos motoristas da SempreViva, empresa de Minas Gerais responsável pela movimentação do minério. Ao chegar, ficou sabendo que seis caminhões haviam tombado em menos de um mês.

“Apesar de os motoristas terem permissão para parar quando estivessem com sono, verifiquei que os tombamentos ocorriam de madrugada. Alguma coisa estava errada”, recorda ele.

Com um pouco mais de convivência, veio a constatação: quem tinha de dormir durante o dia, não dormia. Faltava a conscientização dos motoristas para o trabalho que iriam realizar.

Coube ao Master Driver, com todo o apoio da SempreViva, corrigir hábitos e motivar o comprometimento com a seriedade que o serviço em Pitinga exigia. Em turmas de oito a dez alunos, todos os mais de 70



Valmir Lima

SempreViva passaram a operar melhor o Scania Retarder, freio auxiliar presente em todos os veículos na mina. O desgaste físico da jornada de trabalho tornou-se menor já que há menos necessidade do uso do pedal de freio e das trocas de marcha.

Para Reginaldo Bezerra Alves, engenheiro de segurança da SempreViva, a maioria dos acidentes, principalmente os tombamentos, é causada por falhas do operador ou da operação propriamente dita. "Dificilmente a falha está no veículo ou equipamento, por isso passamos a dedicar atenção especial aos motoristas e à segurança da operação. A reciclagem é fundamental e analisar com os motoristas os históricos dos acidentes também", conta ele.

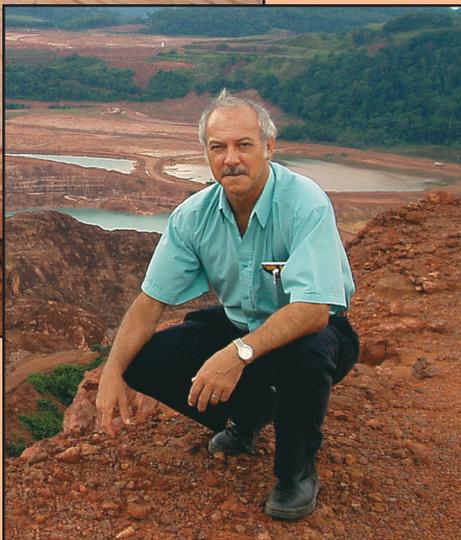
Continuidade – Atualmente, dois instrutores que foram treinados por Mauriti para multiplicar a assessoria aos profissionais da SempreViva

realizam cursos ao longo do ano. As orientações do Master Driver da Scania também foram consideradas pela SempreViva para o mapeamento das rotas dentro da mina. Há placas indicando qual marcha deve ser usada nos trechos mais difíceis.

A operação mais segura em Pitinga foi acompanhada da

diminuição das trocas das lonas de freio, causadas pela quebra dos rebites de fixação, fruto de um vício dos motoristas apontado por Mauriti. Antes, eles freavam bruscamente quando em marcha à ré para descolar a carga grudada na caçamba. Há uma máquina na mina que serve para raspar essa carga, eliminando tal prática.

E, como não podia ser diferente, houve uma redução no consumo de combustível, uma vez que marchas mais adequadas passaram a ser empregadas. Em alguns casos, a economia chegou a 17%. (MJ)



Arquivo pessoal

Comprometimento com a segurança: Master Driver Mauriti colaborou para a conscientização dos operadores de caminhão da mina de Pitinga

motoristas passaram por 16 horas de treinamento.

"Procurei atuar forte no aspecto moral. Sei que não é fácil estar tão distante da civilização e lembrar que há horários a seguir, principalmente na hora de descansar e se preservar para o próximo turno", conta Mauriti.

Com a primeira turma treinada em 2002 e uma segunda em 2003, ele se prepara para voltar a Pitinga ainda este ano e reciclar os motoristas. Desde quando as observações de Mauriti passaram a ser seguidas, não houve mais tombamentos.

Além de valorizar e respeitar as horas de descanso, os motoristas da



Situação ideal de trabalho

A Scania trouxe o Programa Master Driver para o Brasil em 1998, junto com o lançamento dos caminhões da Série 4. Atualmente, há uma equipe de profissionais da própria fábrica dedicada aos treinamentos de grandes grupos e a maioria das concessionárias também conta com um desses profissionais à disposição para o atendimento regular.

Os cursos reúnem aulas teóricas e práticas, com duração média de dois dias. A didática consiste em observar a operação de cada motorista, identificando pontos a serem melhorados. Na abordagem teórica, as correções são propostas e, na segunda oportunidade prática, as melhorias são confirmadas.

Os resultados mais expressivos dos cursos estão na maior economia de combustível, que chega às vezes a 20%, e na utilização adequada dos recursos do veículo. Entretanto, é responsabilidade do Master Driver zelar por uma operação segura dos veículos, atuando até no comportamento dos alunos.

A preocupação com segurança é mais notada em operações de mineração devido às condições de trabalho serem, normalmente, muito severas. Nesses casos, o Master Driver tem como prioridade a eliminação dos riscos de acidentes operacionais.

Desde novembro de 1999 até maio de 2004 mais de 10 mil motoristas foram treinados pelo Programa Master Driver. Aproximadamente a metade deles foi treinada pela equipe própria da Scania.

Dança das cores



Com uma nova proposta de comunicação visual, a Viação Normandy muda a pintura de seus ônibus e, pela primeira vez, adquire chassis Scania

Tipo de arte que utiliza, em sua elaboração, um reduzido número de temas ou elementos, valorizados por sua repetição com pequenas alterações, ou isolamento contextual. A definição dada por Aurélio Buarque de Holanda para a palavra “minimalista”, no Novo Dicionário Aurélio da Língua Portuguesa, traduz muito bem o conceito utilizado na recente pintura aplicada nos veículos da Normandy e da Útil, empresas do grupo Guanabara, do empresário Jacob Barata.

Com formas simples e usando as cores verde-limão, azul, rosa, lilás e turquesa, as duas empresas inovaram o conceito de comunicação visual em ônibus rodoviários e mudaram o layout da pintura dos

veículos que fazem parte de suas frotas. As cores variam conforme o tipo de serviço prestado, que em alguns casos foram rebatizados. O Convencional virou Clássico e passou a ser identificado pela cor azul; o Executivo agora se chama Plus e tem a cor turquesa; o Leito manteve o nome, mas ganhou nova pintura na cor verde-limão.

Boa Imagem – Renato Monteiro, diretor operacional da Normandy, explica que a nova pintura dos veículos marca um período de mudanças para a Normandy e a Útil. “Nossa intenção foi padronizar as pinturas das empresas. É uma nova proposta para o transporte rodoviário, que inclui além das alterações



Wallace Feltoso

visuais, treinamentos intensivos tanto na área operacional quanto comportamental. Dessa maneira, mantemos a filosofia do grupo que é oferecer um serviço diferenciado e com qualidade”.

O recente projeto visual utiliza o conceito de tom sobre tom e um único componente gráfico em pintura metálica. Alguns detalhes coloridos e na cor branca também foram aplicados na frente e na traseira das carrocerias.

O arquiteto e designer Carlos Ferro, junto com suas filhas Mariana e Chiara, foi o responsável pelo projeto. Pioneiro no ramo de design de pintura para ônibus, Ferro afirma que a simplicidade nas formas e as cores diferenciadas ajudam a dimi-

nuir a poluição visual nos grandes centros e criam uma identidade visual marcante para a empresa.

Renovação – “Hoje, com a grande quantidade de informações que é oferecida, a identidade visual de uma empresa dura menos. É interessante sempre modernizar, reunindo a boa imagem dos produtos aos bons serviços prestados”, diz.

Também como parte das ações para renovar sua frota, a Normandy acaba de adquirir, pela primeira vez, seis chassis Scania modelo K94 IB4x2 e um K124 IB6x2. Os ônibus estão equipados com ar-condicionado, geladeira, toailete e DVD. Já estão caracterizados com a nova pintura e vão percorrer

aproximadamente 240 quilômetros cada, na linha Rio de Janeiro (RJ) – Valença (RJ), transportando cerca de 72 mil passageiros por mês.

O primeiro contato da viação carioca com a montadora sueca aconteceu no final de 2002. Na ocasião, a Scania disponibilizou para a Normandy um veículo K124 IB6x2 para teste por um período de um ano. No início de 2004, durante a passagem pela cidade do Rio de Janeiro do Projeto K94, ação de marketing promovida pela área de Vendas de Ônibus da Scania, as duas empresas fecharam negócio.

“Incluir a viação Normandy na relação de clientes Scania foi uma importante conquista. A empresa era uma tradicional compradora de produtos da concorrência”, comemora Wilson Pereira, gerente executivo de Vendas de Ônibus da Scania. (RN)

Entre cariocas e paulistas

Fundada há 42 anos, no dia 25 de fevereiro de 1962, a Viação Normandy do Triângulo atua nos segmentos de transporte de passageiros rodoviário e urbano, fretamento e turismo. Com sede na cidade do Rio de Janeiro e pontos de apoio em Santos (SP), Mogi das Cruzes (SP), São Sebastião (SP), Vassouras (RJ), Valença (RJ), Paty do Alferes (RJ) e Paracambi (RJ), a Normandy atende às regiões das serras do sul fluminense, da baixada santista e do litoral sul de São Paulo.

A frota de 127 veículos, com idade média de 3 anos cada, chega a transportar mais de 15 mil passageiros e roda uma média de 115 mil quilômetros por mês.

Com investimentos na qualidade dos serviços e no treinamento dos funcionários, a empresa é a única no segmento de transporte de passageiros a ter recebido o Prêmio Qualidade Rio, entregue pelo governador do Estado, em novembro de 1998.

Além das expectativas

Depois de percorrer todas as regiões brasileiras, o Projeto K94 chega ao fim deixando a Scania em primeiro lugar no segmento de ônibus rodoviários de curtas distâncias

Foram quatro meses de estrada, mais de 22 Estados brasileiros visitados e um resultado bem positivo: 210 unidades vendidas e novos clientes conquistados. Lançado pela Scania em fevereiro deste ano para inserir a montadora no mercado de fretamento, transporte intermunicipal e turismo, o Projeto K94, que tinha como meta a comercialização de 75 unidades, superou as expectativas e ajudou a montadora a assumir a liderança do segmento no primeiro semestre de 2004.

A empreitada começou na fábrica da Scania, em São Bernardo do Campo (SP), quando três ônibus modelo K94 IB4x2NB, com carrocerias Comil, Caio e Marcopolo partiram para as capitais do Rio de Janeiro, Minas Gerais e Bahia. Depois, seguiram por rotas distintas, visitando clientes e empresários pelos quatro cantos do Brasil. Antes mesmo da metade do projeto, já haviam sido vendidos 10 vezes mais veículos que em 2003, quando foram comercializadas 16 unidades do K94.

Novos clientes – Para conseguir um aumento de cerca de 180% nas vendas, a Scania readequou o preço do produto em 15%, mas mesmo com a redução, manteve a lucratividade. “Produzimos um lote fechado do modelo K94 e obtivemos a escala necessária para a expressiva redução de preço, sem abrir mão das principais características do veículo”, explica Wilson Pereira, gerente executivo de Vendas de Ônibus da Scania no Brasil.

Como exemplos das importantes vendas realizadas destacam-se a Via-

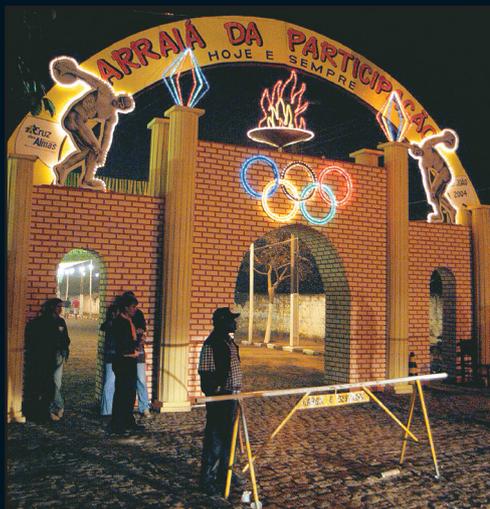


ção 1001 (RJ), com a compra de 40 unidades; a Guerino Seiscento (SP), com 20 unidades; a Cidade do Aço (RJ), com 16 unidades; a Viação São João de Cachoeira do Sul (RS), com 4 unidades; e a Santana-São Paulo (BA), com três unidades.

O Projeto K94, além de fortalecer a marca Scania e inseri-la no segmento de ônibus rodoviário para curtas distâncias, ajudou a montadora a abrir as portas

para venda de outros modelos, como o K124, e a se aproximar de clientes que antes adquiriam produtos da concorrência, como a viação carioca Normandy, que comprou seis unidades do K94. “Cerca de 50% dos clientes conquistados durante o Projeto K94 nunca haviam comprado ônibus Scania ou estavam afastados da marca há muito tempo”, afirma Pereira. (RN)

A energia de São João



Arraial de Cruz das Almas (BA) recebe energia elétrica de grupo gerador equipado com motor Scania



É São João e o Nordeste brasileiro é uma festa só. Bandeirolas e balões dão cor às ruas das cidades do interior. Fogueiras estão montadas na

frente de cada casa e os barracões armados. De longe ouve-se o som rouco da sanfona, a batida forte da zabumba e o tilintar do triângulo. O arrasta-pé rola solto e para entrar na dança é só escolher o arraial.

No recôncavo baiano, o de Cruz das Almas é destaque nacional. A cidade que é reconhecida por seus "espadeiros" promove no feriado de São João sete noites de shows com músicos do contexto nordestino ou famosos no País inteiro, que se apresentam em um palco montado na praça de eventos da cidade. Ao



Fotos: Roberto Furado

redor, barracas comandadas pelos próprios munícipes comercializam desde artesanatos locais a comidas nem tão juninas assim, como pizza e cachorro- quente. Nesse espaço o forró é dançado por quem é da cidade e também por pessoas que vêm de outras partes da Bahia ou de outros Estados brasileiros.

A festa começa por volta das 21 horas, mas só esquenta mesmo depois das 23. Que horas termina? Muito provavelmente,

Dia e noite: população que mantém a tradição da quadrilha durante o dia nas periferias da cidade segue à noite para o "arraial" (foto maior)



depois que o sol nascer. Mas até aí, alguns quilowatts de energia elétrica foram necessários para iluminar todo o arrasta-pé. A responsabilidade de gerar energia para o arraial de Cruz das Almas, pelo terceiro ano consecutivo, é de A Geradora, empresa de Salvador que desde 1989 aluga grupos geradores para eventos, indústrias e estabelecimentos comerciais.

Geradores em ação – Este ano, foram disponibilizados na cidade dois grupos geradores de 180 kVA para a geração de energia para o palco (iluminação e som). Um terceiro com a mesma capacidade permaneceu de prontidão para qualquer emergência. Um quarto gerador, de 300 kVA, equipado com motor Scania de 11 litros ficou responsável pela geração de 50% da energia necessária para a realização da festa, abastecendo as mais de 200 barracas de bebidas e comidas e a seção principal, local onde as pessoas assistem aos shows. Somando a capacidade de todos os geradores o arraial contava com quase 1.000 kVA, o que daria para iluminar uma vila com 2.500 moradores.

“A utilização de grupos geradores em Cruz das Almas faz parte da



Ricardo Chaves e grupo Menina Faceira apresentam-se em palco iluminado por grupo gerador de A Geradora

profissionalização da nossa festa de São João. Durante os cinco dias do feriado a população da cidade, que é de 59.000 habitantes, ultrapassa a marca de 100.000 pessoas”, explica Jailton Barros, da secretaria de energia de Cruz das Almas e responsável pelo projeto de suprimento de energia elaborado para a festa de São João da cidade.



A dona da fonte

A Geradora atua no mercado de locação de equipamentos desde 1989. Com matriz em Salvador (BA) e filiais em Dias d'Ávila (BA), Itabuna (BA), Aracaju (SE), Fortaleza (CE), João Pessoa (PB), Maceió (AL), Recife (PE) e Goiânia (GO), a empresa atua nas regiões Nordeste e Centro-Oeste do País.

Hoje, a maior concentração de atividades de A Geradora está nos segmentos industrial e petroquímico. A empresa atua também nos setores de eventos, construção, comércio, telecomunicações, mineração e hospitalar. Atualmente, A Geradora conta com 600 grupos geradores, dos quais 50 – os de maior porte – estão equipa-



dos com motor Scania. A responsável pela venda desses produtos é a concessionária Scania Moveva, de Salvador. “A vida útil é o maior destaque dos motores Scania. Sua robustez permite que os nossos grupos geradores mais antigos (com cerca de 15 anos de idade), funcionem como quando foram adquiridos. Além disso, a facilidade de manuseio simplifica o trabalho em lugares afastados, onde pessoas não instruídas operam nossos equipamentos”, afirma **Enilson Moreira**, sócio-proprietário de A Geradora.



Com o crescimento da população, aumenta a demanda por energia elétrica fornecida pela COELBA (Companhia de Energia Elétrica da Bahia). Para diminuir o risco de sobrecarga e não faltar energia elétrica nas casas, hotéis e pousadas, nem no arraial, a instalação de grupos geradores para suprir o evento foi a melhor solução encontrada.

“Garantimos a continuidade do evento, sem riscos dos sobressaltos que podem acontecer com a energia gerada pela rede de abastecimento, e conseqüentemente não prejudicamos as outras atividades abastecidas por ela”, acrescenta Barros.

Apesar de acompanhar automaticamente a variação de carga, os grupos geradores são monitorados dia e noite por três operadores de A Geradora, que em caso de emergência colocam o equipamento que está de prontidão para trabalhar. Movidos a diesel, os geradores permanecem

ligados 24 horas por dia e são reabastecidos de duas a três vezes nesse período.

Com o feriado de São João alguns setores que utilizam grupos geradores diminuem o ritmo de atividades e a Geradora transfere equipamentos e pessoal para os eventos comemorativos. Só neste ano, a empresa foi responsável pela geração de energia em cerca de 30 arraiais nordestinos.

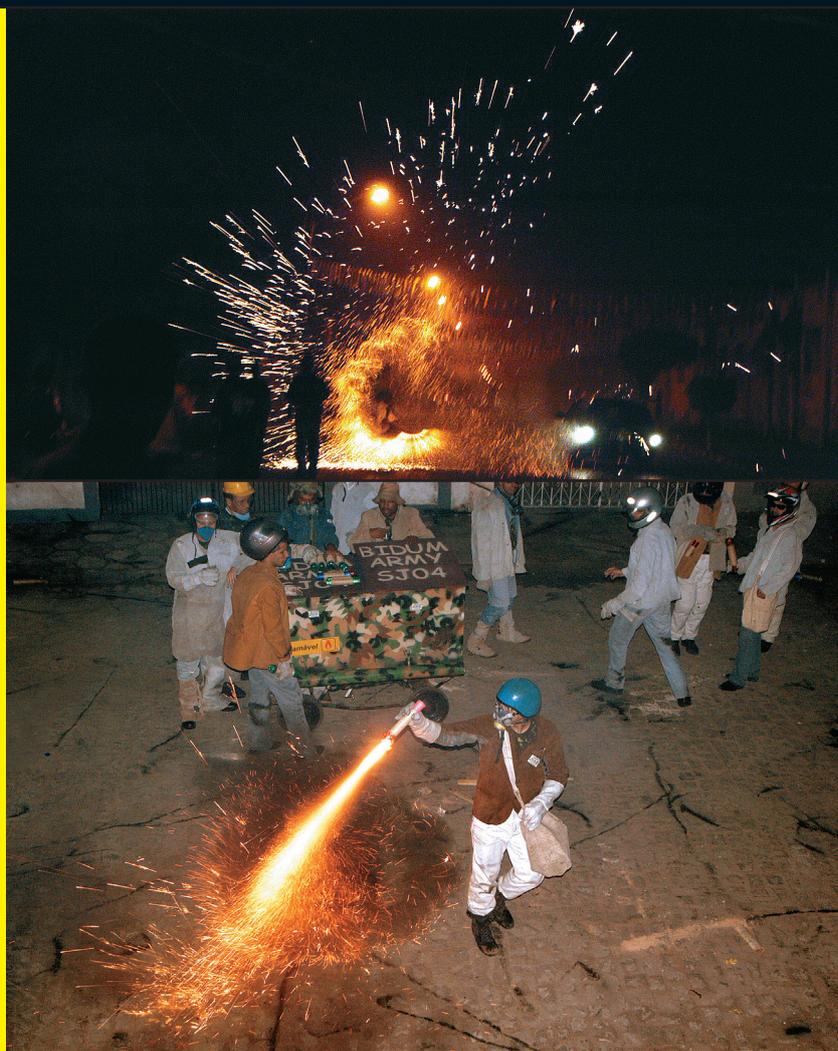
“O mercado de geração de energia para eventos tem crescido muito. Os empresários compreenderam que o custo-benefício proporcionado por um grupo gerador é maior quando comparado à montagem de uma estrutura ligada à rede normal de abastecimento. Hoje, a energia elétrica gerada por um gerador é mais confiável e estável”, afirma Edilson Moreira, sócio-proprietário de A Geradora.

O valor aproximado do aluguel de um grupo gerador é de R\$ 1.800 por dia. Em Cruz das Almas, todos os custos com esse serviço são absorvidos pela prefeitura. “Entendemos que livrando os responsáveis das barracas de mais esse gasto as preocupações voltam-se para os produtos vendidos e para os serviços prestados no evento”, diz o prefeito da cidade, Dr. Raimundo Jean.

Energia e emprego – Hoje, os festejos para São João são encarados em Cruz das Almas como geradores de renda e emprego. Em cinco dias de trabalho um cidadão pode tirar até R\$ 2.500 em um barraca do arraial. A população também ganha com a recepção dos turistas em pousadas, hotéis e restaurantes, muitas vezes montados somente para os dias do evento, e também com a produção e venda das tradicionais espadas. A essa hora os preparativos para a festa do ano que vem já começaram.

Na Bahia, além do arraial de Cruz das Almas, os de Amargosa, Piritiba e Senhor do Bonfim são grandes e famosos. O “mega” São João de Campina Grande, na Paraíba, é considerado o melhor do mundo, enquanto Caruaru, em Pernambuco, e Sergipe, também entram na disputa pelo título de “melhor São João do Brasil”.

Por Helen Faquinetti, de Cruz das Almas (BA)



Tradição de coragem

Produzida com bambu enrolado com barbante e cerol e recheada de barro com pólvora adicionada à limalha de ferro, a espada é uma espécie de símbolo do São João de Cruz da Almas (BA). Com 25 centímetros de comprimento e um diâmetro equivalente ao de uma lata de refrigerante, ela tornou a cidade reconhecida no País inteiro.

De longe, a guerra com a espada se transforma em espetáculo. De perto, o perigo do fogo assusta. Quando acesa, o barulho é ensurdecedor. As centelhas faíscam no chão e as fagulhas voam para o alto. Elas fazem reviravoltas loucas no ar e voltam para a terra seguindo direções diversas. O povo conta que a espada sente-se atraída por aqueles que têm medo e resolvem correr. Os mais corajosos vão em direção a elas, querendo pisá-las para ter o orgulho de ver aos seus pés a origem de tanto fogo.

Quem mantém a tradição são os espadeiros. Eles se vestem dos pés à cabeça com roupas de couro, capacete e máscara. Em times “saem dos quartéis gerais rumo as guerras” que acontecem nas ruas das cidades. A guerra é contra a espada, e não contra o time adversário. Na praça principal da cidade um grupo de veteranos faz uma curiosa exibição na tarde de 24 de junho, dia de São João. Em casas protegidas com telas, os moradores apreciam a batalha. Aí nota-se que as espadas de fogo são temidas por muitos, amadas por poucos, porém respeitadas por todos.

As 200 mil espadas produzidas por ano são utilizadas por um total de cinco mil espadeiros. Calcula-se que uma dúzia delas custe em média R\$ 50. Para diminuir as estatísticas de feridos e queimados, a prefeitura de Cruz das Almas tem restringido a prática a determinadas ruas da cidade e os espadeiros têm de se cadastrar na Polícia Civil.



Sem fronteiras

Motivados por acordos entre o Mercosul e a Comunidade Andina, que prometem aumentar a circulação de matérias-primas e bens de consumo na região, empresas como o Expresso Araçatuba, pioneiro no transporte de mercadorias entre o Brasil e os países banhados pelo Pacífico, voltam a investir em veículos e novas rotas



Futuro promissor: caminhões brasileiros cruzam o continente integrando diversos mercados

Está em pauta. Conscientes de que em um mundo globalizado é fundamental fortalecer as relações comerciais na região para não perder espaço nos grandes blocos econômicos, os líderes dos países da América do Sul têm marcado os últimos meses com reuniões e vêm imprescindível a integração regional. A aproximação comercial dos dois blocos, o Mercosul e a Comunidade Andina (CAN), fica na pendência de detalhes para se concretizar. O primeiro reúne Argentina, Brasil, Paraguai e Uruguai; o segundo, Bolívia, Colômbia, Equador, Peru e Venezuela.

A Argentina exerceu até o início de julho a presidência rotativa do Mercosul e seu secretário de Relações Econômicas Internacionais, Martín Redrado, tem informado que mais de 80% do comércio entre esse bloco econômico e a CAN serão liberados em dez anos devido a acordo previsto para entrar em vigor em agosto. Os cerca de 20% restantes do comércio entre os dois blocos, que envolvem produtos protegidos, serão liberados em quinze anos. Isso significa que a maior parte do comércio entre o Mercosul e a CAN ficará livre de tarifas em 2014, e o resto em 2019.

O comércio entre os dois blocos sul-americanos totalizou US\$ 5,346 bilhões em 2003. Houve um déficit para a CAN de US\$ 2,856 bilhões como resultado de exportações ao Mercosul no valor de US\$ 1,245 bilhão e importações de US\$ 4,101 bilhões, segundo estatísticas dos próprios países andinos.

Balança equilibrada – Depois de fechado o acordo, essa realidade tende a mudar. Como exemplo, o ministro das Relações Exteriores do Brasil, Celso Amorim, citou que vai promover, pela primeira vez, a importação de produtos desses países. Segundo suas declarações, não há dúvidas de que haverá integração na América do Sul.

Mesmo que as barreiras comerciais entre os países do continente sul-americano caíam, algo que os diplomatas são unânimes em dizer



Renato Merini

“Esse ano, pretendemos retomar nossa rota São Paulo/Lima/São Paulo, buscando os volumes anteriores por meio de alianças estratégicas com parceiros internacionais. Certamente, a assinatura de acordos entre os países do Mercosul e da Comunidade Andina proporcionará aumento da circulação de produtos e manterá os volumes transportados”

**Oswaldo Dias Castro Jr.,
diretor geral do Expresso Araçatuba**

é que a falta de infra-estrutura em transportes será ainda um grande problema. Iniciativas para melhorar tal deficiência são raras e ações pioneiras, como a do Expresso Araçatuba, transportador de cargas de São Paulo (SP), que atua nas principais rotas da América do Sul, merecem destaque. A empresa criou o Projeto Pacífico, que tem viabilizado a ligação rodoviária entre o Brasil e o Oceano Pacífico por meio de rotas pouco exploradas na região Centro-Oeste e Norte do País.

“O objetivo inicial do Projeto Pacífico era a aproximação do Brasil com as oportunidades que a Ásia oferece, principalmente a China,

meta que com certeza se justificará em médio ou longo prazo. Ainda, há um resultado já conquistado pelo projeto: a integração das regiões Centro-Oeste e Norte do Brasil com a Bolívia, Chile, Argentina, Paraguai e Peru, trazendo uma alternativa de desenvolvimento para essas regiões”, afirma Oswaldo Dias Castro Jr., diretor geral do Expresso Araçatuba.

De olho no futuro e com a intenção de retornar aos volumes alcançados anteriormente pelo projeto, o Expresso Araçatuba adquiriu, recentemente, dois caminhões Scania EVolução novos, modelo R124 GA4x2, equipados com motor eletrônico de 400 cavalos. Os veículos atuarão a partir deste semestre nas rotas com destino ao Pacífico.

A Scania volta, assim, ao Projeto Pacífico, pois foi justamente com veículos da marca que, em 1995, o Araçatuba iniciou as operações nessas rotas. Na época, diversas caravanas foram realizadas para levantamento de dados sobre os percursos possíveis na região.

O começo – Quando as sementes foram lançadas, transpor os Andes e seus mais de 7.500 quilômetros era o maior desafio. Dizem que a cordilheira reage contra intrusos. E parece verdade. Em altitudes próximas aos cinco mil metros (Brasília, a mais alta capital brasileira, está a 1.172 metros) há pouco oxigênio. A pressão atmosférica cai. As pessoas têm dor de cabeça e náuseas. Os caminhões, sem oxigênio suficiente para misturar ao diesel, começam a ter seu rendimento alterado. Mas o Expresso Araçatuba provou que era possível transportar mercadorias brasileiras em caminhões até portos do Pacífico e assim baratear o custo do transporte para os produtores do norte do País que exportam para a região andina e a Ásia.

A primeira rota para a Bolívia foi criada em junho de 1998. A operação Araçatuba-Bolívia nasceu com a intenção de atender à demanda de fretes com origem no Brasil e destino a todo o território boliviano, norte do Chile e Peru. O percurso



Marcelo Vigneron

começou em Rio Branco (AC), até Matarani no Peru, passando por Cuzco e pela rodovia Panamericana até Lima. De lá, subiu para La Paz, na Bolívia, retornando ao Brasil por Porto Velho (RO). Foram 42 dias de viagem e um total de 12 mil quilômetros.

Nessa mesma época, o Expresso Araçatuba lançou também o serviço de transporte de cargas fracionadas e lotações na rota São Paulo/ Buenos Aires/ São Paulo, consolidando e distribuindo cargas pelos principais pólos industriais do Brasil e da Argentina.

Altos e baixos – Em 2001, a empresa instituiria sua primeira rota comercial regular do Pacífico, fazendo São Paulo/Lima/São Paulo com base na demanda reprimida de mercados brasileiros específicos, carentes de soluções de transporte que oferecessem uma relação custo/benefício favorável.

Até meados de 2003, essa rota possuía uma demanda estável de aproximadamente 20 embarques mensais, principalmente durante o período da crise Argentina. Todavia, o tempo de trânsito entre São Paulo e Lima estava acima do desejado por entraves burocráticos nas diversas fronteiras transpostas ao longo da rota. Os custos operacionais atingiram o pico, motivados pela grande elevação do preço do óleo diesel.

Com a deflagração da crise política na Bolívia (país de trânsito da rota) e a recuperação da Argentina, a empresa se viu impelida a rever suas operações nessa rota, reduzindo os embarques regulares a uma viagem semanal e atendendo demandas pontuais de clientes especiais. Houve uma redução de quase 50% no volume de operações na rota de Lima.

“Esse ano, pretendemos retomar nossas operações na rota São Paulo/Lima/São Paulo, buscando os volumes anteriores por meio de alianças estratégicas com parceiros

Desbravadores:
caminhões Scania do Expresso Araçatuba foram pioneiros em cruzar rotas rumo ao Pacífico

internacionais que poderão reduzir custos e tempo de trânsito. Certamente, a assinatura de acordos entre os países do Mercosul e da Comunidade Andina proporcionará um aumento gradativo da circulação de produtos entre os países da região e manterá os volumes transportados", prevê Castro Jr.

A mais recente conquista do Expresso Araçatuba para o transporte de mercadorias entre Brasil e os países banhados pelo Oceano Pacífico foi a da permissão para transportar cargas até o norte do Chile, cruzando a Bolívia. O Araçatuba já possuía um acordo de trânsito com a Argentina para levar cargas até Santiago e região. No caso do norte do Chile, mais especificamente para as cidades de Arica e Iquique, era necessário cruzar a Argentina, passar por Santiago e percorrer mais 2,5 mil quilômetros. Agora, com essa nova permissão, as cargas serão despachadas do Centro-Oeste brasileiro, passando pela Bolívia e seguindo direto para o destino. A nova rota diminui, em média, quatro dias de viagem.

Burocracia – Para Castro Jr. a conquista de permissões ainda é um processo burocrático que dificulta o comércio entre os países da região e limita a atuação das empresas que transportam cargas. Questões comerciais de geração de cargas não são os únicos empecilhos para a circulação de mercadorias na América do Sul. Mesmo com a perspectiva de integração, o cruzamento das fronteiras da região ainda vira polêmica facilmente.

Recentemente, sob a alegação de que o trânsito irrestrito de veículos de carga estrangeiros causa prejuízo em função do aumento dos custos de manutenção da infra-estrutura do país, a Argentina ameaçou baixar uma resolução drástica restringindo a um único corredor rodoviário todo o tráfego dos caminhões que fazem o comércio bilateral entre Brasil e Chile. Com a medida, o trajeto que liga Santiago, no Chile, à Uruguiana, no Rio Grande do Sul, aumentaria de 1,85 mil para 3,9 mil quilômetros. (HF)

Emanuel A.P.



Crescimento programado

Fundado em 1952, o Expresso Araçatuba presta serviços de transporte rodoviário e aéreo de cargas nas regiões Centro-Oeste e Norte do Brasil, e nas rotas da América do Sul. Com uma frota aproximada de 600 veículos, a empresa acaba de renovar os caminhões que atuam em seu Projeto Pacífico, adquirindo dois novos cavalos-mecânicos Scania R124 GA4x2 da linha Evolução, como parte de um investimento total de R\$ 13,8 milhões. A renovação completa envolveu a compra de 123 veículos. Somente da marca Scania, foram 34 cavalos-mecânicos, com investimento de R\$ 7,4 milhões.

"Precisávamos renovar nossa frota e ampliar a quantidade de caminhões para atender ao crescimento dos negócios da empresa e assegurar a liderança em nossa área de atuação", explica Oswaldo Dias Castro Jr., diretor geral do Expresso Araçatuba.

Segundo ele, a escolha pelos veículos Scania foi baseada em fatores técnicos e de custo/benefício. O caminhão da marca demonstrou o melhor resultado nos fatores economia de combustível, tecnologia agregada, menor custo de manutenção, menor quantidade de paradas, valor de aquisição e valor de revenda. Também, o fato de a marca oferecer ampla rede de concessionárias espalhada pelo Brasil e pela América Latina foi determinante.

"Concretizamos uma reaproximação com o Expresso Araçatuba, oferecendo o produto mais adequado tecnicamente para as operações de longa distância da empresa, que teve como parâmetro a excelente performance de veículos Scania que acumulam mais de 10 anos de serviço e 1,5 milhão de quilômetros rodados cada um", comentou Christopher Podgorski, diretor geral da Unidade de Vendas e Serviços da Scania no Brasil.

Os outros 32 caminhões Scania adquiridos, modelo P114, de 330 cavalos de potência, serão utilizados nas rotas expressas para Brasília (DF), Campo Grande (MS), Goiânia (GO), Cuiabá (MT), Manaus (AM), Porto Velho (RO), Rio Branco (AC) e Belém (PA). Eles também atuarão nos destinos internacionais para Argentina e Chile, além de participar da exploração de novas rotas, como Cuiabá-Santarém, prevista para setembro deste ano.

Entre dois hemisférios

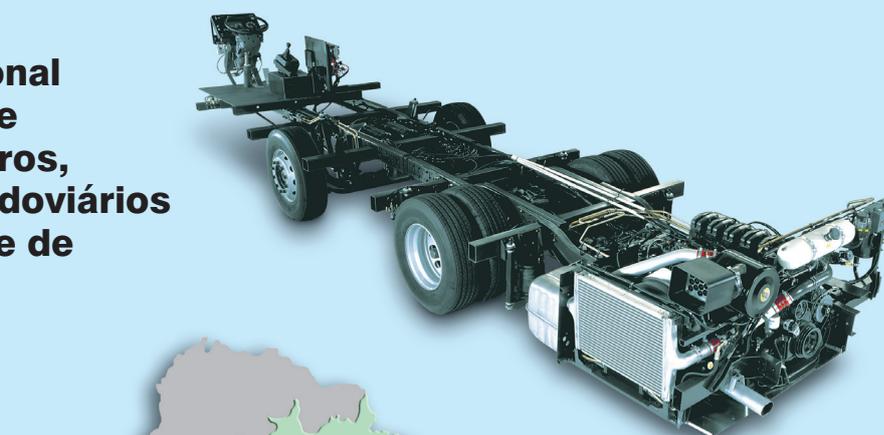
Rutas Orenses, tradicional empresa equatoriana de transporte de passageiros, adquire vinte ônibus rodoviários Scania K124 como parte de renovação da sua frota

Próximo às águas do Oceano Pacífico, no extremo oeste da América do Sul, vinte ônibus Scania, modelo K124 IB4x2NB, estão prontos para entrar em operação e transportar passageiros por duas rotas distintas, de aproximadamente 200 quilômetros cada, ligando a cidade de Machala até Guayaquil e Cuenca, em percursos que duram cerca de três horas.

A compra faz parte da recente modernização dos veículos da Rutas Orenses, tradicional empresa equatoriana de transporte de passageiros. Os ônibus, com motores traseiros e capacidade para transportar 42 pessoas, estão equipados com pára-brisas panorâmicos, ar-condicionado, toailete e televisores.

“Os veículos com motores traseiros quebram um paradigma no segmento de ônibus rodoviário no Equador, já que o mercado equatoriano é conhecido pela preferência por motores dianteiros. A escolha feita pela Rutas Orenses representa uma nova tendência. Produtos de alta tecnologia e com motor traseiro”, afirma Edson Mattos, gerente de Vendas da Scania para os Países Andinos.

Antes de chegar ao Equador, os vinte veículos percorreram mais de 6.000 quilômetros, por via terrestre, partindo da encarroçadora Comil, na cidade de Erechim (RS). Como parte



Arquivo Scania



tato, ainda durante a estadia no Brasil, os 22 sócios alugaram um ônibus Scania para visitar o Rio de Janeiro.

“Tivemos logo no primeiro contato uma ótima impressão sobre os ônibus Scania. Durante a viagem para o Rio de Janeiro, o veículo teve um bom desempenho. Foram esses fatores que nos levaram a escolher veículos da marca para a renovação de nossa frota”, declara Luis Ángel Pacheco Ramón, presidente da Rutas Orenses. (RN)

dos serviços de pós-venda, os motoristas da Rutas Orenses participarão de um treinamento de 16 horas do programa Master Driver. “O foco do treinamento será mostrar aos motoristas como tirar o melhor rendimento possível do veículo”, afirma Mattos.

A aproximação entre a Rutas Orenses e a Scania começou durante a Expobus, feira de exposição de fabricantes de ônibus realizada em 2001, em São Paulo. Após esse primeiro con-



Divulgação

Mercadoria na hora certa



Foto: cortesía Autotransporte 2000-1

Premiada como transportadora do ano pela Johnson Controls, a Transporte Intermodal Mexicano prepara-se para novos desafios no setor

A zona da fronteira entre o México e os Estados Unidos é estratégica para os transportadores de cargas mexicanos. Para se manter no mercado, é necessário ter qualidade, entregar a mercadoria no tempo certo e, sobretudo, dispor de veículos ideais. A TIMSA, Transporte Intermodal Mexicano, especializou-se na entrega de mercadorias a qualquer hora do dia, tornando-se cada vez mais competitiva.

"A responsabilidade da TIMSA é realizar bem todas as entregas. Essa missão está sendo cumprida com sucesso e cada colaborador da empresa tem participação nos bons resultados obtidos até o momento", explica José Antonio Ramos Moreno, diretor geral da TIMSA.

O principal segmento de atuação da TIMSA é o traslado de mercadorias de importação e exportação. Com 50 caminhões,

sendo 15 da marca Scania, a empresa oferece serviço especializado em sua área de atuação, que corresponde às regiões de Saltillo, Torreón e Laredo, destino de 70% das viagens. Cada veículo percorre, em média, 15 mil quilômetros por mês, totalizando 180 mil quilômetros anuais.

Melhor do ano – Como reconhecimento aos serviços prestados, a TIMSA recebeu pela primeira vez o prêmio de "Carrier of the year", da empresa Johnson Controls, um dos mais importantes fornecedores automotivos internacionais, que abastece a fábrica da General Motors em Ramos Arizpe, Coahuila. "Esse prêmio é de toda a companhia. Muitos dos caminhões que prestam serviço à Johnson Controls são Scania", comenta Fernando Fuerte Herrán, subdiretor da TIMSA.

A Johnson Controls analisou as operações de transporte em relação à pontualidade, entregas no tempo certo e entregas completadas para conceder o prêmio. Herrán explica que a TIMSA opera com tempos controlados porque sabe da importância das mercadorias e matérias-primas transportadas. "Temos que ser competitivos e para isso o suporte de fornecedores como a Scania é fundamental".

A TIMSA tem planos de continuar crescendo dentro do seu segmento. Também está analisando a possibilidade de incorporar mais unidades Scania à sua frota. "A relação entre TIMSA e Scania tem sido profissional. Estamos convencidos do produto e suas qualidades", afirma Fuerte Herrán.

Por Marco Hernández G., do México

Posto à prova

Scania coloca à disposição de frotistas de ônibus rodoviários veículos da marca para demonstração dinâmica

Um mercado totalmente regulamentado. Esse é hoje o cenário no qual as empresas de transporte rodoviário de passageiros do Brasil atuam. Linhas bem definidas, ônibus adequados a cada tipo de viagem, serviços especiais para clientes cada vez mais exigentes. Destaca-se mais quem tem a oportunidade de conhecer melhor seus fornecedores e pode selecionar bem seus parceiros.

Com base nessa realidade e com o objetivo de conquistar novos clientes, a Scania tem proposto para alguns grandes frotistas do segmento, que nunca compraram ou que deixaram de comprar veículos da montadora, testar um produto da marca personalizado. Isso quer dizer que o cliente em potencial tem a oportunidade de avaliar um ônibus Scania projetado especialmente para a atividade que desenvolve e tirar suas próprias conclusões a respeito do produto.

A Expresso Brasileiro, a Viação Garcia e a Viação Águia Branca são os exemplos mais recentes de frotistas que aderiram à proposta da Scania. Cada uma delas recebeu um veículo cedido em regime de comodato com contratos que duram de seis meses a um ano. No período, todos os gastos com manutenção e seguro e também



Expresso Brasileiro

O nome veio em 1981, mas a compra de três ônibus usados em 1979 é a origem da Expresso Brasileiro. De lá para cá a empresa do bairro do Ipiranga, em São Paulo, adquiriu outras frotas e possui hoje 250 veículos. As principais linhas da Expresso Brasileiro, que atua nos Estados do Rio de Janeiro e São Paulo, são a ponte Rio-São Paulo e a ligação das cidades de São Paulo e Santos.

com o treinamento de Master Driver para os motoristas que guiarão os veículos são cobertos pela montadora.

A paulista Expresso Brasileiro passou a contar em sua frota com um ônibus Scania K124 IB8x2, equipado com motor de 420 cavalos e carroceria double-decker com pintura especial, da encarroçadora gaúcha Marcopolo. O veículo top de linha, que está equipado também com Scania Retarder e freios ABS, atuará na linha que liga as cidades de São Paulo e Rio de Janeiro e também realizará viagens entre São Paulo e Santos.

A Viação Garcia, de Londrina (PR), que atua nos Estados do Paraná, São Paulo, Santa Catarina, Rio de Janeiro, Minas Gerais e

Mato Grosso do Sul e conta com uma frota de mais de 500 ônibus, recebeu para o teste um Scania K124 IB6x2, com motor de 360 cavalos e carroceria Marcopolo. O veículo, que possui 42 lugares, irá atuar na rota São Paulo – Londrina.

Bons resultados – Com uma frota de 770 veículos, a Viação Águia Branca transporta aproximadamente 16 milhões de passageiros por ano pelas regiões Sudeste, Norte e Nordeste do País. A empresa recebeu um ônibus do mesmo modelo que será testado pela Viação Garcia. O K124 IB6x2 fará a ligação entre Vitória e Rio de Janeiro.

“O retorno desse tipo de demonstração é alcançado com a apro-

ximação de frotistas que nunca compraram veículos Scania ou com a reaproximação daqueles que deixaram de adquiri-los por algum motivo. Além disso, os ônibus testados trabalham como uma espécie de vitrine da nossa marca. A Normandy, do Rio de Janeiro (RJ), que acabou de fechar o pedido de sete veículos, a Cristália, de Mogi-Mirim (SP), que adquiriu sete ônibus, e a Real Alagoas, de Maceió (AL), que comprou duas unidades, são alguns exemplos de como esse trabalho pode ser bem sucedido”, afirma Wilson Pereira, gerente de Vendas de Ônibus da Scania no Brasil. (HF)



Renato Merlino

Viação Águia Branca

Fundada em 1946, sua frota é composta por 770 veículos que transportam aproximadamente 16 milhões de passageiros por ano. Esses veículos rodam, no período, uma média de 67,5 milhões de quilômetros, operando um total de 282 linhas distribuídas entre os Estados da Bahia, Espírito Santo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, São Paulo e Rondônia. A empresa conta atualmente com 2.150 funcionários.

Viação Garcia

Em 2004, a Viação Garcia comemora 70 anos de atuação. A empresa da cidade de Londrina (PR) atua nos Estados do Paraná, São Paulo, Santa Catarina, Rio de Janeiro, Minas Gerais e Mato Grosso do Sul, percorrendo cerca de 4 milhões de quilômetros por mês. O frotista conta com um efetivo de quase 2.000 funcionários e transporta um milhão de passageiros por mês em seus 500 ônibus.

O peso do carvão

Diariamente, caminhões Scania percorrem mais de 1,5 mil quilômetros para manter abastecidos os fornos usados durante o processo de extração de níquel em minas da Venezuela



Fotos: José Jacobi

Por uma sinuosa estrada em uma região serrana do interior da Cordilheira da Costa, distante cerca de 80 quilômetros de Caracas, capital da Venezuela, todos os dias sobem caminhões Scania transportando as toneladas de carvão necessárias para alimentar os fornos da mina Loma de Níquel. Para os motoristas, esse trecho significa o final da missão, que é levar até o local o carvão retirado das minas de Lobatera, em Táchira. São 1.690 quilômetros percorridos todos os dias para entregar 600 toneladas de carvão por mês.

A jazida de níquel fica situada a mil metros acima do nível do mar e tem 76 mil hectares. "Conforme o plano de mineração, elas são exploradas em terraços com altura de 5 metros cada, mantendo os taludes com uma inclinação máxima de 34 graus", explica Richard Lozada, chefe de operações da mina que trabalha no local desde 1993, quando começou o programa de extração, empilhamento e processamento de níquel.

Na direção sul da mina fica o local onde é processado o minério. Um pouco mais abaixo estão instalados os fornos que elevam o material a altas temperaturas. Esse processo produz uma fornada de ferro-níquel a cada quatro horas. O minério é novamente refinado e procedimentos posteriores o tornam adequado às especificações comerciais. Na parte mais baixa fica o açude artificial formado pelo Rio Mesia. A mina necessita de 120 litros de água por segundo para funcionar normalmente.

De um dos terraços é possível observar a movimentação de caminhões de mineração e de veículos Scania, modelos P124, com tração 6x4, e P94, com tração 4x2, descarregando o carvão tachirense.

O brasileiro Regis de Pádua, gerente de operações de mineração, estima que o total de investimentos feitos na mina ultrapasse os 500 milhões de dólares, sendo que a participação nacional em bens e serviços corresponde a mais de 50% do total. A renda média anual gira em torno de 120 e 150 milhões de dólares.



Regis de Pádua e Richard Lozada, presentes desde o início do projeto, acompanham de perto a movimentação dos caminhões

"Esse projeto de mineração liderado pelo Grupo Anglo American PLC é importante para o país, pois com ele foram criados, em média, 600 empregos diretos e aproximadamente 3.500 indiretos", afirma.

O projeto de mineração deverá permanecer por mais 30 anos, para uma produção máxima de 1,2 milhões de toneladas secas por ano, com uma porcentagem média de níquel de 1,48%.

Por José Jacobi, da Venezuela

“Semi”, mas com vantagens completas

Montados com peças originais na fábrica da montadora, os componentes semicompletos Scania – motor, caixa de câmbio e diferencial – permitem reduzir o custo e o tempo de manutenção dos veículos

A Scania disponibiliza como peças de reposição em todas as suas concessionárias o motor, a caixa de câmbio e o diferencial semicompletos. O motor semicompleto, lançado pela montadora em outubro de 2002, é formado pelas principais partes internas do motor, como virabrequim, eixo comando, pistões, camisas e bielas, além do bloco e cabeçotes completos, previamente montados na fábrica da Scania.

Com uma média de venda de 30 peças por mês, os motores semicompletos são destinados em sua maior parte aos caminhões das séries 2 e 3, fabricados entre 1981 e 1998. Segundo dados do Denatran, há atualmente mais de 65 mil veículos com essas características circulando. “Geralmente esses caminhões já superaram mais de 1 milhão e 500 mil quilômetros rodados, daí a necessidade da troca, pois chega-se ao limite dos reparos no bloco original”, explica Evaldo Valero, gerente de Peças da Scania no Brasil.

A Reunidas, de Caçador (SC), empresa especializada no transporte de passageiros utiliza há mais de um ano os motores semicompletos Scania na manutenção dos 250 veículos da marca que fazem parte da sua frota. “Ao adquirir um semicompleto com peças

Motor semicompleto abriu mercado para outros componentes



Alberto Muroyama

originais Scania, estamos seguindo uma das filosofias da nossa empresa, que é sempre investir em qualidade”, afirma Lycurgo Faoro Souza, gerente de compras da Reunidas.

Os bons resultados de vendas obtidos com o motor semicompleto levaram a Scania a colocar no mercado, em 2003, a caixa de câmbio e os diferenciais também semicompletos. **A caixa de câmbio** é constituída pela carcaça da caixa e pelos eixos piloto, secundário, intermediário e

de marcha à ré, com seus respectivos rolamentos, sincronizadores e engrenagens. Sua especificação permite a aplicação em caminhões fabricados a partir de 1998, originalmente montados com a caixa de câmbio GRS900.

O **kit de reforma para diferenciais** contém, além da redução, os rolamentos, engrenagens e juntas. A Scania comercializa cerca de

15 unidades de caixas e diferenciais semicompletos por mês.

Também é possível montar kits englobando dois componentes semicompletos, como por exemplo um motor e uma caixa, ou mesmo os três componentes juntos. O principal atrativo nesse caso é a redução dos preços. Quanto mais itens, maiores os descontos em relação aos componentes separados.

“Os componentes semicompletos possibilitam ao transportador realizar reformas com peças genuínas a um preço mais acessível. O cliente tem os itens vitais novos montados na própria fábrica da Scania e ainda aproveita muitas de suas peças antigas, garantindo uma considerável redução de custo e tempo de reparo”, encerra Valero. (RN)



Wagner Menezes



Renato Merlini

Mais peixes na rede



O estaleiro naval Federico Contessi, da cidade de Mar del

Plata, lançou ao mar o barco "El Malo I". Novamente, os motores Scania equipam uma embarcação que se dedicará ao segmento pesqueiro da região



Fotos: Silvio Serber

O diretor geral da Scania Argentina, Sven Antonsson, junto a Federico Contessi e Angel Lépore, gerente de Pós-Vendas da Scania

Mar del Plata é muito mais que um centro turístico que concentra milhões de pessoas a cada verão. A cidade também é sinônimo de trabalho e desenvolvimento. Seu porto mobiliza 60% da atividade pesqueira argentina e sua produção não apenas se encarrega do abastecimento da demanda interna, mas também da exportação de produtos cujo destino é o exigente mercado europeu.

Para atuar no segmento pesqueiro dessa região, o estaleiro Federico Contessi y Cia. formalizou a entrega de um barco pesqueiro denominado "El Malo I", o 94º produzido pela empresa. Com vasta experiência no ramo, a Contessi foi exigente na escolha dos componentes e depositou, mais uma vez, confiança na Scania, adquirindo um motor DSI11 73M para a propulsão. "A qualidade das nossas embarcações está relacionada também à utilização dos motores Scania, que já impulsionam muitos dos barcos saídos deste estaleiro", comentou Domingo Contessi, filho do fundador da empresa e um dos atuais acionistas.



Festa e bênção - Mais de 500 pessoas estiveram presentes nas instalações do estaleiro para acompanhar a cerimônia de entrega do "El Malo I". Representando a Scania esteve presente Sven Antonsson, diretor geral da Scania na Argentina. Entre os diferentes representantes da sociedade estava o bispo da Diocese de Mar del Plata, monsenhor Juan Alberto Puiggari, que abençoou a embarcação.

Durante o evento, Domingo Contessi elogiou os empregados, fornecedores e sub-contratados, que tornaram possível a construção do novo barco em 58 dias, tempo re-

corde para a indústria naval argentina. "O importante é que cumprimos o prazo sem renunciar aos mais altos padrões de qualidade", declarou. Contessi também fez um agradecimento especial aos proprietários do barco e às empresas que ajudaram no empreendimento, entre elas, a Scania. "Agora, só falta pedir a Deus que abençoe o "El Malo I" e acompanhe seus proprietários e tripulantes para que sempre cheguem a um bom porto, com os porões carregados e os corações orgulhosos por atuar em um segmento tão nobre como o pesqueiro", concluiu o empresário.

Por Javi León, da Argentina



Rodrigo Troncoso Omon

Transportes Tamarugal, empresa chilena que conta com 150 caminhões, planeja adicionar mais veículos Scania à sua frota e ampliar sua atuação na América Latina



Com os olhos voltados para o Peru e com caminhões percorrendo o Chile e a Argentina, a empresa chilena Transportes Tamarugal é referência quando o assunto é transporte, especialmente de grandes cargas ligadas à indústria de mineração. Entre os projetos de crescimento da empresa estão o aumento da frota de caminhões Scania e a conquista de novos mercados na América Latina, começando pelo Peru.

A Tamarugal foi fundada há 35 anos em Vallenar, quando contava com somente um caminhão. Graças ao esforço de seu proprietário

e fundador, Omar Campillay Rojas, hoje é uma das maiores companhias chilenas no mercado de transportes para empresas de médio e grande porte. Com uma frota de 150 caminhões pesados, sendo 20% da marca Scania, 220 funcionários e filiais em Iquique, Antofagasta, Calama, Vallenar e Santiago, a transportadora fatura cerca de 980 mil dólares mensais.

"Nossa empresa conseguiu posicionar-se no mercado de mineração por ser capaz de fornecer um serviço logístico integral de transporte. A Tamarugal não somente administra e transporta os materiais e equipamentos necessários para a construção como também transporta os insumos usados na mineração", diz o gerente geral da Tamarugal e filho do fundador da empresa, Omar Campillay Páez.

Serviço logístico integral: Campillay Páez, gerente geral da Transportes Tamarugal, conseguiu posicionar a empresa no mercado das mineradoras.

"O valor de revenda é muito importante para os transportadores, já que a venda do caminhão usado deve também trazer benefícios"

O transporte de insumos perigosos como o ácido sulfúrico exigiu que a Tamarugal implantasse normas ambientais e de segurança bastante rígidas. "Neste negócio é indispensável contar com cami-

nhões de excelente qualidade, pois eles são base para se oferecer serviços de primeira linha", explica Páez.

Cliente Scania desde 1985, a Tamarugal prevê um crescimento de 45% na utilização dos veículos da montadora. Para Páez, os negócios

com a Scania têm muito bons. "O valor de revenda do caminhão é muito importante para nós, transportadores, pois benefícios também devem ser gerados com a venda do veículo usado", finaliza.

Por Rodrigo Troncoso Omon, do Chile



Divulgação

O futuro nas mãos do esporte

A Scania e a concessionária Equipo (RJ), em parceria com a Confederação Brasileira de Voleibol (CBV), inauguraram, no dia 5 de junho, um centro de treinamento de vôlei no Parque Colúmbia, em Pavuna (RJ). A ação faz parte do Viva Vôlei, um projeto criado em 1999 pela CBV que tem como objetivo socializar e educar crianças com idade entre 7 e 14 anos por meio do esporte.

Cerca de 80 meninos e meninas carentes, da região de Pavuna, onde está localizada a Equipo, receberam dos patrocinadores o kit Viva Vôlei, que inclui colete e boné para cada um dos alunos e materiais técnicos necessários para a prática do vôlei, como fita para marcação de quadra, bola e rede. A quadra foi cedida pela comunidade do Parque Colúmbia. Os professores, especialmente treinados pela CBV, são responsáveis por transmitir às crianças as técnicas do vôlei.

As concessionárias Suvesa, de Canoas (RS), Codema, de São Bernardo do Campo (SP), Quinta-Roda, de Sumaré (SP), e Itaipú, de Contagem (MG), também aderiram ao Viva-Vôlei. Em breve, o projeto irá atender, além da comunidade do Parque Columbia, as regiões onde ficam essas concessionárias.

Nova casa no norte

No dia 1º de julho, mais uma concessionária Scania Guatapará foi inaugurada na cidade de Marabá (PA). Principal cidade do eixo sul-sudeste do Pará, Marabá é um ponto estratégico para a Scania devido ao grande fluxo de caminhões que circulam pelas rodovias BR-230 (Transamazônica), BR-222 e PA-150, ligando as regiões norte, nordeste e centro-oeste do País.

A nova concessionária está equipada com modernas ferramentas, peças e dispositivos especiais, além de contar com profissionais qualificados para realização dos serviços nos veículos Scania. Importante representante no apoio às soluções logísticas, a Guatapará-Marabá também está integrada a uma central de atendimento ao transporte, o Hiperposto, que é o maior posto de abastecimento da região. O endereço da Guatapará-Marabá é Rodovia PA-150, km 6,5, S/N, bairro Nova Marabá.



Divulgação

Emanuel Queiroz, da Scania, e Dorneval Martins Filho, da Guatapará, inauguram a concessionária



Renato Melini

Caminhões e ônibus em uma única área

Em continuidade às alterações na estrutura comercial da Unidade de Vendas e Serviços da Scania no Brasil, Emerson José Buhlões Camargo assume a direção da nova área de Vendas de Veículos, que reunirá as gerências comerciais de caminhões e ônibus da montadora no País. O objetivo é dar a essas áreas mais agilidade e autonomia. Camargo se reportará a Christopher Podgorski, diretor geral da Unidade de Vendas e Serviços da Scania no Brasil. Passam a responder à área de Vendas de Veículos Roberto Leoncini, Vendas de Caminhões, e Wilson Pereira, Vendas de Ônibus. Emerson Camargo é graduado em engenharia mecânica pela Universidade Estadual Paulista (UNESP), com curso de especialização Cross Function Management pela Universidade de Tóquio, no Japão. Antes de entrar para a Scania, ele trabalhou na Delphi por cinco anos, como diretor de Vendas, Marketing e Planejamento Estratégico.

Motivo para comemorar

A Scania Argentina comemorou, em junho, a produção da caixa de câmbio número 200 mil, após 28 anos de produção ininterrupta, em um ano recorde de exportação de componentes. Especializada na produção de caixas de câmbio, diferenciais e outros componentes de transmissão, a fábrica localizada na cidade de Tucumán exporta para o Brasil e também, em menor volume, para o mercado europeu. O sistema modular de produção Scania permite que os produtos fabricados em Tucumán sejam utilizados por unidades da Scania de todo mundo.

Para atingir essa marca, a unidade de Tucumán realizou melhorias ao longo dos anos, como mudanças na fábrica e treinamento de pessoal, conquistando as certificações da nor-



Divulgação

ma internacional de meio ambiente ISO 14001, em 1996, e da qualidade, ISO 9001, em 2001. "Estamos orgulhosos de fazer parte do sistema global de produção Scania e fabricar

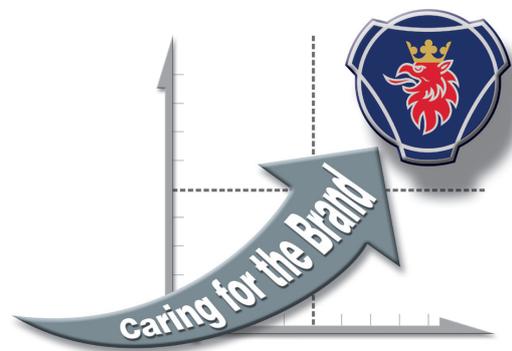
caixas de câmbio que podem ser montadas em qualquer veículo Scania, fabricado em qualquer parte do mundo" afirma Bengt Klinberg, diretor Industrial da Scania Argentina.

Marca reconhecida

Reforçar a filosofia de como trabalhar a marca, criando e mantendo um consenso (mind set) entre toda a liderança de que a marca Scania efetivamente represente os valores: "Orgulho e Confiança", "Cliente em Primeiro Lugar", "Respeito ao Indivíduo" e "Qualidade" para todos os públicos, incluindo clientes, funcionários, fornecedores e autoridades. Esse foi o objetivo principal do "Caring for the Brand", evento organizado pela área de Corporate Relations da Scania que aconteceu nos dias 12 e 13 de maio e contou com a presença dos executivos responsáveis pelas ações de Marketing, Comunicação, Vendas e RH da Scania Latin America e de todas as unidades de Vendas e Serviços da Scania na região.

A primeira etapa do seminário foi teórica com discussões sobre o que é a marca Scania, como construí-la, estratégias de divulgação, quais as políticas de comunicação da marca e como a Scania quer ser reconhecida pelos seus diversos públicos. Na segunda etapa, estratégias aplicadas em diversos países da América Latina foram apresentadas e analisadas, servindo de base para ações futuras que consolidem a marca Scania como líder e referência no segmento de veículos pesados.

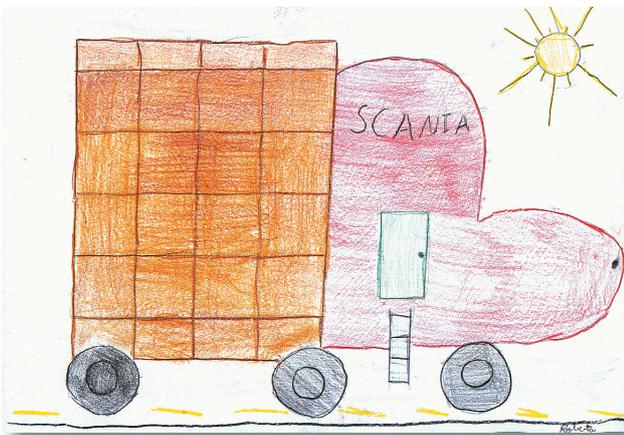
Principais lideranças da Scania na América Latina reuniram-se para discutir a marca Scania



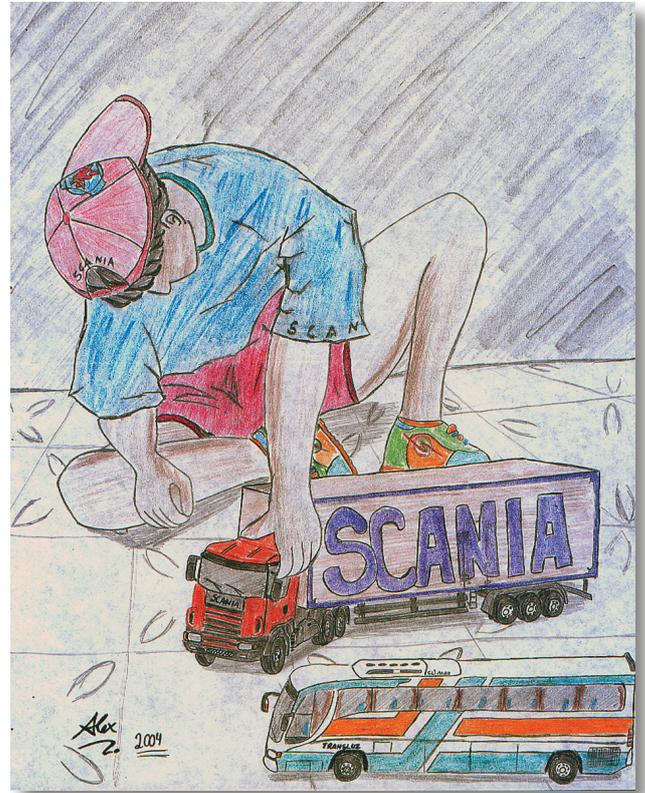
Renato Merlini

Lápis, giz de cera, ação!

Os fãs e admiradores dos produtos da Scania não se valem só de boas idéias para demonstrar seu carinho pela marca. Técnicas e materiais diversos são utilizados na produção dos desenhos enviados para a revista **Rei da Estrada**. O resultado: centenas de trabalhos que retratam, às vezes com precisão, outras com emoção, a presença dos produtos Scania em todo o País. A comissão julgadora do concurso tem cada vez mais opções e, baseada na originalidade e criatividade, elege os vencedores. Na seleção aqui apresentada, lápis de cor, lápis grafi-te e giz de cera foram alguns dos materiais utilizados.



Roberta Passos Pontalti,
Dois Córregos - SP



Alex Meneses Pinto,
Nova Serrana - MG



Uedney Jelib Rezende,
Oliveira - MG



Evanise Berggrav,
Porto Xavier - RS

Para participar, basta enviar seu desenho sobre qualquer produto ou situação que envolva a Scania para:
Scania Latin America – Corporate Relations
Av. José Odorizzi, 151 – Bairro Vila Euro – CEP 09810-902
São Bernardo do Campo – SP
Os quatro selecionados recebem uma miniatura Scania.

Rede de concessionárias Scania no Brasil

ALAGOAS

- Rio Largo
Novepe - Tel. (82) 262-1414
E-mail: novepeal@novepeal.com.br

AMAZONAS

- Manaus
Supermac - Tel. (92) 2101-4043
E-mail: supermac@supermac-am.com.br
Supermac (loja) - Tel. (92) 622-0307

BAHIA

- Barreiras
Movessa - Tel. (77) 611-4831
E-mail: consolebarreiras@movessa.com.br
- Feira de Santana
Movessa - Tel. (75) 602-9400
E-mail: administracaofeira@movessa.com.br
- Salvador
Movessa - Tel. (71) 281-9100
E-mail: ssageral@movessa.com.br
- Teixeira de Freitas
Movessa - Tel. (73) 292-5200
E-mail: bxfgeral@movessa.com.br
- Vitória da Conquista
Movessa - Tel. (77) 423-5135
E-mail: conqgeral@movessa.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) 4006-4079
E-mail: varellagyn@varellapesados.com.br
- Rio Verde
Varella - Tel. (64) 612-3233
E-mail: veiculos.rv@varellaveiculos.com.br

MARANHÃO

- Balsas
Alpha - Tel. (99) 541-5515
E-mail: alpha.bl@alphamaquinas.com.br
- Imperatriz
Alpha - Tel. (99) 523-1922
E-mail: alpha.imp@alphamaquinas.com.br
- São Luis
Alpha - Tel. (98) 214-1919
E-mail: alpha.slz@alphamaquinas.com.br

MATO GROSSO

- Cuiabá
Rota-Oeste - Tel. (65) 611-5000
E-mail: diretoria@rotaoeste.com
- Rondonópolis
Rota-Oeste - Tel. (66) 411-5555
E-mail: servicooro@rotaoeste.com
- Sinop
Rota-Oeste - Tel. (66) 511-1500
E-mail: comercialsnp@rotaoeste.com

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: regis@escandinavia.com.br

PARÁ

- Belém
Guataparã - Tel. (91) 242-0211
- Marabá
Guataparã - Tel. (94) 322-6262
E-mail: filial.maraba@guatapara-pa.com.br
- Marituba
Guataparã - Tel. (91) 4005-2222
E-mail: vendas.veiculos@guatapara-pa.com.br

PARAÍBA

- Bayeux
Novepa - Tel. (83) 232-1686
E-mail: novepa@novepa.com.br
- Campina Grande
Novepa - Tel. (83) 335-6633
E-mail: novepacam@novepa.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

GUARAPUAVA

Cotrasa - Tel. (42) 624-2188
E-mail: cotrasa-gp@cotrasa.com.br

LONDRINA

P. B. Lopes - Tel. (43) 3329-0780
Homepage: www.pblopes.com.br

Maringá

P. B. Lopes - Tel. (44) 228-5757
Homepage: www.pblopes.com.br

Pato Branco

Cotrasa - Tel. (46) 224-8080
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: noveppet@uol.com.br
- Recife
Novepe - Tel. (81) 3253-8228
E-mail: novepe@novepe.com.br

PIAUI

- 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) 3452-9600
E-mail: equipo@equiporj.com.br

RIO GRANDE DO NORTE

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

RIO GRANDE DO SUL

- Canoas
Suvesa - Tel. (51) 462-4646
E-mail: canoas@suvesa.com.br
- Carazinho
Brasdiezel - Tel. (54) 330-3600
E-mail: brasdiezel.adm.cz@brasdiezel.com.br
- Caxias do Sul
Brasdiezel - Tel. (54) 238-0900
E-mail: brasdiezel@brasdiezel.com.br
- Eldorado do Sul
Suvesa - Tel. (51) 481-5050
E-mail: eldorado@suvesa.com.br
- Garibaldi
Brasdiezel - Tel. (54) 463-8800
E-mail: brasdiezel.pecas.gb@brasdiezel.com.br
- Ijuí
Brasdiezel - Tel. (55) 3331-0500
E-mail: brasdiezel.adm.ij@brasdiezel.com.br
- Lajeado
Brasdiezel - Tel. (51) 3714-7700
E-mail: brasdiezel.ij@brasdiezel.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

Uruguaiana

Mariani - Tel. (55) 413-2013
E-mail: eletricamariani@uol.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@ulbrajrp.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) 341-0800
E-mail: mevale@mevepi.com.br

Joinville

Meville - Tel. (47) 473-7597
E-mail: meville@mevepi.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@mevepi.com.br

Tubarão

Ediba - Tel. (48) 628-0511
E-mail: tubarao@ediba.com.br

SÃO PAULO

- Araçatuba
Quinta Roda - Tel. (18) 3361-1010
E-mail: qrodadar@quintaroda.com.br
- Araraquara
Escandinávia - Tel. (16) 3301-1000
E-mail: escandinavia@sunrise.com.br
- Bauru
Quinta Roda - Tel. (14) 3223-2626
E-mail: qrodaba@quintaroda.com.br
- Caçapava
Codema - Tel. (12) 3653-1611
E-mail: cacapava@codema.com.br
- Guarulhos
Codema - Tel. (11) 6461-8500
E-mail: guarulhos@codema.com.br
- Porto Ferreira
Quinta Roda - Tel. (19) 3581-4144
E-mail: qrodapf@quintaroda.com.br
- Presidente Prudente
P. B. Lopes - Tel. (18) 231-7090
Homepage: www.pblopes.com.br
- Registro
Codema - Tel. (13) 3821-6711
E-mail: registro@codema.com.br

Ribeirão Preto

Escandinávia - Tel. (16) 3969-9900
E-mail: escandinavia@convex.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 Bernardo do Campo

Codema - Tel. (11) 4396-6336
E-mail: saobernardo@codema.com.br

São Paulo

Codema - Tel. (11) 3976-4777 (Piqueri)
E-mail: saopaulo@codema.com.br
Codema - Tel. (11) 6967-4000 (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) 3854-8900
E-mail: quintaroda@quintaroda.com.br

SERGEIPE

- Nossa Senhora do Socorro
Movessa - Tel. (79) 253-1204
E-mail: vendaaracaju@movessa.com.br

TOCANTINS

- Gurupi
MCM - Tel. (63) 314-2100
E-mail: mcm@mcmtocantins.com.br
- Araguaína
MCM - Tel. (63) 421-2447
E-mail: mcm@mcmtocantins.com.br

Scania na América Latina

- ARGENTINA - Buenos Aires
Tel. (00543327) 451000
- BOLÍVIA - Santa Cruz de la Sierra
Tel. (005913) 349-2828
- CHILE - Santiago
Tel. (00562) 3940-0400
- COLÔMBIA - Santafé de Bogotá
Tel. (00571) 268-3200
- COSTA RICA - San Jose
Tel. (00506) 290-2255
- EQUADOR - Quito
Tel. (00593) 22440-765
- GUATEMALA - Guatemala
Tel. (00502) 4-711333/4-735867
- MÉXICO - México D. F.
Tel. (005255) 5078-0300
- 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 - Sto. Domingo
Tel. (001809) 530-2850
- URUGUAI - Montevidéu
Tel. (005982) 924-0433/0435
- VENEZUELA - Valencia
Tel. (0058241) 871-8090

O serviço que cuida do
seu Scania 24 horas,
365 dias por ano

0800 19 4224

www.scania.com.br



SCANIA 420

**“Sabe por que todo mundo
respeita a Scania?
Porque a Scania
respeita a gente.”**

Humberto Sérgio Celin
Motorista



RINO



**25 DE JULHO, DIA DO MOTORISTA.
PARABÉNS A ESTES INCRÍVEIS
PROFISSIONAIS QUE CONTRIBUEM
PARA O CRESCIMENTO DO PAÍS.
EM TODAS AS DIREÇÕES.**



www.scania.com.br



SCANIA

A marca que você quer.