Ano XXII, nº 112 - set/out 2004

Rei da Estrada

SCANIA

Serviço completo

Padrão único de atendimento das concessionárias Scania buscará satisfazer ainda mais todas as necessidades do cliente

Atendimento globalizado

A rede de concessionárias de uma montadora é o seu cartão de visitas. É por meio dela que o cliente tem o primeiro contato efetivo com a marca ao realizar a compra de um veículo. É a ela que ele recorre quando precisa de peças e serviços para esse veículo. E depois disso, é à concessionária que ele retorna para ampliar a sua frota.

Na Scania, buscamos promover e orientar o crescimento sustentado de nossas concessionárias. Aqui, diversas ações são tomadas com o intuito de dar às nossas casas a oportunidade de oferecer serviços à altura das expectativas do cliente Scania.

Este ano, demos início à implantação de um programa de padronização global em nossas concessionárias, uma ferramenta que vai garantir ao cliente da marca, independente do lugar do mundo em que ele esteja, um mesmo padrão de atendimento.

Isso significa que nosso cliente deve experimentar o mesmo serviço na concessionária que costuma freqüentar e em outra que esteja a 1,5 mil quilômetros distante de sua base, por exemplo.

Esse programa teve início na Europa ainda na década de 1990. Hoje, mais de 60% das concessionárias Scania nesse continente estão certificadas.

No Brasil, depois de nove meses de trabalho, entregamos o primeiro certificado do programa para a Quinta Roda, de Sumaré (SP). A casa é a primeira a receber a certificação de concessionária-padrão Scania na América Latina.

Até o final do ano, 26 casas serão preparadas e aproximadamente 20 estarão prontas para passar pelo processo de avaliação para certificação.

A certificação é importante, mas não é o único resultado que desejamos. Temos em mente que trabalhar com a padronização não é algo que fazemos uma vez e esquecemos.

Sabemos que a nossa filosofia de tomar conta de nossos clientes e de seus veículos todos os dias, de modo que eles possam tomar conta do negócio deles, é algo que depende de ações contínuas.

Com o tempo, a concessionária deverá ser vista como um shopping center do transporte e os profissionais da casa serão verdadeiros consultores dos clientes nas mais variadas necessidades.

Além disso, um concessionário que trabalha de acordo com o nosso padrão global e se preocupa em evoluir sempre em qualidade é a prova de que o cliente Scania recebe um serviço de qualidade igual aos veículos que ele adquire.

Um padrão de atendimento global é, ainda, uma garantia de que os nossos produtos e serviços, não importa onde sejam produzidos ou oferecidos, estão de acordo com o interesse de nossos clientes, que também atuam em um mercado global, em constante mudança e crescimento.

Uma concessionária certificada cumpre ainda uma última função: a de dar aos nossos clientes as boas-vindas à comunidade global da Scania.

Wagner Menezes

Guilherme Cajado,
gerente de Desenvolvimento de Negócios da Rede da Scania no Brasil

Expediente

Rei da Estrada

Publicação bimestral da Scania Latin America. Editada pela área de Corporate Relations.

Scania Latin America

Communications Vice-presidente:
Richard König

Corporate Relations Gerente:
João Miguel Capussi

Editor:
Mauricio Jordão
(Mtb 28.568)

Subeditora/Repórter:
Helen Faquinetti
(Mtb 39.138)

Colaboradora:
Renata do Nascimento

Revisão:
Vicente dos Anjos

Ilustração Capa:
Lumen Studio

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

Impressão:
Margraf Edit. e Ind. Gráfica

Tiragem desta Edição:
40.000 unidades

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

Home page
www.scania.com.br

SCANIA

IBAMA PROCONVE HOMOLOGADO

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

Nesta edição

4 Concurso de receitas
"Concurso Scania Receitas da Estrada" apura um retrato gastronômico do Brasil

6 Entrevista
Presidente da Scania Latin America diz que fortalecimento de mercados europeus e latino-americanos é responsável por aumento de vendas de caminhões e ônibus no mundo

8 Venezuela
Trabalhadores da jazida mais importante de carvão mineral da Venezuela vão ao trabalho em ônibus Scania

9 Aventura
Caminhões Scania produzidos em São Bernardo do Campo (SP) cruzam os Andes rumo ao Chile

12 Legislação
Ônibus Scania de 15 metros é homologado pelo Conselho Nacional de Trânsito, não necessitando mais de autorização especial para o tráfego

14 Chile
Para transportar o ouro e a prata das minas do Chile, Transporte Burrows enfrenta grandes oscilações de altitude e temperatura

15 Curiosidade
Funcionário público de Brasília realiza sonho de infância ao adquirir caminhão Scania para passear

16 Reportagem de capa
Programa mundial da Scania pretende padronizar o atendimento das concessionárias e oferecer todos os serviços em um único local

20 Vendas
Expresso Figueiredo, de Belo Horizonte (MG), adquire 10 caminhões Scania V8 480 para o transporte de aço

22 Tecnologia
Scania lança opção de caixa de câmbio com overdrive

23 México
Autotransportes Especializados Cabrera mostra que diversificação é palavra de ordem de algumas empresas de transporte mexicanas

24 Cliente
Centro-Oeste torna-se potencial consumidor de ônibus rodoviário

26 Argentina
Transportes Adamo é fruto do esforço de imigrantes italianos na Argentina

28 Gente & Fatos

Mônica Zanon

Fotos: Renato Merlini

O Brasil em sabores

"Concurso Scania Receitas da Estrada" revela a criatividade do caminhoneiro e a diversidade da cozinha brasileira

Um retrato gastronômico do Brasil. Foi o que o "Concurso Scania Receitas da Estrada" pôde apurar em seus quase dois meses de duração. Nas mais de 500 receitas recebidas ficaram claras a criatividade do caminhoneiro e a diversidade da culinária brasileira.

O objetivo do concurso foi receber de todas as partes do Brasil receitas de pratos que os caminhoneiros apreciam em suas casas, as "Receitas da Saudade", e comem ou preparam pelas estradas em que viajam, as "Receitas da Estrada", elegendo as três melhores em cada uma dessas categorias.

A inscrição no concurso foi feita por formulário de participação, que estava disponível na revista Rei da Estrada, nas concessionárias Scania e também no site **www.scania.com.br**. Cada receita deveria conter as informações necessárias para a sua execução, tais como ingredientes, modo de preparo e rendimento.

Todos os pratos passaram por uma pré-seleção. Para chegar à posição de finalista na categoria "Receitas da Estrada", a originalidade, a facilidade de preparo e a acessibilidade aos ingredientes contaram pontos. Na categoria "Receitas da Saudade", originalidade, sabor, consistência e combinação de ingredientes foram os fatores analisados. Em ambas as categorias, receitas iguais foram eliminadas por meio de sorteio.

Os 20 pratos finalistas em cada uma das duas categorias foram preparados pela cozinha da própria fábrica da Scania, em uma maratona de 16 horas. "Realizamos uma viagem pelo Brasil e superamos um grande desafio, que foi o de preparar diversos pratos em porções para 10 pessoas. Fato pouco comum em uma cozinha industrial como a nossa, que serve diariamente 2,8 mil pessoas", destacou Renata Labigalini, gerente do Serviço de Alimentação da Scania.

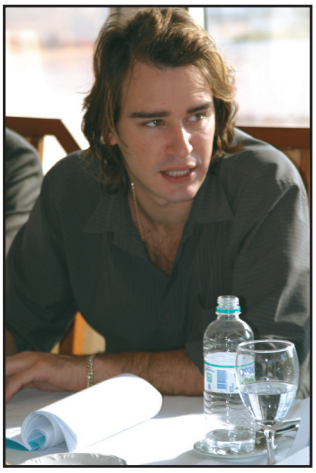
A degustação dos pratos foi realizada no dia primeiro de setembro por um júri integrado pelo diretor geral da Unidade de Vendas e Serviços da Scania no Brasil, Christopher Podgorski, pelo gerente da área de Corporate Relations da Scania Latin America, João Miguel Capussi, por Renata Labigalini e pelo chefe de cozinha convidado Thyrso Martins, famoso na terceira edição do reality show Big Brother Brasil.

Avaliação criteriosa – Os jurados emitiram notas de um a cinco para cada uma das 40 receitas, avaliando sabor e aroma, combinação de temperos, combinação de ingredientes e criatividade. No final, as notas foram somadas, estabelecendo-se os vencedores.

Na categoria "Receitas da Estrada", as três melhores receitas foram: o Bolinho de Aipim, enviada por Alexandre de Souza Nunes, de Belo Horizonte (MG); a Patinha de Caranguejo, criada por Nelson Guiçardi Júnior, de Adamantina (SP); e a Roupa Velha (cozido de carne tipo músculo), de Ademir Paulin, de Londrina (PR).

"Analisando os pratos finalistas da categoria 'Receitas da Estrada' notamos que nem sempre quem come na estrada come mal. O que vale para essas pessoas que não contam com forno, geladeira e outros utensílios de uma cozinha tradicional é mesmo a criatividade", afirmou Thyrso Martins.

Na categoria "Receitas da Saudade" foram premiados: o Macarrão à Milanesa, indicado por Nicolas Haut de Oliveira, de São Paulo (SP); o Lagarto Gelado, receita enviada por Ademir José Mantovani, de Londrina (PR); e o Filé Mignon com Massa Crocante, de Wanderson Pereira Marques, de Belo Horizonte (MG).



Criatividade: para o chefe de cozinha Thyrso, ausência de forno e geladeira não atrapalha os cozinheiros da estrada

"Acredito que nessa categoria o caminhoneiro tenha tido a oportunidade de expressar-se em relação à saudade que sente da família e das coisas do seu lar enquanto está na estrada transportando as riquezas do País", comentou Christopher Podgorski.

Os seis vencedores do "Concurso Scania Receitas da Estrada" visitarão a fábrica da montadora em São Bernardo do Campo (SP), almoçarão no restaurante da empresa e receberão um kit da marca contendo jaqueta, agasalho, bolsa esportiva, mala de viagem, miniatura Scania, jogo de ferramenta e relógio. As receitas vencedoras serão publicadas na íntegra na próxima edição da revista Rei da Estrada e já podem ser conferidas no site **www.scania.com.br**.

Os autores das outras 34 receitas finalistas também receberão um kit Scania contendo camiseta, bermuda, boné, chaveiro e caneta (veja abaixo tabela com os finalistas). (HF)

FINALISTAS CONCURSO SCANIA RECEITAS DA ESTRADA
– Ademir Paulin, com três receitas, Curitiba (PR)
– Adriano Zamboni, Treze Tílias (SC)
– Alexandre de Souza Nunes, Belo Horizonte (MG)
– Amauri Felix de Moura, Sorocaba (SP)
– Celso Irineu Bida, Pitanga (PR)
– Claudinei Moreira Campos, Barbacena (MG)
– Evandro Bertolazzi, São Marcos (RS)
– Idair Seussif, Bento Gonçalves (RS)
– João Marcos Brongel, Penha (SC)
– José Lúcio Tavares, Alvinópolis (MG)
– José Nildo da Silva Santos, Feira de Santana (BA)
– Luis Fernando Prata, Descalvado (SP)
– Márcio Clementino da Silva, Porto Ferreira (SP)
– Nelson Guiçardi Junior, Adamantina (SP)
– Romeu José Kulm, Tapera (RS)
– Valdair Jacomini, Maringá (PR)
– Valdemir Roberto Stanger, Vilhena (RO)
– Wagner Barbosa Antunes, Itaberi (MG)

FINALISTAS CONCURSO SCANIA RECEITAS DA SAUDADE
– Ademir José Mantovani, Londrina (PR)
– Adilson Farias dos Santos, Porto Seguro (BA)
– André de Melo C. da Silva, Ferraz de Vasconcelos (SP)
– Antonio Carlos Carneiro Ferreira, Feira de Santana (BA)
– Antônio Carlos Oliveira Loureiro de Souza, Presidente Figueiredo (AM)
– Carlos Sodré Dias da Silva, Natal (RN)
– Claudinei Simoni, Lucas do Rio Verde (MT)
– Edgar de Lima Chaves, Aerolândia (CE)
– Erison A. Castilho, Rolim de Moura (RO)
– Evandro S. Muraro, Flores da Cunha (RS)
– Gilmar Correa da Silva, Canela (RS)
– Humberto Pedro Becker, Santo Antônio do Planalto (RS)
– José Carlos Noreli, Serafina Correa (RS)
– Leandro da Fonseca dos Santos, Bagé (RS)
– Nícolas Haut de Oliveira, São Paulo (SP)
– Vicente de Sio, Ribeirão Preto (SP)
– Wanderson Pereira Marques, Belo Horizonte (MG)
– Wendel Santos de Carvalho, Duque de Caxias (RJ)
– Wilson Luís Moreira, Labirinto (MG)
– Zilma Ondina Schmidt Moreira, Florianópolis (SC)

A América Latina e a Europa estão bem

Renato Merlini

Com a publicação dos resultados mundiais do primeiro semestre de 2004, o grupo Scania apresentou números positivos, com um total de venda de veículos 8% melhor do que no mesmo período do ano passado. Na América Latina, as vendas de caminhões foram 60% superiores e as de ônibus, 16%. Para Hans-Christer Holgersson, presidente da Scania Latin America, esses resultados se devem a uma situação quase inédita no mundo, que simultaneamente apresenta mercados fortes na Europa, na América Latina, na Ásia e na África. Entretanto esses bons resultados somente cobrem parte das repetidas perdas da Scania no continente latino-americano nos anos de 1999, 2000 e 2001. Graças a seu sistema global de produção, a Scania Latin America pôde atender aos mercados externos durante a crise e, agora, com a retomada da economia na América Latina, supre clientes da região e também de outros mercados que estão em situação favorável.

Qual é a participação da Scania Latin America nas vendas totais da Scania?

HCH – *Hoje, aproximadamente 15% das vendas da Scania se destinam ao continente, entretanto nossa produção atual representa cerca de 27% da produção global, pois grande parte dos caminhões e ônibus vendidos fora da Europa são produzidos nas fábricas da Scania na América Latina.*

E isso sempre foi assim?

HCH – *Não. Isso é uma conquista do trabalho iniciado no final dos anos 90 e que começou a dar frutos a partir de 2002. Desde então, mais da metade da produção da Scania na América Latina é enviada para países fora desta região, mas o trabalho continua, pois isso é um compromisso de longo prazo.*

Como foi possível conquistar esses mercados?

HCH – *A qualidade do produto Scania que produzimos em nossas fábricas da América Latina é exatamente a mesma das fábricas da Europa e possuímos capacidade disponível para produzir para esses diversos mercados. A qualidade dos veículos produzidos na América Latina foi o que conquistou esses mercados.*

Então, essa qualidade também é a mesma para os produtos vendidos na América Latina?

HCH – *Sim, claro! Se alguém visitar a fábrica da Scania no Brasil pode ver na linha de produção, um atrás do outro, veículos que vão para o Brasil, Chile, Peru, Coréia do Sul, Tanzânia, Países Árabes, e para tantos outros mercados. Todos eles são fabricados pelas mesmas máquinas, pelo mesmo processo e pelas mesmas pessoas.*

Como a Scania compartilha as máquinas e as pessoas de modo que a produção se destine tanto para a América Latina como para os outros mercados?

HCH – *É um compromisso sério e de longo prazo exportar para fora da América Latina. Temos capacidade instalada suficiente para manter uma proporção de 40% a 50% da produção para outros mercados sem comprometer a produção para a América Latina. A produção para outros mercados é extremamente importante, pois mantém balanceada a produção nas fábricas, amortiza custos e garante nossa presença na América Latina.*

Arquivo Scania

Que razões poderiam justificar as boas vendas da Scania na América latina?

HCH – *Felizmente estamos com crescimentos econômicos e relativa estabilidade em praticamente todo o mundo, incluindo a Europa, Ásia, África e também a América Latina, o que é algo raro.*
No Brasil houve um aumento de 44% nas vendas de caminhões Scania no primeiro semestre. Na Argentina foi de quase 1.000%. Para isso há razões como a agricultura no Brasil, a reativação da economia argentina, a estabilidade no Chile, o avanço da economia nos Estados Unidos, com seus reflexos no mercado do México e outros.

Portanto, depois de alguns anos muito difíceis na América Latina, a Scania deve obter um resultado bastante positivo no final de 2004?

HCH – *Na realidade, tivemos anos muito duros, inclusive com perdas em 1999, 2000, e 2001, e vamos levar algum tempo para nos recuperar. O que está acontecendo agora, com a melhora geral da economia dos países da América Latina, é uma parte da recuperação das perdas passadas, coisa que conseguimos com muito trabalho e ações muito duras. Não podemos afirmar que vamos obter um resultado bastante positivo, se olharmos o nosso passado recente, porém iniciamos a recuperação com muita consistência, e, além disso, o fato de que estamos exportando volumes significativos nos garante uma segurança para o futuro. Isso é bom para a Scania e também para nossos clientes na América Latina, pois nos dá uma base sólida e sustentada para continuar fortes na região.*

A Scania acredita que possa aumentar sua fatia de mercado na América Latina?

HCH – *Estamos no rumo certo para recuperar nossas participações históricas. A nossa estratégia é de longo prazo e foi decidida e anunciada para a imprensa há dois anos. Atualmente já podemos ver os resultados. Recuperamos grande parte do nosso mercado no Brasil, onde mantivemos a liderança em vendas nos últimos meses, e na Argentina a nossa recuperação também já começou. Entretanto, nosso objetivo nunca foi o de manter a liderança dos mercados todos os meses a qualquer preço. Temos o compromisso de continuar com a rentabilidade sustentada que garante a continuidade da qualidade dos produtos e dos serviços na região. Isso é o mais importante, tanto para a Scania como para os clientes, que sabem que podem confiar em uma empresa sólida, com tradição e muito bem estabelecida na região. O certo é que a Scania tem que assumir sempre seu papel histórico de liderança tecnológica em caminhões e ônibus pesados na América Latina, onde representamos a referência máxima. A liderança em vendas é uma conseqüência disso.* (MJ)

Carga preciosa

Conduzir os trabalhadores até as minas de carvão com conforto e segurança é o compromisso da TurisLago, empresa venezuelana especializada no transporte de passageiros

José Jacobi

Os minérios existentes nas jazidas da mina de Carbones de Guasare, que fica na estrada de Maracaibo, no Estado de Zulia, na Venezuela, são calculados em cerca de 3 milhões de toneladas. Até agora, foram extraídas cerca de 100 mil toneladas, o que significa aproximadamente mais 40 anos de emprego de mão-de-obra na região.

Há dois anos, Luis Alfredo Contreras, gerente de produção da Carbones de Guasare, resolveu o problema do transporte dos 800 empregados da mina, contratando a empresa Transportes, Viagens e Turismo, conhecida popularmente como TurisLago.

"Transportar diariamente mais de 800 pessoas não é fácil, ainda mais quando cada uma delas percebe claramente o que é conforto e atenção. Felizmente, há dois anos contamos com o apoio da TurisLago para resolver todos os detalhes nesse sentido", afirma Contreras.

Na frota responsável pelo transporte dos trabalhadores há 14 ônibus Scania: três K124 IB6x2, dois K94 IB4x2, oito K113T e um K113. Todas as unidades estão equipadas com assentos reclináveis, ar-condicionado e música ambiente. Seis veículos são tipo expresso de luxo, com capacidade para 46 passageiros.

Antulio Quintero, presidente da TurisLago, diz que a segurança, a pronta atenção aos passageiros e o bom trato são fundamentais nesse tipo de negócio.

"Nossa empresa, ao longo dos anos, não registrou nenhum acidente grave. É por causa dessa segurança que temos o reconhecimento dos nossos clientes. Isso, sem dúvida, deve-se à qualidade e à boa preparação dos nossos motoristas e ao desempenho dos veículos. Tivemos uma experiência durante dois anos com um ônibus Scania, que percorreu estradas de terra e uma rodovia em péssimas condições. Mesmo assim, carro e motor conservaram-se inteiros", declara.

Em maio de 2003, a TurisLago inaugurou um terminal em Caracas. Com modernas instalações, a empresa presta um serviço de primeira classe a cerca de 150 pessoas por dia na rota Caracas – Maracaibo usando modelos Scania K124 IB6x2.

Por José Jacobi, da Venezuela

Prova de gelo

Fotos: Wagner Menezes

Filas intermináveis, uma paisagem deslumbrante. Caminhões carregados, vento, neve e avalanches. Muita burocracia e a pressa de chegar. Em meio à confusão do transporte internacional entre Brasil e Chile e os mistérios da Cordilheira dos Andes, caminhões Scania novos, produzidos em São Bernardo do Campo (SP), transportam a si mesmos rumo a Santiago, em uma aventura de 3,5 mil quilômetros. Um pequeno batismo antes da entrega ao cliente final.

Mês de setembro é final do inverno, época ideal para acompanhar de perto a lendária viagem que os caminhoes Scania produzidos na fábrica da montadora, em São Bernardo do Campo (SP), fazem rumo ao cliente final, do outro lado da Cordilheira dos Andes, em Santiago do Chile. É a oportunidade de observar a paisagem ainda bastante marcada pela neve, mas sem os riscos de pegar a estrada fechada.

Ledo engano. A nevasca Santa Rosa, a última do inverno, cobrou seu pedágio este ano. Caminhões, motoristas, cargas e curiosos ficaram retidos no caminho, na fronteira entre Argentina e Chile, por mais de dois dias. Chance para a solidariedade entrar em cena, repartir o churrasco, contar histórias e passar o tempo.

Há mais de trinta anos, esses imprevistos fazem parte da viagem inaugural dos caminhões Scania que vão não só para o Chile, mas para o Peru. Opção da montadora para baratear custos e, acreditem, ter melhor controle sobre os prazos quando comparada à via marítima. Por terra, os caminhões levam a si mesmos, com a confiança do fabricante de chegar e um tempo de viagem de dez dias. Com dois ou três dias de atrazo por causa da Cordilheira, a viagem completa-se, em média, em treze dias, desde a fábrica brasileira até a porta da Scania Chile. Pelo mar, nada seria inferior a 20 dias, com um custo mais elevado, entre 40 e 70% dependendo do modelo do veículo, além de demoras imprevisíveis de desembaraço portuário.

Caso a passagem tradicional pela Cordilheira, que é pelo tunel do Cristo Redentor, fique fechada por mais tempo, há rotas alternativas, tanto por Bariloche, mais ao sul, como por "Paso de Jama", mais ao norte. Com a experiência de quem realiza o traslado dos caminhões desde o início, a transportadora ABC Cargas, também de São Bernardo do Campo, possui bases de apoio em cada uma das fronteiras, orientando o tráfego de forma a cumprir os prazos.

Confiança – "Contamos com motoristas treinados e capacitados para operações logísticas desse porte, principalmente tratando-se de veículos novos da marca Scania", conta Danilo Guedes, da ABC Cargas, responsável pelas operações de transporte dos veículos Scania.

Toda a viagem começa na portaria da fábrica da Scania no Brasil. De lá, os caminhões seguem para a sede da ABC Cargas para a montagem de pára-choque traseiro, exigência para cruzar a Argentina, e demais preparativos.

De São Bernardo do Campo direto para Uruguaiana (RS), em um tiro de 1,4 mil quilômetros, normalmente realizado em dois dia. Os caminhões, para preservar o período de amaciamento, não ultrapassam a velocidade de 80 km/h, mesmo estando sem carga alguma.

Para otimizar o retorno dos motoristas depois que os caminhões são entregues, a ABC Cargas emprega brasileiros no trecho até Uruguaiana, argentinos até a fronteira com o Chile, e chilenos na reta final.

Na fronteira com a Argentina, leva-se um dia para concluir os trâmites aduaneiros do lado brasileiro e mais um dia do lado argentino, na cidade de Paso de los Libres. O comboio segue cruzando todo o pampa argentino. Praticamente uma linha reta e plana, de outros 1,5 mil quilômetros, com a linha

do horizonte presente todo o instante e por todo o campo de visão.

A partir de Mendoza, a paisagem muda. A Cordilheira já se faz notar adiante. A subida é suave, mas o frio e o vento aumentam consideravelmente. Na cidade de Uspallata, uma enorme placa já avisa a condição diária de passagem nos diversos pontos da Cordilheira Argentina: "Normal"ou "Intransitable".

Se a passagem estiver fechada, é certeza de fila. Longas filas de caminhões começam a se formar nos postos da fronteira entre a Argentina e o Chile. O trâmite que leva, em média, meio dia passa a ficar por conta do número de caminhões parados.

Pelas dificuldades geográficas da Cordilheira, os pontos de fronteira são pequenos e espalhados. Uspallata para a fiscalização da documentação da carga. Punta de Vacas, 55 quilômetros adiante, para a inspeção da carga. Mais 31 quilômetros, Libertadores, já no lado chileno, para a imigração. E Los Andes, no final da Cordilheira, para o último desembaraço e a autorização para circulação em terrotório chileno.

Em Libertadores, começa a descida da Cordilheira. O tunel do Cristo Redentor, construído em 1980, faz com que a passagem seja entre 2,5 mil e três mil metros de altitude. Antes dele, era preciso subir até 4,7 mil metros para só então baixar.

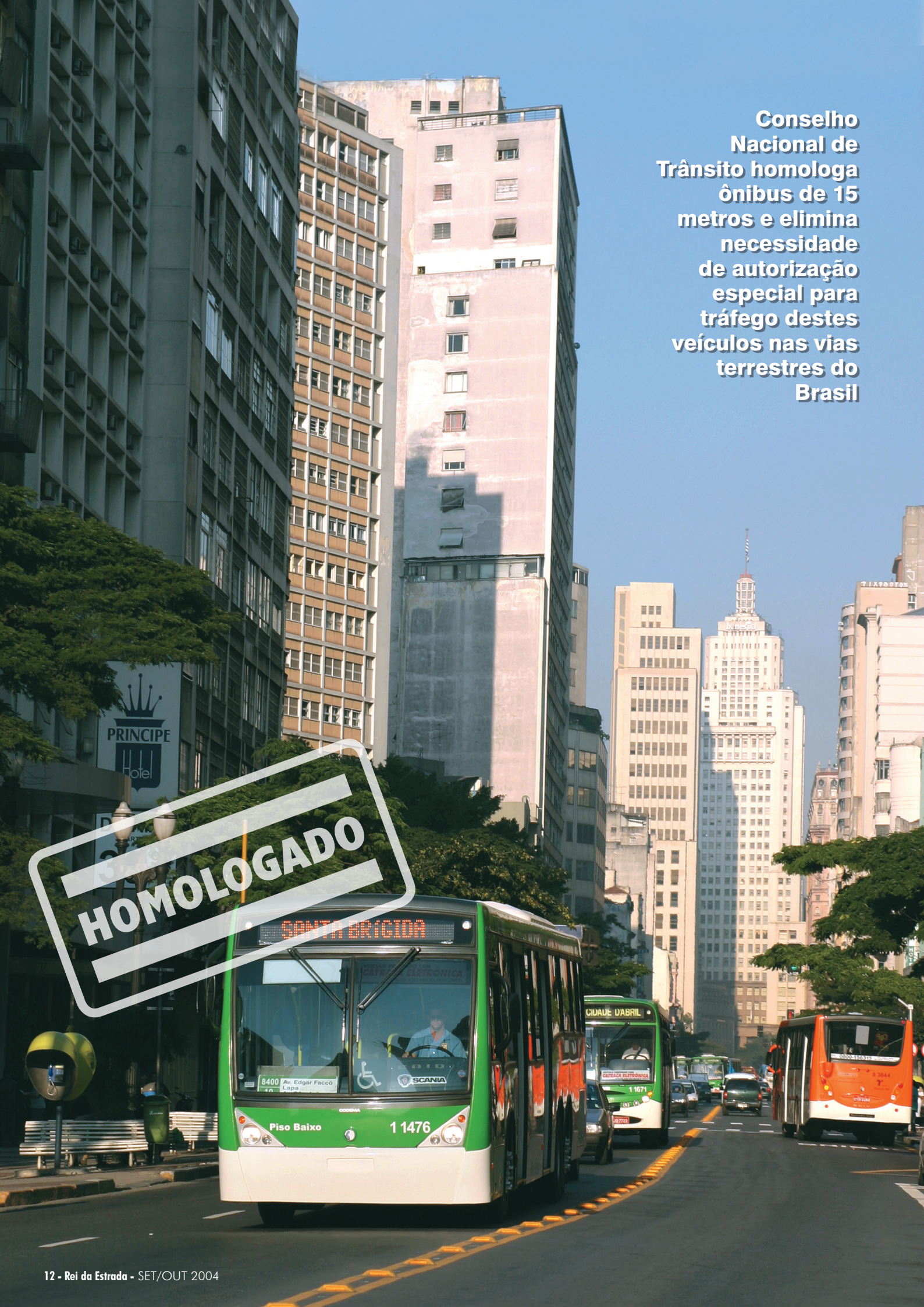
Caracoles – Depois do túnel, que tem três quilômetros de extensão, vem a parte mais pitoresca de toda a viagem, "Los Caracoles", um emaranhado de mais de trinta curvas em forma de cotovelo, que proporciona uma descida rápida, segura e inesquecível.

De Los Andes os caminhões seguem para a sede da Scania Chile, na rodovia Panamericana Norte, em Santiago. Lavagem, troca dos pneus, revisão de entrega, apertos finais e os veículos estão prontos para os novos donos, com garantia de um ano, sem limite de quilometragem, validada somente no momento da entrega.

"Pode parecer estranho que o caminhão rode mais de três mil quilômetros antes de ser entregue a seu cliente final, mas sempre foi assim e o fato é bem aceito. Com a viagem, eliminamos o que chamamos de 'morte infantil', que são aqueles problemas de falhas dos materiais do veículo, evidenciados logo nas primeiras centenas de quilômetros", informa Emilio Müller, diretor geral da Scania Chile.

Segundo ele, o cliente chileno já recebe o caminhão sabendo que a prova dos primeiros quilômetros foi cumprida sem defeitos. A condução foi cuidadosa e o veículo está pronto para pegar no pesado, sem mais necessidade de amaciamentos. (MJ)

Da fábrica em São Bernardo do Campo, pelos pampas argentinos e a Cordilheira dos Andes, rumo ao escritório comercial da Scania no Chile: a longa viagem dos caminhões e motoristas que fazem o comércio internacional entre Brasil e Chile. Tendo a neve como imprevisto, a solidariedade e o bom churrasco quebram o gelo.



Conselho Nacional de Trânsito homologa ônibus de 15 metros e elimina necessidade de autorização especial para tráfego destes veículos nas vias terrestres do Brasil

O detalhe que faltava

Fotos: Mônica Zonon

O Contran, Conselho Nacional de Trânsito, aprovou a circulação de ônibus urbanos com 15 metros de comprimento nas vias terrestres brasileiras, conforme a resolução nº 163, publicada em junho no Diário Oficial. Com a liberação, a Scania, que é a única a fabricar este tipo de veículo no Brasil, confirma a viabilidade de seu chassi L94 6x2*4 como alternativa aos ônibus convencionais e aos articulados, agora sem a necessidade de autorizações especiais para circular.

O conceito de ônibus maiores e não articulados existe na Europa desde 1997. No Brasil, antes da homologação, a legislação contemplava apenas ônibus de até 14 metros de comprimento sem articulação. A Scania apresentou em 2001, durante o Salão Internacional do Ônibus – ExpoBus, os primeiros veículos de 15 metros do Brasil, com capacidade para transportar até 100 passageiros e possibilidade de trafegar tanto em corredores especiais como nas vias urbanas normais.

"O ônibus Scania de 15 metros atende a uma demanda situada entre o modelo convencional, de 12 a 14 metros, e os articulados. A maior capacidade para transportar passageiros desse veículo contribui para melhorar o tráfego nos grandes centros quando os articulados, mais lentos, circulam com poucos passageiros", afirma Wilson Pereira, gerente executivo de Vendas de Ônibus da Scania.

Uma das vantagens do novo ônibus de 15 metros quando comparado ao veículo articulado é a flexibilidade na realização de manobras. O segundo eixo traseiro, que é direcional, acompanha os movimentos do eixo dianteiro. Quando o motorista movimenta o volante em uma direção, um sistema hidráulico aciona as rodas do eixo traseiro na direção contrária, o que facilita a realização de curvas, mesmo fechadas. Essa tecnologia exclusiva da Scania permite aos ônibus de 15 metros realizar manobras em espaços até menores que os modelos convencionais, sem maior desgaste do pavimento.

"O eixo direcional traseiro é uma solução tecnológica que pode ser aplicada nos ônibus urbanos, substituindo os veículos articulados principalmente fora dos horários de pico. Com essa alternativa, transporta-se mais passageiros que os ônibus convencionais, sem perda de agilidade, e não há baixa taxa de ocupação, aproveitando-se melhor os veículos da frota durante todo o dia", explica Pereira.

Duas opções – Os ônibus de 15 metros Scania estão disponíveis com piso normal e piso baixo (low entry), sem degraus nas portas dianteira e central. Os veículos com piso baixo são equipados com sistema de ajoelhamento, que reduz a altura do chassi ao nível da calçada para embarque e desembarque. "Esses veículos são indicados para linhas com embarque direto da calçada, sem plataformas, uma tendência nas grandes metrópoles", diz Pereira.

Antes da homologação, os veículos de 15 metros da Scania foram testados em corredores de ônibus de várias cidades do País. Pereira explica que a necessidade do piso baixo foi identificada durante os testes da primeira versão do produto, que apresentava degraus para o acesso dos passageiros. "A maioria das cidades que testaram a versão inicial já possuía em suas frotas ônibus Scania com piso baixo convencional, com carroceria até 14 metros. A demanda pelo piso baixo na carroceria maior, de 15 metros, foi conseqüência dos bons resultados dos testes".

A Viação Santa Brígida, de São Paulo (SP), foi a primeira a adquirir 10 unidades dos novos veículos com 15 metros, mesmo com necessidade de autorização especial. Os ônibus circulam na capital paulista desde maio deste ano, dentro do Sistema Interligado. O novo sistema de transporte coletivo paulistano compreende um subsistema estrutural com linhas operadas por veículos de médio e grande porte, destinadas a cobrir demandas elevadas de passageiros e integrar diversas regiões às áreas centrais da cidade. Um subsistema local, com linhas operadas por ônibus comuns e veículos de menor porte, atende deslocamentos internos nos subcentros e alimenta as linhas estruturais.

O corredor Pirituba-Lapa-Centro, onde atuam os ônibus Scania no momento, está em operação desde 2003 e foi o primeiro "Passa-Rápido", como são chamados os subsistemas estruturais da capital paulista.

Com a regulamentação final dos veículos de 15 metros, a Scania oferece uma linha completa de ônibus urbanos com motor traseiro, desde os convencionais de 12 metros com capacidade para transportar 73 passageiros, até os articulados, de 18 metros e com capacidade para 130 passageiros. Todos com índice de nacionalização superior a 60% e possibilidade de financiamento via FINAME, linha de crédito do BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social). (RN)

Rodrigo Troncoso

Motoristas e caminhões da Transporte Burrows enfrentam altitude e temperaturas oscilantes para transportar o ouro e a prata extraídos nas minas no norte do Chile

O ouro como recompensa

Fundada em 1969, a Transporte Burrows é especializada no transporte de minerais, atuando no interior do deserto e na costa do Chile, a mais de 4 mil metros acima do nível do mar. Atualmente, a empresa conta com 140 trabalhadores, a maioria formada por motoristas e operadores que acompanham a transportadora desde sua inauguração. Para enfrentar as severas condições de trabalho nas minas, inclusive as altas atitudes, o frio e o tipo de carga, a Transporte Burrows conta com 30 caminhões Scania modelo P124 com tração 6x4 e 8x4, ideais para esse tipo de aplicação.

A paisagem no local de trabalho é inóspita, mas de um colorido e de uma solidão que de maneira contraditória se completam, somados ao sol, a uma salina que tinge de branco a imensidão do terreno e um céu muito estrelado que se harmoniza com a terra todas as noites. O clima é desértico. Durante o dia, moderado e quente. As tardes são frias e no inverno, durante a noite, a temperatura chega aos 17 graus negativos.

Apesar das dificuldades geográficas, Efrain Burrows, proprietário da Transporte Burrows, encontra aspectos positivos do trabalho que realiza há 50 anos. "Quando se trabalha naquilo que se gosta, o sacrifício passa despercebido, principalmente porque ao redor das minas há paisagens como as serras e o deserto".

Trabalho nas alturas – Na mina de Can-Can, próxima à província de Copiapó, o acampamento dos mineradores está a 3 mil e 200 metros. É desse ponto que partem os caminhões em direção às minas subterrâneas de ouro que estão a 4,7 mil metros, passando por planícies que alcançam 4,8 mil metros de altitude. A falta de oxigênio e o vento cortante que caracterizam essas altitudes já não causam efeito nos motoristas nem nos caminhões, mas mesmo assim, são tomadas algumas precauções pelos trabalhadores como caminhar devagar e, em algumas ocasiões, deixar os motores ligados.

Raúl Díaz, chefe de operações da Transportes Burrows em Can-Can, afirma que nos onze anos de trabalho, o pior obstáculo que enfrentou foi a neve. "Em 2002, por exemplo, nevou muito, mas o trabalho continuou, ainda que de forma mais lenta. O Scania Retarder ajudou muito, porque não derrapa em terrenos com neve e terra, e permite maior controle e aderência da máquina ao solo. Com ele, os caminhões tornam-se mais seguros e mais fáceis de controlar".

Por Karla Cantuarias/Rodrigo Troncoso, do Chile

Apenas por paixão

Filho de caminhoneiro realiza sonho de ter um caminhão Scania só para passear

Fotos: Mônica Zanon

Originalidade: família de João Marcos Bé revezará o volante do novo "caminhão" de passeio

Como modelo R124 GA4x2, equipado com motor de 400 cavalos, um caminhão Scania saiu da fábrica de São Bernardo do Campo (SP) com destino diferente da maioria dos veículos da marca. Ele será o novo carro de passeio de João Marcos da Silveira Bé, funcionário público em Brasília (DF).

A paixão por caminhões veio da infância. Filho de caminhoneiro, Bé cresceu ouvindo falar sobre o tema e com o tempo tornou-se especialista no assunto. Colecionador de miniaturas, pôsteres e reportagens sobre caminhões, ele brinca que em suas veias corre óleo diesel e afirma que desde menino alimentava a vontade de ter um caminhão só para ele. Acabou não seguindo a profissão do pai, mas isso não foi motivo para impedi-lo de concretizar seu sonho.

Na cor preta, o caminhão Scania foi personalizado por uma equipe de Santos (SP), especialista em pinturas. O veículo recebeu bandeiras estilizadas do Brasil nas lateriais e na frente. Uma estrela azul e bandeiras quadriculadas preencheram o defletor. Detalhes em verde na saia do pára-choque e nos pára-lamas traseiros completaram o visual.

Carro de família – Muitas pessoas diziam que eu era louco ao desejar um caminhão para passear. Agora, muitas delas não vão nem acreditar quando eu chegar em Brasília com o meu Scania. Na minha casa, tive de adaptar a garagem e a família já briga para ver quem dirigirá o novo caminhão. Minha paixão contagiou esposa e filhos", comemora Bé.

Para "inaugurar" o novo caminhão, Bé planejou uma viagem especial. Junto com a esposa e os dois filhos, partiram de São Vicente rumo a Porto Alegre (RS) para só então voltar a Brasília, tudo a bordo do veículo Scania.

Antes de comprar um caminhão novo e personalizá-lo, Bé buscou outras formas de realizar seu sonho. A primeira idéia foi adquirir um veículo usado, mas como os caminhões que viu não atendiam às suas expectativas decidiu que o caminho seria a compra de uma cota do Consórcio Nacional Scania.

"O consórcio foi a melhor forma encontrada para adquirir um caminhão do jeito que eu queria sem ter de sacrificar outras despesas em minha casa. Gostei tanto da idéia que, após ser contemplado em dezembro, dei entrada em uma nova cota", revela ele. (HF)

Nova disposição da Central de Atendimento integra todas as atividades comerciais e permite total visibilidade do estoque de peças de reposição pelos clientes

Fotos: Mônica Zanon

À conveniência do cliente

Scania implanta no Brasil programa mundial de padronização de atendimento. Cada concessionária, agora, deve procurar satisfazer ainda mais às crescentes necessidades do cliente, atendendo em um único lugar desde os reparos no veículo até as soluções para os negócios do dia-a-dia. E a Quinta Roda, de Sumaré (SP), é a primeira concessionária em toda a América Latina a ser certificada por esse novo padrão

Atendimento personalizado ao cliente também tem espaço em ambiente agradável para se fazer negócios

Entre 1995 e 1998, a fábrica brasileira da Scania, localizada na cidade de São Bernardo do Campo (SP), recebia investimentos de US$ 300 milhões. A montadora queria equiparar sua planta no Brasil às demais espalhadas pelo mundo e garantir que os veículos produzidos em qualquer uma das unidades industriais fossem absolutamente iguais.

Hoje, graças ao profundo grau de globalização alcançado pela Scania, todas as fábricas da empresa operam de forma complementar, repartindo o mercado internacional.

Mas as exigências do mundo globalizado são crescentes e não basta oferecer um produto com a mesma qualidade em todos os mercados. O cliente, esteja onde estiver, deseja receber também um mesmo tratamento. Uniformizar os serviços prestados passa, então, a ser fundamental para tornar a marca reconhecida mundialmente.

Em janeiro deste ano, a Scania trouxe para o Brasil seu programa global de atendimento para concessionárias. Nove meses depois do início dos trabalhos, a Quinta Roda, de Sumaré (SP), é a primeira concessionária a receber a certificação desse programa na América Latina.

Igualdade – A nova ferramenta mundial é utilizada pela Scania para garantir ao cliente, independente do lugar em que ele esteja, um mesmo padrão de atendimento. Ela baseia-se em compromissos que têm a função de nortear o trabalho das concessionárias, com itens como identificação visual, tempo padrão de atendimento e disponibilidade de peças e serviços.

"O programa estimula a evolução no atendimento ao cliente por parte do concessionário. E por isso, é um projeto com implantação gradual. Queremos assegurar que o cliente Scania seja, cada vez mais, melhor atendido, em resposta a um nível de exigência crescente. O transportador que percorre grandes distâncias, inclusive aquele que faz rotas internacionais, deverá sentir que está sempre em uma concessionária Scania", explica Guilherme Cajado, gerente de Desenvolvimento de Negócios com a Rede da Scania no Brasil.

As bases foram lançadas na Europa ainda na década de 1990. Hoje, a implantação dos conceitos é mandatória e mais de 60% das concessionárias Scania naquele continente estão certificadas. Em 2003, a Bélgica foi o primeiro país a certificar toda a sua rede de concessionárias. Três anos antes, a Al Shirawi Enterprises, de Dubai, nos Emirados Árabes, havia sido a primeira concessionária Scania a receber a certificação fora da Europa.

A implantação do padrão mundial de atendimento começa com a conscientização de todos os colaboradores da concessionária. Diretoria e funcionários são motivados a agir conforme a filosofia do programa, que diz que a Scania deve tomar conta do cliente enquanto ele toma conta do seu próprio negócio.

"É a evolução de um processo que já existia em nossa rede de concessionárias. Antes, havia uma

Ferramentas especiais da Scania e mecânicos treinados na fábrica permitem serviços de alta qualidade em menores prazos

série de programas que pretendiam adequar os serviços das casas às necessidades dos clientes. Agora, todas essas intenções foram reunidas. O melhor é que a adesão é voluntária e requer pequenos investimentos. Aos poucos, todas as nossas concessionárias irão aderir à nova filosofia", afirma Renato Mottin, presidente da Assobrasc, Associação Brasileira das Concessionárias Scania.

As casas que passam pelo processo de implantação dos conceitos começam a agir globalmente. A identificação visual é o primeiro item que deve seguir orientações mundiais. Ela deve respeitar os padrões da marca e facilitar o acesso do cliente à concessionária. Outros itens que uniformizam o atendimento são a definição de um espaço para a entrega de veículos e a reorganização do almoxarifado, aumentando a disponibilidade das peças.

Para padronizar os serviços prestados, há tempos estabelecidos para a execução das tarefas, box para atendimentos rápidos, de até 30 minutos, e a criação de uma rotina de diagnóstico de falhas em todos os veículos que entram na concessionária.

Centro de atendimento – "O cliente Scania deverá ser atendido no menor tempo possível e este tempo deverá ser padrão em toda concessionária. Também será dada ao cliente a oportunidade de solucionar não só o problema que o levou até lá, mas outros ligados ao seu negócio. A concessionária passa a funcionar como um shopping center do transporte e os profissionais da casa tornam-se consultores dos clientes", diz Cajado.

A expectativa da Scania é que até o final de 2004, 26 concessionárias tenham recebido o treinamento e dessas, 18 estejam prontas para passar pelo processo de avaliação que as pode levar à certificação.

Na Quinta Roda, todos os funcionários, inclusive os terceiros, participaram dos treinamentos. A casa de Sumaré aproveitou o embalo da implantação do programa e readequou suas instalações. Implantou um centro de atendimento ao cliente, centralizando todas atividades da casa. Também reformou o almoxarifado, organizando as peças.

Um novo departamento de telemarketing passou a ser responsável por manter contato permanente com os clientes e verificar, por meio do diagnóstico de falhas realizado, serviços que deixaram de ser feitos e podem ser realizados em uma próxima visita à casa.

"Acreditamos no padrão único de atendimento e nos benefícios que ele pode nos trazer. Embora todos os nossos colaboradores estivessem trabalhando de forma correta, havia a necessidade de uma mudança de conceitos, desde a portaria até à diretoria. A preocupação em criar um ambiente que facilite o sucesso de nossos clientes em seus negócios nos levou a agilizar o processo de implantação", afirma Luis Fernando Tegon, vice-presidente do Grupo Supergasbras, que controla a Quinta Roda.

Tegon conta que a divulgação da certificação da Quinta Roda tem

Novo sistema de gerenciamento de peças, logística e layout garantem maior disponibilidade de peças e menor prazo de entrega nos serviços executados pelas concessionárias Scania

ocorrido por meio dos funcionários da casa, de boca em boca. Os clientes ligam para a concessionária para elogiar o novo processo de atendimento e a acessibilidade a todos os departamentos da empresa.

As outras casas da Quinta Roda no Estado de São Paulo, em Araçatuba, Bauru e Porto Ferreira, já iniciaram o processo de implantação do padrão de atendimento, com o aprimoramento da identificação visual. O próximo passo será o treinamento para os colaboradores.

Multiplicação – A implantação do padrão mundial de atendimento em outra concessionária Scania, a Cotrasa, de Ponta Grossa (PR), também coincide com uma reforma geral nas instalações da casa. Atualmente, os funcionários passam pelos treinamentos e se preparam para a futura avaliação.

"A nova filosofia, somada à reforma predial, tem melhorado significativamente o ambiente de trabalho. A partir do momento em que passamos a oferecer ao cliente um ambiente mais agradável, moderno e receptivo, aliado a uma equipe altamente qualificada, que trabalha dentro de padrões internacionais, fica claro que ele pode contar com o que mais precisa: eficiência, qualidade e agilidade nos serviços", diz Marcelo Marin, gerente de Marketing Estratégico da Cotrasa.

A Novepe, de Recife (PE), já implantou cerca de 70% do programa. A casa mantém, em paralelo, o PND, Programa Novepe de Desenvolvimento, que visa por meio de cursos preparar profissionalmente os funcionários da concessionária.

"Acreditamos que com essas ações o cliente Scania que nos visita, principalmente aquele que vem de outros Estados, perceberá uma uniformidade substancial na qualidade dos serviços prestados", esclarece Ricardo Rolemberg, diretor comercial da Novepe.

Na Codema, de Guarulhos (SP), o programa de padronização do atendimento deve ser implantado até outubro, quando a casa passará pelo processo de avaliação para certificação.

"O processo em si demanda tempo já que envolve a mudança de comportamento. Mas esperamos que essas mudanças despertem em todos a força, a energia, a raça e a astúcia para melhorar os nossos serviços e adequá-los aos padrões globais da Scania", afirma Silvio Munhoz, diretor geral da Codema.

Foco no cliente – Todas as modificações que estão sendo feitas na Codema já atingem diretamente os clientes. Lá, a melhoria dos processos de trabalho tem como foco a satisfação do cliente por meio de um atendimento personalizado.

"Os padrões estabelecidos permitem, entretanto, que características locais sejam valorizadas. A uniformização está aumentando a qualidade dos processos de trabalho da Codema e tem nos dado a oportunidade de mostrar que um atendimento personalizado faz a diferença", comenta Munhoz. (HF)

Cecília Pederzoli

Aprovado: caminhões com motor V8 passam no teste da Expresso Figueiredo

Quando 1 vira 10

Depois de testar caminhão Scania equipado com motor V8 de 480 cavalos, a Expresso Figueiredo, de Belo Horizonte (MG), adquire 10 unidades do modelo para o transporte de bobinas de aço e fio-máquina

Durante cinco meses, a Expresso Figueiredo, empresa de Belo Horizonte (MG) dedicada ao transporte de material siderúrgico, testou um caminhão Scania equipado com motor V8 de 480 cavalos. A maior velocidade média, o menor tempo de viagem e as poucas mudanças de marcha proporcionadas pelo motor DC16 02 levaram a empresa mineira a adquirir, em agosto, dez caminhões R164 GA6x4 480, idênticos ao modelo testado, que agora passam a ser destinados para as aplicações mais severas.

Durante o teste, sempre tracionando um bitrem com 40 toneladas, foram realizadas diversas viagens, partindo de São José da Lapa (MG) e chegando a Ipatinga (MG), Curitiba (PR), Brasília (DF) e São Paulo (SP). Os resultados colhidos foram analisados junto à Scania, que contribuiu com informações técnicas para um melhor aproveitamento do veículo.

"O teste nos mostrou que o motor V8 480 pode proporcionar boas médias de velocidade, mesmo tracionando grandes volumes de carga, além de oferecer um menor consumo de combustível e um menor gasto com manutenção. Como nossa frota é direcionada para bitrens, cuja capacidade de carga total é de 57 toneladas, enxergamos no V8 uma oportunidade de aumentar a produtividade" afirma José Júlio Figueiredo, diretor da Expresso Figueiredo.

Ainda segundo Figueiredo, aliado à tração 6x4, já presente em parte da frota da transportadora, o motor V8 de 480 cavalos aumentará o desempenho dos caminhões, que trafegam muito em rodovias acidentadas e em serras.

Sobra de potência – Os veículos recém-adquiridos estão equipados com ABS. Eles serão utilizados para o transporte em bitrens de bobinas de aço e fio-máquina com origem em Minas Gerais e Santa Catarina e destino para os Estados de São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Bahia, Rio Grande do Sul e Paraná.

"Sabemos que a sobra de potência oferecida pelo caminhão equipado com motor Scania V8 480 é melhor aproveitada no transporte de cargas mais pesadas, em distâncias longas e aplicações exigentes. Para a Scania, a escolha da Expresso Figueiredo confirma o que chamamos de solução específica de transporte. Nas atividades que exigem força de tração e excelentes médias de velocidade, o R164 GA6x4 equipado com motor V8 é a melhor opção para o transportador", diz Roberto Leoncini, gerente de Vendas de Caminhões da Scania no Brasil.

A Expresso Figueiredo atua no transporte de materiais siderurgicos desde 1984. Atualmente, a transportadora conta com uma frota de 180 caminhões, que rodam aproximadamente 2,5 milhões de quilômetros por mês. (HF)

Arquivo Scania

Força e potência

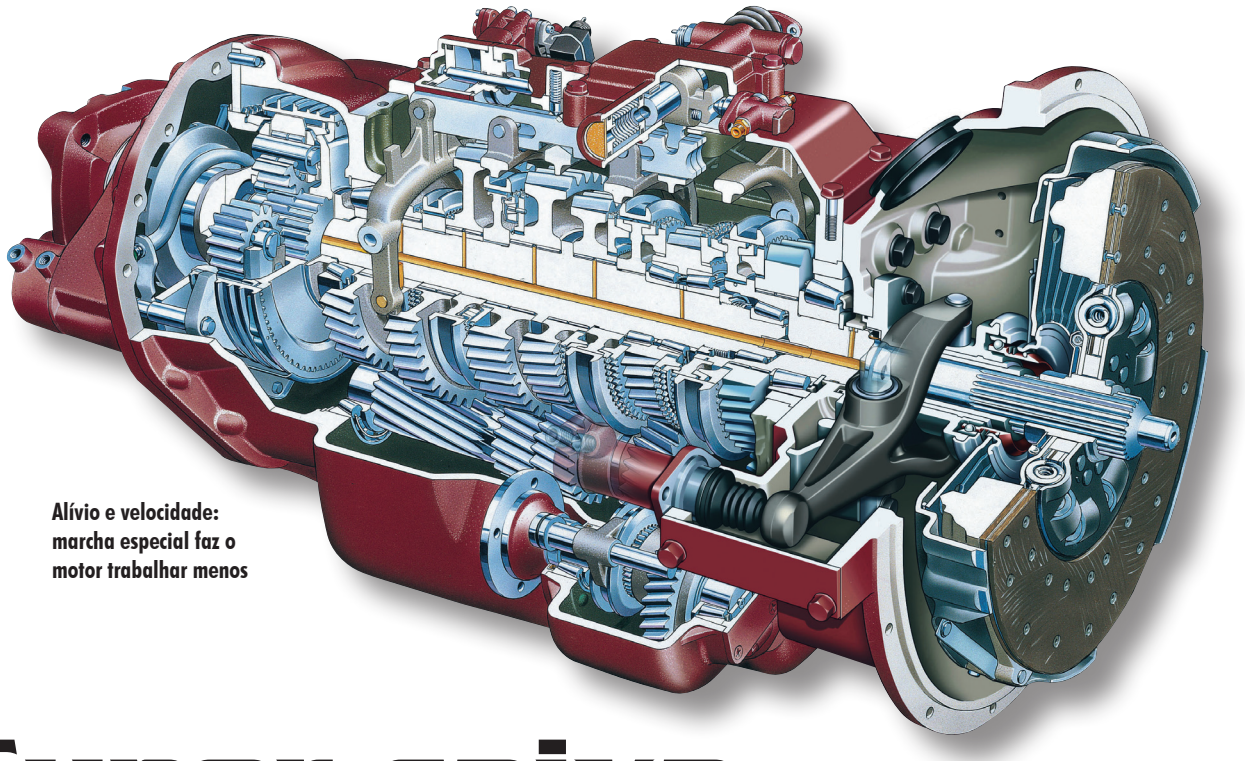
Em 2001, a Scania trazia de volta para o mercado brasileiro seu motor V8, atualizado para a versão eletrônica e com 480 cavalos de potência. O DC16 02 chegava para equipar o Rei da Estrada, série que reúne luxo e prestígio, com diversos itens exclusivos.

Além de servir como estandarte para a imagem das transportadoras, esse caminhão apresenta, na opção com tração 6x4, a configuração ideal para bitrens. Em 2003, a montadora resolveu estender o motor V8 para toda a sua linha de caminhões.

O DC16 02, gerenciado eletronicamente, tem o maior torque do mercado nacional, de 2.300 Nm entre 1.100 e 1.300 rpm. Essa característica proporciona elevadas médias de velocidade, com baixo consumo de combustível e menos emissões de poluentes, atendendo aos padrões da norma Euro 3.

O desempenho do V8 se traduz em menor tempo de viagem e poucas mudanças de marcha, já que o caminhão equipado com esse motor, mesmo transportando 57 toneladas em bitrens de sete eixos, trabalha com sobra de potência. O freio-motor do motor V8 tem potência 30% mais elevada que os motores de cilindros em linha, com 12 litros.

Graças ao conceito modular da Scania, o DC16 02 é montado com várias peças comuns aos outros motores. O aproveitamento de componentes facilita os reparos e a manutenção.



Alívio e velocidade: marcha especial faz o motor trabalhar menos

Super caixa

Scania lança câmbio GRSO900 com overdrive para caminhões que tracionam composições com alta capacidade de carga

A Scania acaba de colocar no mercado a caixa de câmbio GRSO900, com overdrive. A nova tecnologia foi desenvolvida para caminhões de aplicação rodoviária que desenvolvem maiores velocidades médias e tracionam composições com alta capacidade de carga útil, como bitrens e rodotrens com PBTC (Peso Bruto Total Combinado) entre 57 e 74 toneladas.

Uma caixa de câmbio com overdrive possui pelo menos uma das marchas mais longas com relação menor que 1:1. A marcha mais longa da Scania GRSO900 tem uma relação de 0,81:1. A principal vantagem oferecida por essa nova tecnologia são rotações de motor mais baixas em uma mesma velocidade. Isso aumenta a vida útil do motor e diminui o consumo de combustível.

A boa média de velocidade alcançada por um veículo equipado com a GRSO900 diminui o tempo das viagens, aumenta a produtividade e proporciona, ao mesmo tempo, maior conforto e segurança ao motorista na condução em longas distâncias.

A nova caixa de câmbio GRSO900 com overdrive é montada em veículos com redução nas rodas e é baseada na já conhecida GRS900. Com as duas, o cliente tem mais opções para especificar seus veículos de acordo com suas necessidades. Elas possuem as mesmas posições de marchas e a maioria das peças é comum.

Ambas também contam com o mesmo sistema de lubrificação, com a adição na GRSO900 de um coletor de óleo extra que conduz o óleo até as engrenagens de maior velocidade.

A GRSO900 conta ainda com uma tomada de força com maior potência efetiva, de 148 kW. Ela tem também radiador de óleo, e uma conexão projetada para montagem direta de uma bomba hidráulica.

Por Pedro Bascoy Neto/HF

Comparativo de relação de redução das marchas

GRS900

Marcha	Split	Caixa Baixa	Caixa Alta
Ré	L	14,74	–
	H	11,95	–
Superlenta (Crawler)	L	16,38	–
	H	13,28	–
1ª e 4ª	L	11,38	3,03
	H	9,23	2,46
2ª e 5ª	L	7,17	1,91
	H	5,81	1,55
3ª e 6ª	L	4,62	1,23
	H	3,75	1,00

GRSO900 (overdrive)

Marcha	Split	Caixa Baixa	Caixa Alta
Ré	L	11,95	–
	H	9,69	–
Superlenta (Crawler)	L	13,28	–
	H	10,76	–
1ª e 4ª	L	9,23	2,46
	H	7,48	1,99
2ª e 5ª	L	5,81	1,55
	H	4,71	1,26
3ª e 6ª	L	3,75	1,00
	H	3,04	0,81

Rendimento adequado

Diversificação é a palavra ideal para definir as empresas de transporte mexicanas, como a Autotransportes Especializados Cabrera

Marco Hernández

Uma empresa que trabalhava com apenas um cliente, transportava uma grande quantidade de mercadorias, com movimento a toda hora. Esse era o perfil da Autotransportes Especializados Cabrera, mas de repente tudo mudou. A direção da empresa, liderada pelo diretor geral Roberto Cabrera, começou a abrir novas portas. Os resultados vieram quase que imediatamente. Importantes clientes como o Walt Mart e a Gillette depositaram sua confiança na transportadora, gerando a necessidade de aumento da frota.

Atualmente, a empresa conta com 150 veículos e tem uma experiência de mais de 20 anos no setor. "Em 1991, compramos o primeiro caminhão novo. Agora, estamos prontos para competir com qualquer empresa. Nossos argumentos são a qualidade e as opções de serviços para nossos clientes", declara Cabrera.

Os veículos da Autotransportes Especializados Cabrera percorrem entre 18 e 20 mil quilômetros por mês, o que significa, em média, 200 mil quilômetros por ano. "Os caminhões Scania, desde que foram adquiridos, param somente para manutenção preventiva", diz Cabrera.

Uma das coisas que mais chama a atenção dos operadores da Autotransportes Especializados Cabrera é a segurança dos veículos Scania. Cabrera explica que, no início, os motoristas não queriam nem subir nas unidades, mas depois mudaram seus conceitos sobre os veículos. "Agora, os motoristas até brigam para conduzir os caminhões Scania, devido ao rendimento de combustível e à segurança que representam. O Retarder é um espetáculo nas estradas mexicanas, nenhum outro fabricante tem algo similar", afirma.

Cabrera se lembra que quando os caminhões Scania chegaram à Autotransportes Especializados Cabrera, seus amigos de outras empresas de transportes ficaram surpreendidos com a compra. "Esses mesmos empresários nos têm pedido referências sobre o comportamento das unidades em estradas mexicanas. Eu explico que é uma maravilha para o México, e que seu consumo de combustível é dos melhores. Por isso, a Scania é líder na Europa e no nosso país não demorará muito tempo para que a presença da marca se fortaleça ainda mais" afirma.

Por Marco Hernández G., do México

Centro-Oeste rodoviário

Tradicional fronteira agropecuária está se tranformando em importante consumidor de chassis para ônibus de médias e longas distâncias

Longe dos grandes pólos industriais, no coração do Brasil, está localizada uma das regiões mais prósperas do País. Formado pelos Estados de Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do Sul e pelo Distrito Federal, o Centro-Oeste é conhecido nacionalmente por sua intensa atividade agrícola e pecuária. Mas esses setores, que chegaram a ser responsáveis por 52,5% do PIB da região, hoje respondem por cerca de 14% das riquezas locais.

A queda nos índices de participação da agricultura e da pecúaria aponta o aumento das atividades industriais e terciárias, que estão se desenvolvendo rapidamente. E as perspectivas não mudam o foco. O Centro-Oeste continuará passando por um intenso processo de urbanização, o que gerará demanda no setor de serviços, inclusive nos transportes entre as cidades emergentes.

Nesse panorama favorável, a Scania vem aumentando sua participação no mercado local de ônibus rodoviários. No primeiro semestre deste ano, as vendas na região tiveram um acréscimo de mais de 100% em relação ao mesmo período de 2003.

"O mercado interno está aquecido e a demanda de passageiros também aumentou em todo o Centro-Oeste. Esses motivos deixam os empresários mais seguros para investir na compra de novos veículos", explica Wilson Oliveira Thomaz, gerente comercial da Varella, concessionária Scania para o Estado de Goiás e o Distrito Federal.

A forte demanda fez com que tradicionais empresas, que não compravam ônibus Scania há algum tempo,

Retorno aos investimentos: Expresso São Luiz volta a comprar ônibus Scania depois de dez anos

voltassem a adquirir veículos da marca. É o caso do Expresso São Luiz, de Goiânia (GO), que após dez anos afastado comprou oito unidades do modelo rodoviário K124, com tração 6x2, como parte da ampliação de sua frota.

Os veículos, todos equipados com ar-condicionado, câmbio com Comfort Shift e freio auxiliar Scania Retarder, transportarão passageiros entre as cidades de Brasília (DF), Goiânia (GO) e Cuiabá (MT).

"Já conhecíamos os veículos Scania e sabíamos do seu desempenho. Também levamos em conta a facilidade nas negociações para adquirir o produto que escolhemos", diz Geraldo Duval, diretor administrativo do Expresso São Luiz, que segue negociando mais veículos do mesmo modelo de chassi com a Scania.

"A confiança demonstrada pelo Expresso São Luiz ao incluir novamente veículos Scania em sua frota reafirma nosso compromisso em oferecer produtos e serviços com qualidade e de acordo com a necessidade do cliente. É sempre satisfatório reconquistar um cliente, principalmente quando ele é um importante representante do setor transporte de passageiros, como o Expresso São Luiz", afirma Wilson Pereira, gerente executivo de Vendas de Ônibus da Scania no Brasil.

A Viação Medianeira, outra importante empresa de transporte interestadual de passageiros da região, também adquiriu quatro unidades do modelo K124 6x2. Os ônibus ligarão a cidade de Goiânia (GO) a Alta Floresta (MT).

Tradicionais empresas localizadas no Centro-Oeste, como a Fabitur, a Charlestur e a Auto-Viação Goianésia, ajudaram para o aumento das vendas com a compra de uma unidade cada.

"O Centro-Oeste é um mercado promissor. Pretendemos acompanhar o crescimento da região e continuar com um bom ritmo de vendas, atendendo clientes novos e antigos", completa Pereira. (RN)

Lúcio Ramos

Laços de família

Em Hurlingham, província de Buenos Aires, por trás de uma tradicional empresa está a história de esforçados imigrantes que deram o primeiro passo para o sucesso de seus descendentes

Fotos: Marisa Lo Russo

Como tantos outros imigrantes italianos, Adamo Labate chegou à Argentina no período do pós-guerra. Tinha apenas 12 anos de idade. Seu pai, carcereiro de profissão, sofrera a perda dos sobrinhos e irmãos no front de batalha e não queria que seus filhos enfrentassem o mesmo destino. Por isso, quando o filho mais velho atingiu a maioridade e estava pronto para o serviço militar obrigatório, ele decidiu mudar-se com a família para "as terras da prosperidade e bem-estar", como dizia seu irmão, que já vivia na Argentina.

Aos 14 anos, e ainda sem conhecer o idioma, Labate já estava empregado. Todos os dias batalhava no caminhão de coleta de lixo da prefeitura de Buenos Aires. "Ainda não tínhamos registro nem documentação, mas como trabalhávamos para o governo não éramos questionados. Até passávamos em frente à Casa Rosada", lembra.

Cinqüenta anos depois desse começo de muito esforço, Adamo Labate recorda, com visíveis sinais de felicidade em seu rosto, dos anos de empenho e sacrifício até o próspero presente. Sua empresa, a Transportes Adamo, é uma das principais prestadoras de serviço de transporte de gás da Argentina e tem uma ampla lista de clientes nacionais e internacionais.

Frota Scania – "A confiança que pode inspirar uma marca é fundamental no setor de transportes. Nós trabalhamos com empresas líderes que exigem muita atenção. O fato de ter uma frota Scania me dá a segurança e a confiança que preciso em relação ao rendimento, ao serviço técnico e ao pós-venda", afirma Labate.

No final dos anos 70, transportando madeira para uma fábrica de papel em Bariloche, utilizando caminhões próprios que tinha comprado junto com o irmão, ele soube que na província de Neuquén existia a chance de transportar gás. "Os tanques seriam fornecidos. Só tínhamos que licitar e entrar com os caminhões. Quando souberam que possuíamos três Scania 111, ficaram surpresos porque este tipo de veículo não era comum no país. A negociação foi muito mais fácil", recorda.

Labate se lembra que quando trabalhava com outras marcas de veículos, as viagens à Costa de 25, em Tucumán, eram uma tortura. "Via como os Scania 111 passavam à nossa frente e tínhamos que descer em primeira marcha. Adquirir o primeiro Scania foi conquistar um pedacinho do céu", conta.

Desde o final dos anos setenta, Labate nunca mais se afastou do transporte de gás. "Fomos expandindo graças às boas referências e o prestigio que os caminhões nos davam. Sempre fui fanático pela marca Scania e agradecido aos seus concessionários, que nos ofererem apoio na atividade comercial", diz.

Atualmente, a Transportes Adamo trabalha quase exclusivamente no sul da Argentina, em Loma de la Lata, El Portón, Mendoza, Gascón, Río Gallegos, Calafate e também nos países vizinhos, com uma média de 18 mil quilômetros percorridos por mês. Tem uma frota composta quase que totalmente por veículos da marca sueca. "Pretendemos ter uma frota composta apenas por Scania. Quando terminarem os prazos de renovação, não teremos dúvidas sobre quais serão os substitutos dos poucos caminhões dos concorrentes que restam" finaliza Labate.

Por Javi León, da Argentina

Uma boa herança

Adamo Labate teve que "descer do caminhão" há 16 anos devido a graves problemas de saúde. "Voltei quase que da morte e levei mais de seis anos para me recuperar. Se não fosse a minha saúde, eu ainda estaria dirigindo", afirma.

Mesmo diante das limitações, de vez em quando Labate pega escondido o caminhão de algum funcionário para dar um passeio.

O apoio da família foi muito importante, especialmente no trabalho. Como para a maioria dos imigrantes, a educação dos filhos foi a razão de todo o esforço ao longo da vida do empresário. "Queria que eles fossem profissionais e hoje posso dizer, com orgulho, que a Transportes Adamo chegou a ser o que é graças ao trabalho dos meus filhos Marcelo e Beatriz", conta.

Marcelo é engenheiro e Beatriz contadora. "Hoje os dois são os pilares da empresa, mesmo que eu continue batendo o martelo", brinca.

Scania é uma das "Empresas mais Admiradas no Brasil"

A Scania conquista, pela segunda vez, o primeiro lugar como Montadora e Importadora de Caminhões no ranking das "Empresas mais Admiradas no Brasil", estudo desenvolvido pela revista Carta Capital em parceria com a consultoria InterScience Informações e Tecnologia Aplicada. O resultado do estudo foi divulgado em edição especial da Carta Capital, lançada no dia 30 de agosto durante a festa de comemoração dos dez anos da revista.

O estudo tem por objetivo identificar quais as empresas que se destacam no Brasil em diferentes segmentos de atuação. Neste sétimo ano consecutivo, foram pesquisadas 573 empresas de 40 setores, com mais de mil entrevistas com os principais executivos dessas companhias.

Os destaques políticos e sociais apoiados na ética e na identificação com os interesses nacionais foram os fatores que determinaram os primeiros lugares do ranking geral. Na classificação por setores de atuação, as respostas emitidas somente por profissionais da área foram mais técnicas e refletiram além da ética, a preocupação com o respeito ao consumidor e a qualidade dos produtos, serviços e da gestão.

"O primeiro lugar no ranking Montadora e Importadora de Caminhões das 'Empresas mais Admiradas no Brasil' é muito importante para a Scania e mostra o reconhecimento da marca entre profissionais que atuam em nosso segmento. Essa classificação reflete a concretização dos nossos três valores fundamentais, a qualidade do produto, o cliente em primeiro lugar e o respeito ao indivíduo", afirma Hans-Christer Holgersson, presidente da Scania Latin America.

Mônica Zonon

Mino Carta, diretor de redação de Carta Capital, entrega a Hans-Christer Holgersson, presidente da Scania Latin America, prêmio de Montadora e Importadora de Caminhões mais Admirada no Brasil

Divulgação

Tradição no interior paulista

O Expresso Jundiaí, tradicional empresa de transporte de cargas e encomendas da região de Jundiaí, cidade do interior paulista, acaba de adquirir cinco caminhões Scania modelo P114. A compra faz parte da renovação da frota da empresa, que trabalha há 25 anos com caminhões da marca sueca.

"Fatores como desempenho, qualidade, assistência técnica e valor de revenda foram decisivos na escolha da marca dos veículos, que mais uma vez foi Scania", explica Pedro Nicoletti, coordenador da Manutenção do Expresso Jundiaí.

Com mais de seis mil clientes cadastrados e uma frota de 261 veículos próprios, sendo 36 da marca Scania, e 400 agregados, o Expresso Jundiaí atua diariamente em 3,5 mil cidades das regiões Sul e Sudeste. Para atender a 100 mil entregas mensais, a empresa conta com 120 mil metros quadrados de área em terminais, 30 mil metros quadrados em área construída, 17 filiais e 800 funcionários.

Evolução com as cores verde e amarela

O Consórcio Nacional Scania (CNS) apresentou o seu novo logotipo durante a assembléia mensal de agosto, que aconteceu simultaneamente em Contagem (MG) e Campo Grande (MS). Baseado no tema "Evolução com Resultados", o logotipo, que foi desenvolvido nas cores azul, verde e amarelo, tem a missão de aumentar ainda mais a credibilidade da marca do consórcio.

O Consórcio Nacional Scania foi criado em 1982. Na época, o logotipo tinha as cores vermelha, amarela e laranja. Para aproximar-se da identidade visual da marca Scania, em 1986 o emblema foi readequado, recebendo três tonalidades de azul. Após a mudança atual, as cores verde e amarela passam a fazer parte do logotipo, homenageando a bandeira brasileira.

"Decidimos mudar e aumentar nossa credibilidade demonstrando toda a confiança que depositamos no País e na marca Scania", afirma Nemésio Cordeiro, gerente de Marketing do Consórcio Nacional Scania.

Divulgação

Área de Vendas de Ônibus da Scania e profissionais da produtora Gtec comemoram prêmio por vídeo do Projeto Ponto a Ponto

Marketing campeão

O vídeo produzido para promover o Ponto a Ponto, ação de marketing da Scania que levou a linha de ônibus da montadora para percorrer todo o Brasil no ano passado, recebeu o Prêmio About de Comunicação Integrada e Dirigida 2003, em cerimônia realizada agora em setembro na cidade de São Paulo.
A premiação, organizada pela revista About, é realizada desde 1994 e tem como objetivo contribuir para o aprimoramento das áreas de Comunicação e Marketing, valorizando as atividades de Comunicação Integrada de Marketing realizadas por agências, produtoras, fornecedores e clientes. O júri do Prêmio About é formado por profissionais de comunicação e executivos de grandes empresas.
Elaborado pela Gtec, produtora de São Paulo (SP), o vídeo da Scania premiado mescla imagens dos ônibus da montadora com típicas paisagens brasileiras embaladas pela música "Aquarela do Brasil", do sambista Silas de Oliveira.

Campeã em pesados no Rio Grande do Sul

Pela terceira vez, a Scania recebeu na categoria Caminhões Pesados o Troféu Preferência do Transporte 2004, premiação criada em 1994 pelo SETCERGS, Sindicato das Empresas de Transporte de Cargas do Estado do Rio Grande do Sul.
Ao todo foram premiadas 14 categorias, que englobam os segmentos de consumo mais abrangentes do setor de transportes, como veículos, pneus, seguros, implementos rodoviários, tecnologia e combustíveis.
A escolha dos vencedores é feita por meio de uma pesquisa realizada anualmente com os associados do SETCERGS, que apura quais são os produtos, serviços e marcas preferidos pelos transportadores gaúchos.
Na categoria Concessionária, a Scania também ficou entre as melhores. A Suvesa, concessionária Scania no Rio Grande do Sul, esteve entre as três finalistas.

Divulgação

Divulgação

Incentivo vencedor

O Caé Futebol, equipe de São Bernardo do Campo (SP) patrocinada pela concessionária Scania Quinta-Roda de Sumaré (SP), foi o campeão na categoria sub-20 do Brazil Cup 2004, considerado o maior torneio de futebol amador do Brasil. Realizado na cidade de Poços de Caldas (MG), o Brazil Cup conta com a participação de mais de 100 equipes. Divididos em nove categorias, de acordo com a idade e sexo, os times que disputam o torneio vêm de quase todos os Estados do Brasil e também de países do exterior como Japão, Coréia, China, África do Sul e Estados Unidos.
Durante o torneio, o Caé venceu três jogos e empatou dois. Os jogadores Thiago Lopes e Rafael Perazzoli foram eleitos, respectivamente, destaque do campeonato e artilheiro. O treinador da equipe, Caé Cunha, levou o título de melhor técnico.

Primeira classe em turismo

A cidade mexicana de Veracruz acaba de receber dois ônibus Scania de dois andares, com a parte superior descoberta. Os veículos adquiridos pelo Grupo ADO realizarão o circuito turístico Veracruz – Boca del Río.
"Há quase dois anos, começávamos a operar na Cidade do México com esse tipo de ônibus no circuito turístico que vai do Auditorio Nacional ao Zócalo da Cidade do México. Hoje, o veículo aprovado como um meio de transporte de qualidade, à altura dos principais centros turísticos do mundo, já é utilizado nas cidades de Mérida e Puebla e chega também à Veracruz", afirma César Fentanés Serrano, diretor de Transporte Especializado do Grupo ADO.
Os dois novos veículos, montados sobre o chassi Scania K114 UB4x2LB equipado com motor de 340 cavalos, têm 12,12 metros de comprimento e 4,10 metros de altura, e contam com 18 assentos na parte inferior e outros 53 na parte superior. Para formar os ônibus no México, os chassis K114 saem da fábrica da Scania, em São Bernardo do Campo (SP), montados parcialmente.

Divulgação

Turismo ao ar livre:ônibus Scania "sem-teto" chegam a mais uma cidade mexicana

Divulgação

Crescimento com Scania

A Transporte KM e Montagens Ltda., empresa especializada no transporte de produtos agroindustriais, acaba de adquirir dez caminhões Scania modelo R124, com tração 4x2. Localizada na cidade de Catanduva, interior de São Paulo, a empresa é um importante cliente Scania na região do noroeste paulista desde 1982.
A frota da Transporte KM é composta por 81 veículos, sendo 37 da marca Scania. A recente compra faz parte do processo de ampliação do número de caminhões da transportadora, que busca atender a crescente demanda do segmento de transporte de cargas na região.
Com 32 anos de atuação na área de transporte de produtos agroindustriais, incluindo matérias-primas, insumos e produtos acabados de complexos industriais de açúcar, soja, milho e laranja, a empresa atende aos Estados de São Paulo, Minas Gerais e Goiás e conta com 14 pontos de apoio e filiais distribuídas nestas regiões.

Entre as melhores do Brasil

A Scania recebeu, no dia 12 de agosto, em São Paulo (SP), dois troféus "Melhores do Setor Automotivo 2004" pelas indicações para o prêmio AutoData 2004 nas categorias Montadora e Veículo Ônibus. A escolha foi feita pela equipe de jornalistas da AutoData Editora.
As premiações dão a Scania, como montadora, e ao modelo rodoviário K94, como ônibus, a oportunidade de concorrer, em novembro, ao Prêmio AutoData 2004, que indicará entre quatro concorrentes de cada categoria aquele que mais se destacou no setor automotivo brasileiro nos últimos doze meses. A votação do Prêmio AutoData é realizada por leitores da revista AutoData e assinantes da agência AutoData de Notícias.
O objetivo do prêmio, realizado anualmente, é incentivar empresas e responsáveis pelos negócios automotivos a ousar e oferecer ao setor bons produtos e qualidade de vendas. Além de Montadora e Veículo Ônibus, há outras categorias.

Emanuel A.P.

Wilson Pereira, gerente de Ônibus, e João Miguel Capussi, gerente de Corporate Relations, recebem pela Scania indicações do prêmio AutoData

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**
  Movesa - Tel. (77) 611-4831
  E-mail: consolebarreiras@movesa.com.br
- **Feira de Santana**
  Movesa - Tel. (75) 602-9400
  E-mail: administracaofeira@movesa.com.br
- **Salvador**
  Movesa - Tel. (71) 281-9100
  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) 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) 542-9494
  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.slz@alphamaquinas.com.br

MATO GROSSO
- **Cuiabá**
  Rota-Oeste - Tel. (65) 611-5000
  E-mail: diretoria@rotaoeste.com.br
- **Rondonópolis**
  Rota-Oeste - Tel. (66) 411-5555
  E-mail: servicoroo@rotaoeste.com.br
- **Sinop**
  Rota-Oeste - Tel. (66) 511-1500
  E-mail: comercialsnp@rotaoeste.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: regis@escandinavia.com.br

PARÁ
- **Belém**
  Guatapará - Tel. (91) 242-0211
- **Marabá**
  Guatapará - Tel. (94) 322-6262
  E-mail: filial.maraba@guatapara-pa.com.br
- **Marituba**
  Guatapará - 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) 2101-5600
  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

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) 3452-9600
  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) 238-0900
  E-mail: brasdiesel@brasdiesel.com.br
- **Eldorado do Sul**
  Suvesa - Tel. (51) 481-5050
  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
- **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@ulbrajp.com.br
- **Porto Velho**
  Rovema - Tel. (69) 222-2766
  E-mail: rovema.diretoria@bol.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: qrodaar@quintaroda.com.br
- **Araraquara**
  Escandinávia - Tel. (16) 3322-4689
  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

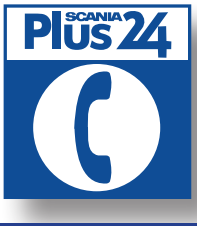
SERGIPE
- **Nossa Senhora do Socorro**
  Movesa - Tel. (79) 253-1204
  E-mail: movesa@movesa.com.br

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 Bogota**
  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

CHASSI SCANIA 15 METROS

RINO

É o ônibus no ponto certo.

Homologado pelo CONTRAN

O Scania 15 metros chegou onde nenhum outro chassi para ônibus chegou. E bem antes que todo mundo. É a solução mais inteligente para atender às demandas regionais de transporte urbano. Nem pequeno nem superdimensionado, o Scania 15 metros é o resultado do conhecimento e da avançada tecnologia da marca Scania. Um veículo seguro, robusto, confiável, durável, com baixo consumo de combustível e, conseqüentemente, baixo custo operacional. Transporta 100 passageiros com total segurança e conforto. São muitas as vantagens que fazem do Scania 15 metros o mais eficiente da categoria. Conheça hoje mesmo nas concessionárias Scania.

IBAMA PROCONVE HOMOLOGADO

www.scania.com.br

SCANIA

A marca que você quer.