Strong and the second s



Incentivos ao comércio exterior estimulam o transporte interno de contêineres



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

> Vice-presidente de Comunicações: Richard König

Gerente de Comunicação Social: João Miguel Capussi

> Editor Responsável: Mauricio Jordão (Mtb 28.568)

Repórter: Helen Faguinetti

Colaborador: Charley Gima

Revisão: Vicente dos Anjos

Foto Capa: Mônica Zanon

Projeto Gráfico, Editoração e Produção:

Technoart Propaganda Ltda. e-mail: technoart@technoart.com.br

> **Impressão:** Margraf Edit. e Ind. Gráfica

Tiragem desta Edição: 43.000 unidades

Correspondências:

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

> Home page: www.scania.com.br



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



4 – Exportação

Projeto colombiano de transporte coletivo, o TransMilenio, receberá 130 ônibus articulados da Scania produzidos no Brasil

6 - Brasil

Scania vai ajudar um município com baixo Índice de Desenvolvimento Humano no programa Fome Zero, do Governo Federal

7 - Marketing

Contrato de reciprocidade de imagem une Scania a artistas de expressão nacional

11 - Empresa

Lubiani se responsabiliza pelo transporte da Fórmula 1 no País

12 - História

Projeto Ponto a Ponto passa por Patrocínio (MG), berço nacional do transporte coletivo

14 – Ônibus

Termina o projeto Ponto a Ponto

16 - Reportagem de capa

Aumento das exportações alavanca o segmento de transporte de contêineres

20 – Fórmula Truck

A agilidade nos boxes faz a diferença nos esportes de velocidade

22 - Cliente

Transportes Martini adquire caminhão V8 exclusivo em comemoração a seus 30 anos de atuação

24 - Mercado

Agrishow mostra que safra recorde de grãos movimenta setores industriais

26 - Pós-venda

Concessionárias Scania fazem adequação de preços de peças das Séries 2 e 3

28 - Curiosidade

Caminhoneiro de Palhoça (SC) inspira-se no logotipo da Scania para tatuar o próprio braço





Exportação aos soluços

Até hoje, as empresas brasileiras, entendendo-se como brasileiras aquelas que pagam impostos e geram riquezas em nosso país - sejam de capital nacional ou estrangeiro, vêm se comportando oportunamente na cena do comércio internacional, participando dos soluços da exportação brasileira.

Vemos agora que a estabilização da economia nacional, o ganho de competitividade dos últimos anos e uma postura séria do governo federal permitem que nos voltemos de uma forma mais efetiva a essa atividade, que é fundamental para as empresas que aqui estão e para o nosso país.

Com a manutenção dessas condições, as empresas poderão amadurecer laços internacionais que permitam a perenização das exportações como parte de suas atividades rotineiras. E o transporte rodoviário, é claro, recebe os impulsos positivos dessa retomada do comércio internacional. Há o aumento significativo das operações de e para portos e aeroportos ao longo de todo o País.

O mais importante é que esse movimento não está concentrado nas commodities e insumos agrícolas, mas sim expandido-se para bens e insumos industriais, itens que por terem um maior valor agregado proporcionam aos transportadores uma maior rentabilidade. Mas exigem certamente uma maior capacitação técnica.

A Scania, possuidora de um Sistema Global de Produção único na indústria automobilística mundial, passa a participar também desse processo, exportando caminhões e chassis de ônibus para diversos mercados. Fato possível por produzir aqui no Brasil exatamente o mesmo caminhão que produz nas fábricas européias, seja com relação à especificação técnica, seja com relação ao padrão de qualidade. Credenciais para abaste-

cer mercados como Alemanha, França, Espanha e Coréia do Sul.

O compromisso de exportação da Scania é de longo prazo e fundamental para a manutenção dos investimentos nas operações brasileiras. Tal postura precisa ser adotada por todos os envolvidos na cadeia de exportação. É assim que se garante o crescimento das atividades de transporte rodoviário e pela movimentação de produtos de maior valor agregado, provoca-se o tão esperado e desejado início da recuperação dos fretes, massacrados durante os últimos anos.



Rei da Estrada - MAI/JUN 2003

Excelência latinoam

Scania assina contrato de fornecimento de 130 chassis de ônibus para o transporte urbano da cidade de Bogotá, na Colômbia



ericana

"A Scania desenvolveu o modelo L94 articulado para a América Latina, considerando as grandes licitações de ônibus urbanos pesados para corredores exclusivos, em curso em vários países. O veículo representa o que há de mais moderno em transporte urbano pesado de passageiros, com motor eletrônico, caixa automática de cinco marchas com retarder hidráulico, suspensão a ar e chassi bastante robusto", comenta Sílvio Bracesco, gerente de Exportação da Scania.

Com a chegada dos 130 ônibus Scania, a Transmasivo irá retirar de circulação 910 veículos antigos. A cada ônibus novo, sete sairão das ruas de Bogotá. Nos últimos três anos, cerca de 2.700 ônibus velhos foram substituídos por 490 novos, todos fabricados no Brasil.



Capital colombiana será a primeira cidade da América Latina a receber os ônibus Scania L94 articulados

Os veículos adquiridos pela Colômbia serão produzidos na fábrica da Scania, em São Bernardo do Campo (SP), e encarroçados pela Comil, na cidade de Erechim (RS). O valor total da operação supera a cifra de 24 milhões de dólares e o início da entrega das unidades está previsto para o mês de outubro de 2003. (CG)

Nas ruas de Bogotá

A prefeitura de Bogotá investe na modernização do transporte público com base nos princípios de respeito à vida, ao meio ambiente, à diversidade humana e à qualidade dos serviços a preços justos. Para isso injetou 100 milhões de dólares e investiu pesado no setor rodoviário urbano. O resultado do Trans Milenio tem sido tão satisfatório que as ações do projeto estão sendo colocadas à venda para a população, visando assim assegurar a capitalização e a futura expansão dos serviços.

A prefeitura também fez a sua parte desestimulando o uso de automóveis particulares. Implantou um rodízio pelo número da placa, semelhante ao existente na cidade de São Paulo (SP), sobretaxou a gasolina em 20%, com arrecadação revertida para a construção e manutenção das vias utilizadas pelo TransMilenio, e valorizou o espaço público, implantando extensas áreas de ciclovias e retirando os estacionamentos que impediam o livre trânsito de pedestres. A menor circulação de automóveis teve como consequência direta a redução em 40% nas emissões de gases poluentes e de 30% nos ruídos. (CG)



Por um País melhor

Scania assume compromisso com o programa Fome Zero, do Governo Federal

• presidente mundial da Scania, Leif Östling, o vice-presidente mundial da empresa, Kaj Lindgren, o presidente da Scania Latin America, Hans-Christer Holgersson, e o diretor de Assuntos Institucionais e Governamentais da empresa na América Latina, Mauro Marcondes Machado. estiveram no Palácio do Planalto, em Brasília (DF), no dia 26 de março, para audiência com o presidente da República, Luiz Inácio Lula da Silva. Na ocasião. a comissão da Scania apresentou uma Carta de Intenção de participação da empresa no programa Fome Zero.

A montadora propôs contribuir para que uma cidade com baixo Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M) – que considera fatores como educação, expectativa de vida e renda dos habitantes locais – seja transformada em um município

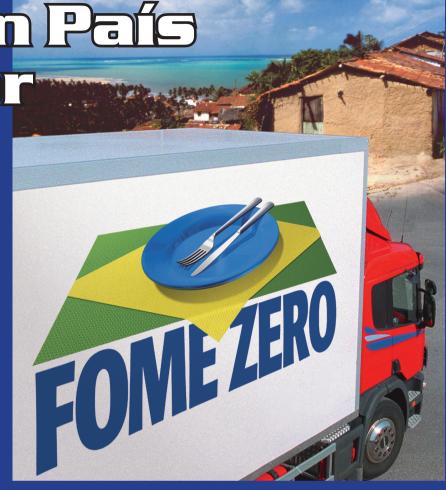
com infra-estrutura que garanta qualidade de vida aos seus moradores. "A Scania foi a primeira empresa a anunciar sua participação no programa Fome Zero com intenção de coordenar, em conjunto com os governos federal e municipal, clientes, fornecedores, concessionárias e colaboradores, o desenvolvimento social e humano de um município intei-

ro", explica Hans-Christer Holgersson.

O Fome Zero é um programa

Presidente mundial da Scania apresenta a Lula carta de intenção de participação no Fome Zero voltado para o resgate da cidadania e a inclusão social de grandes segmentos da população brasileira. O Mutirão Contra a Fome é um grupo de apoio dentro do programa Fome Zero, que tem a responsabilidade de gerenciar todas as doações, que não sejam de alimentos, como serviços, dinheiro e parcerias com empresas.

O Instituto Ethos, o Pólis Instituto de Estudos, Formação e Assessoria em Políticas Sociais e o IFC – International Finance Corporation, organismo que pertence ao Banco Mundial, estão realizando uma pesquisa para organizar uma lista das cidades mais carentes do País, que passarão a ter prioridade de atendimento pelo programa Fome Zero. Quando o município a ser atendido pela Scania for escolhido, as diretrizes gerais do programa serão definidas junto aos representantes do Governo Federal e da prefeitura local. (HF)





Casamento lucrativo

Contratos de reciprocidade de imagem unem Scania a artistas de expressão nacional

Trocar, permutar, tornar mútuo. Estes são os significados da palavra reciprocidade. Quando duas entidades assinam um contrato com a intenção de se unir para tornar comuns os pontos fortes de suas marcas, elas estão aderindo a um esquema de reciprocidade de imagem. É o que a Scania está fazendo com artistas de expressão nacional, que têm forte relação com os clientes da marca

O cantor Leonardo foi o primeiro. Desde 2000, ele utiliza dois caminhões Scania para transportar todo o equipamento utilizado na montagem de suas apresentações. Antes do início de cada espetáculo, um vídeo com o artista pilotando os caminhões é exibido.



Parte do show

Jocenir
Ribeiro de
Oliveira, conhecido como
Paraná, e Gilmar Gomes, o
Brutus, são os
responsáveis
pela condução dos caminhões do cantor
Leonardo. Os
motoristas levam

os cenários, iluminação e instrumentos musicais utilizados nas apresentações por todo o País.

Desde 2000, os dois já rodaram mais de 270 mil quilômetros com os veículos. "O trabalho dos motoristas é determinante para mantermos o mesmo nível dos shows, sejam em ginásios ou estádios. São eles que chegam em tempo para a montagem do palco e a afinação dos instrumentos", afirma Leonardo.

Para Paraná, os caminhões têm facilitado o trabalho por oferecerem conforto, economia de combustível e pouca manutenção. "Não há segredos para dirigir esses veículos. Mesmo nas estradas do Norte e Nordeste, que não oferecem boas condições para a condução, eles dão conta do recado", afirma. (CG)



Os veículos pretos puxam carretas personalizadas com fotos de Leonardo. "Com esses caminhões quase nem é preciso fazer propaganda dos shows. Nas cidades menores que visitamos, basta dar uma volta pelas ruas e o evento já está divulgado", afirma o cantor.

Hora do bis - No último mês de março, a parceria entre Leonardo e a Scania foi renovada. O cantor foi até a sede da empresa, localizada em São Bernardo do Campo (SP), para trocar os veículos 2000 por versões atuais. Avaliados em R\$ 500 mil. os modelos P94 DB6x2 e R124 LA4x2 estão equipados com motores de 260 e 400 cavalos, piloto automático e suspensão pneumática. A assistência técnica preventiva e corretiva é garantida pelo Contrato de Reparo e Manutenção Scania (R&M), podendo ser realizada em qualquer uma das mais de 90 concessionárias Scania no Brasil.

"O propósito dessa parceria é unir o nome Scania ao de Leonardo para que apareçam juntos nas mais diversas regiões do País", esclarece Emanuel Queiroz, diretor de Marketing da Scania no Brasil.



entregue ao Consórcio Nacional Scania em reconhecimento ao sucesso da "Promoção Leonardo", que superou em 140% os objetivos de venda de cotas para um único evento.

A promoção, realizada no ano passado, consistia em um show exclusivo do cantor para quem comprasse uma cota de caminhão para a assembléia de junho de 2002. Cada convidado mais um acompanhante viajariam a São Paulo (SP) com todas as despesas pagas. "A meta estabelecida era de 600 cotas. Mas a procura foi tão grande que vendemos um total de 1.430 cotas.

Todos queriam vir a São Paulo ver o Leonardo. Quase tivemos que escolher um local maior para realizar o show", conta Antonio Carlos da Rocha, diretor geral do Consórcio Nacional Scania.

O excelente resultado da assembléia de junho contribuiu também para a superação do objetivo de vendas anuais de 2002, que era de 2.000 cotas. Ao final do ano, o Consórcio Nacional Scania contabilizou 2.502 cotas.

Adesão de peso – Este ano, foi a vez do cantor Daniel firmar contrato de reciprocidade de imagem com a Scania.

O artista, que já contava com dois ônibus da marca, modelo K124 IB6x2, para levar técnicos, músicos e dançarinos para os shows realizados pelo País, e um caminhão R124 LA4x2 para os equipamentos, acaba de receber outro caminhão. Equipado com motor eletrônico de 400 cavalos, suspensão a ar e freio auxiliar Scania Retarder, o novo veículo está avaliado em R\$ 270 mil.

Juntos, os dois caminhões transportarão de 14 a 17 toneladas de cenários, iluminação e equipamentos de som, utilizados nos mais de



Parceria de longa data

A contribuição da Scania na carreira do cantor Daniel começou no início da década de 80, quando os primeiros shows da dupla João Paulo e Daniel aconteciam nas assembléias do Consórcio Nacional Scania realizadas na

concessionária Quinta Roda, de Sumaré (SP).

José Camilo,
pai de Daniel,
que começou
como caminhoneiro autônomo
ainda na década
de 60, adquiriu
seu primeiro Scania
em 1975. Hoje proprietário da transportadora
Translíquido Brotense, possui

mais de 60 caminhões da marca Scania. A empresa, com sede em Brotas (SP), atua no transporte de aguardente produzida por uma importante fabricante de bebidas da região e é atendida pela Quinta Roda desde 1980.

"O José Camilo é nosso cliente há mais de 20 anos e hoje temos orgulho de saber



Paulo Provenza: orgulho de ter contribuído para o crescimento profissional de Daniel

que participamos no crescimento de Daniel como cantor", declara Paulo Provenza, diretor geral da Quinta Roda.

Em reconhecimento ao carinho recebido no início da carreira do filho, José Camilo fez questão que Daniel fosse pessoalmente até Sumaré para receber o novo caminhão que utilizará para o transporte de equipamentos de seus shows. Essa foi a forma de pai e filho prestigiarem a concessionária, que completa três décadas de serviços prestados aos clientes de 244 municípios da região de Campinas (SP) e do sul de Minas Gerais.

Por Renata Nascimento

130 shows que o cantor realiza durante o ano pelo País. "A idéia é promover a marca Scania enquanto Daniel utiliza nossos veículos", explica Queiroz. Para o cantor, uma frota de caminhões própria e personalizada, todos na cor vermelha, com sua assinatura nas laterais, proporciona a manutenção da mesma qualidade dos shows, em qualquer canto do Brasil.

Daniel mantém relação de proximidade com os caminhões Scania desde pequeno. Seu pai, José Camilo, hoje dono de transportadora, entrou para o ramo de transportes na década de 60, como caminhoneiro autônomo.

Em comemoração aos 30 anos da concessionária Quinta Roda, que atende ao pai de Daniel há mais de 20 anos, a entrega do caminhão e a assinatura do contrato foram realizadas na sede da casa, em Sumaré (SP). "Com os artistas

freqüentando as concessionárias, conseguimos aproximálos cada vez mais de nossos clientes", informa Queiroz. A concessionária Venac, do Espírito Santo, também aproveitou a comemoração de seus 30 anos, em abril, para realizar um show exclusivo de Daniel para os clientes da casa. (HF)

Logística

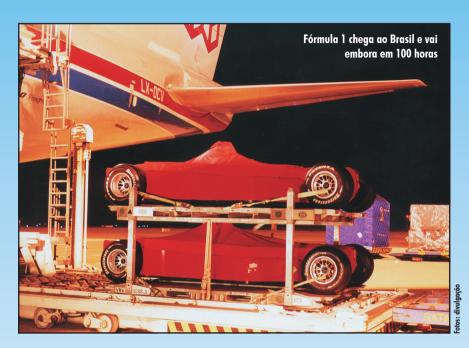
Uma frota de 69 caminhões Scania, da Lubiani Transportes, traz, pela segunda vez, a Fórmula 1 ao Brasil

Sexta-feira, dia 28 de março, às Oh45. Faltam oito dias para o Grande Prêmio Brasil de Fórmula 1. É com essa antecedência que deixa o aeroporto de Viracopos, em Campinas (SP), o primeiro comboio de 19 caminhões com destino ao autódromo de Interlagos, em São Paulo (SP). No mesmo dia, às 14h10, sairia outro comboio com 33 caminhões; e às 23h30 do dia seguinte, seguiriam os últimos 17 caminhões.

Mais de 800 toneladas de carga composta por carros, equipamentos, pneus e combustível foram transportadas por uma distância de 130 quilômetros, em viagens que duravam pouco menos de duas horas. Pela segunda vez consecutiva, a tarefa foi realizada pela Lubiani Transportes, de Piracicaba, interior de São Paulo, que provou aos organizadores internacionais do evento, em 2002, a viabilidade de confiar toda a operação a um único parceiro.



Fila indiana: caminhões seguem em comboio do aeroporto de Viracopos, em Campinas (SP), ao autódromo de Interlagos



da velocidade

"Sentimos a responsabilidade de repetir o excelente desempenho do ano passado, quando transportamos também os carros da Fórmula 3000 e os equipamentos da rede oficial de televisão. Este ano, a segurança de ter feito muito bem da primeira vez nos suportava", conta Jenival Dias Sampaio, diretor de Transportes e Operações, há 25 anos na Lubiani, que coordenou toda a operação.

Time completo – Além dos 69 caminhões e seus respectivos motoristas, completaram os comboios 16 motos e 2 carros da Polícia Rodoviária, que com 24 policiais escoltou a caravana de Viracopos a Interlagos. Uma equipe de 16 coordenadores de tráfego da Lubiani deu o apoio logístico. O trabalho consumiu 50 horas para trazer a F-1 a Interlagos e mais 50 horas para levá-la de volta a Viracopos. "A pressão foi constante. Os organizadores ficam

atentos a qualquer detalhe, pois a competição entre as equipes já começa no aeroporto. Nenhuma delas pode ser prejudicada com atrasos ou danos", revela Sampaio.

A chuva que caiu durante a corrida e foi responsável direta pelo resultado da prova, não aconteceu em nenhum momento da operação logística. Se o ganhador do Grande Prêmio Brasil de Fórmula 1, Giancarlo Fisichella, da equipe Jordan, foi conhecido apenas uma semana depois, nos tribunais da Federação Internacional de Automobilismo, o circo da F-1 passou pelo Brasil rigorosamente no horário. Às 19 horas do domingo da corrida, o primeiro dos 38 caminhões deixava Interlagos. A operação seria finalizada às 9 horas de terça-feira, dia 8 de abril, mais uma vez com o gostinho de uma "quase" vitória do piloto brasileiro da Ferrari, Rubens Barrichelo, que abandonou a prova quando liderava a corrida, por falta de combustível. (MJ)

Parada especial

Projeto Ponto a Ponto passa por Patrocínio (MG), importante berço do transporte urbano e rodoviário brasileiro, reunindo alguns dos maiores empresários do setor As regiões mineiras do Alto Paranaíba e do Triângulo Mineiro comportam juntas 60% da frota nacional de ônibus. Nessas regiões estão também alguns dos 10 maiores empresários do ramo de transporte de passageiros do Brasil. Empresas como a Expresso União, a Gontijo, a Nacional Expresso, a Viação Andorinha e a Real Expresso são oriundas de lá de uma forma ou outra.

A cidade de Patrocínio, localizada no Alto Paranaíba, foi escolhida a dedo pela Scania para ser a 22ª estação do projeto Ponto a Ponto. No evento, realizado na garagem da Expresso União, as boas vindas foram dadas por um cidadão local muito especial: Constantino de Oliveira, presidente do Grupo Áurea. O empresário detém hoje 38 empresas de transporte terrestre de passageiros, a GOL - Linhas Aéreas Inteligentes e revendas de veículos comerciais.

Com cerca de 80.000 habitantes, a cidade de Patrocínio está a 130 quilômetros do aeroporto mais próximo, que fica na cidade de Uberlândia (MG), fato irrelevante para os mais de 400 convidados que prestigiaram o evento. Entre os presentes estavam Pedro Constantino, da Expresso Maringá; Marelísio Jacinto, da Viação Riacho Grande; Joaquim Constantino Neto, diretor geral do Grupo Áurea; Dimas José da Silva, da Viação Andorinha; e Paulo Sérgio Bongiovani, da Transportes Coletivos Grande Londrina.



MEMÓRIA VIVA

A cidade teve uma festa um pouco diferente das demais estações do Ponto a Ponto. Além da tradicional apresentação, vários empresários do setor foram homenageados com a entrega de placas pela Scania, em reconhecimento ao pioneirismo no transporte de passageiros.

"Fortalecemos o projeto Ponto a Ponto com a parada em Patrocínio. Queríamos mostrar que o transporte rodoviário e urbano cresceu a partir dessa região", afirma Wilson Pereira, diretor de Vendas de Ônibus da Scania. (CG)



Ponto a Ponto visita Patrocínio (MG), sede do Museu Nacional dos Transportes

A cidade de Patrocínio, em Minas Gerais, é o ponto inicial da história do transporte coletivo em ônibus no Brasil. Hoje, a região é sede do Museu Nacional dos Transportes. Inaugurado em 2002, o museu é voltado a pesquisas esco-

lares, mas funciona também como centro de convenções.

Jardineiras, carros-de-bois, veículos de passeio e ônibus antigos compõem o acervo do museu, completado com fotos, painéis e maquetes sobre o tema. Todo o trabalho de coleta e triagem

de material encaminhado ao museu é feito por Cecílio de Souza, da área de Centralização de Dados. "Trabalho com a família Constantino desde que tinha oito anos. Parte do material exposto no museu saiu do



meu arquivo pessoal", conta.
A história da evolução dos ônibus
Scania também pode ser vista no
museu. Coletadas nos arquivos digitais
da matriz da montadora na Suécia, as
imagens foram ampliadas e emolduradas. Fotos e ilustrações dos segmentos
ferroviário, marítimo e aéreo também
estão disponíveis no local, englobando, assim, todo o transporte comercial
de passageiros. Informações sobre o
museu podem ser obtidas no site:

www.museutransportes.com.br

(CG)





no asfalto

Mais de 1,4 mil pessoas participam do encerramento do projeto Ponto a Ponto em São Paulo (SP)

E lá se foram 80 dias. Uma volta pelo Brasil que começou em fevereiro, na cidade de Caxias do Sul (RS), e terminou em abril, em São Paulo (SP), percorrendo 15 mil quilômetros e reunindo, ao todo, mais de sete mil convidados. A atração principal: toda a linha de ônibus urbanos e rodoviários da Scania.

A última parada do Ponto a Ponto, em uma antiga caldeiraria hoje transformada em espaço para eventos, recebeu mais de 1,4 mil pessoas. O tema do projeto, o samba "Aquarela Brasileira", de Silas de Oliveira, foi executado pela escola de samba paulista Rosas de Ouro, com direito a porta-bandeira com estandarte personalizado.

Marketing diferente – "O projeto Ponto a Ponto foi uma ação inédita no segmento nacional de veículos pesados e na história da Scania no mundo. Só poderia terminar com uma grande festa, com a presença de todos os nossos parceiros, encarroçadores, clientes, autoridades, jornalistas e executivos da Scania. Vamos colher durante muito tempo os bons frutos dessa iniciativa", comemora Wilson Pereira, diretor de Vendas de Ônibus da Scania.

Embalada pelo sucesso do Ponto a Ponto, a Scania também celebra os bons resultados de vendas dos primeiros quatro meses do ano. Com uma queda de 26% no mercado total de ônibus nacional, a montadora obteve



Próximos capítulos: por mais de seis meses, o projeto Ponto a Ponto continuará impulsionando vendas

crescimento de 84% em relação ao mesmo período de 2002.

Graças ao ineditismo e impacto do projeto, o Ponto a Ponto despertou grande interesse na mídia, o que aumentou em muito a sua divulgação. "A repercussão do Ponto a Ponto foi realmente muito grande em jornais, revistas, rádios e programas de televisão. Quando parávamos nos postos de combustível à beira das rodovias para reabastecimento, era comum os frentistas comentarem

ao identificar os ônibus: sabíamos que vocês viriam. Deu no rádio", informa Pereira.

Terminada a aventura, os ônibus que integraram a caravana do Ponto a Ponto seguem agora para seus respectivos donos. Todos os veículos foram vendidos durante o projeto. E segundo depoimentos de alguns dos compradores, é provável que o grafismo personalizado do Ponto a Ponto seja preservado em alguns, como souvenir. (MJ)



Novo governo, novos parceiros e negócios no estrangeiro.
O comércio exterior é bom para o País e para as transportadoras de contêineres

China, Rússia, África do Sul e Índia. Depois, quem sabe, o Oriente Médio. O Brasil quer e precisa exportar. O Governo Federal busca para 2004 um crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) nacional da ordem de 3,5% e, para tanto, o incremento das exportações é fundamental. Em 2002, o PIB brasileiro cresceu 1,5%. Daí o muito que se tem de fazer para cumprir a meta do ano que vem.

Neste mês de maio, o ministro do Desenvolvimento chefia uma missão que vai à Rússia. Iria à China se não estivesse lá o foco principal da epidemia de pneumonia asiática. O objetivo é claro. Aumentar a exportação entre o Brasil e países considerados

mercados promissores principalmente em função do tamanho, população e carências específicas.

No caso da Rússia, o Brasil pode exportar chocolate, sucos de frutas, calçados, têxteis e até softwares. A corrente comercial entre os dois, que no ano passado ficou em torno de 1,7 bilhão de dólares, pode, segundo o Ministério do Desenvolvimento, chegar rapidamente a 5 bilhões de dólares.

O Porto de Santos, na cidade de Santos, litoral de São Paulo, é o maior porto da América Latina e, certamente, terá papel importante no escoamento dessa exportação crescente. Atualmente, um quarto do que o Brasil exporta e importa passa por lá. Enquanto Santos movimentou, em 2002, um equivalente a 27 bilhões de dólares, o segundo colocado, o porto de Vitória (ES), ficou nos 8 bilhões de dólares (valor FOB - free on board - segundo a Secretaria de Comércio Exterior).

Setor beneficiado - Toda essa movimentação atual e a expectativa de aumento efetivo com uma política de exportações mais atuante motivam um segmento do mercado de caminhões diretamente ligado ao cenário portuário, o de transporte de contêineres. Seja no transporte interno dos portos, entre os diversos terminais, seja levando as importações a seus destinos finais ou trazendo o que vai ser exportado, os caminhões com carretas porta-contêiner comemoram a nova política de comércio exterior brasileira.

As transportadoras vêm dedicando cada vez mais atenção a essa modalidade, investindo em veículos novos e até carretas

elas, é uma opção a mais dentro a mercadoria em tempos cada vez da especialização da atividade de mais reduzidos. Frota nova, motor transporte, com forte expectativa eletrônico que atenda legislações de crescimento. ambientais e, principalmente, ras-Os embarcadores de carga, treadores por satélite fazem parte por sua vez, apertam o cerco da lista de atributos para entrar no nas exigências para a seleção de negócio. parceiros. Em uma cadeia logística A Transpostes, com sede em que envolve exportações e impor-São Bernardo do Campo (SP), tações, a precisão dos prazos e a ao final da subida da Serra do Carretas multifuncionais da Transpostes atendem aos segmentos de transporte de contêineres, carga seca e até bobinas de aço

multifuncionais, que atendem

às modalidades de carga-seca,

contêiner e bobinas de aço. Para

Movimento anual de contêineres Porto de Santos (SP) 900,000 800,000 700.000 600,000 500,000 400.000 300,000 200.000 100.000 1998 1997 1999 2000 2001 2002

confiabilidade das entregas são

fundamentais. Todo um processo

produtivo aqui ou lá fora aguarda

Um grande porto para um país exportador

A cidade de Santos encontra-se a apenas 65 quilômetros de São Paulo, a quarta maior metrópole mundial. É servida por um grande complexo rodofer-

roviário e, num raio de 100 quilômetros, dois aeroportos internacionais complementam a intermodalidade. A proximidade com a Grande São Paulo e com a região de Campinas, com seus 20 milhões de habitantes e cerca de 25% do PIB nacional, é decisiva para a escolha de Santos no comércio exterior.

Santos é o porto da indústria, da agroindústria e da agricultura do Estado de São Paulo e de grande parte das regiões Sudeste, Sul, Centro-Oeste e países do Mercosul. Com os investimentos e logística necessários, a estrutura portuária, em parceria com seu fundo de comércio, já garantem ao Porto de Santos a posição de hub port (porto concentrador) para a região Sudeste do Brasil e todo o cone sul. O processo de modernização, iniciado em 1993 e ainda em curso, qualificou 150 empresas operadoras, desestatizando a movimentação de cargas.

O maior porto da América Latina está se transformando num dos mais modernos, funcionais, rentáveis e movimentados do mundo. O Proaps - Programa de Arrendamentos e Parcerias do Porto de Santos é parte fundamental para os resultados que vêm sendo alcançados. São R\$ 795 milhões comprometidos com investimentos. Com 60 contratos de arrendamento assinados, o acréscimo de movimentação previsto está em torno de 13 milhões de toneladas anuais. (CG)



Mar, que liga Santos ao planalto paulista, transporta uma média de 1.500 contêineres por mês. Toda a frota é rastreada por satélite, tem idade média de quatro anos e manutenção terceirizada à Scania por meio do Contrato de Reparo e Manutenção (R&M). Seus clientes estão espalhados pelas Regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste.

"Devido ao aumento crescente das exportações, à conquista de novos e grandes mercados, à atuação de um ministro conhecedor do assunto e à estabilização do dólar em patamares aceitáveis, estamos otimistas quanto ao aumento do volume de contêineres embarcados para os próximos anos. Com a me-

Ihoria da economia nacional como um todo, a importação também será beneficiada", afirma Everson Antunes Machado, sócio-diretor da Transpostes.

Outra transportadora que atende ao segmento de contêineres é a Cortês, da própria cidade de Santos. Nos últimos três anos, ela adquiriu 40 cavalos-mecânicos novos para dar conta de um volume de trabalho que dobra a cada ano. São 1.500 contêineres transportados por mês, mais 3.000 outros movimentados em terminais do Porto de Santos com parcerias junto a despachantes portuários, à VCP – Votorantim Papel e Celulose e à CBA - Companhia Brasileira de Alumínio.

Ritmo acelerado – "Atualmente, movimentamos 120 mil toneladas por mês. Mas um de nossos clientes já estima um crescimento de 140% do volume de suas cargas para este ano, o que dá uma idéia do potencial do setor vinculado ao comércio exterior", informa Antonio Francisco Garcia, diretor de terminais da Cortês, que tem a maioria de seus geradores de carga localizados no Triângulo Mineiro.



nica Zanon

Com o objetivo de agilizar os trâmites aduaneiros e participar também do transporte rodoviário de contêineres, empresas que gerenciam terminais portuários alfandegados, como a Marimex e a Mesquita, ambas de Santos, desenvolveram ramificações como transportadoras. Além da contratação de caminhoneiros autônomos, investem em frota própria.

"A Marimex movimenta aproximadamente 1 milhão de toneladas por ano, o que corresponde a cerca de 38 mil contêineres. Hoje, já transportamos 30% desse total com frota própria e nossa meta é chegar a 60% até 2005", revela Eduardo Guimarães, diretor Comercial da Marimex. A empresa tem 30 veículos próprios e conta com 260 agregados.

Para Guimarães, é importante salientar que o aumento das exportações precisa ser seguido do aumento das importações para ser traduzido em significativo crescimento para o segmento de transporte de contêineres. "O que sempre assistimos é a uma balança de movimentos. Quando sobe a exportação, cai a importação e vice-versa", afirma.

Contêiner vazio – A empresa prevê a necessidade de uma maior evolução no transporte rodoviário de contêineres, já que a maioria deles tem de retornar ao porto vazia. As soluções seriam o desmembramento da carga ainda na zona alfandegária, possibilitando a otimização do transporte, e a criação de depósitos próprios para contêineres vazios distribuídos nas principais rotas do País.

Um dos mais antigos despachantes aduaneiros do Porto de Santos, a Mesquita, possui uma frota de 33 cavalos-mecânicos Scania. Com estações aduaneiras interiores (EADI) nas duas margens do porto, uma instalação portuária alfandegada (IPA) e o recém inaugurado centro de distribuição, em São Bernardo do

Campo, a Mesquita oferece hoje soluções completas. "Há cinco anos, fomos deixando de ser despachantes aduaneiros para atuar nas áreas de importação, exportação, armazenagem e distribuição. Desde o ano passado, percebemos um aumento de volumes transportados, especialmente os destinados à exportação, já que 80% do que movimentamos é contêineres", diz Ricardo Molitzas, diretor operacional da Mesquita.

Com os investimentos devidos não só no Porto de Santos, mas nos de Vitória (ES), Paranaguá (PR), Rio Grande (RS) e Rio de Janeiro (RJ), parece que a equação das exportações e importações deve caminhar para uma solução positiva. A exploração do potencial de outros portos vai deslocar parte do fluxo e abrir novas frentes para o transporte de contêineres. Os caminhões poderão ajudar muito na conta, atendendo com prazos curtos e rotas variadas. (MJ)



Ollica Falloll









Trabalho de bastidores

Equipe da M.A Motorsport, dos pilotos Roberval Andrade e Pedro Muffato, mostra que os boxes podem fazer a diferença na Fórmula Truck

É quinta-feira. Pilotos e equipes técnicas chegam ao autódromo para mais uma competição da Fórmula Truck. Todo o equipamento da M.A Motorsport, equipe dos pilotos Roberval Andrade e Pedro Muffato, vem transportado em carretas fechadas para não ser identificado e é descarregado nos boxes. Dois motores de reserva, quatro diferenciais, uma caixa de câmbio e os dois caminhões de corrida, junto com todas as ferramentas, totalizam quase 20.000 quilos.

Os caminhões saem da sede da M.A, em Cascavel (PR), já montados. "Algumas equipes finalizam os caminhões no próprio autódromo. Nós deixamos somente os ajustes para serem feitos lá", afirma Daniel Crepaldi, chefe da equipe de mecânicos.

Na sexta-feira, às 9 horas da manhã, a organização da corrida realiza o sorteio das bombas injetoras que serão montadas nos caminhões. Depois, começam detalhes como a troca de pastilhas, pinças e outras peças conforme a necessidade de cada veículo e as características da prova.

Às duas horas da tarde, os pilotos são chamados para o primeiro treino livre. "Esse é o momento de começarmos a analisar o desempenho dos nossos caminhões e dos concorrentes, verificando as possibilidades de aumentar a nossa competitividade", revela Crepaldi. Segundo ele, as equipes precisam ser rápidas e agir diretamente sobre os caminhões, baseando-se nos pontos fortes dos competidores.

Etapa final – Os treinos livres se repetem na manhã do sábado e são seguidos pelo treino de fumaça, no qual a organização da Fórmula Truck analisa visualmente os gases emitidos de cada um dos caminhões. Em caso de suspeita de irregularidade, o veículo é chamado para os boxes para as devidas verificações.

Sábado à tarde acontecem os treinos classificatórios. Após as tomadas de tempo, cada equipe passa a se dedicar aos ajustes finais, que em alguns casos, podem durar a noite inteira. "Na primeira corrida da temporada, tivemos de trocar o motor de um dos veículos de sábado para domingo. Acabamos saindo do autódromo às cinco horas da manhã", recorda Crepaldi.

Enfim é domingo. Pela manhã são trocados os pneus e o veículo recebe alinhamento das rodas. O caminhão está pronto. A corrida, que acontece sempre na parte da tarde, é acompanhada de perto por toda a equipe, que a qualquer sinal de alerta está pronta para auxiliar os pilotos. "Assistimos a tudo em dois monitores e mantemos contato com os pilotos por rádio. Estamos sempre preparados para qualquer emergência", conta Crepaldi. (HF)



Guaporé: segunda rodada

Um público superior a 45 mil pessoas acompanhou a segunda etapa da temporada 2003 da Fórmula



Truck, no Autódromo de Guaporé (RS). A prova, que normalmente teria trinta e duas voltas, foi interrompida na 30ª passagem devido ao acúmulo de óleo na pista após a saída do caminhão Volkswagen de Renato Martins, provocada por um defeito mecânico. Ficou valendo o resultado da volta anterior (29ª), com Djalma Fogaça, de Ford, em primeiro; Renato Martins em segundo; e Beto Monteiro, que também compete com um Ford, em terceiro. O pódio ficou completo com

Wellington
Cirino, com
um Mercedes,
em quarto;
e Roberval
Andrade, com
um Scania,
em quinto.
"Foi um

bom resultado. Afinal, é meu 11º pódio consecutivo. Porém, pela força de nosso caminhão, poderia ter sido melhor", afirmou o paulista Roberval Andrade. O major problema do piloto foi o desgaste excessivo dos freios no início da prova, já que o Scania pesa cinco toneladas, contra três toneladas dos modelos melhor colocados. A próxima etapa da Fórmula Truck acontece no dia 18 de maio, a partir das 14 horas, no Autódromo Internacional de Cascavel, no Paraná. (HF)

SCANIA RA-

Jubileum, limitado a 200 unidades, comemorou os 100 anos da Scania no mundo



R124 GA4x2 Prata foi personalizado com o grifo da Scania nas laterais



Rei da Estrada, série produzida sob encomenda, marcou o retorno do motor V8 ao Brasil

Presente de aniversário

Para comemorar os 30 anos de atividades, a Transportes Martini adiciona à sua frota um caminhão Scania V8 exclusivo

Em 19 caminhões, a Transportes Martini, de Santa Cruz do Sul (RS), carrega contêineres de fumo para exportação, percorrendo até o porto de Rio Grande 450 quilômetros em um comboio que mais parece um desfile. Isso porque a empresa exibe pelas estradas por onde passa o que há de mais belo e potente no segmento de transporte pesado de cargas.

Fã confesso de séries especiais, Selso José Martini, proprietário da Transportes Martini, possui uma frota de causar inveja. Um Jubileum, T112, ano 1991. exemplar comemorativo aos 100 anos da Scania no mundo; um R124 GA4x2 420 prata e personalizado com o grifo da Scania em azul - equipado com Opticruise e sistema de freios Scania Retarder, o veículo é chamado carinhosamente pelo transportador de "Príncipe"; um Rei da Estrada básico e outro com Opticruise são os destaques da transportadora. Completam o time de caminhões Scania da Martini, que também conta com veículos "Top de Linha" de outras marcas, dois R113 H4x2 360. um T112 HW 4x2 e um T112 H 4x2.

Como não poderia ser diferente, para os 30 anos da empresa, Martini fez uma aquisição especial. Um caminhão Scania preto, personalizado nas laterais com o grifo da montadora e o nome

da transportadora. Um veículo exclusivo, equipado com motor V8 de 480 cavalos, desenvolvido pela montadora especialmente para a Transportes Martini.

Dentro da cabina, tudo para o conforto do motorista. Bancos em couro com suspensão pneumática, ar-condicionado, volante de direção e manopla da alavanca de câmbio em couro, CD-Player, buzina a ar cromada e computador de bordo. Do lado de fora, as rodas polidas e o pára-sol com luzes de identificação (Três Marias) completam o visual. Avaliado em R\$ 350 mil, o modelo R164 GA6x4 480 conta ainda com sistemas de Freio-motor e de freios ABS, controle de tração e Scania Alert.

Mais potência - A opção por caminhões "Top de Linha" é justificada pela tendência da empresa de operar com rodotrens. A possibilidade de transportar dois contêineres de 40 pés, com 25 toneladas cada, ao mesmo tempo em que veículos menos potentes levariam somente um, tem sido motivo para a renovação de frota da Martini. "Como um V8 de 480 cavalos oferece potência de sobra para a operação que realizamos, conseguimos levar mais carga, sem atrapalhar o trânsito local e causando menos danos às rodovias", afirma Martini. Ele revela

que como o transporte de fumo está em crescimento, a Transportes Martini deverá manter o número de veículos da frota, dobrando a capacidade de cargas com os rodotrens.

O transportador gaúcho, que entrou para o ramo há 40 anos, como caminhoneiro autônomo, não esconde o orgulho que tem de manter uma das frotas mais bonitas e exclusivas do País. Perguntado sobre o porquê de não possuir nenhum exemplar das duas últimas séries especiais lançadas pela Scania, Millenium e Horizontes, Martini afirma: "Gosto da exclusividade. Caminhões produzidos em pouca quantidade me atraem mais. As séries Millenium e Horizontes superavam 200 unidades, o que para mim é muito".

Os filhos do transportador concordam. Jean Martini, que trabalha na administração da transportadora, e Stevan Martini, motorista do primeiro Rei da Estrada que a Transportes Martini adquiriu, contam que é estimulante para toda a equipe operar com exemplares quase únicos e que existe, dentro da empresa, uma disputa entre os motoristas para ver quem cuida melhor de seu veículo. "Consideramos a dedicação à empresa antes de destinar os caminhões a cada um. Hoje, quem dirige o Jubileum é a Graciela Patrícia da Silva. Quando ela entrou na empresa, não teve nenhum privilégio por ser mulher

e começou operando o T112, ano 89, nosso caminhão mais antigo", contam. O novo V8 especial será destinado a Moacir Inácio Muller, que trabalha na Transportes Martini há mais de sete anos.

Desde a fundação da empresa, em 1973, Martini transmite para sua equipe a preocupação com a manutenção dos caminhões e os cuidados que devem ser tomados para a preservação dos veículos. "Os funcionários acabam criando um vínculo afetivo com o caminhão. Cada um cuida pessoalmente do seu e juntos realizamos a limpeza de todos os veículos somente dentro da própria transportadora", revela ele. (HF)





Quem circula pelas cidades produtoras de grãos do País não ouve a palavra crise. O otimismo dá o tom nas conversas de agricultores e empresários ligados ao segmento. Isso porque o Brasil deverá colher neste ano outra safra recorde. São estimadas 114 milhões de toneladas de grãos, contra as 96 milhões do ano passado. Em 2002, o PIB (Produto Interno Bruto) gerado pelo

agronegócio registrou crescimento de 8%. No mesmo período, a economia, vista como um todo, cresceu somente 1,5%.

Há alguns anos, a situação era outra. No começo da década de 80, as autarquias que controlavam as exportações foram fechadas e os subsídios, cortados. Para piorar, a criação do Mercosul facilitou a entrada da produção Argentina, uma das campeãs de

produtividade agrícola. De 1995 a 1997, o PIB do agronegócio diminuiu quase 3%.

Para reagir, os produtores investiram em tecnologia. Nos últimos dez anos, a produção praticamente dobrou. Pela primeira vez na história, o Brasil vai exportar mais soja do que os Estados Unidos, a grande potência agrícola do planeta. A soma da exportação dos produtos agrícolas brasileiros menos o montante de importações, incluindo alimentos, sementes e máquinas, renderá ao País 20 bilhões de dólares.

Todo esse crescimento já agita a indústria de máquinas e fertilizantes. Efeito claramente visualizado na 10ª edição da Agrishow, Feira Internacional de Tecnologia em Ação. Realizada em Ribeirão Preto (SP), de 28 de abril a 3 de



Totais estimados pela Conab - Companhia Nacional de Abastecimento (www.conab.gov.br), atualizados em 19/03/2003

Fotos: José L

maio, o evento movimentou R\$ 1,2 bilhão, 10% a mais que o valor das transações do ano anterior. A terceira maior feira do gênero no mundo reuniu 540 expositores, visitados por cerca de 140 mil pessoas.

Para a Scania, o agronegócio representa hoje 15% do faturamento da unidade comercial de Motores Industriais e Marítimos, que equipam desde geradores de energia elétrica até colheitadeiras e moto-bombas para irrigação. Um crescimento de 5% em relação ao ano passado. A montadora esteve presente na Agrishow e baseada no sucesso da edição anterior, quando pela primeira vez incluiu na feira o segmento de caminhões, colocou à mostra, ao lado dos motores, veículos destinados ao transporte de cana-de-açúcar e grãos.

Novos e usados – "Cada vez mais o agronegócio influencia o número de negociações de caminhões da Scania. Este ano, inovamos com a apresentação dos caminhões seminovos do programa SuperZerado", afirma Silvio Munhoz, diretor de Vendas de Caminhões da Scania.

A unidade comercial de Motores Industriais e Marítimos da montadora contabilizou a venda de 12 motores, junto à Case New Holand, fabricante de máquinas agrícolas, à Germek, que produz moto-bombas para irrigação e à Maquigeral e SDMO, montadoras de geradores de energia elétrica, além de encaminhar cerca de 60 outros negócios durante a Agrishow. "O bom resultado reflete exatamente a agitação gerada pela expectativa de mais uma safra recorde e o consequente crescimento do setor de equipamentos para agricultura", ressalta Otávio Barros, gerente de Vendas e Marketing de Motores Industriais e Marítimos da Scania. (HF)







Motores Scania equipam grupos geradores, colheitadeiras e moto-bombas para irrigação que têm suas vendas estimuladas por mais uma safra recorde de grãos



Muito mais,

WALLE BELLEVIEW

Rede de concessionárias
Scania faz adequação de preços para atrair os proprietários de caminhões das Séries 2 e 3

por menos

A rede de concessionárias Scania iniciou, no dia primeiro de maio, uma campanha de adequação de preços para mais de 18 mil itens de reposição dos caminhões das Séries 2 e 3, fabricados entre os anos de 1981 e 1997. O ajuste de preços foi feito após amplo estudo de mercado e atinge uma redução média de 50% no preço antigo das peças.

A frota Scania em atividade no Brasil é bastante significativa. Atualmente, segundo os números do Registro Nacional de Veículos Automotores – Renavam 2002, existem 113 mil caminhões Scania rodando em todo o território nacional. Desse total, aproximadamente 58 mil veículos são caminhões pertencentes às Séries 2 e 3.

"A adequação de preços faz parte de um programa sem tempo determinado para acabar. Não se trata de uma promoção ou queima de estoque. É uma completa reestruturação dos preços com base nos valores praticados no mercado", conta Evaldo Bautista Valero, gerente de Peças de Reposição da Scania.



A diferença entre os preços praticados pela Scania e o mercado paralelo acentuou-se devido aos aumentos sucessivos causados pela instabilidade econômica dos últimos anos. A solução encontrada pela Scania foi estabelecer uma ação conjunta entre fábrica, fornecedores e concessionárias para conseguir a redução desejada. O trabalho de adequação de preços envolveu a área de Logística da Scania, que cuida do estoque e distribuição das peças, o departamento de Compras, que lida diretamente com os fornecedores, e Marketing, encarregado da criação e divulgação da campanha.

"O objetivo da adequação de preços é reforçar o contato direto com os proprietários Scania. A equipe técnica sempre foi considerada pelos clientes como excelente, mas havia reclamações quanto aos preços das peças de reposição das Séries 2 e 3", afirma Valero.

Volta ao original – Segundo ele, a campanha de adequação de preços vai fazer com que os clientes voltem a efetuar a manutenção de seus veículos nas concessionárias. A medida vai garantir o uso de peças genuínas em substituição às chamadas "peças piratas".

Com o programa em vigor, os clientes das Séries 2 e 3 passam a ter os mesmos benefícios de disponibilidade de peças de reposição que os da Série 4. O gerenciamento dos estoques é feito pela fábrica. Cada vez que uma peça é vendida, uma nova é enviada automaticamente para reposição de estoque na concessionária.

"As peças vendidas têm sua reposição feita nas concessionárias automaticamente, após a emissão da fatura. Não existe mais a necessidade da requisição da peça para manter o estoque. Mesmo com a alta demanda e fluxo de peças que o programa de adequação de preços deve trazer, o sistema não sofrerá modificações. É a garantia de encontrar a peça desejada, por um preço competitivo e a certeza de manter a qualidade do veículo, independente da sua idade", garante Valero. (CG)

Os preços baixaram!			
DESCRIÇÃO / № PEÇA	Abril	Maio	Redução
Guia de válvula de admissão /300957	10,74	5,27	-51%
Manopla da alavanca de mudanças / 384970	149,69	38,08	-75%
Buzina elétrica / 523368	169,55	47,60	-72%
Tampa do tanque de combustível / 537180	28,08	8,45	-70%
Jogo rep. cilindro hidr. embreagem / 538919	147,61	48,75	-67%
Eixo principal da caixa de mudanças / 1333269	1163,59	518,87	-55%
Engrenagem planetária / 1671312	342,15	203,80	-40%
Coluna de direção intermediária / 1678719	817,70	411,24	-50%
Mola a gás / 1681258	344,38	30,20	-9 1%
Mola a gás / 1681308	197,91	27,84	-86%
REDUÇÃO MÉDIA	3371,40	1340,10	-60%



Scania na pele

Caminhoneiro de Palhoça (SC) demonstra sua paixão pela Scania inspirando-se no logotipo da marca para tatuar o próprio braço

Tatuar é fazer na pele, com o emprego de corantes, marcas eternas ou tão permanentes quanto possível. Inspirado no logotipo da Scania, o motorista de caminhão Jorge Luiz Kratz resolveu "eternizar" sua paixão pela marca, tatuando o grifo, ser mitológico metade águia e metade leão, em seu braço esquerdo.

"Não foi uma decisão tomada de uma hora para outra. Amadureci a idéia por mais de 14 anos. Quando resolvi tatuar o grifo, não restavam dúvidas" afirma Kratz. A paixão vem da infância. O pai de Kratz também foi caminhoneiro e sempre dirigiu veículos da marca Scania. "Desde pequeno, gosto muito de caminhões, mas nunca dei bola para os de outras marcas. Eu não tinha nem carteira e já dirigia caminhões como o L110. É por isso que digo que estou no ramo há mais de 20 anos", recorda Kratz.

A tatuagem foi feita bem distante de casa, em João Pessoa (PB). Lá, Kratz conheceu um tatuador com quem fez um acordo: traria os móveis e pertences do profissional desde João Pessoa até São José (SC) em troca da tatuagem. A mudança acabou não sendo feita, mas a tatuagem sim. O desenho saiu por R\$ 50 e demorou uma hora e quarenta minutos para ser concluído.

A família e os amigos do caminhoneiro gostaram do resultado. "Apesar da dor, não me arrependo de forma alguma. Realizei um sonho quando fiz a tatuagem, que ficou muito bonita. Não pretendo fazer outra, essa é filha única. Se pudesse, teria feito maior", revela Kratz. (CG)

Mais Scania para a Jolivan

A Transportadora Jolivan, com sede na cidade de Iconha (ES), acaba de adquirir 30 novos caminhões Scania, modelo R124 GA4X2NZ, com motor de 360 cavalos. A frota da empresa conta com mais de 200 veículos pesados, que prestam serviços para clientes como Procter & Gamble, CSN, Parmalat e Bombril. Segundo Lindor Paganini, um dos proprietários, a escolha pelo modelo R124 GA4X2 se deve à sua economia e fácil manutenção. A Jolivan, hoje com 28 anos no mercado, possui 15 filiais espalhadas por todo o País.



rgio Car

40 anos de história

Cotrasa

A Cotrasa, que atua na revenda e prestação de assistência técnica aos produtos Scania em boa parte do estado do Paraná, completa 40 anos em 2003. Para comemorar, a concessionária reali-

zará durante todo o ano promoções exclusivas para seus clientes. Fundada em

março de 1963, na cidade de Curitiba, a Cotrasa iniciou suas operações com oito funcionários, que trabalhavam nos dois únicos boxes que existiam na oficina. Atualmente, com 315 funcionários, possui filiais localizadas nas cidades de Curitiba, Cascavel, Ponta Grossa, Guarapuava e Pato Branco. Suas oficinas contam com 137 boxes, que atendem uma média de 2.500 veículos por mês.

Força no mar

A Scania participou pela sexta vez do Rio Boat Show, maior evento náutico do País, realizado entre os dias 5 e 13 de abril, na Marina da Glória, no Rio de Janeiro (RJ). A feira, que teve sua primeira edição em 1998, contou em 2003 com cerca de 200 expositores, divididos em pavilhões que facilitavam a visitação. O público, estimado em 52 mil pessoas, pôde observar os lançamentos de barcos nacionais e internacionais, equipamentos, softwares e motores náuticos.

A Scania mostrou no Rio Boat Show deste ano o motor DI 12 44M, de 675 cavalos. Vários contatos foram feitos por proprietários de barcos de lazer e comerciais. Durante o evento foram vendidos quatro pares de motores para lanchas, demonstrando a boa aceitação da família de motores de 12 litros no mercado.

Outro destaque da montadora foi o Programa de Repotenciamento Scania, que consiste na substituição de propulsores antigos, mesmo de outras marcas, por motores Scania novos, menores, mais leves, mais potentes e de menor custo operacional.



Divulaa



Belluno chega aos 200

Nos últimos 90 dias, a empresa Carbonífera Belluno Ltda. recebeu 50 unidades Scania, modelos T e R124 GA4x2NZ, com motor de 360 cavalos. Com essas aquisições, a Belluno conta hoje com uma frota de 200 caminhões, sendo 185 veículos Scania.

A empresa atua no ramo de transporte de minério de carvão da região de Criciúma (SC) e tem como seu principal cliente a usina termoelétrica Jorge Lacerda, também conhecida como Tractebel, na cidade de Tubarão (SC). Em 1997, a Belluno iniciou suas

atividades por toda a região Sul e Sudeste e, em função do crescimento do transporte de carvão, começou, no ano seguinte, a comprar caminhões pesados da marca Scania. A empresa foi uma das primeiras da região a adquirir um Scania da Série 4.

Feirão de SuperZerados

De 14 a 30 de maio, a Scania e a concessionária P. B. Lopes, de Maringá (PR), realizam o primeiro Feirão de SuperZerados Scania. É a oportunidade de comprar caminhões seminovos da marca com condições especiais de financiamento. O evento comeca com a assembléia do Consórcio Nacional Scania, reunindo

clientes da região de Maringá e também das outras casas do grupo P. B. Lopes, localizadas em Salto Grande (SP), Presidente Prudente (SP), Campo Grande (MS) e Londrina (PR). "O momento é estratégico devido à certeza



de uma nova safra recorde de grãos", revela Sílvio Renan de Souza, chefe de Gestão de Seminovos e Usados da Scania. Para um melhor atendimento a seus clientes, a P. B. Lopes está criando uma estrutura exclusiva para a venda de veículos seminovos e usados.

O SuperZerado

Scania é um caminhão seminovo, que passa por uma revisão de mais de 130 itens e correção de imperfeições na funilaria, pintura e tapeçaria. Os veículos recebem pneus novos e uma garantia de 150 dias a partir da data de compra.

ALAGOAS

Rio Largo

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

AMAZONAS

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

- Barreiras

Movesa - Tel. (77) 611-4831 E-mail: bargeral@movesa.com.br

Feira de Santana Movesa - Tel. (75) 622-3434

E-mail: feirageral@movesa.com.br

- Salvador Movesa - Tel. (71) 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

CFARÁ

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

DISTRITO FEDERAL

Varella - Tel. (61) 394-5000

E-mail: veiculos.df@varellaveiculos.com.br

ESPÍRITO SANTO

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

GOIÁS

Aparecida de Goiânia Varella - Tel. (62) 283-6363

E-mail: posvenda@varellapesados.com.br

-Rio Verde

Varella - Tel. (64) 612-3233 E-mail: veiculos.rv@varellaveiculos.com.br

MARANHÃO

- Balsas

Alpha - Tel. (99) 541-2431 E-mail: alpha.bls@alphamaquinas.com.br

- Imperatriz Alpha - Tel. (99) 523-1922

E-mail: alpha.imp@alphamaquinas.com.br

Alpha - Tel. (98) 214-1919 E-mail: alpha@alphamaquinas.com.br

MATO GROSSO

- Cuiabá

Rota-Oeste - Tel (65) 611-5000 E-mail: diretoria@rotaoeste.com

- Rondonópolis Rota-Oeste - Tel. (66) 421-3555

E-mail: rotaroo@zaz.com.br

Sinop

Rota-Oeste - Tel. (66) 511-1500 E-mail: rotaoest@terra.com.br

MATO GROSSO DO SUL

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

Campo Grande

MINAS GERAIS

Contagem Itaipu - Tel. (31) 3399-1000 -mail: itaipu@itaipumg.com.bi

- 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

- Patos de Minas Itaipu - Tel. (34) 3822-5555 E-mail: itaipupm@itaipumg.com.br

- Pouso Alegre Codema - Tel. (35) 3422-5600 E-mail: pousoalegre@codema.com.br

- Uberlândia

Escandinávia - Tel. (34) 3233-8000 E-mail: escandinavia@melfinet.com.br

PARÁ

Guatapará - Tel. (91) 242-0211

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

Novepa - Tel. (83) 232-1686 E-mail: novepa@novepa.com.br

- Campina Grande

Novepa - Tel. (83) 331-2799 E-mail: novepacg@rix.com.br

Cotrasa - Tel. (45) 225-6011

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

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@netcap.com.br

- Recife

Novepe - Tel. (81) 3339-3911 E-mail: novepe@novepe.com.br

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

RIO DE JANEIRO

- Barra Mansa Equipo - Tel. (24) 3348-3332 E-mail: equipobm@equipori.com.br

-Rio de Janeiro Equipo - Tel. (21) 2474-5040 E-mail: equipo@equiporj.com.br

RIO GRANDE DO NORTE

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

RIO GRANDE DO SUL

- Canoas

Suvesa - Tel. (51) 462-4646 E-mail: canoas@suvesa.com.br

- Carazinho Brasdiesel - Tel. (54) 330-3600

- Caxias do Sul

Brasdiesel - Tel. (54) 238-0900 E-mail: brasdiesel@brasdiesel.com.br

- Eldorado do Sul

- Garibaldi

Suvesa - Tel. (51) 481-3900 E-mail: eldorado@suvesa.com.br

Brasdiesel - Tel. (54) 463-8800

Brasdiesel - Tel. (55) 3331-0500 E-mail: brasdiesel.adm.ij@brasdiesel.com.br

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

Suvesa - Tel. (53) 274-3535 E-mail: pelotas@suvesa.com.br

Suvesa - Tel. (51) 562-3335 E-mail: portao@suvesa.com.br

- Santa Maria

Suvesa - Tel. (55) 211-2002 E-mail: stamaria@suvesa.com.br

Mecacil - Tel. (54) 232-1433 E-mail: mecacil@mecacil.com.br

RONDÔNIA

- Ji-Paraná

Rovema - Tel. (69) 421-5696 E-mail: rovema@ulbrajp.com.br

- Porto Velho Rovema - Tel. (69) 222-2766 E-mail: rovema@enter-net.com.br

- Vilhena

Rovema - Tel. (69) 322-3715 E-mail: rovema@websat.com.br

SANTA CATARINA

- Biguaçu Ediba - Tel. (48) 296-0011

E-mail: biguacu@ediba.com.br - Concórdia

Ediba - Tel. (49) 442-5011 F-mail: concordia@ediba.com.br

-Cordilheira Alta

Ediba - Tel. (49) 328-0111 E-mail: cordilheira@ediba.com.br - Itajaí

Mevale - Tel. (47) 346-1447 E-mail: mevale@mevepi.com.br

Joinville Meville - Tel. (47) 473-7597

E-mail: meville@mevepi.com.br

Ediba - Tel. (49) 226-0411 E-mail: lages@ediba.com.br Picarras

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

Ediba - Tel. (48) 628-0511

SÃO PAULO

- Aracatuba Quinta Roda - Tel. (18) 631-1010 E-mail: qrodaar@quintaroda.com.br

- Araraguara Escandinávia - Tel. (16) 3301-1000

E-mail: escandinavia@sunrise.com.br Quinta Roda - Tel. (14) 223-2626

E-mail: qrodaba@quintaroda.com.br

- Caçapava Codema - Tel. (12) 253-1611 E-mail: cacapava@codema.com.br

Guarulhos Codema - Tel. (11) 6461-8474 E-mail: guarulhos@codema.com.bi

Porto Ferreira Quinta Roda - Tel. (19) 581-4144 E-mail: qrodapf@quintaroda.com.br

Presidente Prudente P. B. Lopes - Tel. (18) 231-7090 Homepage: www.pblopes.com.br

Codema - Tel. (13) 6821-6711

E-mail: registro@codema.com.br

- Ribeirão Preto Escandinávia - Tel. (16) 3969-9900 E-mail: escandinavia@nanet.com.br

- Salto Grande P. B. Lopes - Tel. (14) 3325-1000 Homepage: www.pblopes.com.br

- Santo André Codema - Tel. (11) 4976-2755 E-mail: santoandre@codema.com.br

- Santos

Codema - Tel. (13) 3203-2980 F-mail: santos@codema.com.br - São José do Rio Preto Escandinávia - Tel. (17) 3215-9770

E-mail: escandinavia@riopreto.com.br São Paulo

Codema - Tel. (11) 3976-4777 (Piqueri) E-mail: saopaulo@codema.com.br

Codema - Tel. (11) 6954-0422 (Vila Maria)

E-mail: vilamaria@codema.com.br

- Sorocaba

Codema - Tel. (15) 221-2838 F-mail: sorocaba@codema.com.br

Quinta Roda - Tel. (19) 3864-1890 E-mail: quintaroda@quintaroda.com.bi

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

TOCANTINS - Gurupi Jalapão - Tel. (63) 314-1001

E-mail: jalapao@uol.com.br

- Araguaína Jalapão - Tel. (63) 411-6718 Jalapão - Tel. (63) 411-6718 E-mail: jalapaoveiculos@uol.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) 3940-400/502 - 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.

- NICARÁGUA - Manágua Tel. (005052) 631151/331152 a 331159

- PARAGUAI - Asunción

Tel. (0059521) 50-3921 a 50-3928/50-3720

Tel. (00511) 241-3016 REPÚBLICA DOMINICANA - Santo Domingo

Tel. (001809) 530-2850 - URUGUAI - Montevidéo Tel. (005982) 924-0433/0435 - VENEZUELA - Valencia

0800 19 4224

n

CONSÓRCIO NACIONAL SCANIA

1º LUGAR NO TOP DE VENDAS DA ABAC



SUCESSO QUE CHAMA SUCESSO

O Consórcio Nacional Scania recebeu, com muito orgulho, o Prêmio Top de Vendas de 2002, conferido pela ABAC - Associação Brasileira das Administradoras de Consórcios, em reconhecimento ao sucesso da "Promoção Leonardo", considerada a melhor iniciativa na comercialização de cotas de consórcio. O sucesso dessa promoção é resultado do trabalho, dedicação e esforço de parceiros, funcionários e colaboradores e, é lógico, da



credibilidade adquirida ao longo de 20 anos de transparência nas atividades do Consórcio Nacional Scania. Esta premiação nos estimula a aceitar novos desafios para criar e implantar campanhas cada vez mais eficazes, sempre com o objetivo de superar as expectativas de nossos clientes. Nossos sinceros agradecimentos a todos aqueles que, direta ou indiretamente, colaboraram para o sucesso dessa promoção.

