

Rei da Estrada



Dupla assinatura

Com o nome e o símbolo da Scania no peito, novos caminhões de 420 cavalos nascem como futuros campeões de vendas. Reúnem elevado torque, baixo consumo de combustível, confiabilidade e preço competitivo

"O melhor do Brasil é o brasileiro" provém de obra de Câmara Cascudo.



Scania é a marca de referência em caminhões. Um nome que nasceu com o compromisso de levar e buscar a qualidade máxima em tudo o que faz. Por isso, faz da segurança na estrada um dos maiores desafios dentro da empresa. E tem trabalhado muito nesta direção. Porque se estruturou para "pensar e agir segurança" em todos os momentos. Em todos os setores. Com todas as pessoas. Verdadeiros agentes de segurança. Estabelecendo novas normas. Desenvolvendo equipamentos. Modernizando veículos. Educando motoristas. E conduzindo empresa e sociedade no mais importante destino: preservar vidas. Mais do que a responsabilidade social, a Scania caminha a passos largos com a determinação, a certeza e a confiança de estar contribuindo para fazer do meio de transporte um meio mais eficiente, prático e seguro de viver. www.scania.com.br

SCANIA



RINO

Segurança na estrada.
destino
vida.



SCANIA

Bom de verdade

A liderança histórica da Scania em veículos pesados no Brasil sempre foi respaldada pela altíssima qualidade, robustez e confiabilidade de seus produtos e serviços. Produtos que transformaram a marca Scania, ao longo do tempo, em referência de caminhão pesado e ônibus.

Afinal, não há superioridade que não se torne aparente, clara, indiscutível. Principalmente quando nos referimos ao nosso competitivo setor de transporte de cargas, hoje direcionado para as composições veiculares de carga (CVC), os Bitrens e Rodotrens, que proporcionam maior produtividade, mas exigem potência e torque adequados, consumo de combustível compatível, proporcionando baixo custo operacional.

Nesse segmento de mercado, apenas os melhores prevalecem.

É com toda essa força da marca Scania que lançamos no Brasil a linha EVolução de caminhões pesados, implantando as últimas inovações tecnológicas em um novo motor totalmente eletrônico de 420 cavalos de potência. Um veículo inovador e diferenciado que nos orgulhamos de assiná-lo duas vezes: os caminhões EVolução 420 ostentam nos defletores de ar frontais, ao lado do nome Scania escrito na grade dianteira, o grifo. Animal meio águia meio leão, o grifo, símbolo de força e coragem em diversas mitologias, é o emblema adotado pela Scania.

Esses novos caminhões são indiscutivelmente os melhores de sua classe. Acumulam toda a experiência adquirida, desde o lançamento dos primeiros propulsores eletrônicos da Scania, em 1998.

Naquela época, pagamos pelo pioneirismo e tivemos de enfrentar as variações do combustível brasileiro, seus "batismos" e contaminantes. Ao aplicar o conceito evolução com qualidade contínua, resolvemos todos esses problemas.

Criamos soluções de serviços e

pós-vendas que agilizam a identificação antecipada das falhas, poupando tempo e dinheiro de nossos clientes. Introduzimos um novo filtro, chamado "high performance", que impede a passagem de impurezas até dez vezes mais finas que um fio de cabelo.

O novo caminhão EVolução 420 vem equipado com um compressor de ar de dois cilindros que está dimensionado para demandas extras no abastecimento de ar para os sistemas de freio do caminhão. Essa característica representa uma constante preocupação com a segurança para as composições de carga, como os CVCs, que possuem exigências de performance nos freios maior que os implementos tradicionais. Modificações na geometria dos pistões, nova configuração do eixo de comando de válvulas e adição de um novo turbo compressor complementam a evolução de nosso produto.

EVolução que também será percebida na disponibilidade dos kits Conforto, Eficiência, Tecnologia e Logística, que contemplam uma série de acessórios permitindo aos nossos clientes agregar valor aos seus veículos, adequando-os às condições de aplicação e otimizando custos no ciclo operacional com conseqüente personalização e valorização na revenda.

Por fim, os caminhões Scania EVolução 420 já chegam ao mercado em conformidade com as exigências ambientais da norma Conama P5, similar na Europa à norma Euro 3, que só entra em vigor no Brasil em janeiro de 2006. Isso retrata a permanente preocupação da Scania, adiantando-se no tempo e disponibilizando, agora e sem custo extra, tecnologias do futuro, com responsabilidade ambiental e respeito à sociedade, sem deixar de atender às exigências imediatas dos operadores logísticos e dos nossos clientes.

Quando colocamos os primeiros veículos EVolução 420 para teste de campo e os comparamos com os concorrentes diretos, tivemos a confirmação de nossas expectativas. Esse caminhão é bom de verdade!



Renato Merlini

Emerson Camargo,

diretor de Vendas de Veículos da Scania no Brasil

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:

Maurício Jordão

(Mtb 28.568)

Subeditora/Repórter:

Helen Faquinetti

(Mtb 39.138)

Colaboradora:

Thais Nunes

Revisão:

Vicente dos Anjos

Foto capa/Manipulação:

Renato Merlini/Technoart

Projeto Gráfico,

Editoração e Produção:

Technoart Propaganda Ltda.

e-mail: technoart@technoart.com.br

Impressão:

Margraf Edit. e Ind. Gráfica

Tiragem desta Edição:

41.000 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.
Filiada à ABERJE.

6 História

Scania atinge a marca de 150 mil caminhões
produzidos no Brasil

8 Cliente

Viação São Luiz reestrutura suas operações
e volta a comprar ônibus Scania depois de
15 anos

10 Mercado

Scania retoma a liderança do segmento de
caminhões pesados no Brasil em 2004

11 Meio ambiente

Nova política ambiental da Scania enfatiza o
esforço coletivo

12 Argentina

Caminhões da Servicios Mineros Argentinos
operam a 5 mil metros de altitude

14 Ônibus

Scania lança o K 310 para o transporte de
passageiros em curtas e médias distâncias

16 Reportagem de capa

Novos caminhões de 420 cavalos integram
a linha EVolução

20 Uruguai

Transportes Viana comemora 25 anos de
parceria com a Scania

21 Costa Rica

Autotransportes Caribeños aposta na intuição
para manter sua credibilidade

23 Marketing

Em 11 dias, mais de mil pessoas conhecem
em primeira mão o novo motor de 9 litros
da Scania

24 Concurso de receitas

Ganhadores do "Concurso Scania Receitas da
Estrada" visitam a fábrica da Scania

26 Personalidade

Pedro Rogério Garcia, fundador da Fabet e
da Coopercarga, deixa frutos após sua morte

27 México

Ônibus Scania-Irizar é o transporte oficial
da Seleção Mexicana de Futebol

28 Peru

Tepsa almeja alcançar novamente a
liderança no transporte rodoviário de
passageiros

29 Gente & Fatos

30 Concurso de desenhos

32 Produto

Primeiro caminhão com motor de 9 litros
sai da linha de montagem de São Bernardo
do Campo



Caminhão
150.000
produzido no Brasil



Marca no tempo

**Scania
comemora
produção
de 150 mil
caminhões
no Brasil**

A produção de caminhões da Scania no Brasil atingiu a marca de 150 mil unidades no dia 29 de novembro. O veículo, um R 420 4x2, na cor prata, recebeu defletores de ar e adesivos comemorativos e será empregado durante 2005 em projetos institucionais da montadora.

O caminhão 150.000 saiu da linha de montagem da Scania em São Bernardo do Campo (SP) às 10:45 da manhã. Na ocasião, funcionários, gerentes e diretores da área industrial da empresa reuniram-se para uma foto em comemoração ao fato histórico.



Fotos: Renato Weffini

Colaboradores da linha de montagem da Scania em São Bernardo do Campo (SP) saúdam o caminhão número 150.000 produzido no Brasil

Em continuidade aos festejos, no dia 30 de novembro, o caminhão 150.000 foi apresentado à imprensa de todo o Brasil em um almoço em São Paulo. Estiveram presentes no evento cerca de 150 pessoas, que ouviram o discurso do presidente da companhia, Hans-Christer Holgersson, sobre a importância desse número para a Scania e sobre o recorde de produção da montadora na América Latina em 2004.

De janeiro a dezembro de 2004, a fábrica da Scania em São Bernardo do Campo produziu 14.800 unidades, entre caminhões, ônibus e componentes. O melhor resultado da marca no País, até então, aconteceu no ano de 1997, quando foram produzidas 12 mil unidades nos 12 meses.

“A marca de 150 mil caminhões produzidos é prova concreta de nosso compromisso com o Brasil, firmado em 1957, quando o país foi escolhido para receber a primeira fábrica da Scania fora da Suécia. Desde então, a Scania tem construído

uma história rica de conquistas e momentos marcantes na região. O ano de 2004, certamente, entrará para a nossa história como ano recorde de produção em nossa fábrica brasileira”, afirmou o presidente.

Ritmo acelerado - O número de 50 mil caminhões Scania produzidos no Brasil foi atingido em 1986. Para essa marca foram necessários 29 anos, de 1957 a 1986. Apenas 10 anos mais tarde, a marca de 100 mil caminhões seria alcançada. O terceiro lote de 50 mil caminhões foi produzido entre 1996 e 2004, em um intervalo de 8 anos.

“O processo produtivo da Scania, durante esses 47 anos no Brasil, já passou por pelo menos quatro grandes transformações. A maior delas aconteceu em 1998, com o lançamento dos caminhões da Série 4 e a instituição de um sistema de produção globalizado. Todas essas inovações permitirão produzir mais 50 mil caminhões em um curto intervalo de tempo. No ritmo que vamos hoje, comemoraremos a marca de 200

mil em 2007, daqui há apenas três anos”, afirma Sidney Basso, diretor industrial da Scania.

Segundo dados do Registro Nacional de Veículos Automotores - RENAVAL, dos 150 mil caminhões Scania produzidos, circulam hoje pelo Brasil mais de 122 mil. Esse volume representa cerca de 40% da frota registrada de caminhões pesados do País e 25% da frota mundial da marca sueca, estimada em 500 mil caminhões.

No Brasil desde 1957, a Scania permaneceu no bairro do Ipiranga, em São Paulo (SP), até 1962, quando transferiu suas instalações para a cidade de São Bernardo do Campo, no ABC Paulista.

Hoje, a montadora ocupa uma área de 350 mil metros quadrados, com 130 mil metros quadrados de área construída. As instalações da Scania em São Bernardo do Campo têm capacidade de produção anual de 20 mil veículos e 5 mil motores. (HF)

Por novos caminhos

Viação São Luiz passa por processo de reestruturação e volta a comprar ônibus Scania depois de permanecer 15 anos afastada da marca

A Viação São Luiz, da cidade de Três Lagoas (MS), adquiriu 18 chassis de ônibus Scania após 15 anos afastada da marca. Os veículos, 16 do modelo K124 IB6x2 com motor de 360 cavalos e dois do modelo K94 IB4x2 com motor de 300 cavalos, possuem carroceria Marcopolo e percorrerão médias e longas distâncias, atendendo a linhas intermunicipais e interestaduais da região Centro-Oeste, de Minas Gerais e do interior de São Paulo. A compra faz parte do recente processo de reestruturação administrativa e operacional da empresa, e totaliza investimentos de 7 milhões de reais.

Aos 32 anos, a São Luiz inaugura uma nova etapa de sua existência que visa principalmente o aprimoramento do atendimento ao usuário. Para isso, os novos veículos, tecnologicamente sofisticados, chegaram acompanhados de fortes investimentos em informatização nas áreas administrativa e operacional. Nos últimos três anos, a empresa direcionou seus esforços na implantação de um sistema de

comunicação entre as suas agências e garagens e na informatização de suas frotas, além de apostar na implantação de um programa de gestão da qualidade.

Na onda das mudanças, o renomado designer Carlos Ferro foi chamado para desenvolver uma nova linguagem visual para a São Luiz. Estampando em seus veículos novas e vistosas pinturas, a empresa submeteu também a sua imagem a um processo de modernização.

Melhor atendimento – Com uma frota de 116 ônibus e 36 veículos para transporte de cargas, a São Luiz leva passageiros e encomendas para aproximadamente 100 cidades de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, São Paulo, Distrito Federal, Goiás e Minas Gerais. Juntos seus veículos chegam a percorrer cerca de 900 mil quilômetros por mês.

A estratégia da empresa é consolidar a sua posição na área abrangida e oferecer um número cada vez maior de serviços aos

seus usuários. Com vendas on-line, conexões para o Nordeste e um programa de fidelização através de um sistema de milhagem, a intenção é manter alto nível de atendimento e oferecer o máximo de opções e de conforto para aumentar o índice de ocupação e elevar a rentabilidade da frota.

“O passageiro está cada vez mais exigente e as empresas têm que oferecer o máximo possível para manter a competitividade. A oferta de veículos de última geração e processos informatizados têm como função elevar entre 30 e 40% o número de passageiros transportados, possibilitando um crescimento global da São Luiz da ordem de 20%”, afirma Ângelo Luiz Favi Possari, diretor Operacional da Viação São Luiz.

Para marcar a sua entrada nessa nova fase, a São Luiz realizou uma grande festa ao incorporar os novos ônibus Scania à sua frota. Em sua sede em Três Lagoas (MS), reuniu fornecedores, clientes e imprensa e depois saiu em caravana pelas ruas com os novos veículos

em um desfile por 14 cidades do Mato Grosso do Sul, Mato Grosso, São Paulo e Goiás

Bons resultados – A reaproximação da Scania com a Viação São Luiz aconteceu durante o Projeto K94, ação de marketing da Scania que levou, de fevereiro a julho do ano passado, os chassis rodoviários modelo K94 aos principais empresários de transporte rodoviário do País.

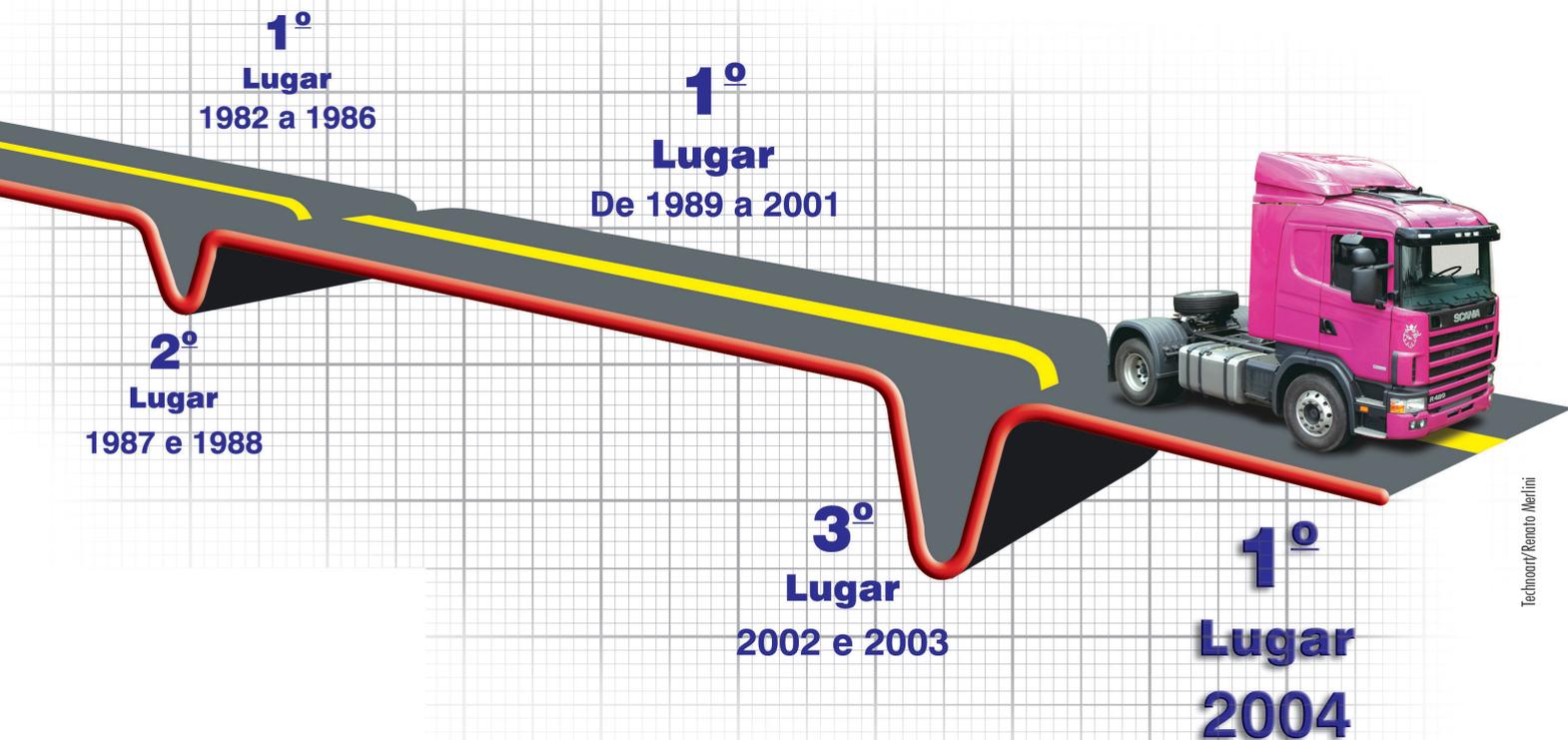
Antes de efetivar a compra, a Viação São Luiz testou por quinze dias um veículo K94, que apresentou consumo de combustível inferior à média dos outros ônibus da frota da empresa. “Nossos carros faziam 3 km/l, enquanto o K94 apresentou um consumo variando entre 4 e 4,5 km/l”, diz Possari.

Os novos K124 da Viação São Luiz estão equipados com Comfort Shift, ar-condicionado, poltronas tipo leito, apoio de pés, frigobar, toalete, sistema de áudio e vídeo, transportando até 46 passageiros

cada. Os ônibus K94, com capacidade para transportar em média 44 passageiros sentados, possuem, além do Comfort Shift, ar-condicionado e som ambiente. Todos os veículos fazem parte do plano de renovação da São Luiz, que nos próximos anos pretende baixar a idade média da frota de 9,5 para 4,5 anos.

“Esta expressiva venda confirma a presença da marca Scania na região Centro-Oeste e é resultado do compromisso da montadora em oferecer produtos com qualidade e de acordo com a necessidade do cliente. O bom desempenho e o baixo consumo de combustível apresentados pelo ônibus Scania durante o teste realizado pela Viação São Luiz certamente foram diferenciais para a efetivação da compra”, afirma Wilson Pereira, gerente executivo de Vendas de Ônibus da Scania no Brasil. (HF)





Technom/ Renato Merini

Volta ao topo

Scania termina 2004 como líder de vendas de caminhões pesados no Brasil

A Scania reconquistou o primeiro lugar nas vendas de caminhões pesados no Brasil em 2004 e voltou à liderança do setor após dois anos, posição que ocupou ininterruptamente de 1989 a 2001. Com 6.093 unidades comercializadas, a montadora obteve 24,2% de participação, conforme dados oficiais da ANFAVEA – Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores.

“Em 2004, recuperamos o fôlego e superamos os volumes de 2003 em quase 50%, quando vendemos 4.106 unidades. Voltamos à liderança no acumulado das vendas de pesados e, ainda, conseguimos

manter nosso foco na rentabilidade da empresa e da rede de concessionárias. Foi um ano de ascensão do agronegócio e de recuperação da indústria nacional. Os clientes demonstraram que sabem reconhecer o produto ideal para seus negócios, optando pela qualidade, tecnologia e robustez que somente os caminhões Scania oferecem”, afirma Christopher Podgorski, diretor geral da Unidade de Vendas e Serviços da Scania no Brasil.

Resultado criterioso – O mercado total de caminhões pesados encerrou 2004 com 25.194 unidades vendidas, resultado 41,1%

superior ao do ano passado. Esse segmento reúne, segundo a classificação da ANFAVEA, todos os veículos de transporte de carga com capacidade máxima de tração (CMT) maior que 45 toneladas ou peso bruto total combinado (PBTC) maior ou igual a 40 toneladas.

A ANFAVEA, de acordo com critérios estabelecidos pelas montadoras associadas, consolida as vendas de todo o mercado nacional de veículos no atacado, as vendas das montadoras para as concessionárias, e divulga os resultados por empresa ao fechamento de cada mês e ano, indicando historicamente os líderes de cada segmento. (MJ)



Política Ambiental da Scania

- A Scania melhora continuamente o desempenho ambiental de seus produtos, processos e serviços.
- Demandas de mercado e outros requisitos formam a base para melhoria, sendo que o atendimento à legislação é fundamental.
- O trabalho ambiental da Scania é pró-ativo, baseado numa perspectiva de ciclo de vida e no princípio da precaução.

Relação harmônica

Scania atualiza a sua política ambiental e enfatiza o esforço coletivo como a melhor maneira de diminuir os impactos diretos e indiretos no meio ambiente

A Scania foi, em 1997, a primeira montadora da América Latina a ser certificada pela norma ambiental ISO 14001. Na época, a empresa divulgou e tomou ações concretas para o cumprimento de uma política ambiental própria, uma das exigências da certificação. Agora, ela atualiza essa política e enfoca o esforço coletivo como meio de reduzir os impactos causados tanto pela produção como pelo uso de seus produtos.

"A nossa produção de caminhões, ônibus e motores atende às necessidades de transporte da sociedade, mas para isso influi também no meio ambiente e na vida de diversas pessoas que não estão diretamente relacionadas à organização. Por isso, é nossa responsabilidade diminuir ao máximo possível os impactos ambientais gerados pelo nosso negócio", explica Christopher Podgorski,

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

Papel de cada um – Pela nova política ambiental da Scania, todas as áreas trabalham para melhorar continuamente o desempenho ambiental da organização. Ela também mostra que é fundamental seguir as orientações do mercado e das legislações em vigor relacionadas ao meio ambiente para alcançar a rentabilidade no longo prazo. E, finalmente, aponta que toda contribuição individual é de vital importância para a diminuição de impactos ambientais ao longo da vida útil dos caminhões, ônibus e motores.

"Nossa nova política enfatiza a união de forças com todas as partes que atuam de alguma forma no ciclo de vida de nossos produtos, inclusive a rede de concessionárias Scania, que passa por um processo de padroniza-

ção das operações no qual a política ambiental está presente, garantindo a aplicação da legislação e o menor impacto ambiental possível nos serviços prestados", afirma Podgorski.

A modificação na política também propõe o trabalho pró-ativo no setor de preservação do meio ambiente e torna o princípio de precaução mais claro para os membros da organização. A idéia é que medidas preventivas sejam tomadas tão logo existam razões para se acreditar que uma ação possa causar dano aos seres humanos ou ao meio ambiente.

"A pró-atividade para a Scania significa, por exemplo, que podemos substituir uma tecnologia utilizada antes que a legislação exija, mas não devemos assumir riscos para o meio ambiente ou para os negócios utilizando tecnologias que não sejam comercialmente aplicáveis e não tenham sido adequadamente testadas e avaliadas. É exatamente isso que estamos fazendo com os novos motores, que já atendem as exigências de emissões que só entrarão em vigor em janeiro de 2006", conclui o diretor geral da Scania. (HF)

Argentina

Máxima altitude

Veladero é uma mina de ouro a céu aberto situada na província de San Juan, na Argentina. Lá, dois caminhões Scania da Servicios Mineros Argentinos trabalham a cerca de 5 mil metros acima do nível do mar



Fotos: Leandro Hernández



Mais de 800 pessoas trabalham na mineração de ouro, convivendo com diferenças extremas de temperatura entre o verão e o inverno

No coração da cordilheira argentina, a 4,5 mil metros acima do nível do mar e a dez horas de viagem da cidade de San Juan, fica a jazida Veladero. Em alguns trechos do caminho, a altitude supera os 5,2 mil metros. Nas redondezas da mina, as temperaturas alcançam os 40°C abaixo de zero no inverno e sobem consideravelmente no verão.

Veladero é um empreendimento a céu aberto que vem sendo explorado há oito anos. Atualmente, os trabalhos encontram-se na fase de escavação para a extração do minério em si. Cerca de 800 pessoas participam da extração daquilo que uma vez processado resultará no mais precioso dos metais: o ouro.

A Barrick Exploraciones Argentina e a Minera Argentina Gold são as empresas encarregadas da exploração da mina. Ambas pertencem ao mesmo grupo que a Servicios Mineros Argentinos, responsável pelo fornecimento de equipamentos para o processo de mineração.

Muitas das máquinas da Servicios são montadas na própria mina, já que é impossível movimentá-las inteiras. Para a execução dessa tarefa e para serviços de reparo e manutenção, a empresa conta com uma oficina instalada na própria mina.

Para transportar as peças mais pesadas – que no caso das pás carregadeiras, por exemplo, chegam a pesar várias toneladas – a empresa adquiriu dois caminhões Scania P360, com tração 6x4.

Um desses caminhões foi especialmente preparado para realizar trabalhos de lubrificação e abastecimento de fluidos, enquanto o outro foi equipado como caminhão oficina e conta com uma caixa térmica e uma grua de cinco toneladas.

Ambos possuem adaptações para o trabalho na mineração, como aquecedor de combustível e um sistema de iluminação especial – embora a estrutura básica dos veículos, como transmissão, seja a mesma de outros modelos Scania vistos em qualquer lugar do mundo.

Trabalho pesado – Segundo Víctor Mato, gerente de projetos da Servicios Mineros Argentinos, os veículos Scania foram escolhidos porque são o melhor equipamento existente no mercado. “Nas condições em que trabalhamos em Veladero nenhum outro caminhão além do Scania conseguiria dar conta do recado com altos padrões de confiabilidade. Tanto que, a

partir dos resultados obtidos pelo primeiro caminhão, decidimos comprar outro veículo da marca para trabalhar na mina”.

As unidades foram compradas em 2003. Como parte do serviço de pós-vendas, a Scania enviou um de seus instrutores para dar um curso de conhecimento do produto e condução aos quatro motoristas e mecânicos que operam as unidades.

Durante os quatro dias de curso, o pessoal técnico da Scania acompanhou os motoristas pelos caminhos no alto das montanhas que circundam a mina. Os veículos da marca superaram diversas vezes os 5 mil metros acima do nível do mar sem demonstrar o menor problema.

Leandro Hernández, o instrutor da Scania, afirma que o trabalho na mina pode ser sentido fisicamente. “A altitude influencia muito. O trabalho começa todos os dias às cinco e meia da manhã. O esforço é grande e devido à falta de oxigênio sofremos com dores de cabeça. No entanto, os caminhões vão de um lado para outro como se nada estivesse acontecendo”.

Por Daniel Jatimlansky, da Argentina

Para curtas e médias distâncias: K 310



Depois de conquistar a liderança do segmento, Scania introduz novo motor eletrônico de 9 litros em sua linha de ônibus rodoviários

Em janeiro, a Scania apresentou para clientes, autoridades e imprensa o novo integrante da sua linha de ônibus rodoviários, o K 310. Equipado com novo motor de 9 litros, com potência de 310 cavalos e injeção de combustível totalmente eletrônica, que já atende aos índices de emissões da norma Conama P5 (Euro 3), obrigatórios a partir de 2006, este veículo é indicado para o transporte de passageiros em curtas e médias distâncias, fretamento, turismo e receptivo de eventos.

"A Scania decidiu entrar definitivamente nesse nicho de mercado no início de 2004, quando por meio de uma estratégia comercial inovadora ofereceu um produto altamente competitivo, o K94. Ao final do ano, celebramos a liderança desse nicho e, agora, estamos substituindo o K94 pelo K 310, que reúne a mesma supremacia sobre seus concorrentes, acrescido do novíssimo motor eletrônico da Scania", comenta Wilson Pereira, gerente executivo de Vendas de Ônibus da Scania no Brasil.



Renato Meffini

O novo motor de 9 litros, modelo DC9 21, possui toda a tecnologia de ponta da Scania em motores eletrônicos movidos a diesel. Os cabeçotes são individuais, há quatro válvulas por cilindro e a unidade de injeção está posicionada perpendicularmente no centro do pistão, garantindo melhor queima do combustível.

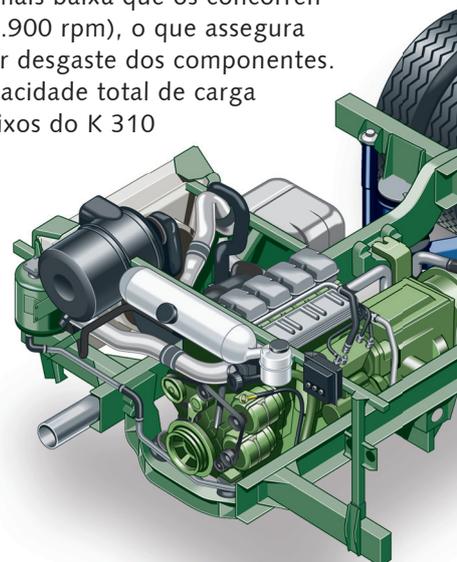
Motor mundial – Em outubro do ano passado, a Scania apresentou o DC9 21 para a sua linha de caminhões nas versões de 230, 270 e 310 cavalos. Lançado simultaneamente em todos os mercados da montadora, o novo motor é produzido unicamente nas fábricas de São Bernardo do Campo (SP) e Sodertälje, na Suécia. Além disso, como parte da estratégia global da companhia, importantes componentes dele, como o bloco e o eixo comando, são produzidos exclusivamente no Brasil e enviados para a Europa.

Graças ao motor DC9 21, o ônibus K 310 apresenta o maior torque de seu segmento, com 1.550



Wallace Feltoso/Arquivo Scania

Nm entre 1.100 e 1.300 rotações, proporcionando maior conforto, produtividade e menor consumo de combustível. A potência de 310 cavalos é obtida a uma rotação bem mais baixa que os concorrentes (1.900 rpm), o que assegura menor desgaste dos componentes. A capacidade total de carga dos eixos do K 310





também é a maior da categoria, com 19.500 quilos. Para a divulgação do novo produto, a Scania visitará mais de 500 clientes no decorrer do primeiro semestre. Sete ônibus, com carrocerias Marcopolo, Busscar, Irizar e Comil, foram personalizados e deverão rodar cerca de 50 mil quilômetros cada um, passando

pelas principais cidades brasileiras. Em diversas localidades, os veículos permanecerão em demonstração dinâmica junto a clientes. Assim os empresários do setor terão a oportunidade de avaliar o novo motor e tirar suas próprias conclusões sobre o produto.

Com 222 unidades comercializadas do K94, a Scania obteve a liderança do mercado de ônibus para o transporte de passageiros em curtas e médias distâncias, fretamento, turismo e receptivo de eventos em 2004, atingindo uma participação de 37%. Com a introdução do DC9 21 em sua linha de ônibus, a montadora espera manter a liderança desse segmento e aumentar o número de unidades comercializadas em cerca de 10%. (HF)

O preferido da família

Caminhões com 420 cavalos recebem novo motor eletrônico e chegam para ocupar o posto de campeões de venda da Scania





Renato Merlini/Technoart

Ao final do ano passado, a Scania deixou de adotar o conceito de evolução por séries de produto. Desde então, toda inovação, tão logo madura, deve ser introduzida nos produtos, seguindo uma idéia de evolução contínua. Por madura deve-se entender testada exaustivamente, com confiabilidade garantida e sempre em sintonia com as demandas reais do mercado.

Assim, da mesma forma que os caminhões com potências de até 310 cavalos receberam um novo motor de 9 litros em outubro, agora chega a vez dos veículos com propulsores de 12 litros e 420 cavalos. Eles estão recebendo novos motores totalmente eletrônicos que atendem aos limites de emissões exigidos pela norma Conama

O motor DC12 01, de 420 cavalos, vem equipado com compressor de ar de dois cilindros e apresenta modificações na geometria dos pistões, nova configuração do eixo de comando de válvulas e novo turbocompressor

P5, equivalente nacional à europeia Euro 3, e passam a integrar a família de veículos EVolução, já conhecida no mercado brasileiro por reunir os veículos Scania com tecnologia de ponta.

"A obrigatoriedade do cumprimento ao Conama P5 se aplica em sua totalidade em janeiro de 2006, mas a Scania já oferece a maioria de seus motores nesta condição,



Personalidade garantida: os caminhões com 420 cavalos de potência recebem o símbolo da Scania, conhecido como "grifo", nos cantos dianteiros da cabina

mecânicos com 420 cavalos que está a maior aposta da Scania. Esses veículos estão predestinados a ocupar o lugar de campeões de vendas entre todos os modelos da marca por reunirem, segundo confirmaram os testes de campo, uma receita imbatível: alta potência, elevado torque, baixo consumo de combustível, confiabilidade e preço competitivo.

Exclusividade – “Nossa aposta é tão séria nesse produto que estamos conferindo a ele, com exclusividade, uma dupla assinatura Scania”, enfatiza Camargo. Além do nome Scania na grade dianteira, os caminhões com 420 cavalos de potência recebem o símbolo da Scania, conhecido como “grifo”, nos cantos dianteiros da cabina.

Com preço de aquisição apenas 1% superior a um mesmo caminhão Scania com motorização de 400 cavalos, o novo motor substitui a versão anterior de 420 cavalos, que também era eletrônica mas não

O novo motor de 420 cavalos será oferecido a um preço altamente competitivo e representará uma excelente opção para o transportador que se antecipa a sua concorrência e busca desempenho, tecnologia e produtividade no longo prazo”, acrescenta Christopher Podgorski, diretor geral da Unidade de Vendas e Serviços da Scania no Brasil.

A família EVolução contemplava as potências de 230, 270 e 310 cavalos, com motores de 9 litros; e de 400 cavalos, com motor de 12 litros. Junto com a nova motorização de 420 cavalos, a família de produtos Scania EVolução passa a contar também com os caminhões

com motor V8 de 16 litros, com 480 cavalos, que atendem ao Conama P5 desde sua introdução no mercado nacional, em 2003.

“As vendas dos modelos EVolução, todos com motorização eletrônica, representaram 44% do total dos caminhões Scania comercializados no Brasil em 2004, o que dá uma boa idéia da conscientização de nossos clientes sobre os benefícios, principalmente na economia de combustível, que esses veículos proporcionam”, aponta Emerson Camargo, diretor de Vendas de Veículos da Scania no Brasil.

E é precisamente nos cavalos-



Muita força para o carnaval da Bahia

Uma das primeiras aparições públicas dos novos caminhões Scania EVolução de 420 cavalos foi no carnaval da Bahia deste ano, puxando os trios elétricos dos blocos Araketu e Tiete Vips. “Quando fizemos os primeiros deslocamentos com o caminhão e o trio já completo, nosso motorista comentou que parecia não haver nada atrelado ao cavalo-mecânico tamanha foi a facilidade de locomoção, mesmo nas baixíssimas velocidades com que trafegamos”, comenta Rubinho Carvalho, conhecido como Rubinho dos Carnavais, do trio Tiete Vips, um dos blocos carnavalescos mais antigos de Salvador. A velocidade média de deslocamento dos trios durante os desfiles é de 3 km/h.



cumpra com as exigências futuras de emissões. Os novos caminhões EVolução 420 possuem também isolamento acústico no compartimento do motor, garantindo o atendimento de outra exigência do Conama P5, que limita a emissão de ruídos em 80 decibéis.

Promocionalmente, até setembro de 2005, os caminhões com motorização de 420 e 480 cavalos poderão ser adquiridos com pacotes especiais de aplicação, denominados Conforto, Tecnologia, Eficiência e Logística (veja quadro ao lado). No pacote Conforto, por exemplo, estão incluídos itens como buzina a ar no teto, cama dupla, ar-condicionado e preparação para radiocomunicação. Os preços de aquisição dos pacotes são, em média, 50% menores que o valor dos opcionais vendidos separadamente.

O novo motor eletrônico de 420 cavalos também é acompanhado por outra introdução para os caminhões Scania, sempre dentro da atual proposta de evolução contínua, que disponibiliza as inovações ao mercado tão logo estas estejam maduras. Um novo eixo de apoio, com suspensão por molas, está agora disponível para os caminhões 4x2, transformando-os em 6x2 com qualidade de fábrica.

O novo eixo é cerca de 150 quilos mais leve que as alternativas disponíveis e não há necessidade de adaptações posteriores no

caminhão, que já é preparado na linha de montagem para a implementação. "O novo eixo de apoio com suspensão por molas da Scania integra-se perfeitamente ao caminhão, que tem seu sistema de freio dimensionado desde o princípio, sem necessidade de emendas, como ocorre com as opções de mercado. Como o eixo já é incluído no pedido de compra do caminhão, seu custo também pode ser diluído no financiamento", ressalta Camargo.

Bitrens – Com a motorização eletrônica de 420 cavalos e a opção de tração 6x2 com suspensão por molas, a Scania sinaliza mais uma vez sua disposição para atender ao crescente mercado de bitrens. Hoje, cerca de 60% dos caminhões vendidos anualmente pela Scania acabam sendo empregados nesse tipo de composição veicular de carga, que transporta até 57 toneladas de peso bruto.

As alternativas de fábrica para a configuração dos cavalos-mecânicos para bitrens são as mais amplas do mercado nacional. Começam pelos motores eletrônicos de 400, 420 e 480 cavalos e incluem as trações 6x2 com suspensão pneumática ou por molas e 6x4 com suspensão por molas, esta com a possibilidade de aumento da força de tração por meio de redução nos cubos de roda para as operações mais severas. (MJ)

Escolha seu opcional pela metade do preço

Por ocasião de seu lançamento, os caminhões EVolução com 420 e 480 cavalos podem ser adquiridos com pacotes especiais de opcionais, destinados a oferecer maior conforto e tecnologia, valorizando os veículos de acordo com a aplicação de cada um. Os preços de aquisição dos pacotes são, em média, 50% menores que o valor dos opcionais vendidos separadamente.

Os kits disponíveis são:

CONFORTO

- Ar-Condicionado
- Cama dupla
- Rede de proteção da cama
- Preparação para PX
- Scania Alert
- Acabamento de porta exclusivo
- Buzina a ar no teto

EFICIÊNCIA

- Retarder Hidráulico Automático
- ABS
- Controle de Tração

TECNOLOGIA

- Retarder Hidráulico Automático
- Opticruise - Câmbio Automatizado
- Controle de Tração
- ABS

LOGÍSTICA

- Iris (rastreador Scania) com três mensalidades grátis





Bodas de prata

Para Rusbel Viana um Scania traz outro Scania e, assim, toda a sua frota foi se constituindo de uma única marca de caminhão

Frotista exclusiva Scania, Transportes Viana adquire quatro caminhões e comemora 25 anos de parceria com a marca sueca

Um pequeno caminhão e a vontade de desbravar o transporte em sua região. Foram esses os elementos que deram início, em 1969, à história da Transportes Viana, em Minas de Corrales, no Estado Rivera, no Uruguai. Hoje, a transportadora, que comemora 25 anos de parceria com a Scania e está sediada na cidade de Rivera, conta com uma frota de 40 caminhões pesados, todos da marca sueca, e ultrapassou as fronteiras de seu país, rodando dois milhões de quilômetros anuais com carga fracionada em geral e carga viva pelos principais países do Mercosul.

O primeiro caminhão da Transportes Viana tinha capacidade para

transportar no máximo cinco toneladas. Era nele que Rusbel Viana, fundador da empresa, levava cereais e materiais agropecuários para as regiões de Rivera e Ravuarembó e dava os primeiros passos da transportadora que viria a ser uma das maiores do Uruguai.

A marca Scania chegou um pouco mais tarde à Transportes Viana, em 1979. Na época, a frota da empresa já havia crescido. Ao todo eram seis caminhões trabalhando no transporte de carga pesada em geral. O veículo Scania modelo L111 S54 chegou para auxiliar nesse trabalho e até hoje, com 25 anos, integra a frota da empresa.

Sem fronteiras - Com o tempo, a preocupação em oferecer um serviço rápido, responsável e eficiente deu subsídios para que a empresa crescesse. Ainda na década de 80, Viana iniciou-se no transporte de carga internacional. Os outros veículos Scania vieram naturalmente com o aumento da área de atuação da transportadora.

"Quando adquiri o primeiro caminhão Scania, recebi felicitações

por estar entrando para a família e ouvi que um Scania traria outro Scania. Dito e feito. Com os bons resultados do produto e a qualidade do serviço prestado pela marca, o número de veículos Scania cresceu e predominou na minha frota. Hoje, sempre que tenho oportunidade, recomendo aos meus amigos transportadores a compra de veículos da marca", afirma Viana.

O aniversário de 25 anos da aquisição do primeiro Scania foi comemorado recentemente em grande estilo com a compra de mais quatro veículos da marca, modelo R 360. Na ocasião a montadora aproveitou para entregar para a transportadora uma placa comemorativa.

"Atualmente a Transportes Viana além de ser um dos nossos mais importantes clientes no Uruguai é uma importante referência para outros transportadores que ainda não possuem a marca nesse país. É com alegria que comemoramos esses 25 anos de parceria", afirma Enrique Enrich, gerente de Vendas de Veículos da Scania para o cone-sul. (HF)

O poder da intuição

Com a confiança baseada em “intuições”, a Autotransportes Caribeños mantém alto grau de credibilidade entre seus usuários

Na Costa Rica, os modelos operacionais intuitivos que se materializaram em programas estatais de prestação do serviço de transporte público foram, em muito, frutos de um visionário humilde e disciplinado chamado Jorge Solano Montenegro.

Junto com seu filho, Jorge Eduardo Solano, ele mantém um grupo de empresas com alto grau de credibilidade entre seus usuários, autoridades estatais e diversos colaboradores da gestão empresarial.

“Meu pai usa magicamente um poder de magnetismo emocional, que envolve a todos os que a seu redor convivem no dia-a-dia”, diz seu filho. Dom Jorge, o pai, manifesta muito orgulho em ter criado um grupo solidário de trabalhadores e trabalhadoras que comprometem todas as suas energias em favor de cada uma de suas empresas, reunindo venda de combustíveis, distribuição de peças de reposição, atividades agropecuárias e serviços turísticos hoteleiros, sempre lideradas por Autotransportes Caribeños S.A, empresa de transporte público por ônibus.

“Começamos com jardineiras de 30 passageiros e ônibus com assentos de vinil distribuídos em filas de 3 e 2 lugares, lá pelo ano de 1976. Quando comparamos com os ônibus

de dois andares que hoje temos, percebemos claramente a mudança obtida”, diz o patriarca.

Dom Jorge, o filho, acrescenta que conseguiu atingir o lado emocional dos usuários, de forma tal que eles vêem no ônibus uma projeção de si mesmos na sociedade, ao ponto que percebem que o serviço prestado vale seu preço e estão dispostos a pagá-lo.

Vanguarda – “Fomos os pioneiros da modernização do transporte público na Costa Rica, inovando o serviço com as últimas tecnologias existentes. Exemplo vivo disso é que somente nós temos ônibus de dois andares em todo o país. Fomos também os primeiros a trazer modernas unidades adaptadas para o transporte de portadores de deficiências físicas”, aponta Jorge Eduardo Solano.

Antes, o setor de transporte por ônibus na Costa Rica era tido como pouco solidário. Foi preciso avançar muito rapidamente em aspectos essenciais, gerando espaços vitais de segurança e respeito em um mercado regulado por leis do Estado e

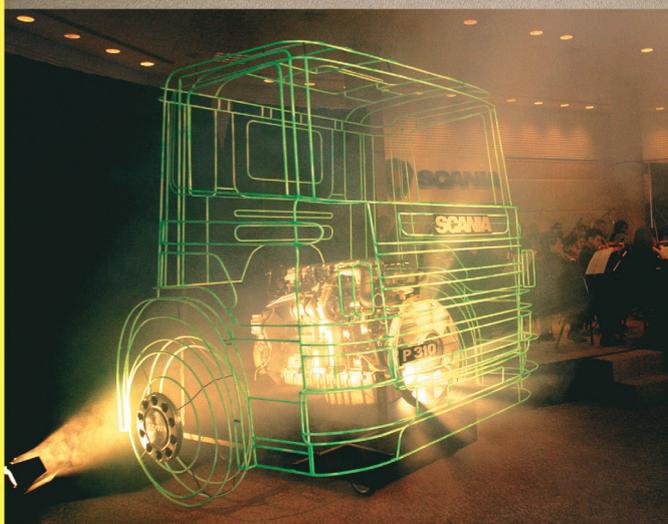
regido por contratos de concessão com prazos de vencimento muito curtos, mas que exigem investimentos elevadíssimos. “Foi nos bancos privados que encontramos nosso apoio. Sem eles, nossos objetivos seriam inalcançáveis”, informa Dom Jorge pai.

Para a Scania, foi uma oportunidade incalculável fazer parte da expansão e da mudança das gerações de usuários, presentes e futuras, hoje satisfeitos pelo serviço prestado sob a direção logística de Autotransportes Caribeños, que conta com mais de 60 % da sua frota com a marca Scania.

“Nossa meta no curto prazo é uniformizar a frota. A confiabilidade se cria e se sustenta por meio da qualidade dos investimentos realizados. Isso é o que percebem nossos clientes e isso é o que queremos lhes dar”, dizem pai e filho. “Sem a credibilidade não há confiança e, porque acredito na marca Scania, confio que o êxito futuro de nossas empresas se encontra realmente garantido”.

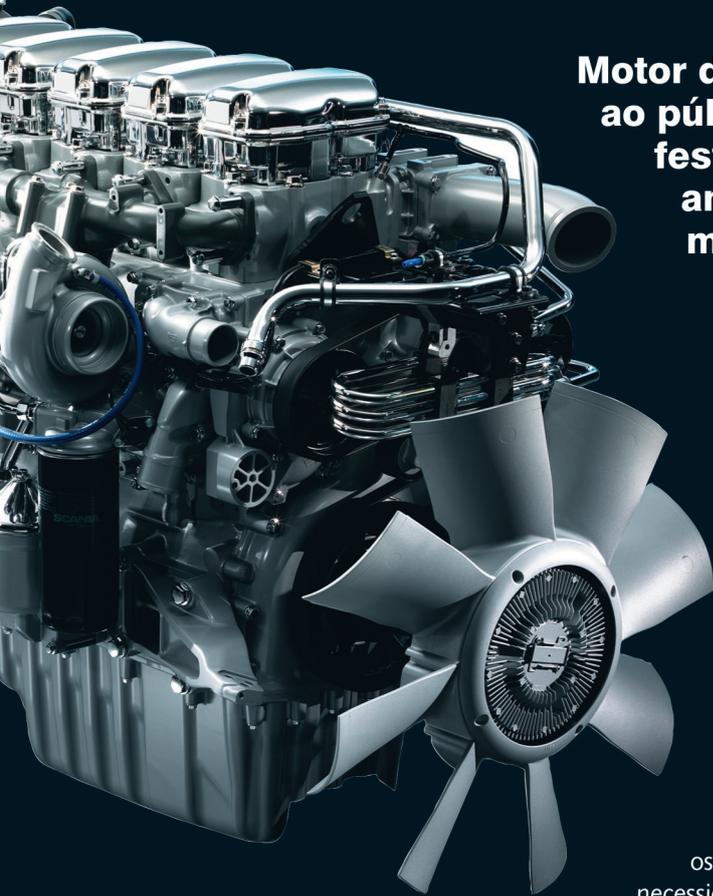
Por Eurobus, da Costa Rica





Fotos: Mônica Zanoni/Arquivo Scania

Nasce uma estrela



Motor de 9 litros da Scania é apresentado ao público em 11 dias de evento. Na festa, concerto de orquestra faz analogia entre um bom instrumento musical e um bom motor

Em 11 dias de evento, cerca de mil convidados latino-americanos tiveram a oportunidade de conhecer em primeira mão o novo motor de 9 litros da Scania. O componente que está sendo produzido unicamente nas fábricas da montadora em São Bernardo do Campo (SP) e na matriz (Suécia) foi lançado simultaneamente no mês de outubro em todos os mercados da Scania no mundo e passou a equipar os caminhões da marca com potências de 230, 270 e 310 cavalos.

No evento de lançamento que aconteceu no Brasil, clientes, jornalistas e autoridades de todos os mercados da Scania na América Latina foram divididos em grupos de 90 pessoas, que participaram de uma programação de dois dias. No primeiro encontro, os grupos foram convidados a assistir a um concerto da Orquestra Filarmônica Nacional, seguido de um jantar, em São Paulo (SP).

Regendo peças de Johann Strauss, Georges Bizet e Ludwig Van Beethoven, entre outros, o maestro Walter Lourenço estabelecia as semelhanças entre o instrumento musical e o motor. O ensaio constante dos músicos também era comparado ao treinamento dos motoristas para se obter os melhores resultados. A

necessidade do melhor equipamento tanto na reprodução da música clássica quanto para proporcionar o crescimento de um negócio no segmento de transportes foi destacada em diversos instantes da apresentação.

Para demonstrar melhor aquilo que falava, o maestro recrutou alguns membros da platéia para integrarem-se à orquestra e assistirem ao espetáculo ao lado dos músicos. Durante a apresentação um dos convidados também era chamado para substituí-lo no comando da orquestra.

"A intenção foi mostrar para os convidados a necessidade da harmonia para reprodução de uma música clássica e comparar o funcionamento da orquestra com o funcionamento de uma empresa na área de transportes", explica Emanuel Queiroz, diretor de Marketing da Scania no Brasil.

A orquestra também foi responsável por executar ao vivo a trilha sonora do vídeo "Tempestade e Ímpeto", que apresentou ao público de forma lúdica o surgimento do motor

de 9 litros da Scania e as diversas aplicações dos caminhões equipados por ele. Ilustrando o elevado torque obtido a baixas rotações, o vídeo mostrou veículos operando em segmentos da distribuição logística e transferência de cargas em viagens curtas e rápidas.

"Os caminhões equipados com o novo motor de 9 litros vieram para preencher uma faixa de mercado um pouco carente. Poderemos utilizar o P 310 em várias de nossas rotas", afirmou Jenival Dias Sampaio, diretor da Lubiani Transportes, que participou do evento.

No segundo dia, os convidados estiveram na linha de montagem da fábrica da Scania em São Bernardo do Campo (SP). Eles puderam conhecer melhor o motor de 9 litros, assistindo a apresentações técnicas sobre o tema. No final, tiveram a oportunidade de sentir na pele o que tinham acabado de ouvir, realizando um test drive em caminhões equipados com o novo motor.

"O conforto e a dirigibilidade desses caminhões surpreenderam. São qualidades importantes nos caminhões que operam nos segmentos de distribuição e transferência de cargas", disse Dalton Rodrigues Salgueiro, diretor da Expresso Mirassol, após o test drive.

No encerramento da programação todos os participantes foram presenteados com a última edição da revista Rei da Estrada. Na capa, uma surpresa, a foto da própria pessoa, incluindo cada um dos convidados na história do lançamento do motor 9 litros da Scania. Cada visitante ganhou também uma miniatura de um violino como recordação do evento. (HF)

Prêmios nas mãos e sonho realizado

Ganhadores do “Concurso Scania Receitas da Estrada” visitam a fábrica da Scania em São Bernardo do Campo (SP) e recebem prêmios

Realização de um sonho. Esse foi o sentimento que os seis vencedores do “Concurso Scania Receitas da Estrada” transmitiram ao visitarem a fábrica da Scania, em São Bernardo do Campo (SP), nos dia 9 e 10 de novembro.

Acompanhados de seus familiares, Ademir José Mantovani, de Londrina (PR); Ademir Paulin, de

Curitiba (PR); Alexandre de Souza Nunes, de Belo Horizonte (MG); Nelson Guiçardi Jr., de Adamantina (SP); Nicolas Haut de Oliveira, de São Paulo (SP); e Wanderson Pereira Marques, também de Belo Horizonte (MG), ficaram hospedados num hotel da região e no dia seguinte tiveram a oportunidade de conhecer de ponta a ponta toda a

montagem de um veículo pesado (motor, eixos, cabina e chassi). Eles dirigiram ainda um caminhão com câmbio automatizado Opticruise na pista de testes da Scania, e almoçaram no restaurante da empresa.

Depois da visita, em clima de alegria e descontração, todos contaram um pouco de suas vidas, de como foi ganhar o concurso e de como é se alimentar e cozinhar pelas estradas brasileiras.

Segundo Nelson Guiçardi Jr., ter ganhado o concurso foi um presente para ele. “A fábrica da Scania tem um funcionamento perfeito”, disse. Guiçardi enviou mais de 20 receitas para o concurso e ganhou na categoria “Receitas da Estrada” com o prato “Patinha de Caranguejo”, o qual experimentou e anotou



Ganhadores do concurso, Nelson e Wanderson visitaram a fábrica da Scania com suas esposas



Receita certa: os premiados Ademir Mantovani, Alexandre, Nicolas e Ademir Paulin fizeram test drive na Scania junto com seus familiares

a receita na estrada da Praia do Futuro, em Fortaleza (CE).

Autônomo, Guiçardi é caminhoneiro há quase 22 anos e viaja por todo o Brasil junto com irmãos e primos. "Somos uma família de

caminhoneiros. Desde pequeno quis ser caminhoneiro igual ao meu pai", complementa.

Dotes culinários – Quem também enviou mais de 20 receitas foi Ademir Paulin. Três delas chegaram à etapa final do concurso e, entre elas, o prato "Roupa Velha", um combinado de músculo e pirão, receita antiga de sua família, foi campeão na categoria "Receitas da Saudade".

"Depois que ganhei o concurso, meu chefe pediu para que eu fizesse a receita para todo o pessoal da empresa em que trabalho. Todos queriam experimentar. Cozinhei para mais de 30 pessoas e a comida acabou num instante. Meu chefe mesmo não experimentou. Terei que cozinhar novamente um outro dia", contou Ademir, que trabalha na transportadora Rodomar Veículos e Máquinas e viaja pelo Brasil, transportando cargas secas.

Já Alexandre de Souza Nunes, com apenas a receita "Bolinho de Aipim" enviada, teve sua visita garantida à Scania. "É um prato muito simples de preparar na estrada", disse.

Nunes, que recebe a revista Rei da Estrada há 12 anos, trabalha atualmente como motorista da Cemig

– Companhia Energética de Minas Gerais, transportando transformadores dentro de seu Estado.

Ademir José Mantovani, hoje empresário, ganhou o concurso com a receita "Lagarto Gelado". Na época em que era caminhoneiro, Mantovani muitas vezes chegava de viagem com saudade de comer o 'lagarto' e pedia para sua esposa preparar. Ele trabalhou 16 anos como caminhoneiro autônomo na Shell, transportando produtos inflamáveis.

Receita da mãe – O mais novo dos vencedores, Nicolas Haut de Oliveira ganhou o concurso com uma receita bem diferente "Macarrão à Milanese", uma "Receita da Saudade" preparada por sua mãe, que o acompanhou na visita. Filho de caminhoneiro, Nicolas começou há um ano e meio na profissão, mas já sabe várias dicas de como se alimentar nas estradas. "É bem melhor preparar a comida, pois é mais barato para o carreteiro do que gastar pelas estradas. Porém, se a viagem é curta, vale a pena parar em postos de serviço. Onde tem muito caminhão, o restaurante é bom e o ambiente tem boa infra-estrutura para receber o carreteiro", completou.

E, por fim, Wanderson Pereira Marques, motorista de ônibus há quatro anos na empresa Expresso Transamazônica, venceu na categoria "Receita da Saudade" com o prato "Filé Mignon com Massa Crocante". Mesmo não sendo carreteiro atualmente, Wanderson mostrou-se fã de carteirinha de caminhões pesados. "A visita aqui na Scania foi um sonho", disse. Ele recebe a revista Rei da Estrada desde 93, coleciona miniaturas e já teve trabalhos premiados pelo concurso de desenhos desta publicação.

Quando soube que foi um dos vencedores do concurso, sua empresa o apoiou e até a área de Recursos Humanos tirou foto sua. "Antes, eu era conhecido como Wanderson Marques. Hoje me chamam de Wanderson da Scania", contou empolgado.

No final da visita, todos ganharam o kit de prêmios, contendo jaqueta, agasalho, bolsa esportiva, mala de viagem, jogo de ferramentas, relógio feminino para as acompanhantes e a miniatura de um caminhão Scania.



Fotos: Renato Merrini

**Por Renata Gimenes,
de São Bernardo do Campo (SP)**

Descanso de um idealista

Pedro Rogério Garcia, fundador da FABET e da COOPERCARGA, morreu em 2004, mas os frutos de sua vida dedicada a um transporte de cargas melhor e mais seguro seguem adiante

● empresário Pedro Rogério Garcia faleceu em uma quinta-feira, dia 28 de outubro do ano passado, aos 55 anos, em Concórdia (SC). Ele lutava contra um tumor no cérebro havia um ano e meio. Natural de Santo Amaro da Imperatriz (SC), Garcia fundou, em 1990, a Coopercarga, reunindo 143 pequenos transportadores. Hoje a cooperativa é uma das maiores empresas de transportes de cargas do Brasil e congrega mais de 300 associados, com uma frota de 1.500 veículos.

Mas o maior reconhecimento de seu trabalho ficará mesmo para o campo da segurança nas estradas e na preocupação com a formação de melhores motoristas. Em 1993, tendo quase perdido a vida por causa da imprudência de um caminhoneiro quando viajava com sua família para o litoral catarinense, Garcia decidiu lutar para qualificar os motoristas de caminhão e mudar a dura realidade das estatísticas brasileiras com acidentes envolvendo caminhões.

Criou o Programa Caminhão Escola, projeto então inédito no Brasil, e que em 2005 completará 10 anos.



“ Se por causa do treinamento dos motoristas apenas uma vida for salva, tudo o que fiz já terá valido a pena. Porque uma vida não tem preço ”

Pedro Rogério Garcia
(15/08/1949 - 28/10/2004)

O Caminhão Escola ganhou o Brasil e deu origem à FABET – Fundação Adolpho Bósio de Educação no Transporte, em 1997 e, posteriormente, ao Centro de Educação e Tecnologia no Transporte – CETT, inaugurado em 2002. Esse centro foi o primeiro do Brasil e da América Latina com estrutura voltada exclusivamente para a qualificação dos profissionais do setor do transporte e continua sendo um dos poucos no mundo. Projetos semelhantes só existem na Bélgica e na França.

Extenso legado – Entre outras ações de Pedro Rogério Garcia em favor do fortalecimento do transporte de carga nacional estão a fundação do SETCOM, Sindicato das Empresas de Transportes de Cargas do Oeste e Meio Oeste Catarinense, em 1981, e da FETRANCESC – Federação das Empresas de Transportes de Cargas do Estado de Santa Catarina, integrando sua diretoria por muitos anos. Garcia foi também um dos articuladores nacionais da criação do sistema S do transporte, que congrega o SEST/SENAT. (MJ)



Com três eixos e 400 cavalos de potência, ônibus Scania-Irizar torna-se o transporte oficial da Seleção Mexicana de Futebol graças a uma de suas principais características: a segurança

Fotos: M.H.G.

O camisa 12

A Seleção Mexicana de Futebol conta com um novo integrante. Trata-se de um ônibus Scania-Irizar. O veículo, que conta com o chassi Scania K 400 6x2 e a carroceria Irizar Century, com 46 lugares, fará parte do time cumprindo o papel de meio de transporte oficial das seleções nacionais de futebol até 2006 por meio de um convênio firmado entre a Scania, a Irizar e a Federação Mexicana de Futebol.

Pelas estradas mexicanas, o público em geral tem podido identificar a passagem da seleção graças ao novo ônibus. Antonio Aguilar, Master Driver da Scania do México, comenta que em todos os lugares onde realiza o transporte da seleção, os aficionados pelo esporte mais popular do México pedem para subir no ônibus e conhecer mais de perto o "camisa 12" da seleção.

"Sem dúvida este é um dos ônibus mais vistos do país. Nesta unidade transportamos todas as es-

peranças do México. Para mim é um grande orgulho levar os jogadores da seleção para suas partidas", afirma.

As principais características do ônibus são o motor Scania DC12 02 400HP, com transmissão Scania GR801 de oito velocidades à frente totalmente sincronizadas, e alavanca de câmbio servo-assistida. Para aumentar o fator segurança, o veículo conta também com o freio auxiliar Scania Retarder.

Compromisso – Silvio Bracesco Jr., Diretor Geral da Scania no México, afirma que este projeto em conjunto com a Irizar do México permite a ambas oferecer à Seleção Mexicana de Futebol, de uma só vez, um ônibus seguro, de alta qualidade, potência, excelente conforto e resistência comprovada.

"Ser o transporte oficial da seleção nacional de futebol é um passo muito importante para nossa empre-

sa. Uma tarefa que nos deixa muito satisfeitos, e ainda mais comprometidos com os nossos clientes e com o público, é oferecer os melhores ônibus e caminhões do mercado", afirma.

José Alberto de la Torre Bouvet, presidente da Federação Mexicana de Futebol, comenta que o trabalho da Federação é sempre buscar as melhores condições para garantir o melhor desempenho dos jogadores.

"Para cumprir essa missão temos a satisfação de contar com empresas líderes em diversos segmentos. Com a Scania e a Irizar, depois de muitas negociações, chegamos ao melhor acordo. E agora, contamos com um veículo confiável, que traz toda a experiência de duas companhias líderes mundialmente. Demos um passo a mais na profissionalização de nosso futebol", conclui o dirigente.

Por Marco Hernández G, do México

De carona na história

Tepsa retoma crescimento e almeja alcançar novamente a liderança do mercado peruano de transporte rodoviário de passageiros



Na década de 50, o Peru viveu o início de uma onda de migração que continua até hoje. O acesso limitado aos benefícios da crescente economia e aos avanços tecnológicos motivou milhares de camponeses a tentar a sorte nas cidades maiores. Muitas famílias deslocaram-se das remotas zonas dos Andes e da Amazônia para as cidades costeiras, como Lima, em busca de melhores condições de vida.

Nessa época, a necessidade de locomoção por um meio de transporte acessível a todos gerou o crescimento do transporte de passageiros pelas rodovias. A primeira empresa desse segmento, a Expreso Moderno, iniciou suas atividades em 1953. Quinze anos mais tarde, em 1968, nascia a Turismo Expreso Pullman, Tepsa (conhecida também como "Os Profissionais"), resultado da união da Expreso Moderno com a Expreso San Pedro.

Início vigoroso – Fundada pelos irmãos Agustín e Miguel Ciccía a Tepsa viveu, nos anos 70, a promessa do turismo por vias terrestres de modificar a perspectiva dos peruanos de viajar cômoda e economicamente, desfrutando dos pitorescos caminhos do Peru: céus deslumbrantes, cordilheiras imponentes, praias paradisíacas e incríveis cenários tropicais.

Na década seguinte, a Tepsa tornou-se a maior empresa peruana de transporte terrestre para passageiros, cobrindo inclusive rotas que

cruzavam as fronteiras do Peru, chegando até Santiago, Quito e Caracas. Mais de 400 ônibus percorriam o Peru de norte a sul e cerca de 1,5 mil funcionários prestavam serviços para a empresa.

A difícil conjuntura político-econômica nos meados dos anos 80, agravada por um fenômeno climático, o El Niño, transformou a parte final dessa década em um período particularmente difícil para muitas empresas peruanas. Condições climáticas extremas contribuíram para a severa deterioração das rodovias e as frotas das empresas de transporte desgastaram-se.

Foram anos difíceis para a Tepsa. Mas acompanhando o crescimento de seu país, a empresa elegeu o ano de 2004 para o seu relançamento. Agora, a intenção é tornar-se novamente a primeira do país, com projeção para atender rotas internacionais em um futuro muito próximo.

Como parte do plano de crescimento, a Tepsa acaba de adquirir 24 ônibus Scania modelo K 400, com carrocerias Irizar Century: todos com piloto automático, controle de tração, sistema de marchas automatizado Opticruise, freio Scania Retarder, ABS e controle de tração.

"Agora, buscamos conquistar o cliente 'Premium' que utiliza o ônibus como meio de transporte para viajar. Nossa política é oferecer ao público os melhores veículos e a melhor infra-estrutura. Sabemos que a Scania é a melhor escolha, por sua reconhecida competência técnica. A projeção para um futuro próximo é contar com uma frota composta por 100 ônibus. Também vamos investir muito em terminais", declara Antonio Ciccía, diretor e membro da família fundadora da Tepsa.





Divulgação

Brasileiros no pódio

O Master Salesman América Latina, programa que premia os vendedores da rede de concessionárias Scania do continente latino-americano que apresentaram melhor desempenho, e que tem como principal objetivo o desenvolvimento profissional, chegou à sua 4ª edição em 2004. Luiz Alberto Brizginsky da Cunha, da Suvesa Canoas, conquistou a primeira colocação; Carlos Eduardo Oliveira Soares, da Itaipu Contagem, ficou com o segundo lugar; e Maurício de Miranda, da Codema São Bernardo, garantiu a terceira posição. Os vencedores, todos brasileiros, foram recepcionados pela diretoria da Scania na sede da montadora em São Bernardo do Campo (SP) e receberam como prêmio uma viagem para Buenos Aires com direito a um acompanhante. Eles participaram também como convidados especiais do evento de lançamento do motor de 9 litros da Scania.

Novidade na Codema:

Não deixe de acessar o novo site:

www.codema.com.br



Renato Merlino

Reunião de balanço

Um encontro realizado na fábrica da Scania em São Bernardo do Campo (SP) reuniu em dezembro representantes da Fabus, a Associação Nacional dos Fabricantes de Carrocerias para Ônibus. Os objetivos eram comentar os resultados das vendas do setor em 2004 e analisar as perspectivas para 2005 no mercado de ônibus urbanos e rodoviários. Também foram discutidas as normas de emissões Euro 2 e Euro 3. Entre os presentes, estavam representantes da Marcopolo, Ciferal, Induscar, Busscar, Comil e Irizar. O grupo foi recepcionado por executivos da Scania. Esse encontro acontece anualmente e é realizado em espaços cedidos pelas empresas associadas.



Renato Merlino

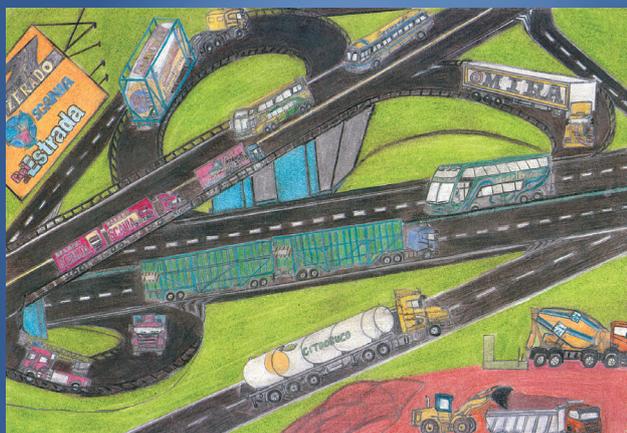
Negócios marítimos

A sétima edição do São Paulo Boat Show, que aconteceu em outubro de 2004, gerou um volume de negócios de R\$ 134 milhões, 4 milhões a mais do que o previsto. Entre os dias 20 e 26, no Expo Center Norte, em São Paulo, cerca de 150 expositores apresentaram novidades do mercado náutico. Mais de 55 mil pessoas passaram pela feira durante os sete dias do evento. A Scania marcou presença com o lançamento do motor marítimo DI16M. Com 16 litros e oito cilindros em V, ele pode ser empregado em embarcações de vários tipos, desde barcos pesqueiros, empurradores fluviais e "ferry-boats", até lanchas de lazer. Desenvolvido com foco no meio ambiente e na economia de combustível, o DI16M já atende às normas de emissão da Euro 3 e tem potência variável de 460 a 800 cavalos.

Ano novo com muita criatividade

Mais uma vez a Rei da Estrada inicia o ano verificando por meio dos desenhos enviados para a redação a criatividade dos fãs da Scania ao retratar a atuação dos produtos da marca em todo o País.

Uma criteriosa seleção, realizada pela comissão julgadora da montadora, analisou entre as centenas de desenhos recebidos a originalidade de cada um e, agora, apresenta aos leitores os quatro vencedores:



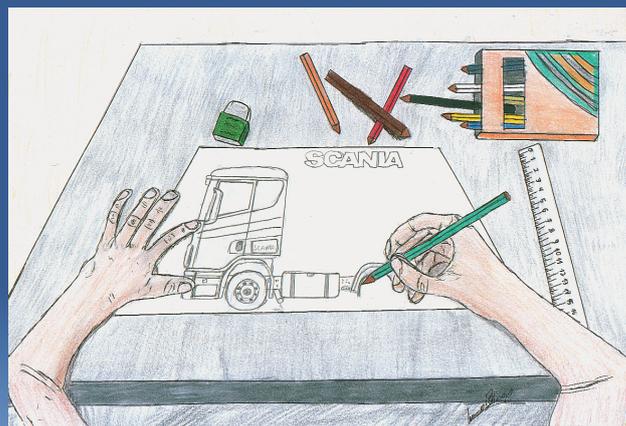
Nilton Sérgio Moraes
Pontal - SP



Luiz Carlos de Ponte Jr.
Araras - SP



Florestano Brasil de Oliveira
Martinópolis - SP



Leonardo Bellinazo
Catuípe - RS

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

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) 622-0298
E-mail: supermac.filial@supermac-am.com.br

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: bxfgeral@movesa.com.br
- **Vitória da Conquista**
Movesa - Tel. (77) 423-5135
E-mail: conqgeral@movesa.com.br

CEARÁ

- **Fortaleza**
Conterrânea - Tel. (85) 3279-2222
E-mail: lisboa@conterranea.com.br

DISTRITO FEDERAL

- **Brasília**
Varela - Tel. (61) 2104-5000
E-mail: veiculos.df@varelaveiculos.com.br

ESPÍRITO SANTO

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

GOIÁS

- **Aparecida de Goiânia**
Varela - Tel. (62) 4006-4079
E-mail: varela@varellapesados.com.br
- **Rio Verde**
Varela - Tel. (64) 612-3233
E-mail: varela@varellapesados.com.br

MARANHÃO

- **Balsas**
Alpha - Tel. (99) 3542-9494
E-mail: alpha.bls@alphamaquinas.com.br
- **Imperatriz**
Alpha - Tel. (99) 3253-1922
E-mail: alpha.imp@alphamaquinas.com.br
- **São Luís**
Alpha - Tel. (98) 3214-1919
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: servicooro@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
- **Muriá**
Covepe - Tel. (32) 3729-3444
E-mail: covepe@covepe.com.br
- **Patos de Minas**
Itaipu - Tel. (34) 3822-5555
E-mail: itaipupm@itaipumg.com.br
- **Pouso Alegre**
Codema - Tel. (35) 3422-5600
E-mail: pousoalegre@codema.com.br
- **Uberlândia**
Escandinávia - Tel. (34) 3233-8000
E-mail: escandinavia@nanet.com.br

PARÁ

- **Belém**
Guataparã - Tel. (91) 242-0211
- **Marabá**
Guataparã - Tel. (94) 322-6206
E-mail: filial.maraba@guatapara-pa.com.br
- **Marituba**
Guataparã - Tel. (91) 4005-2222
E-mail: vendas.veiculos@guatapara-pa.com.br

PARAÍBA

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

PARANÁ

- **Cascavel**
Cotrasa - Tel. (45) 225-6011
E-mail: cotrasa-cv@cotrasa.com.br
- **Curitiba**
Cotrasa (Cajuru) - Tel. (41) 361-7272
E-mail: cotrasa-cj@cotrasa.com.br
Cotrasa (Pinheirinho) - Tel. (41) 346-0202
E-mail: cotrasa-ph@cotrasa.com.br
- **Guarapuava**
Cotrasa - Tel. (42) 624-2188
E-mail: cotrasa-gp@cotrasa.com.br
- **Londrina**
P. B. Lopes - Tel. (43) 3329-0780
Homepage: www.pblopes.com.br
- **Maringá**
P. B. Lopes - Tel. (44) 228-5757
Homepage: www.pblopes.com.br
- **Pato Branco**
Cotrasa - Tel. (46) 224-8080
E-mail: cotrasa-pb@cotrasa.com.br
- **Ponta Grossa**
Cotrasa - Tel. (42) 2101-5600
E-mail: cotrasa-pg@cotrasa.com.br

PERNAMBUCO

- **Petrolina**
Novepe - Tel. (87) 3864-5000
E-mail: noveppet@uol.com.br
- **Recife**
Novepe - Tel. (81) 3253-8228
E-mail: novepe@novepe.com.br

PIAUI

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

RIO DE JANEIRO

- **Barra Mansa**
Equipo - Tel. (24) 3348-3332
www.equipo.rj.com.br
- **Rio de Janeiro**
Equipo - Tel. (21) 3452-9600
www.equipo.rj.com.br

RIO GRANDE DO NORTE

- **Parnamirim**
Carajás - Tel. (84) 272-2849
E-mail: carajas@digicom.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) 481-3887
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.ij@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: rovemaji-parana@rovema.com.br
- **Porto Velho**
Rovema - Tel. (69) 222-2766
E-mail: rovema@rovema.com.br

VILHENA

Rovema - Tel. (69) 322-3715
E-mail: rovemavilh@rovema.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

ITAJÁI

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) 3631-1010
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

SOROCABA

Codema - Tel. (15) 3221-2838
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 José**
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 - Montevídeo**
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



Lançamento global

Primeiro caminhão Scania com motor de 9 litros sai da linha de montagem em São Bernardo do Campo (SP) em grande estilo

No dia 22 de outubro de 2004, às 11h55, saiu da linha de montagem da Scania em São Bernardo do Campo (SP) o primeiro caminhão da marca equipado com o novo motor de 9 litros montado regularmente. O evento foi um dos pontos altos do lançamento mundial do motor, que tem componentes produzidos exclusivamente no Brasil e exportados para todas as outras fábricas, incluindo a matriz da Scania na Suécia.

Na ocasião, o último posto da linha de montagem recebeu um tapete vermelho e foi coberto por um telão. Depois da apresentação de um vídeo com detalhes da produção do novo motor, um cavalo-mecânico rodoviário P 310 4x2 real, rompeu a cena. Sistemas de som e efeitos luminosos "indoor" deram brilho ao acontecimento.

O vice-presidente de Engenharia e Produção, Anders Nielsen, que estava a bordo do caminhão entregou ao presidente da SLA, Hans-Christer Holgersson, a chave simbólica do veículo. Executivos da Scania, jornalistas brasileiros e de outros países da

América Latina, autoridades e representantes de empresas suecas estabelecidas no Brasil estiveram presentes à comemoração.

Fornecedor mundial

— "O motor de 9 litros complementa a família de motores Scania, juntamente com os motores eletrônicos de 12 e 16 litros, e traz consigo características excepcionais de performance e eficiência, com alto torque e baixo consumo de combustível. Seu lançamento posiciona definitivamente a unidade industrial brasileira da Scania como supridora mundial de veículos e componentes," declarou Hans-Christer Holgersson, presidente da Scania na América Latina, em seu discurso.

O primeiro veículo Scania equipado com motor de 9 litros conta com cabina avançada baixa na cor branca e defletores de ar comemorativos ao lançamento. Ele está equipado com um motor de 310 cavalos de potência e torque de 1.550 Nm entre 1.100 e 1.300 rpm,



Da produção para a história: vice-presidente industrial da Scania entrega chave do primeiro caminhão com motor de 9 litros ao presidente da Scania para a América Latina

sendo o mais potente e compacto de sua categoria.

Anualmente, a Scania prevê comercializar cerca de 10 mil motores de 9 litros no mundo, com aproximadamente 2,5 mil vendidos na América Latina. Desde o segundo semestre de 2002, a fábrica brasileira da Scania faz parte do sistema global de produção da montadora, exportando cerca de 50% de sua produção. Da fábrica saem veículos e componentes para o Brasil, que é o maior mercado da região, e exportações regulares para América Latina, Europa Oriental, Ásia, África e Oceania. (HF)