

Rei da Estrada



Começa a partida

Linha de ônibus rodoviários da Scania ganha reforços e parte para as estradas do Brasil para comprovar que é o Time dos Sonhos do segmento no País. O ônibus que transportará a seleção brasileira de futebol é destaque dessa equipe de feras



Estratégia de ataque

Como em time que está ganhando não se mexe, mais uma vez resolvemos colocar os nossos produtos nas estradas do Brasil. Dessa vez, o projeto Time dos Sonhos aproveita o clima da Copa do Mundo para mostrar aos clientes de todo o País que a Scania tem a melhor e mais completa equipe de ônibus rodoviários do mercado brasileiro.

Em 2003, foi o Ponto a Ponto. Em 2004, o K94 e, no ano passado, foi a vez do K 310 – Força e Tecnologia. Projetos de marketing itinerante que nos proporcionaram a oportunidade de levar à casa de nossos clientes os produtos Scania, dando a eles a oportunidade de tirar a prova da qualidade e eficiência que os ônibus da nossa marca podem oferecer aos seus negócios.

Agora, com o lançamento do K 270, do K 340 e do K 380 o Time dos Sonhos vai para as ruas completo e reforçado. Ao todo, serão 15 ônibus, que têm como características comuns o torque e a robustez tradicionais da marca Scania, com a responsabilidade de mostrar que, para qualquer segmento, temos o melhor ônibus rodoviário para oferecer.

A partir de fevereiro, levamos esse time completo a cinco pontos do País. Os eventos acontecem em São Paulo (SP), Caxias do Sul (RS), Belo Horizonte (BH), Rio de Janeiro (RJ) e Salvador (BA). Depois disso, os craques partem separadamente para outras cidades. Em cinco meses de projeto, pretendemos visitar todos os Estados brasileiros.

O Time dos Sonhos representa a nova linha de ônibus rodoviários Scania que, com sete modelos, caracteriza-se pela injeção de combustível totalmente eletrônica e elevado torque. Com ela passamos a garantir o melhor consumo de combustível, com a maior aceleração e a maior força em qualquer que seja o trecho ou segmento de atuação dos nossos veículos.

Como qualquer outra equipe, o Time dos Sonhos da Scania também tem seu destaque, o ônibus K 420, com tração 8x2, que irá transportar a seleção brasileira de futebol. Isso mesmo. Um acordo com a CBF, a Confederação Brasileira de Futebol, fez de um Scania o transporte oficial do time pentacampeão do mundo e o veículo que terá essa missão também será mostrado em primeira mão aos nossos clientes.

Sabemos da responsabilidade que será transportar uma "carga" tão valiosa quanto os craques da seleção brasileira. Mas para nós a confiança da CBF na marca Scania atesta a segurança como outra qualidade evidente dos veículos da nossa marca. A honra e o prestígio de ter essa missão confiada a nós já fazem de toda a nova linha de ônibus rodoviários da Scania o verdadeiro Time dos Sonhos.

Wilson Pereira,

gerente executivo de Vendas de Ônibus 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:

Mauricio Jordão

(Mtb 28.568)

Subeditora/Repórter:

Helen Faquinetti

(Mtb 39.138)

Colaboradora:

Thais Nunes

Revisão:

Vicente dos Anjos

Foto de capa:

Eduardo França

Projeto Gráfico,

Editores e Produção:

Technoart Propaganda Ltda.

e-mail: technoart@technoart.com.br

Impressão:

Margraf Edit. e Ind. Gráfica

Tiragem desta Edição:

48.000 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.

4 Entrevista

Mathias Carlbaum fala sobre a área de Vendas de Veículos da Scania na América Latina

6 Mercado

Scania é líder de vendas do segmento de caminhões pesados no Brasil

7 Consórcio

Consórcio Scania Brasil leva clientes ao show da cantora Ivete Sangalo

8 Testes

Transportes Duval sistematiza a redução do consumo de combustível na França

10 Motores

Embarcação equipada com motor Scania recebe primeiro selo Acobar

11 Financiamento

Scania disponibiliza financiamento exclusivo de motores para barcos de pesca

12 Tecnologia

Concessionárias de rodovias testam o asfalto ecológico no Brasil

14 República Dominicana

ConcreDom fornecerá concreto para a construção da Hidrelétrica de Pinalito

16 Reportagem de Capa

Linha de ônibus rodoviários Scania ganha reforços e parte para as estradas para mostrar que é o Time dos Sonhos do mercado brasileiro

20 Lançamento 1

Equipados com motor de 11 litros, os novos K 340 e K 380 completam o time de rodoviários da Scania

22 Lançamento 2

Novo K 270 chega para atender às viagens metropolitanas e ao segmento de fretamento

23 Responsabilidade Social

Scania cede caminhões para projeto social da Coca-Cola

24 Peru

Alconsa adquire caminhões Scania P 400 para atuar no transporte de contêineres

25 Chile

Cargas perigosas da Transportes Pesce são transportados por caminhões Scania

26 México

Refrigerados Guerra adquire os primeiros Scania V8 equipados com Opticruise do mercado mexicano

27 Argentina

Transportes Silvestre tem economia operacional com caminhões Scania na distribuição de açúcar

28 Gente & Fatos

30 Concurso de Desenhos



Antes e depois da venda, o cliente continua em primeiro lugar

Desde meados do ano passado, Mathias Carlbam, sueco de nascimento, é o responsável pelas vendas de veículos na América Latina. Apesar de sua jovem idade de 33 anos, ele já tem quase 10 anos de experiência na Scania. Desses, os últimos quatro foram como diretor de Vendas e Marketing na Scania Espanha, onde aprendeu o idioma espanhol. Antes disso trabalhou na casa matriz, na Suécia, com vendas para a península ibérica. Agora está de volta às suas raízes, o Brasil, país no qual viveu seus primeiros onze anos de vida, e onde está localizado o escritório central da América Latina

Como é a atuação da área de Vendas de Veículos da Scania na América Latina?

Nós temos a responsabilidade de dar apoio para a realização de vendas a todos os mercados Scania da região, tanto grandes como pequenos. Na América Latina há escritórios comerciais da Scania na Argentina, Brasil, Chile, Peru e México, e distribuidores independentes em outros mercados. Garantimos ao cliente Scania o mesmo nível de atendimento em qualquer mercado.

E como é esse apoio?

Ajudamos nossos distribuidores com soluções de negócio, fornecendo a eles as ferramentas necessárias para serem competitivos em cada mercado. Também fazemos contatos com os encarregados, tanto para ônibus como para caminhões, pois muitos deles possuem escritórios em vários países. Em negócios de maior porte, como frotas internacionais, ou ônibus para transporte público, damos apoio diretamente ao distribuidor para execução da negociação.

Entretanto não há como negar que existem diferenças sensíveis de mercado para mercado. Como se pode neutralizar isso?

A responsabilidade da área de Vendas engloba o treinamento comercial. Podemos dizer que desenvolvemos a competência dos vendedores Scania de toda a região. Com vendedores bem capacitados, nossos gerentes regionais dão suporte em pontos específicos do negócio, garantindo uma base sólida e um padrão uniforme de atendimento. Além disso, trabalhamos com o marketing de todos os mercados, o que garante que as mensagens da Scania sejam transmitidas igualmente a todos.

Quais são os desafios mais urgentes da Scania na América Latina?

Temos que integrar completamente a venda ao serviço de pós-venda. O pessoal de vendas sabe que hoje, a cada dia que passa, a venda torna-se mais difícil se não tiver o suporte de uma pós-venda correta. Assim, devemos garantir que a venda já considere as questões de pós-vendas, como peças de reposição, manutenção, capacitação de mecânicos e de motoristas, e a especificação correta do produto para cada tarefa. Somente assim fecharemos futuros negócios com um mesmo cliente.

A Scania precisa estar presente durante toda a negociação, pois a venda de um veículo deve ser feita tendo-se em mente o suporte necessário durante toda a vida útil de sua operação. Sempre colocando o cliente em primeiro lugar, para obter o mais importante de tudo, sua satisfação e sua lealdade.

Isso quer dizer que o cliente na América Latina também está exigindo mais dos fornecedores de veículos comerciais?

Os clientes de nossas concessionárias estão exigindo preços menores e serviços melhores. Isso requer que as concessionárias Scania tornem-se mais competitivas a cada ano, oferecendo mais rentabilidade com os seus veículos. E isso não se aplica somente à aquisição do veículo, mas também a toda sua vida útil, ou seja, o consumo, a durabilidade, o tempo, o custo de manutenção e o valor de revenda. Essa pressão recai sobre o importador local e nós devemos ter atenção para aquilo que o cliente necessita. Devemos pensar no longo prazo. A Scania é uma marca de alto conceito, e a rede de vendas e de serviços também deverá sê-lo.

Qual é a análise que a Scania faz do mercado latino-americano?

Em 2005, conseguimos aumentar a nossa participação em praticamente todos os mercados. Se houve uma pequena diminuição do ritmo no Brasil – ainda que tenhamos ganhado parte do mercado – isso foi compensado com crescimento de mais de 50% na Argentina, Chile, Peru, Equador e República Dominicana, entre outros. A Scania efetivamente ganhou participação de mercado na América Latina. Lamentavelmente os mercados da América Central não cresceram tanto. Entretanto a economia mostra tendências positivas de recuperação em vários países, por isso acreditamos que o mesmo acontecerá também no mercado de transporte.

Como foi possível esse crescimento?

Os clientes perceberam a melhoria de qualidade de nossos produtos, uma evidência do conceito de melhoria contínua, no qual tanto acreditamos. Além disso, nossas ações de vendas demonstraram ao cliente que a Scania está cada vez mais forte na região e nossa rede de concessionárias está oferecendo um melhor atendimento em uma área de atuação que se amplia a cada ano. Estamos crescendo e fazendo investimentos em nossa rede em um ritmo nunca visto em anos anteriores.

Em quais setores a Scania acredita que pode crescer mais nos próximos anos?

Basicamente nas áreas de mineração, transportes pesados rodoviários, e ônibus com motor de 310 cavalos. Para a aplicação de mineração temos um produto que proporciona alto rendimento. Esse segmento deve ter crescimento considerável nos próximos anos e devemos explorá-lo para conseguir mais vendas. Desenvolvemos um serviço de pós-venda que chega até a mina e executa reparos no próprio local de trabalho, o que tem sido muito valorizado pelo cliente.

Nos ônibus, depois do lançamento do K 310 em 2005, passamos a oferecer um produto com elevado torque, o que se traduz em baixo consumo e notável desempenho. Em 2005, obtivemos ótimas vendas no Brasil, quase o dobro de 2004. Esse bom resultado certamente se transferirá para mercados como Chile, Peru e Costa Rica, entre outros.

Então os resultados de um mercado podem se transferir a outros?

Isso é parte de nosso trabalho. Levar soluções de um mercado para outro. É o que chamamos de 'best practice'. A área de Vendas de Veículos da Scania Latin America garante que esses exemplos de sucesso possam ser aplicados a distintos mercados para que todos possamos melhorar de forma contínua.

MJ



Mais uma vez na frente

Scania fecha 2005 como líder de vendas de caminhões pesados no Brasil

A Scania confirmou o primeiro lugar nas vendas de caminhões pesados no Brasil em 2005 e manteve sua tradicional liderança no setor. A montadora, que havia ocupado ininterruptamente a posição de líder entre os anos de 1989 a 2001 e voltou ao topo do ranking em 2004, obteve no ano passado, com 5.217 unidades comercializadas, 25,8% de participação de mercado conforme dados oficiais da Anfavea, a Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores.

“Em 2005, conquistamos novamente o primeiro lugar em vendas de caminhões pesados, consolidando nossa liderança no setor, e ainda

ampliamos o percentual de participação de mercado no Brasil em relação ao ano passado, saltando de 24,2% para 25,8%. A liderança confirma a nossa estratégia de ampliação da linha EVolução, com o lançamento dos modelos P 270, P 310, P 340 e R 380. Hoje, com esses novos modelos, mais o R 420, nosso campeão de vendas, e o R 480, oferecemos ao cliente os produtos mais adequados para cada tipo de operação. Todos com motorização eletrônica, proporcionando os mais baixos custos operacionais e a maior rentabilidade”, afirma Christopher Podgorski, diretor geral da Scania Unidade de Vendas e Serviços Brasil.

O mercado total de caminhões pesados no Brasil encerrou 2005 com 20.200 unidades comercializadas contra as 25.194 vendidas no ano passado. Apesar da diminuição do mercado, esse volume representa o segundo maior número de unidades vendidas na história do segmento de pesados no Brasil.

Segundo a classificação da Anfavea, o segmento de pesados reúne 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 Scania, líder histórica de vendas no segmento de caminhões pesados, detém cerca de 37% do total da frota desses veículos em circulação no Brasil.

HF



Foto: Arquivo Scania

E já rolou a festa



Promoção do Consórcio Scania Brasil leva mais de duas mil pessoas à Bahia para show da cantora Ivete Sangalo

A ação mais recente do Consórcio Scania Brasil, a promoção "Família Scania Ivete Sangalo", levou à Costa do Sauípe, no litoral norte da Bahia, clientes e empresários do setor de transportes. Foram três dias em um dos melhores resorts do Brasil, que conta com oito quilômetros de praias selvagens.

Os mais de 2,1 mil clientes, que compraram cotas do Consórcio Scania Brasil e ganharam o direito de ir à Bahia, e os 200 profissionais envolvidos na organização do evento, além de participar das atividades inclusas na programação dos hotéis do resort, puderam assistir a um show da cantora baiana Ivete Sangalo, que apresentou seus maiores sucessos.

Adesão em peso – Esse tipo de ação atrai cada vez mais interessados. Prova disso, foram as 900 cotas vendidas durante a promoção "Família Scania Ivete Sangalo". Esse núme-

ro representou cerca de 41% de um total de 2.215 cotas de caminhões e ônibus comercializadas pelo Consórcio Scania Brasil no ano de 2005. Desde 2002, o consórcio já realizou seis promoções como essa, das quais 14,5 mil clientes participaram.

A próxima promoção do consórcio será uma viagem de três noites, em dezembro deste ano, no maior transatlântico a navegar em águas brasileiras, o Costa Fortuna.

"Nossas promoções são um diferencial criado com o objetivo de aproximar os clientes da marca Scania. Sabemos que todos os que adquirem nossos produtos têm condições de fazer uma viagem como essa a qualquer momento, porém, para alguns deles viajar com a "Família Scania" já está se tornando tradição", afirma Antonio Carlos da Rocha, diretor geral do Consórcio Scania Brasil.

O Consórcio Scania Brasil está próximo da contemplação da

50.000ª cota, um número histórico para a administradora, que em 24 anos, com cerca de 2 mil contemplações por ano, teve mais de 40 mil cotas transformadas em produtos Scania.

Em ação pioneira, o consórcio tem transmitido ao vivo, desde a primeira edição, todas as suas assembleias para as concessionárias da rede Scania no Brasil. Nos últimos cinco anos, as assembleias vêm acontecendo simultaneamente em duas cidades, com participação média de 700 pessoas em cada evento.

"As viagens promocionais com os nossos clientes nos levaram também a ser os primeiros a efetuar transmissões internacionais. Em 2005 foram duas: uma na Argentina, no mês de maio, com 900 clientes, e outra no Chile, em setembro, com a presença de mais de 1,3 mil participantes", relata Rocha.

TN



Ivete Sangalo canta seus maiores sucessos para os clientes da Scania



Fotos: Jefferson Vieira Santos

Economia comprovada

Com o preço do diesel cada vez mais alto, todo o segmento de transportes trabalha para reduzir o consumo de combustível, mas poucas transportadoras fazem isso de maneira tão sistemática como a empresa francesa Transportes Duval

Sébastien Duval pertence à terceira geração da Transportes Duval, em Chateau du Loir, na França. Enquanto seu avô e seu pai jamais se preocuparam com o preço do combustível, é justamente isso que tira o sono de Sébastien. As margens de lucro da empresa se reduzem à medida que o preço do diesel aumenta.

A empresa não se satisfaz com as estatísticas dos computadores de bordo e com os registros de viagem e, para ela, as anotações dos motoristas quando se analisa o consumo dos caminhões também não são suficientes.

“Não se pode medir o consumo de combustível em uma viagem ou em uma semana, nem sequer em um mês. Deve-se medir cuidadosamente em um período maior, como um ano por exemplo. E alguém tem que ter o controle total das medições”, afirma Sébastien Duval.

Ele compra 120 mil litros de diesel por mês e abastece os veículos em uma bomba de combustível própria. Todos os caminhões, entre eles 12 Scania, têm tanques especiais com capacidade para 800 litros de combustível, o que significa que eles podem viajar até praticamente qualquer lugar da França e voltar sem reabastecer.

“Isso naturalmente facilita o trabalho de medir o consumo de cada caminhão. Nos últimos anos tenho o controle total de cada centilitro que vai para os tanques e de cada quilômetro rodado”, confessa Duval.

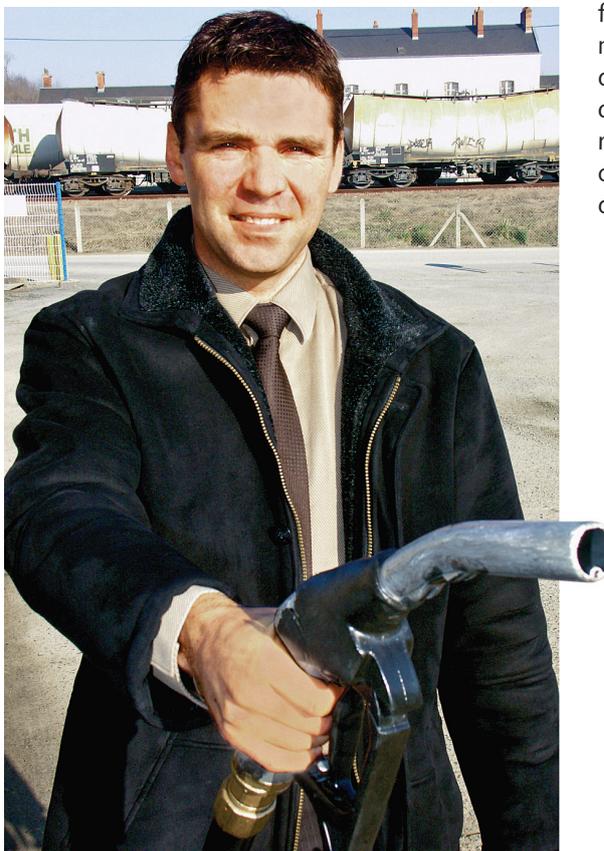
Uma vez por mês a empresa apresenta um ranking de consumo dos motoristas e dos caminhões. Na tabela há três categorias identificadas com diferentes cores: verde para os veículos e motoristas que consumiram menos de 33 litros por 100 quilômetros; laranja para os veículos e motoristas que consumiram entre 33 e 35 litros; e vermelho

para aqueles que gastaram mais de 35 litros.

Com a apresentação dos dados de consumo exatos, a Transportes Duval testa diferentes métodos para reduzir o consumo de combustível. Algumas soluções propiciaram grandes economias, outras tiveram resultados negativos e foram desconsideradas.

Uma das melhores modificações

foi usar apenas cavalos-mecânicos com sistema de câmbio automático, que proporciona uma direção mais suave e uma conseqüente nivelção do consumo.



Controle total: Sébastien Duval encarrega-se das medições de consumo de combustível em sua empresa



Fotos: Conny Heiting

A Transportes Duval compara continuamente seus motoristas e veículos. O consumo é analisado mensalmente. A cor verde indica um consumo inferior a 33 litros por 100 quilômetros rodados, a laranja entre 33 e 35 litros e a vermelha mais de 35 litros. Com esse sistema, em um ano, o transportador francês economizou 0,7 litros por 100 quilômetros rodados

“Talvez não haja grandes benefícios para um bom motorista, mas há bons ganhos no caso de um mau motorista. Tive um funcionário que gastava 42 litros a cada 100 quilômetros rodados. Para reduzir seu consumo, dei-lhe um último: ou trocava seu veículo por um Scania com Opticruise ou procurava trabalho em outro lugar. Ele aceitou a condição. Atualmente, consome apenas 32 litros e se nega a dirigir qualquer caminhão que não seja Scania”, conta Duval

A tentativa de limitar a velocidade dos caminhões teve menos êxito. A empresa economizou combustível, mas não o suficiente para compensar a perda de tempo. A regulamentação da velocidade voltou para os valores originais já que constataram que pode haver mais economia com uma técnica correta de condução, principalmente no que se refere à aceleração e frenagem.

Apenas no último ano, o consumo médio da Transportes Duval foi reduzido de 34,7 litros para 34 litros por 100 quilômetros rodados. Os 40

	Veículo	Marca	Sistema de mudança	Condutor	Consumo
1	6341 WS72	SCANIA	OPTICRUISE	MAUCLERC MEHDI	31,5
2	4354 WT72	VOLVO	I-SHIFT	CHENESSEAU JEAN-MARY	31,7
3	9135 WA72	SCANIA	OPTICRUISE	RALLIER PATRICE	31,9
4	5366 WT72	SCANIA	OPTICRUISE	HERISSON MICHEL	31,9
5	5367 WT72	SCANIA	OPTICRUISE	SERVANT MICKAEL	32,2
6	7463 WS72	SCANIA	OPTICRUISE	BERGER ANDRE	32,4
7	8172 WN72	MERCEDES	TELLIGENT	DESILE CLAUDE	32,4
8	5725 WP72	VOLVO	I-SHIFT	LECLERC PASCAL	32,4
9	5724 WP72	VOLVO	I-SHIFT	BIGET JEAN PHILIPPE	33,1
10	5369 WT72	SCANIA	OPTICRUISE	DUPONT PATRICK	33,2
11	9033 WA72	SCANIA	OPTICRUISE	MOUGINOT JEAN MICHEL	33,2
12	4151 WQ72	VOLVO	I-SHIFT	GAUCHET STEPHANE	33,3
13	9136 WA72	SCANIA	OPTICRUISE	GARDIE SYLVERE	33,4
14	8168 WN72	MERCEDES	TELLIGENT	DESSERT JEAN CLAUDE	33,4
15	1573 WM72	VOLVO	I-SHIFT	LOUIS JP.	33,5
16	5365 WT72	SCANIA	OPTICRUISE	BURGER GUY	33,6
17	9295 WV72	VOLVO	I-SHIFT	DUPUIS FREDERIC	33,7
18	4360 WT72	VOLVO	I-SHIFT	DEXANT JEAN FRANCOIS	33,7
19	5313 WT72	SCANIA	OPTICRUISE	CLAUDE CHRISTIAN	33,7
20	571 WG72	VOLVO	GEARTRONIC	DROUAULT JACKY	33,9
21	838 WH72	VOLVO	GEARTRONIC	ESNAULT ANDRE	34,3
22	5398 WS72	VOLVO	I-SHIFT	DUFEIL ALAIN	34,4
23	5750 WQ72	VOLVO	I-SHIFT	BOURGOIS ALAIN	34,7
24	2354 WP72	VOLVO	I-SHIFT	RENOU YVES	35,0
25	9678 WX72	VOLVO	I-SHIFT	GEORGES D DAVID	35,1
26	2658 WS72	SCANIA	OPTICRUISE	FEURPRIER BRUNO	35,1
27	230 WM72	VOLVO	I-SHIFT	BARRIER FRANCK	35,1
28	4265 WN72	VOLVO	I-SHIFT	BOULIDARD ARNAUD	35,2
29	8174 WN72	MERCEDES	TELLIGENT	FAIVRE VINCENT	35,3
30	2845 WQ72	VOLVO	I-SHIFT		36,0
31	8218 VB72	VOLVO	GEARTRONIC		36,6
32	6414 WJ72	VOLVO	GEARTRONIC		37,3
33	6909 WL72	VOLVO	I-SHIFT		40,0
Média					34,0

caminhões da empresa percorrem 4,8 milhões de quilômetros por ano, o que significa uma economia de 33,6 mil litros de combustível. Aos preços atuais do diesel, isso significa um ganho de 24,5 mil euros (aproximadamente 66 mil reais).

Por Conny Hetting, da França



Pronto para navegar



Fotos: Divulgação



Primeiro selo que assegura a qualidade das embarcações construídas por estaleiros filiados à Acoabar é entregue a barco com motor Scania

Equipado com dois motores Scania DI 12, o Ponta Negra pode atingir velocidades maiores que 60 quilômetros por hora

Impulsionada pelo crescimento da indústria náutica de lazer em todo o País, a Acoabar, Associação Brasileira de Construtores de Barcos e seus Implementos, desenvolveu seu próprio selo de conformidade, de acordo com normas internacionais. Uma identificação que permite ao consumidor saber que está comprando um produto com qualidade 100% assegurada, fabricado por um estaleiro filiado à associação.

O primeiro selo Acoabar foi entregue ao Ponta Negra, um catamarã Cat 46 Fly, fabricado pelo estaleiro carioca Pro Boat, sediado na Marina Verolme, em Angra dos Reis (RJ). A lancha possui 14 metros de comprimento (46 pés) e 5,53 metros de largura. Equipada com dois motores

Scania do modelo DI 12 com 675 cavalos de potência cada um, ela é bem veloz para um veículo aquático, chegando a atingir velocidades acima de 60 quilômetros por hora.

Para ser certificada com o selo, a embarcação deve ser construída de acordo com as normas da ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas. Além disso, cinco dos seus setores devem obrigatoriamente passar por avaliações: a propulsão, que inclui motores, eixos e hélices; a laminação, que inclui o casco do barco; a montagem; a construção do interior do barco, incluindo todos os controles de navegação; e as partes elétrica e hidráulica.

“É uma grande satisfação que a nossa embarcação tenha recebido o primeiro selo de conformidade da Acoabar. Isso demonstra o reconhecimento do nosso esforço em fabricar as melhores embarcações do segmento e do esforço de parceiros como a Scania, que oferecem equipamentos que garantem ao cliente final um excelente resultado operacional”, afirma Rafael Corrêa Júnior, diretor comercial da Pro Boat.

holográfica que comprova a autenticidade e evita a reprodução não autorizada. O controle de emissão é feito pela própria Acoabar, a partir de protocolos gerados para cada unidade emitida. Depois do Ponta Negra, embarcação voltada à pesca oceânica de lazer, mais de 100 outros barcos já foram certificados com o selo.

Questão de garantia – “A indústria náutica nacional carece de qualidade, credibilidade e segurança, e é isso que as embarcações certificadas pela Acoabar representam no setor. Daqui a cinco ou dez anos, certamente será imprescindível a obtenção do selo”, afirma Corrêa.

A Acoabar é uma entidade de classe, sem fins lucrativos, que representa as atividades náuticas de lazer de todo o País. Com sede no Rio de Janeiro, possui mais de 100 empresas associadas, como estaleiros, fabricantes de implementos, revendedores, importadores, prestadores de serviços, marinas, oficinas, corretoras de seguros e editoras.



Pro Boat dedica ao esforço de sua equipe e parceiros a obtenção do primeiro selo Acoabar



Foto: Renato Merlino

Os selos da Acoabar são numerados em série e possuem marca



Apoio ao desenvolvimento



DI 12

Scania disponibiliza exclusivamente financiamento de motores para barcos de pesca

O mercado pesqueiro no Brasil tem um grande potencial de expansão, entre outros motivos, por conta do crescente consumo. Os empresários do setor sabem que com a imensidão e a riqueza da costa brasileira, os volumes atualmente importados poderiam diminuir muito. Entretanto, faltam investimentos e linhas de crédito específicos que realmente atendam a este público.

Hoje, a Scania é a única fabricante a oferecer financiamento de motores para barcos de pesca. Recentemente, a montadora viabilizou a venda de três motores marítimos do modelo DI 12 41M, com 409 cavalos

de potência, para os estaleiros Felipe e Tombadilho. Os barcos estão sendo construídos em Itajaí (SC) e serão pagos com recursos gerados pela venda do próprio pescado da região.

"A Scania garante produtos, peças e serviços ao setor pesqueiro a preços bastante competitivos. Buscamos também manter, com instituições financeiras, uma ferramenta de financiamento que ajude o pequeno empresário do segmento de pesca a trocar seu motor ou motorizar novos barcos", afirma Carlos Roberto Lima, gerente de Negócios de Motores Marítimos da Scania na América Latina.

Os clientes que procuram a Scania em busca de uma boa opção

de financiamento são encaminhados à concessionária de sua região, que desenvolve um trabalho específico e dirigido ao setor pesqueiro. Para a conclusão da venda, uma proposta especial de preços e condições de financiamento geralmente é formulada em conjunto com a montadora.

Segundo Roberto Martins, gerente de Financiamento do Produto da Scania no Brasil, qualquer empresa ou pessoa física que passar por uma análise de crédito bancário usual para verificar a capacidade de pagamento para a operação e apresentar documentos demonstrando estabilidade financeira, pode solicitar o financiamento.

TN



Foto: Renato Meirini

Por caminhos renovados

Concessionárias de rodovias brasileiras testam o asfalto ecológico, mais resistente, aderente e flexível que o convencional

A cada ano, são descartados na natureza cerca de 30 milhões de pneus. Tendo em vista que a borracha utilizada na sua constituição demora cerca de seis séculos para se decompor e que dificilmente são encontradas destinações ecologicamente corretas e economicamente viáveis para eles, o reaproveitamento de pneus sem condições de uso torna-se um grande desafio.

Foi pensando nisso que algumas concessionárias de rodovias decidiram testar o asfalto ecológico, tam-

bém conhecido como asfalto borracha, obtido da mistura de borracha moída de pneus inservíveis com cimento asfáltico e alguns aditivos. Esse tipo de revestimento, além de oferecer significativa contribuição ao meio ambiente, apresenta benefícios técnicos e econômicos.

Os testes comprovam que o pó de borracha melhora as propriedades físicas do asfalto convencional tornando-o mais resistente ao envelhecimento, com melhor comportamento em altas e baixas temperatu-



Em 2006, a maior parte das obras de recuperação do Sistema Anchieta-Imigrantes será feita com asfalto ecológico

pensa a relação custo-benefício”, afirma Arnaldo da Silva Júnior, gerente da diretoria de investimentos da ARTESP, Agência Reguladora de Transporte do Estado de São Paulo.

Considerando os elementos que constituem um pneu, como a borracha, o aço e a lona, e levando em conta as porcentagens de betume e borracha utilizados nos projetos de mistura asfáltica, chega-se à relação de 900 a 1.000 pneus por quilômetro recapeado com asfalto ecológico.

No Estado de São Paulo, concessionárias estão investindo nessa tecnologia com o intuito de melhorar a rede viária e, no total, 206 quilômetros de rodovias concedidas já foram recapeadas com o asfalto ecológico. A SP Vias é a concessionária que possui o maior trecho, com 111 quilômetros; a Intervias tem 87; a Colinas, 5; a Ecovias, 2 e a Via Oeste, 1.

A Ecovias, que possui a concessão das rodovias Anchieta e Imigrantes, que ligam a região metropolitana de São Paulo ao litoral, foi a primeira a possuir uma usina própria para a fabricação de mistura asfáltica, capaz de produzir qualquer tipo de pavimento. Em plena operação, ela fornecerá asfalto borracha para as obras de recuperação do pavimento do trecho de planalto da Rodovia dos Imigrantes e do trecho de serra da Via Anchieta.

“Este ano, a maior parte das obras de recuperação de pavimento do Sistema Anchieta-Imigrantes

será feita com asfalto borracha, que também atende à política de preservação ambiental da concessionária, que foi a primeira no mundo a con-

quistar a certificação ISO 14001”, afirma João Lucio Donnard, diretor superintendente da Ecovias.

No Brasil, uma resolução do Conama, o Conselho Nacional do Meio Ambiente, obriga as empresas de pneus e importadoras de pneumáticos a coletar e dar destinação final, ambientalmente adequada, aos pneus sem condições de uso.

Segundo dados da ANIP, Associação Nacional da Indústria de Pneumáticos,

aproximadamente 22 milhões de pneus são trocados anualmente no País. Desse volume, 46,8% é de pneus usados, que podem retornar ao mercado e serem utilizados nos veículos ou submetidos a algum tipo de reforma, e 53,2% é de pneus inservíveis, que não têm mais utilização veicular.

Do total de pneus sem condições de uso, 26,5% tem destinação ambientalmente adequada e regulamentada, transformando-se em mistura asfáltica, combustível de fábricas de cimento, solados de sapatos e tapetes para carros. A pesquisa mostra também que há destinação não controlada ou informal para 26,7% dos pneus inservíveis, sendo parte utilizada indevidamente em olarias, caieiras, pátios de estacionamentos, autódromos, taludes e recifes artificiais.

ras e maior flexibilidade, garantindo maior drenagem da água. Ele oferece também maior atrito entre os pneus dos veículos e o pavimento, o que resulta em maior aderência e redução do nível de ruído.

“O asfalto ecológico representa um importante avanço no campo da engenharia rodoviária. Sua utilização eleva a qualidade do pavimento e amplia o conforto e a segurança dos usuários. Apesar do custo ser maior em relação ao convencional, ele tem vida útil superior, o que com-

“ O asfalto ecológico representa um importante avanço no campo da engenharia rodoviária. Sua utilização eleva a qualidade do pavimento e amplia o conforto e a segurança dos usuários. Apesar do custo ser maior em relação ao convencional, ele tem vida útil superior, o que compensa a relação custo/benefício ”

Arnaldo da Silva Júnior,
gerente da diretoria de investimentos da ARTESP

Mais energia em construção

ConcreDom recebe a missão de fornecer concreto para uma das maiores obras em andamento na América Central, a Hidrelétrica de Pinalito, na República Dominicana

A Concretera Dominicana – ConcreDom, desde dezembro do ano passado, passou a dedicar grande parte do seu tempo produzindo, transportando e distribuindo concreto para a construção da Central Hidrelétrica de Pinalito, um dos maiores projetos em andamento na República Dominicana.

A central é o primeiro investimento em hidrogeração no país em 12 anos. A hidrelétrica irá aumentar em 10% a capacidade instalada de geração de energia e deverá reduzir a dependência das termelétricas – usinas com turbinas a gás ou a vapor –, que fornecem 85% da energia consumida no país.

Liderada pela Construtora Odebrecht, a conclusão da obra está prevista para daqui a aproximadamente um ano e meio. Durante esse

tempo, a ConcreDom e outras duas empresas do segmento trabalharão no projeto da central, que está sendo desenvolvido na província de Constanza, no interior da República Dominicana.

Em julho de 2005, para o início da obra, foi aberto um canal de desvio no Rio Tireo, que permitiu secar o trecho em que a barragem principal será construída. A central de Pinalito terá uma barragem de 57 metros de altura por 198 metros de comprimento e um reservatório com capacidade de armazenamento de até 4,3 milhões de metros cúbicos de água, em uma área de quase 70 quilômetros quadrados.

Para suas operações nessa obra, a ConcreDom adquiriu 11 novos veículos Scania do modelo P 420 6x4, sendo 10 betoneiras e uma bomba de concreto. O trabalho da empresa envolve desde o processo de produção até o transporte e a distribuição do concreto.

“A qualidade dos caminhões Scania é indiscutível. Os veículos são projetados para diversos tipos de operação e não têm problemas com peças de reposição. Graças ao resultado operacional positivo dos equipamentos da marca, a ConcreDom pode oferecer a seus clientes um serviço com pontualidade e eficiência”, afirma José Antonio Peralta, gerente geral da ConcreDom.

Fundada em dezembro de 2002, a ConcreDom é uma das mais importantes produtoras



Qualidade técnica dos caminhões Scania tem proporcionado resultado operacional positivo para a ConcreDom

de concreto da República Dominicana e destaca-se por possuir uma capacidade de produção de 450 metros cúbicos por hora, com entrega pontual de 100 metros cúbicos por hora em qualquer parte do país.

“A nossa empresa possui um laboratório técnico próprio e modernos equipamentos constantemente atualizados de acordo com as especificações tecnológicas que são exigidas atualmente. A ConcreDom conta também com uma câmara de secagem, que permite realizar um trabalho mais eficiente, e a facilidade de uma oficina mecânica com as ferramentas necessárias para garantir um trabalho rápido e seguro”, revela Peralta.

A sede da ConcreDom encontra-se em Santiago de los Caballeros. Atualmente, a empresa possui outras sete instalações no país, localizadas nas cidades de Villa Gonzáles, Constanza, Bonao, Nagua, Bávaro, Bayahibe e Pedernales.

A Concretera Dominicana dispõe de três bombas de concreto com



Fotos: Divulgação

lanças de 24, 28 e 36 metros de alcance, respectivamente, 33 betoneiras, 4 caminhões de apoio, 2 caminhões basculantes, 5 bombas de arraste, 1 pavimentadora de concreto e, ainda, 14 veículos leves. Dez dos caminhões betoneira são da marca Scania.

TN



Equipe campeã

Fotos: Eduardo Franco



No dia 2 de fevereiro, 15 craques da Scania partem pelas estradas do país do futebol para mostrar toda a sua ginga e o seu jogo. No ano da Copa do Mundo, a montadora faz uma analogia entre a seleção brasileira de futebol e a sua nova linha de ônibus rodoviários e lança o projeto “Time dos Sonhos”. Serão cinco partidas com o time completo em diferentes pontos do País, antes que cada jogador parta para outros destinos. Clientes de todo o Brasil poderão conferir de perto o time que ganha reforços e torna-se o mais completo do mercado, com uma solução específica para cada tipo de operação e verão que o espírito de equipe somado às características de cada um dos campeões é o que faz desse time um time vencedor



A paixão nacional pelo futebol atinge seu auge a cada quatro anos. É no fascínio da Copa do Mundo que os brasileiros vêm renascer a vocação da nação para esse esporte que é inglês de origem, mas que conheceu no Brasil toda a ginga que os voleios, dribles e toques podem ter. Nenhum outro esporte é mais popular no Brasil que o futebol. Não existe nenhuma variação do futebol no País.

A idolatria por esse esporte pode ser constatada pelo número e tamanho dos estádios brasileiros. O Maracanã, construído no Rio de Janeiro (RJ) para a Copa do Mundo de 1950, é o maior do mundo, com capacidade para 200 mil pessoas. Ao todo existem mais cinco estádios no País com capacidade para acomodar mais de 100 mil pessoas.

A seleção brasileira é a única a ter vencido a Copa do Mundo cinco vezes, em 1958, 1962, 1970, 1994 e em 2002, sendo a atual campeã. O jogador brasileiro Pelé, Edson Arantes do Nascimento, aclamado internacionalmente como o maior jogador de futebol de todos os tempos, é conhecido até mesmo por pessoas que não apreciam o esporte. Durante seus 18 anos de carreira no Brasil, o Rei do Futebol, como ficou conhecido, marcou 1.200 gols e foi três vezes campeão do mundo.

“O nosso objetivo é mostrar para os clientes que realmente temos o Time dos Sonhos do segmento rodoviário. Para isso, provaremos que para cada nicho do mercado podemos oferecer um veículo que proporcione o melhor consumo de combustível, com a maior aceleração e o maior torque”

Wilson Pereira,
gerente executivo de Vendas de Ônibus
da Scania no Brasil

Este ano, trinta e dois anos depois do último mundial na Alemanha, a Copa do Mundo FIFA 2006 será realizada novamente nesse país. Berlim, Dortmund, Frankfurt, Gelsenkirchen, Hamburg, Hannover, Kaiserslautern, Colônia, Leipzig, Munique, Nuremberg e Stuttgart receberão 32 seleções de todo o mundo, que disputarão entre si o título mais cobiçado do futebol mundial e mais uma vez o time brasileiro é um dos fortes concorrentes a levantar o caneco.

No clima da Copa do Mundo, a Scania inspira-se em toda a grandiosidade do futebol brasileiro e lança o projeto Time dos Sonhos.

Fazendo uma analogia entre a seleção brasileira de futebol e a sua nova linha de ônibus rodoviários, a montadora coloca nas estradas do País seu portfólio completo, que acaba de ganhar três reforços, o K 270, o K 340 e o K 380. A intenção é mostrar para todos os clientes que com estes chassis, além do K 310 e do K 420, a Scania tem o produto adequado para cada uma das operações do segmento rodoviário.

“Levaremos a todo o Brasil 15 ônibus que têm como características comuns a potência e a robustez tradicionais da marca Scania. O nosso objetivo é mostrar para os clientes que realmente temos o Time dos Sonhos do segmento rodoviário. Para isso, provaremos que para cada nicho do mercado podemos oferecer um veículo que proporcione o melhor consumo de combustível, com a maior aceleração e o maior torque”, afirma Wilson Pereira, gerente executivo de Vendas de Ônibus da Scania no Brasil.

O pontapé inicial do projeto Time dos Sonhos acontece em São Paulo (SP), no dia 2 de fevereiro. Na ocasião, clientes, imprensa e autoridades de todo o País terão a oportunidade de conhecer os detalhes do projeto em primeira mão. Depois, a equipe completa, que será integrada por um K 420 8x2, um K 420 6x2, quatro K 340 4x2, quatro K 380 6x2, três K 310 4x2 e dois K 270 4x2, viaja para as cidades de Caxias do Sul (RS), Belo Horizonte (MG), Rio de Janeiro (RJ) e Salvador (BA), onde acontecerão eventos regionais. De Salvador, os veículos seguem para os demais Estados brasileiros em cinco meses de demonstração dinâmica, quando os clientes poderão comprovar na prática as vantagens técnicas dos produtos Scania.

O público terá a oportunidade de ver também pela primeira vez o ônibus que será o transporte oficial da seleção brasileira de futebol em 2006. O Scania K 420 tem tração 8x2, foi encarregado pela Marcopolo e, para maior conforto dos jogadores, está equipado com assentos com acabamento em couro, ar-condicionado e

Homenagem verde e amarela:
todos os ônibus do Time dos Sonhos
da Scania foram adesivados
com uma bandeira do Brasil
estilizada





Trabalho de confiança: ônibus Scania K 420 passa a ser o transporte oficial da seleção brasileira de futebol

sistema de entretenimento. Conta ainda com uma sala de reuniões para a comissão técnica no andar inferior, com televisor, videocassete e dvd para assistir aos jogos da própria seleção e aos dos adversários. Seu motor de 420 cavalos de potência pode atingir um torque de 2000 Nm. Também para o conforto e a segurança dos jogadores, o K 420 possui Scania Retarder, ABS, Controle de Tração, Opticruise (sistema automatizado de trocas de marcha) e IRIS (sistema de rastreamento e gerenciamento por satélite).

"A seleção brasileira é uma "carga" muito valiosa. Só para se ter uma idéia, entre passes e contratos comerciais, os atletas do Brasil chegam a valer juntos o equivalente a US\$ 650 milhões. É uma grande responsabilidade realizar o transporte desse pessoal e a CBF (Confederação Brasileira de Futebol) confiou essa missão à Scania. Isso demonstra que a segurança é outra qualidade evidente dos veículos da nossa marca", diz Pereira.

Para o encarroçamento dos veículos do Time dos Sonhos, a Scania contou com o apoio da Marcopolo, da Busscar, da Comil, da Irizar e da Caio. Todos os ônibus receberam adesivamento especial. Em alusão à Copa do Mundo, eles foram decorados com uma bandeira do Brasil estilizada. O ônibus que transportará a seleção conta também, com um

brasão da CBF. A Denso, fabricante de ar-condicionado e a Alcoa, que faz rodas de alumínio, são também parceiras da Scania no projeto.

Última tecnologia – A linha de ônibus rodoviários Scania representada pelo Time dos Sonhos é caracterizada pela injeção de combustível totalmente eletrônica, o que proporciona elevado torque e baixo consumo de combustível.

O K 270, disponível na tração 4x2, chega ao mercado para atuar em trechos metropolitanos e também no segmento de fretamento. Com 270 cavalos de potência seu motor de 9 litros atinge um torque de 1.250 Nm entre 1.100 e 1.400 rpm. Ele é o único da família que pode contar com carroceria urbana ou rodoviária, com comprimento total de até 13,2 metros e altura que pode variar de 3,1 a 3,4 metros.

O K 340 e o K 380, ambos com motor eletrônico de 11 litros, que passam também a integrar o novo time de rodoviários da montadora, estão disponíveis com tração 4x2. Nessa versão eles atenderão aos percursos rodoviários de médias a longas distâncias, implementados com carrocerias de até 13,2 metros de comprimento e altura que pode variar de 3,4 a 3,6 metros. O motor Scania de 340 cavalos de potência possui um torque de 1.600 Nm entre 1.100 e 1.300 rpm. A versão de 380 cavalos atinge um torque de 1.800 Nm entre 1.100 e 1.300 rpm.

Também disponível com tração 6x2, o K 380 poderá atuar em trechos de longas distâncias, com carrocerias de até 14 metros de comprimento e altura variável de 3,6 a 3,8 metros. Na versão low driver, podendo receber uma carroceria de até quatro metros de altura, esse modelo atuará no segmento de turismo, proporcionando mais conforto aos passageiros.

Entre o K 270 e o K 340, encaixa-se o K 310, que chegou ao mercado no ano passado e atingiu o posto de líder de vendas do segmento que reúne os ônibus para trechos intermunicipais e aqueles que atuam nas operações de fretamento e receptivo turismo. Ele pode receber carrocerias com 12,8 metros de comprimento e altura variável de 3,1 a 3,4 metros. Seu motor de 310 cavalos de potência possui um torque de 1.550 Nm entre 1.100 e 1.300 rpm.

O consagrado K 420 completa a família de rodoviários da Scania. Nas versões 6x2 e 8x2, ele atende ao segmento rodoviário de longa distância. Na tração 6x2, pode receber carroceria com 14 metros de comprimento e altura variável de 3,6 a 3,8 metros. Já na tração 8x2, é próprio para aplicações com alta demanda de passageiros, especialmente no segmento de turismo, podendo contar com carroceria de até 4,1 metros de altura.

HF

Reforço no meio de campo

Com os novos K 340 e K 380, equipados com motor de 11 litros eletrônico, o time de ônibus rodoviários da Scania está completo

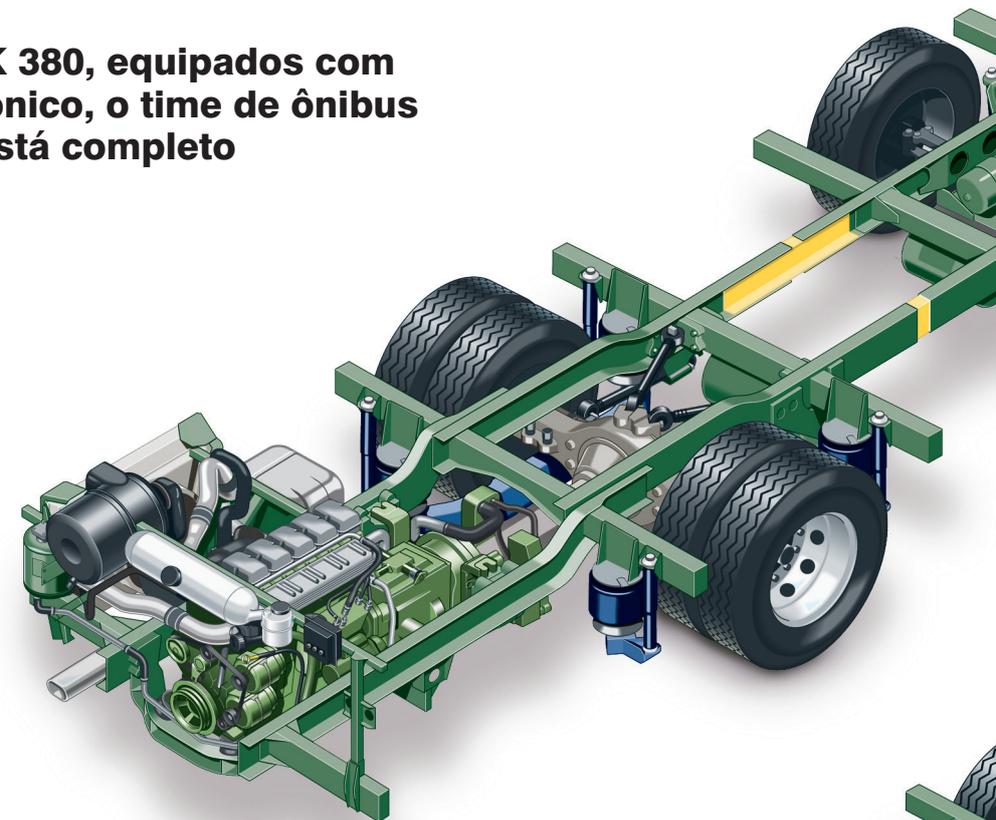
Chega ao mercado brasileiro de ônibus rodoviário, este ano, o novo motor de 11 litros da Scania em sua versão eletrônica. Nas potências de 340 e 380 cavalos, ele passa a equipar os chassis K 340 e K 380, respectivamente, que substituem o K 360, de motor mecânico.

Os novos carros completam o time de ônibus rodoviários da Scania, todo baseado na plataforma K, de motor traseiro, com suspensão pneumática. Eles preenchem o espaço entre o K 310 e o K 420, fazendo da linha de chassis rodoviários da Scania a mais completa de sua história.

"Agora, temos diferentes motorizações e configurações de chassi para oferecer a essa faixa intermediária de potência do mercado rodoviário nacional, na qual operam a maioria de nossos clientes. O empresário pode escolher a que melhor se ajusta às características das suas linhas, principalmente em função da quantidade de passageiros e da topografia", comenta Wilson Pereira, gerente executivo de Vendas de Ônibus da Scania no Brasil.

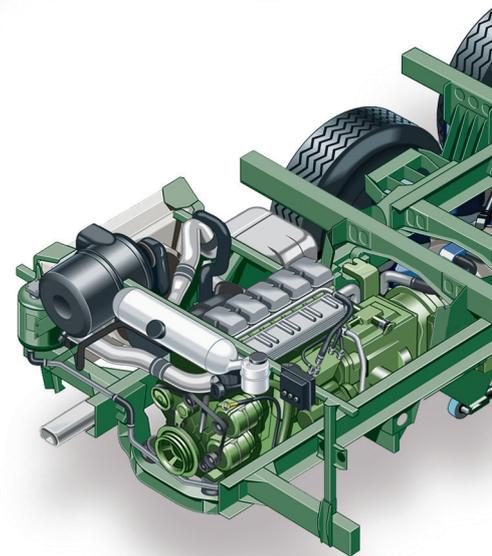
Na versão 4x2, os chassis K 340 e K 380 são indicados para médias e longas distâncias. Para os ônibus com maior capacidade de passageiros, o K 380 também está disponível na versão 6x2, podendo receber encarroçamento com posto do motorista rebaixado (low driver). O veículo passa, nessa configuração, a preencher os requisitos para atuar no segmento de turismo mais luxuoso.

"A Scania desenvolveu a melhor solução do mercado, priorizando a



robustez e a distribuição dos componentes no chassi. O posicionamento do radiador, por exemplo, fica na lateral, o que permite melhor aproveitamento de espaço no encarroçamento e ótimo acesso para manutenção", explica Pereira.

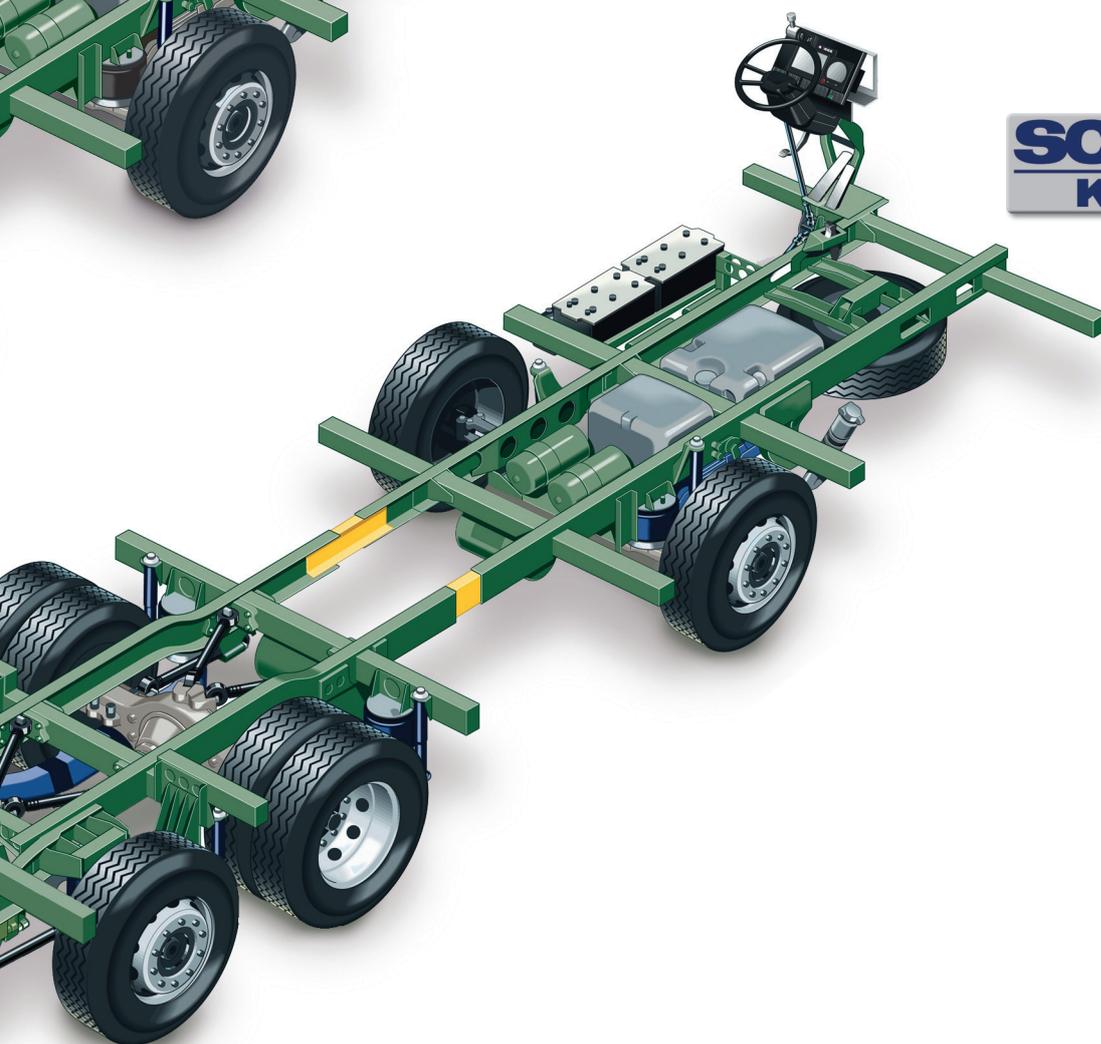
O torque do K 340 é de 1.600 Nm entre 1.100 e 1.300 rpm. No K 380, é de 1.800 Nm também entre 1.100 e 1.300 rpm. A caixa de câmbio, modelo GR 801, é de 7 marchas e vem equipada com Comfort Shift – CS, sistema eletropneumático que reduz o esforço do motorista para as trocas de marcha. Ambos oferecem a melhor performance operacional, proporcionando o menor consumo de combustível em seus respectivos segmentos.



MJ



SCANIA
K 340



SCANIA
K 380

	SCANIA K 340	SCANIA K 380	CONCORRENTE 1	CONCORRENTE 2	CONCORRENTE 3
Sistema de Injeção	Eletrônico Unit Injector	Eletrônico Unit Injector	Eletrônico Unit Pump	Eletrônico Unit Injector	Eletrônico Unit Injector
Potência Máx. (cv @ rpm)	340 @ 1.900	380 @ 1.900	360 @ 2.000	340 @ 1.700 - 1.800	380 @ 1.700 - 1.800
Torque Máx. (Nm@rpm)	1.600 @ 1.100 - 1.300	1.800 @ 1.100 - 1.300	1600 @ 1.100	1.700 @ 1.100 - 1.300	1.850 @ 1.100 - 1.300
Nº Cilindros / Cilindrada (l)	6 / 11	6 / 11	6 / 12	6 / 12	6 / 12
Camisa do Cilindro	Removível (úmida)	Removível (úmida)	Removível (úmida)	Removível (úmida)	Removível (úmida)
Nº Cabeçotes	Um por cilindro	Um por cilindro	Um por cilindro	Um por cilindro	Único

Agilidade nas pistas

Novo K 270 na versão rodoviária atende às viagens rápidas entre cidades próximas e às operações metropolitanas entre bairros distantes

Na sequência do sucesso do K 310 4x2 rodoviário, que conquistou, em 2005, a liderança do mercado nacional de ônibus para curtas e médias distâncias, aquelas dentro de um raio de 300 quilômetros, a Scania lança agora o K 270 4x2, versão que tem o mesmo motor de 9 litros, mas com potência adequada para aplicações ainda mais específicas, como as operações metropolitanas e de fretamento por curtas distâncias.

O veículo, que pode receber carrocerias urbanas ou rodoviárias, de 13,2 metros de comprimento, vai fazer a ligação entre cidades próximas ou bairros distantes, possibilitando também o embarque e desembarque em plataformas.

“Como nos outros veículos equipados com motor de 9 litros da Scania, o elevado torque é a principal

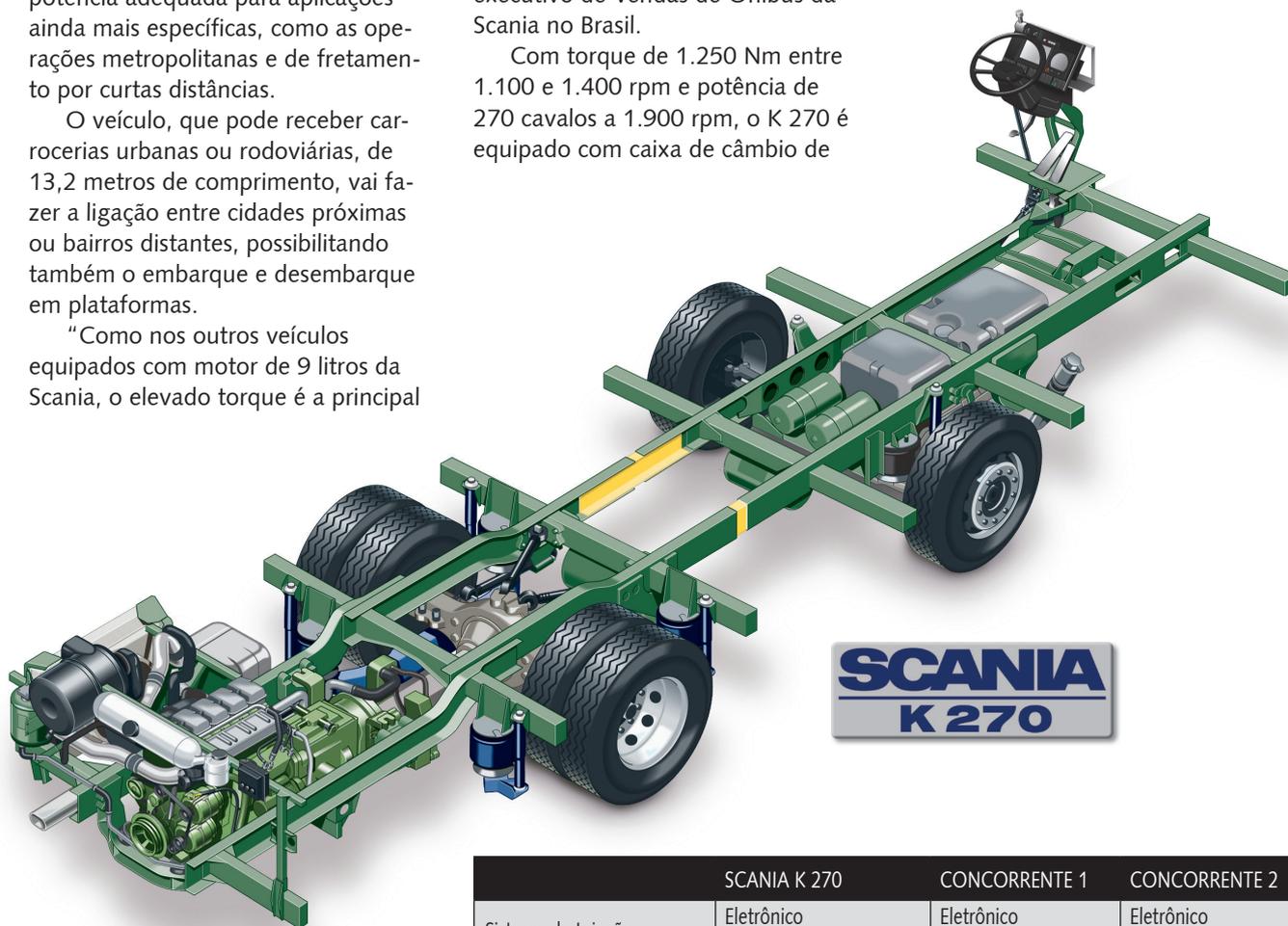
característica do K 270. Para as operações metropolitanas e de fretamento, o produto apresenta torque e potência acima da média do mercado, garantindo, em consequência, um baixo consumo de combustível”, comenta Wilson Pereira, gerente executivo de Vendas de Ônibus da Scania no Brasil.

Com torque de 1.250 Nm entre 1.100 e 1.400 rpm e potência de 270 cavalos a 1.900 rpm, o K 270 é equipado com caixa de câmbio de



7 marchas, modelo GR 801, com Comfort Shift – CS, sistema eletropneumático que reduz o esforço do motorista para as trocas de marcha.

MJ



SCANIA
K 270

	SCANIA K 270	CONCORRENTE 1	CONCORRENTE 2
Sistema de Injeção	Eletrônico Unit Injector	Eletrônico Unit Pump	Eletrônico Common Rail
Potência Máx. (cv @ rpm)	270 @ 1.900	245 @ 2.200	260 @ 2.500
Torque Máx. (Nm@rpm)	1.250 @ 1.100~1.400	900 @ 1.200~1.600	900 @ 1.300~1.900
Nº Cilindros / Cilindrada (l)	5 / 8,9	6 / 6,4	6 / 7,2
Camisa do Cilindro	Removível (úmida)	Não Removível (seca)	Não Removível (seca)
Nº Cabeçotes	Um por cilindro	Único	Um por cilindro



Foto: Divulgação



Espírito de solidariedade: caminhões Scania visitam comunidades carentes em projeto da Coca-Cola

Logística da alegria

Coca-Cola e Scania levam o Natal a comunidades carentes

No mês de dezembro do último ano, a Coca-Cola promoveu a 5ª edição da Caravana de Natal Coca-Cola, projeto itinerante voltado principalmente a crianças e adolescentes, que levou a alegria do Natal a parques e praças de comunidades carentes em diversas cidades do País.

No Estado de São Paulo, a caravana percorreu bairros da capital e cidades como Campinas, Jundiaí, Limeira, Guarulhos, São Bernardo do Campo e Santos, com apresentações cênicas, musicais e multimídia.

Os quatro veículos Scania que integraram a caravana, todos do modelo R 420, o campeão de vendas da marca, foram cedidos pela montadora especialmente para os eventos. Ao parar nas praças e parques, os caminhões transforma-

vam-se em espaços teatrais, oficinas de recreação e salas de cinema.

A primeira carreta da caravana, caracterizada com o tema "O Mundo do Papai Noel", chegava a ter vento e neve, tornando mais reais as sensações de um vídeo sobre o dia-a-dia atarefado do Papai Noel. A segunda exibia desenhos animados. A terceira virava um palco para a interpretação de uma peça especialmente produzida para o evento. E a quarta carreta transformava-se em um grande carro alegórico. Todas foram decoradas com luzes e motivos natalinos.

"É gratificante associar a marca Scania a projetos que contribuam para levar alegria a comunidades carentes com acesso limitado à cultura. Apoiar a Coca-Cola nessa ação, que levou um pouco do espírito do natal

a diversas pessoas, reforça nosso compromisso em colaborar com ações solidárias e de responsabilidade social", afirma Emerson Johansen, gerente de Marketing da Scania no Brasil. O projeto da campanha, que esse ano teve o tema "Viva o que é bom, dê o seu melhor", foi desenvolvido ao longo de três meses e teve como foco a sensação de felicidade proporcionada pelo convívio com amigos e parentes e pelo encontro com diferentes pessoas.

Foram 15 apresentações, que aconteceram entre os dias 2 e 18 de dezembro. A primeira parada foi em Guarulhos, no estacionamento de um grande supermercado da cidade, e a última foi no bairro de Santo Amaro, em São Paulo (SP).

TN



Aposta na versatilidade



Wilfredo Blondet Branch, gerente da Maersk no Peru, recebe a nova frota de caminhões Scania

Alconsa incorpora à sua frota caminhões Scania P 400 para atuar no transporte de contêineres no Peru

Há 12 anos no Peru, a Alconsa – Almacenes de Contenedores Sudamérica – é o terminal de armazenamento portuário mais importante do país e líder no transporte de carga refrigerada em contêineres. A empresa, que faz parte do grupo Maersk, maior companhia de navegação do mundo, opera em Callao 50 mil contêineres e em Paíta outros 18 mil, além de controlar também as operações logísticas em Salaverry.

Equipamentos de alta tecnologia e uma frota que atenda às exigências do grande volume de cargas transportados pela empresa são essenciais nessa operação. Por isso, a Alconsa adquiriu recentemente 20 caminhões Scania P 400, com tração 6x4, caracterizados pela sua versatilidade. O modelo transita entre o transporte de longa distância e a operação portuária, com ótimos resultados operacionais em ambas as atividades.

Segundo Alonso Garaycochea, Trucking Manager da Alconsa, fatores como o preço competitivo, considerando o valor do financiamento dos caminhões, a presença efetiva

do fabricante no país, as vantagens de contar com um excelente serviço de Pós-Vendas, além dos bons resultados obtidos com os caminhões da marca na Europa e na Ásia, influenciaram diretamente a opção da Maersk por veículos Scania.

“A nossa decisão apoiou-se também na flexibilidade dos caminhões Scania, que podem atender às mais diversas operações de transporte com bom desempenho e têm capacidade de adaptar-se às exigências específicas de cada negócio, proporcionando a máxima produtividade a quem os adquire”, afirma Garaycochea.

A Maersk Sealand possui atualmente mais de 60 mil empregados em 125 cidades do mundo. A empresa conta com uma frota que supera os 250 navios, com capacidade de carga de aproximadamente 12 milhões de toneladas.



Fotos: Desirée Lustig

No porto ou na estrada: diretoria da Alconsa opta pelo Scania P 400 por sua capacidade de adaptar-se a exigências específicas

Por Desirée Lustig, do Peru

Segurança garantida

Transportes Pesce confia o transporte de sulfato à sua frota de caminhões Scania

Com idéias inovadoras e atitude profissional, a Transportes Pesce, que transporta sulfato para o extremo norte do Chile e para Argentina e Peru, adotou práticas empresariais próprias que têm trazido bons resultados. Uma delas é ter fornecedores únicos para tudo o que compete ao seu negócio, como caminhões, carretas, pneus, combustível e lubrificantes.

A segurança nas rodovias, um dos princípios fundamentais da Transportes Pesce, deu início, em 1991, à aliança estratégica com a Scania que se estende até os dias de hoje. Apoiado na confiança depositada nos veículos da marca, é que Ariel Henríquez, físico nuclear e presidente da empresa, mantém uma estreita relação com a montadora desde então.

“Precisamos de fornecedores confiáveis, pois é nossa responsabilidade desenvolver operações com segurança. Como nossa carga é perigosa, é necessária muita precisão. Estamos muito satisfeitos com os caminhões Scania, que têm se mostrado extremamente seguros. Sabemos que com um veículo confiável, os riscos podem ser administrados e minimizados”, afirma Henríquez.

Em 2002, ocorreu a primeira renovação da frota da Transportes Pesce, quando os caminhões Scania Série 3 foram substituídos por veículos da Série 4. Fiel à idéia de proteger o meio ambiente, a transportadora escolheu caminhões com motorização eletrônica, que atendem às exigências da Euro 3 e cumprem com as normas internacionais de emissão de poluentes.

Além disso, a empresa, que também valoriza o conforto de seus motoristas, optou durante a renovação de sua frota por modelos com suspensão a ar, controle centralizado, ar-condicionado e outros detalhes que se traduzem em maior comodidade para quem conduz o caminhão.

Localizada em San Antonio, além de possuir uma importante carteira de clientes internacionais, a Transportes Pesce ocupa, sem dúvida, um

lugar de destaque no segmento de transporte de carga pesada no Chile.

A transportadora foi reconhecida recentemente pela ASIQUIM – Asociación Gremial de Industriales Químicos de Chile – como a primeira empresa de transportes a cumprir todos os requisitos de uma conduta responsável, principalmente em relação ao meio ambiente.

Essa certificação, realizada a cada quatro anos, verifica e controla as práticas responsáveis nas áreas de produção, saúde e segurança do pessoal, transporte e distribuição, prevenção de contaminação e informação à comunidade.

Por Carla Tuyan y Rodrigo Troncoso, do Chile



Plano de guerra

Empresa mexicana se prepara para a luta e adquire exclusivos caminhões Scania V8 equipados com Opticruise

Entre as mais recentes aquisições da Refrigerados Guerra estão 10 caminhões Scania V8, adquiridos para proporcionar um melhor rendimento de combustível para a empresa. Os veículos estão equipados com o Scania Opticruise, sistema de troca de marchas automatizado, característica que os torna exclusivo no mercado mexicano.

“Estamos realizando testes para medir o consumo de combustível dos caminhões Scania V8. Eles têm acontecido em diferentes rodovias, com configurações distintas e cargas variadas. Tudo isso para obtermos um resultado real do que acontece no campo”, explica Cosme Guerra, diretor geral da Refrigerados Guerra.

Até o momento, o consumo tem variado de 1,9 quilômetro por litro, quando o veículo está implementado com romeu-e-julieta, a 2,4 quilômetros por litro, quando implementado com apenas um reboque.

“O Scania V8 é perfeito, especialmente quando implementado com romeu-e-julieta. Estamos ajustando o seu uso e acreditamos que poderemos obter resultados ainda melhores nos próximos meses. Temos preferência por veículos que atinjam uma velocidade menor, mas que ganhem em rendimento”, completa Guerra.

A empresa opera 20 caminhões, dos quais 14 são Scania. Dedicados ao transporte refrigerado de produtos perecíveis, como carnes, frutas e legumes, esses veículos percorrem em média 15 mil quilômetros por mês, chegando a circular 180 mil quilômetros em um ano.

Há 12 anos no mercado de transporte, mas com mais de 23 anos de experiência na indústria, a Refrigerados Guerra adaptou-se às condições desse ramo e realiza o transporte de mercadorias percorrendo as rotas Monterrey – Guadalajara, Monterrey – Mérida, Manzanillo – Cancún e Cancún – Tijuana.

A transportadora atua em todo o território mexicano e, para isso, conta com uma frota de veículos com capacidade de atuação em todas as condições climáticas e de estrada. Entre seus clientes mais importantes encontram-se as empacotadoras de carnes localizadas em Monterrey e os produtores de limão, mamão e outras frutas localizados em diferentes regiões do país.

“Nossa especialidade é o transporte refrigerado. Por isso, estamos preparados para realizar viagens em todos os tipos de condições. A chave para competir nesse mercado é a garantia de qualidade e serviço personalizado para cada cliente. Muitos deles, nossos parceiros comerciais há mais de 10 anos”, comenta Guerra.

Por Marco Hernández G., do México



Foto: MHC

**Economia e força:
Refrigerados Guerra obtém excelentes
resultados com Scania V8**



Fotos: Marisa Lo Russo

Ouro branco

Transportes Silvestre tem economia operacional com caminhões Scania que distribuem o tesouro mais precioso do povoado de Los Gutiérrez, na Argentina: o açúcar

Há muito tempo, a safra açucareira é uma das principais atividades econômicas da província de Tucumã, no noroeste da Argentina. Mas muita coisa mudou desde a época em que os trabalhadores carregavam sobre os ombros a produção ensacada. Atualmente, modernos implementos somados a caminhões de alta potência dão maior agilidade ao transporte do tesouro da região: o açúcar.

Fundada em 1960, a Transportes Silvestre nasceu transportando, em um único caminhão, o açúcar, e também, as frutas, os produtos cítricos e a soja, característicos da região. A transportadora, que adquiriu seu primeiro veículo Scania em 1979, conta hoje com 43 veículos pesados próprios, sendo 38 da marca sueca. Ela opera também outros 11 caminhões que pertencem a diferentes parceiros, dos quais 10 são Scania.

“Os veículos Scania oferecem um ótimo resultado operacional. Eles respondem às nossas necessidades, andam bem e, ainda, mesmo com muitos anos de uso, é possível obter suas peças de reposição sem problemas”, afirma Oscar Silvestre, encarregado da manutenção dos veículos na Transportes Silvestre.

Em Tucumã, o calendário de colheitas é intenso: a safra da cana-de-açúcar começa em junho e se estende até os primeiros dias de novembro; em outubro, inicia-se a safra do trigo e, antes do início de dezembro, é a vez da batata, que se estende até janeiro. Em seguida é a vez da soja e em abril começa a colheita do limão.

Em alguns casos, a Transportes Silvestre realiza somente a distribuição interna das colheitas, e em outros, como ocorre com o açúcar e



Encarregado pela manutenção dos veículos, Oscar Silvestre aponta a reposição de peças como uma vantagem da Scania

o limão, executa o transporte de longa distância. A transportadora busca a soja em Las Lajitas, Pichanal, Salta, e em diferentes pontos de Tucumã. Ela também realiza o transporte de carvão industrial para várias usinas. Além disso, distribui fertilizantes e realiza alguns percursos de volta carregando cargas gerais.

“Os últimos caminhões que adquirimos, do modelo P 310 equipados com motor eletrônico de 9 litros, apresentam excelentes resultados na execução de nossas operações, especialmente quanto ao consumo de combustível. Em algumas viagens eles usam quase 100 litros a menos quando comparados aos veículos de outras marcas e isso pesa significativamente na balança. E na carteira também”, revela Oscar.

Por José Luis Sanchez, da Argentina

Parceria restabelecida

Depois de quatro anos afastada da Scania, a Viação Danúbio Azul voltou a adquirir veículos da marca. No final do ano passado, foram negociados 18 chassis de ônibus, sendo 12 deles do modelo K 310, lançado em 2005, e seis do modelo K 360. Todos irão operar na Auto Viação Bragança, empresa do grupo. No começo deste ano, a empresa adquiriu mais 12 unidades do K 310.

“A importância da reaproximação com a Viação Danúbio Azul pode ser medida pelo tempo que a empresa permaneceu afastada da marca. Por meio de um trabalho de atendimento persistente, conseguimos restabelecer um bom relacionamento e voltar a fazer negócios com a empresa”, afirma Wilson Pereira, gerente executivo de Vendas de Ônibus da Scania no Brasil.



Foto: Divulgação

Depois de quatro anos, Danúbio Azul volta a adquirir ônibus Scania

A Viação Danúbio Azul, que teve seu nome inspirado na valsa de Strauss, foi fundada em 1954 por Roque Felício e, no início de sua trajetória, operava com apenas dois ônibus. Hoje, sob a tutela dos sucessores do fundador, a presidente Ma-

ria Eunice Moreira Felício e o diretor superintendente Roque Felício Jr., o grupo conta com uma frota de mais de 500 veículos e é responsável pelo atendimento de inúmeras cidades e pólos importantes do Estado de São Paulo.

Duplo reconhecimento

Jornauto

A Scania recebeu o troféu “Mérito Reconhecido”, premiação da revista Jornauto, pelas indicações nas categorias “Melhor Fabricante de Caminhão Extrapesado” e “Transmissão Automatizada”, com o Opticruise.

O prêmio, que alcançou a terceira edição em 2005, define quem são os maiores e melhores fornecedores dos segmentos de transporte de cargas e passageiros. A escolha é feita por meio de uma pesquisa com os leitores da revista Jornauto, que avalia cerca de oito mil empresas, em 32 categorias.

O Prêmio Jornauto é realizado com o propósito de oferecer aos fabricantes a oportunidade, não só de saber a sua real posição nos específicos segmentos, mas também de divulgar isso amplamente para o mercado nacional.

Emanuel Queiroz e Emerson Camargo, da diretoria da Scania no Brasil, recebem o Prêmio Jornauto nas categorias “Melhor Fabricante de Caminhão Extrapesado” e “Transmissão Automatizada”



Divulgação



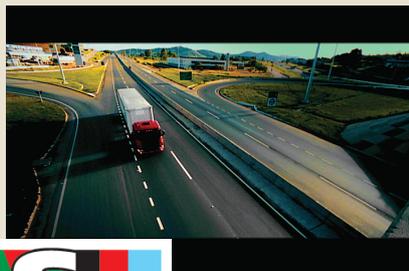


Foto: Mônica Zanoni

Garantia de inovação

Entre os dias 22 e 24 de novembro do ano passado, foi realizado o XIV Congresso e Exposição Internacionais de Tecnologia da Mobilidade – Congresso SAE Brasil 2005, no Transamérica Expo Center, em São Paulo (SP).

No evento, 76 empresas expositoras apresentaram diversas novidades da indústria da mobilidade, como sistemas de navegação e rastreamento por GPS e telefonia móvel, carros construídos em alumínio, novas tecnologias a diesel que reduzem o consumo de combustível e a emissão de poluentes, e projetos nacionais de engenharia. A Scania marcou presença com os motores eletrônicos da linha EVolução e o sistema de monitoramento e gerenciamento de veículos IRIS, desenvolvido inteiramente no Brasil.

Modelo de segurança

Um Scania R 420 vermelho foi um dos destaques do vídeo produzido pela agência Open Films para a campanha de prevenção de acidentes do Ministério dos Transportes.

Com 30 segundos de duração, o comercial foi veiculado no rádio e na televisão, durante os meses de dezembro e janeiro, nos Estados de Minas Gerais, Paraná, Rio Grande do Sul e São Paulo.

No filme, o ator José Drummond, intérprete do personagem Bóia da novela América, exibida pela Rede Globo, faz o papel de um caminhoneiro que alerta os motoristas sobre os limites de velocidade das estradas, consumo de álcool e regras de sinalização.

Gravado nas rodovias BR 381, BR 116 e BR 101, o comercial foi produzido para ser exibido durante as férias de final e início de ano, época em que os acidentes nas estradas costumam aumentar.

O caminhão foi cedido pela Scania ao Ministério do Transportes exclusivamente para a gravação do comercial.

A campanha contou ainda com o apoio da Polícia Rodoviária, que realizou pedágios educativos nas principais estradas brasileiras informando os motoristas sobre os bons hábitos na direção.

Esforço conjunto

Nos dias 28 e 29 de novembro e 5 e 6 de dezembro do ano passado, a área de Compras da Scania reuniu a cada dia na montadora cerca de 50 fornecedores do Brasil e da Argentina, para o encontro que acontece a cada dois anos chamado Suppliers Day, ou Dia dos Fornecedores. Durante o evento, os fornecedores visitaram a fábrica e assistiram a palestras sobre a Scania e o sistema de produção da montadora.

“Depois de um aumento de 100% no volume de produção durante os últimos dois anos, nós focaremos nosso trabalho na estrutura de custo. Nossos fornecedores devem ser competitivos, uma vez que, no mundo globalizado, os concorrentes têm bom nível de qualidade e custo atraente. O principal objetivo é mostrar aos fornecedores



Foto: Renato Merlini

que diminuindo o desperdício na produção, eles podem aumentar a qualidade dos produtos e, conseqüentemente, reduzir custos”, afirma Magnus Boman, diretor de Compras. Segundo ele, a idéia é mostrar o bem-sucedido trabalho da montadora, com o Sistema de Produção Scania (SPS) como uma forma de melhoria.

A oportunidade de aprender sobre o SPS não termina durante o even-

to. “O grupo Supply Chain Development, responsável pelo desenvolvimento do processo de fornecedores, fica permanentemente disponível para ajudar os fornecedores no entendimento e aplicação dos conceitos da ferramenta, afirma Suzana Martin, gerente da área de Compras da Scania na América Latina.

A força de uma boa companhia

Longe de casa e da família, o caminhão Scania é proteção para o caminhoneiro que percorre as estradas do Brasil. Vicente S. Junior, de Araraquara (SP), procurou retratar em seu desenho, que independente do destino a ser alcançado, quem conta com um veículo Scania está sempre muito bem acompanhado.

Centenas de admiradores da marca participaram de mais essa edição do Concurso de Desenhos da revista Rei da Estrada. Entre vários trabalhos, a comissão julgadora selecionou as quatro opções mais originais e criativas. Os vencedores receberão em suas residências uma miniatura de caminhão Scania.

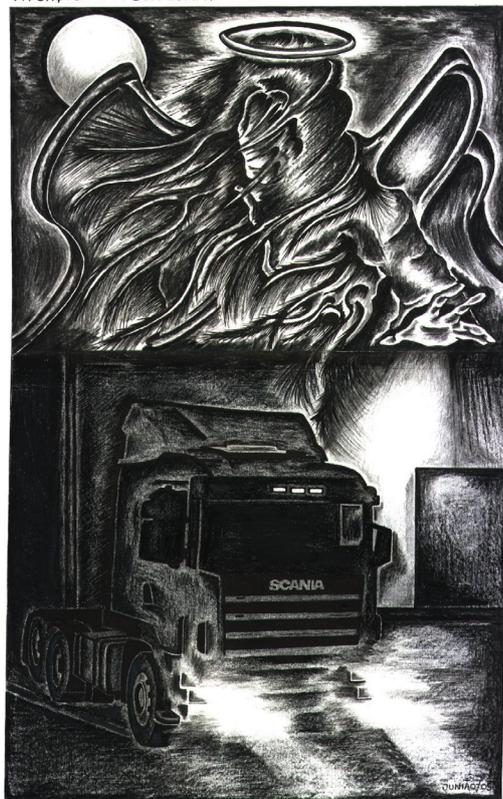


Rubenol de Oliveira Neris,
Taboão da Serra - SP



Eduardo A. Cândido,
Guarulhos - SP

A FORÇA DE UMA BOA COMPANHIA ...



Vicente S. Junior,
Araraquara - SP



Paulo Henrique V. M. Jr.,
Ribeirão Preto - SP

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

ALAGOAS

- Rio Largo
Novepe - Tel. (82) 3262-1414
E-mail: novepeal@novepeal.com.br

AMAZONAS

- Manaus
Supermac - Tel. (92) 2101-4043
E-mail: supermac@supermac-am.com.br
Supermac (loja) - Tel. (92) 3622-0298
E-mail: supermac.filial@supermac-am.com.br

BAHIA

- Barreiras
Movessa - Tel. (77) 3611-4831
E-mail: consolebarreiras@movessa.com.br
- Feira de Santana
Movessa - Tel. (75) 3602-9400
E-mail: administracaofeira@movessa.com.br
- Salvador
Movessa - Tel. (71) 3281-9100
E-mail: ssageral@movessa.com.br
- Teixeira de Freitas
Movessa - Tel. (73) 3292-5200
E-mail: txfgeral@movessa.com.br
- Vitória da Conquista
Movessa - Tel. (77) 3423-5135
E-mail: conqgeral@movessa.com.br

CEARÁ

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

DISTRITO FEDERAL

- Brasília
Varella - Tel. (61) 2104-5000
E-mail: veiculos.df@varellaveiculos.com.br

ESPÍRITO SANTO

- Viana
Venac - Tel. (27) 2123-7900
E-mail: veiculos@venac.com.br

GOIÁS

- Aparecida de Goiânia
Varella - Tel. (62) 4006-4000
E-mail: varella@varellapesados.com.br
- Rio Verde
Varella - Tel. (64) 3611-5500
E-mail: varella@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) 3611-5000
E-mail: diretoria@rotaoeste.com.br
- Rondonópolis
Rota-Oeste - Tel. (66) 3411-5555
E-mail: rondonopolis@rotaoeste.com.br
- Sinop
Rota-Oeste - Tel. (66) 3511-1500
E-mail: comerciaisnp@rotaoeste.com.br

MATO GROSSO DO SUL

- Campo Grande
P. B. Lopes - Tel. (67) 3393-5080
Homepage: www.pblopes.com.br

MINAS GERAIS

- Betim
Itaipu - Tel. (31) 2103-0600
E-mail: itaipube@itaipumg.com.br
- Contagem
Itaipu - Tel. (31) 3399-1000
E-mail: itaipu@itaipumg.com.br
- Governador Valadares
Covepe - Tel. (33) 3279-9000
E-mail: covepe@covepegv.com.br
- Juiz de Fora
Itaipu - Tel. (32) 3221-3092
E-mail: itaipujf@itaipumg.com.br
- Montes Claros
Itaipu - Tel. (38) 3213-2200
E-mail: itaipumc@itaipumg.com.br
- Muriaé
Covepe - Tel. (32) 3729-3444
E-mail: veiculos@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) 3242-0211
- Marabá
Guataparã - Tel. (94) 3322-6206
E-mail: filial.maraba@guatapara-pa.com.br
- Marituba
Guataparã - Tel. (91) 4005-2222
E-mail: vendas.veiculos@guatapara-pa.com.br

PARAÍBA

- Bayeux
Novopa - Tel. (83) 3232-1686
E-mail: novopa@novopa.com.br
- Campina Grande
Novopa - Tel. (83) 3335-6633
E-mail: novopacam@novopa.com.br

PARANÁ

- Cascavel
Cotrasa - Tel. (45) 3225-6011
E-mail: cotrasa-cv@cotrasa.com.br
- Curitiba
Cotrasa (Cajuru) - Tel. (41) 3361-7272
E-mail: cotrasa-cj@cotrasa.com.br
Cotrasa (Pinheirinho) - Tel. (41) 3346-0202
E-mail: cotrasa-ph@cotrasa.com.br

- Guarapuava
Cotrasa - Tel. (42) 3624-2188
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) 3228-5757
Homepage: www.pblopes.com.br

- Pato Branco
Cotrasa - Tel. (46) 3224-8080
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

PIAUÍ

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

RIO DE JANEIRO

- Barra Mansa
Equipo - Tel. (24) 3348-3332
www.equiporj.com.br

- Rio de Janeiro
Equipo - Tel. (21) 3452-9600
www.equiporj.com.br

RIO GRANDE DO NORTE

- Mossoró
Conterrânea - Tel. (84) 3315-0350
E-mail: conterranea@conterranea-m.com.br

RIO GRANDE DO SUL

- Canoas
Suvesa - Tel. (51) 3462-4646
E-mail: canoas@suvesa.com.br
- Caxias do Sul
Brasdieisel - Tel. (54) 238-0900
E-mail: brasdieisel@brasdieisel.com.br
- Eldorado do Sul
Suvesa - Tel. (51) 3481-5050
E-mail: eldorado@suvesa.com.br
- Garibaldi
Brasdieisel - Tel. (54) 463-8800
E-mail: brasdieisel.pecas.gb@brasdieisel.com.br
- Ijuí
Brasdieisel - Tel. (55) 3331-0500
E-mail: brasdieisel.adm.ij@brasdieisel.com.br
- Lajeado
Brasdieisel - Tel. (51) 3714-7700
E-mail: brasdieisel.ij@brasdieisel.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) 3274-3535
E-mail: pelotas@suvesa.com.br

- Portão
Suvesa - Tel. (51) 3562-3335
E-mail: portao@suvesa.com.br

- Uruguaiana
Mariani - Tel. (55) 3413-2013
E-mail: eletricamariani@uol.com.br

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

RONDÔNIA

- Ji-Paraná
Rovema - Tel. (69) 3421-5696
E-mail: rovemaji-parana@rovema.com.br

- Porto Velho
Rovema - Tel. (69) 3222-2766
E-mail: rovema@rovema.com.br

- Vilhena
Rovema - Tel. (69) 3322-3715
E-mail: rovemavilhena@rovema.com

SANTA CATARINA

- Biguaçu
Ediba - Tel. (48) 296-0011
E-mail: biguacu@ediba.com.br

- Concórdia
Ediba - Tel. (49) 3442-5011
E-mail: concordia@ediba.com.br

- Cordilheira Alta
Ediba - Tel. (49) 3328-0111
E-mail: cordilheira@ediba.com.br

- Itajaí
Mevale - Tel. (47) 341-0800
E-mail: mevale@mevepi.com.br

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

- Lages
Ediba - Tel. (49) 3226-0411
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: qrodadar@quintaroda.com.br

- Araraquara
Escandinávia - Tel. (16) 3301-1000
E-mail: escandinavia@sunrise.com.br

- Bauru
Quinta Roda - Tel. (14) 3223-2626
E-mail: qrodaba@quintaroda.com.br

- Caçapava
Codema - Tel. (12) 3653-1611
E-mail: cacapava@codema.com.br

- Guarulhos
Codema - Tel. (11) 6461-8500
E-mail: guarulhos@codema.com.br

- Jundiá
Codema - Tel. (11) 4817-0900

- 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) 4472-8822
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

- 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
Movessa - Tel. (79) 3253-1204
E-mail: movessa@movessa.com.br

TOCANTINS

- Gurupi
MCM - Tel. (63) 3311-4000
E-mail: mcm@mcmtocantins.com.br

- Araguaína
MCM - Tel. (63) 3421-2447
E-mail: mcm@mcmtocantins.com.br

Scania na América Latina

- ARGENTINA - Buenos Aires
Tel. (00543327) 451000

- BOLÍVIA - Santa Cruz de la Sierra
Tel. (005913) 349-2828

- CHILE - Santiago
Tel. (00562) 3940-0400

- COLÔMBIA - Santafé de Bogotá
Tel. (00571) 268-3200

- COSTA RICA - San Jose
Tel. (00506) 290-2255

- EQUADOR - Quito
Tel. (00593) 22440-765

- GUATEMALA - Guatemala
Tel. (00502) 4-711333/4-735867

- MÉXICO - México D. F.
Tel. (005255) 5078-0300

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

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

- PERU - Lima
Tel. (00511) 241-3016

- REPÚBLICA DOMINICANA - Sto. Domingo
Tel. (001809) 530-2850

- URUGUAI - Montevideu
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 019 4224



O sonho virou realidade.



Acaba de acontecer mais uma jogada espetacular da Scania: é o Time dos Sonhos. A mais completa seleção de ônibus do Brasil. São os maiores craques das ruas e estradas, para atender a todos os segmentos. Faça a escolha certa. Convoque o time dos sonhos.

www.scania.com.br



SCANIA