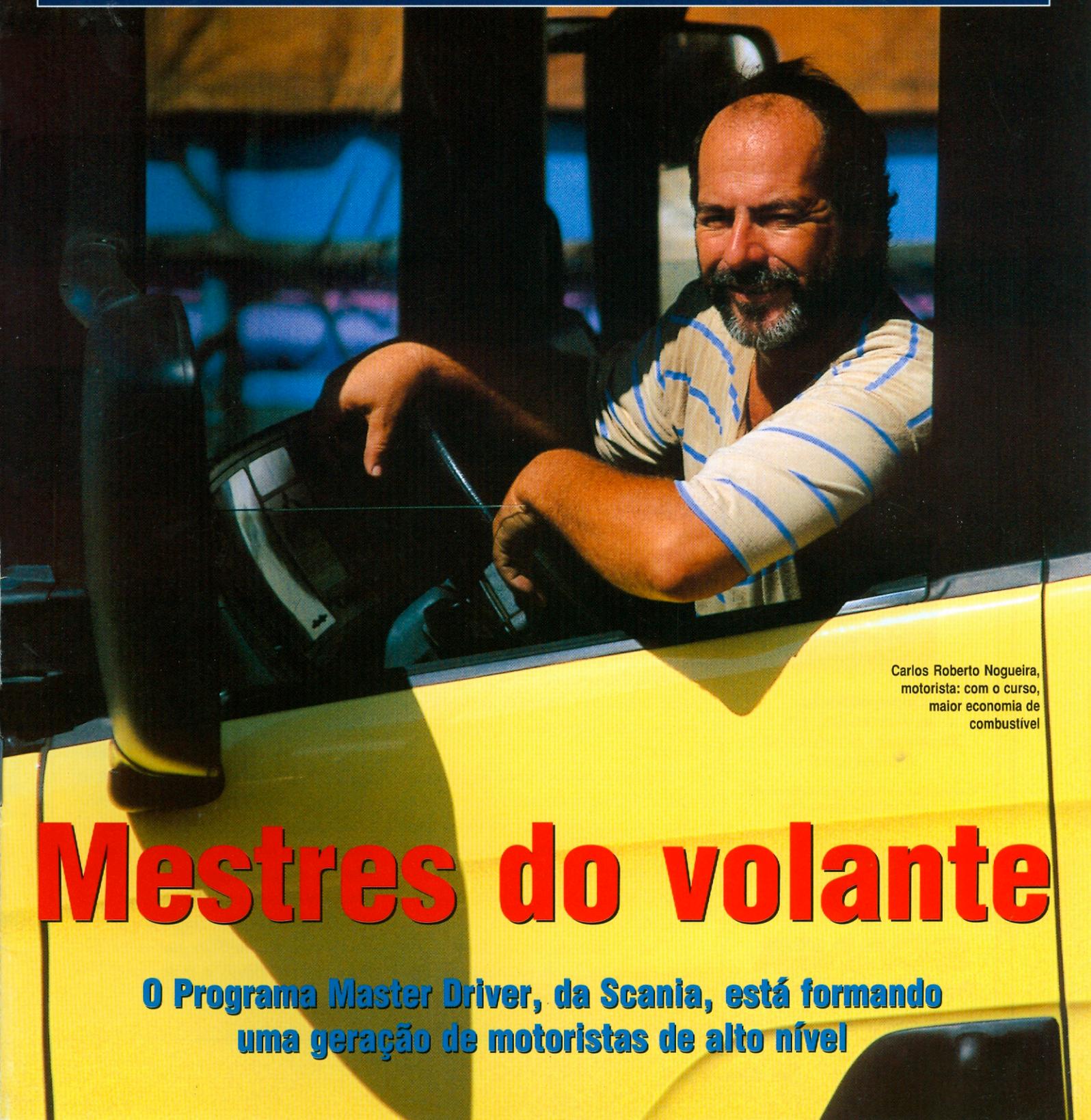


# Rei da Estrada

ANO XVIII, NÚMERO 80



MAIO/JUNHO 1999



Carlos Roberto Nogueira,  
motorista: com o curso,  
maior economia de  
combustível

## Mestres do volante

O Programa Master Driver, da Scania, está formando  
uma geração de motoristas de alto nível



Publicação bimestral  
da Scania Latin America.  
Editada pela Vice-Presidência  
de Comunicação.

**Diretor:**  
Walter Nori

**Gerente de Comunicação:**  
Joaquim Castanheira

**Editor Responsável:**  
Mauro Cassane  
(MTb 19.786)

**Revisão:**  
Vicente dos Anjos

**Foto Capa:**  
José Caldas

**Diagramação,  
Editoração e Produção:**  
Technoart Propaganda Ltda.

**Fotolitos:**  
AWA

**Impressão:**  
Gráficos Burti

**Tiragem desta Edição:**  
37.000 unidades



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

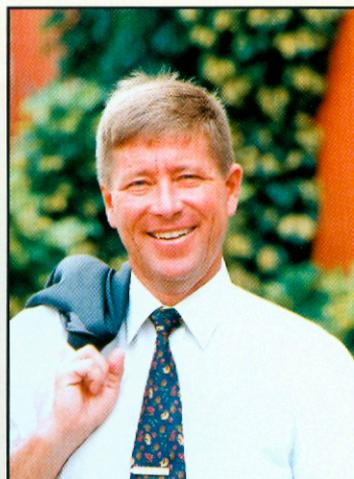
É autorizada a reprodução de qualquer matéria  
editorial, desde que citada a fonte.



**SCANIA**  
Scania Latin America Ltda.

# Herança para o futuro

Jorma Halonen - Presidente da Scania Latin America



Anders Nordstrom

**N**o próximo dia 5 de junho temos muito a comemorar e a refletir. É o Dia Mundial do Meio Ambiente, uma data propícia para reforçar as conquistas já obtidas nesse campo e pensar como podemos avançar mais rapidamente.

E, para a Scania, em particular, esse momento tem um significado especial, pois sempre fomos uma empresa preocupada com a preservação do meio ambiente, seja em nossos processos de produção, seja na concepção de nossos produtos.

Há quase dois anos conquistávamos a ISO 14.001. E, mais recentemente, no mês de abril obtivemos o mesmo certificado em nossa matriz, na Suécia. Seguindo nossa tradição de pioneirismo, fomos a primeira montadora na América Latina a obter essa importante certificação. Foi mais um passo importante para estarmos em harmonia com o meio ambiente.

Sabemos muito bem que isso não é fácil. Temos dedicado esforços contínuos para reduzir ao máximo o impacto de nossos processos e produtos sobre o meio ambiente. Nesse ponto, temos orgulho de ser pioneiros no mundo.

Com a introdução da Série 4, fomos ainda mais longe. Na produção gastamos menos energia, utilizamos

menos solventes e temos um processo produtivo mais limpo. Isso só para citar alguns exemplos práticos. Por outro lado, nossos produtos são mais silenciosos, emitem menos gases na atmosfera, consomem me-

nos combustíveis e são, quase que totalmente, produzidos com materiais recicláveis. Com isso, a natureza ganha, e os clientes também, pois eles terão um custo operacional menor utilizando nossos caminhões e ônibus.

Todas essas ações são incessantes. Um bom exemplo foi a divulgação, ainda em abril, do Relatório Ambiental da Scania (veja na página 22). Nesse relatório, que estamos divulgando pela primeira vez na América Latina, é possível ter uma idéia geral da atuação da Scania no mundo, no que diz respeito a suas atividades em prol de um meio ambiente melhor. Com investimentos em campanhas de conscientização e treinamento, hoje podemos afirmar que a preocupação ambiental está disseminada entre todos os funcionários da empresa no mundo. E estamos empenhados em propagar essa consciência para nossas concessionárias, fornecedores e clientes. Todos unidos em torno de um benefício que, com certeza, nossos filhos e netos poderão desfrutar.

4

## Master Driver

*Completando um ano de atividade, o Programa Master Driver de treinamento de motoristas está formando uma nova geração de profissionais de estrada.*

7

## Meio Ambiente

*Scania divulga pela primeira vez na América Latina seu relatório ambiental.*

8

## Caminhões

*Uma frota muito valente, e cada vez mais crescente, de caminhões Scania com mais de um milhão de quilômetros, sem abrir o motor, vem surpreendendo proprietários e entristecendo os mecânicos.*

10

## Artigo

*Ônibus urbanos modernos e mais confortáveis, uma tendência nas grandes cidades e uma segura opção aos perueiros.*

12

## Lançamento

*O novo K124 8x2, uma agradável sensação de viajar pelas estradas.*

14

## Entrevista

*Hamilton Sangiuliano, Gerente de Vendas de Motores, mostra porque a Scania está pronta para ser ainda mais competitiva nesse segmento nos próximos anos.*

16

## Pós-Venda

*Para os clientes gaúchos, ter um posto de Pós-Venda perto de casa é como fazer um negócio entre amigos.*

18

## Consórcio

*Empresas que cresceram e agora são grandes frotistas apostando unicamente no consórcio como forma de ampliar e renovar sua frota.*

20

## Exportação

*Apostando suas fichas no turismo, a Costa Rica virou um mercado promissor para a Scania, principalmente, para os rodoviários K124.*

21

## Lançamento

*Chega ao mercado a nova geração de motores marítimos, estacionários e industriais da Scania.*

22

## Gente & Fatos

# Quem é bom sempre aprende mais

**Curso da Scania, específico para motoristas de caminhões e ônibus, faz um ano e consagra-se como uma excelente alternativa para valorizar os profissionais da estrada e, ainda, melhorar o desempenho dos veículos.**

**C**onvencer um motorista profissional que ele precisa reaprender alguns conceitos básicos de condução não é fácil. Principalmente no Brasil. Mesmo com índices tão gritantes de acidentes nas estradas, é difícil encontrar um motorista de carro, ônibus ou caminhão que admita que não é muito bom de volante. Por auto-definição, além de uma boa dose de auto-confiança, todos se julgam ases da direção. Porém, nas estatísticas de acidentes e nas planilhas de custos das empresas de transporte, esse mito vai por água abaixo. “Ser bom de volante não significa andar mais rápido, mas chegar na hora certa, com segurança e economia”, diz Arthur Westin, coordenador do Programa Master Driver da Scania, uma espécie de pós-graduação para os motoristas de caminhões e ônibus. O programa está completando um ano de atividade e já treinou na América Latina aproximadamente 2.000 motoristas. Só no Brasil foram mais de 1.000 profissionais de caminhões e ônibus da marca que receberam o treinamento.

O curso dura, em média, dois dias. Os motoristas são treinados em grupos de, no máximo, oito pessoas. No Master Driver, os profissionais da estrada podem verificar os principais benefícios de uma condução correta, como economia de combustível e o melhor uso dos componentes. Também são apresentadas informações sobre eletrônica embarcada, direção defensiva e econômica, segurança na rodovia, segurança

de carga, preservação do meio ambiente e primeiros socorros. Além das informações teóricas e técnicas sobre os produtos, os motoristas fazem um percurso com o veículo para ter seu desempenho avaliado antes e depois das orientações.

Além disso, para facilitar ainda mais, o curso pode ser feito até mesmo no trajeto normal do caminhão. “O importante é o motorista ser treinado. Não é necessário parar o veículo e o trabalho para se ministrar o curso. O Master Driver (título do instrutor da Scania) pode dar a aula durante uma viagem”, garante Westin. Essa flexibilidade, na verdade, foi a grande responsável pelo sucesso desse tipo de treinamento. “É muito bom melhorar o nível de nossos motoristas sem ter que perder tempo com

o caminhão parado”, diz José Gomes, diretor-presidente da Transportadora Michelin, do Rio de Janeiro.

Esse treinamento especial visa, principalmente, melhorar o rendimento dos veículos Scania que estão com um nível de sofisticação bem acima de seus concorrentes no mercado brasileiro. Segundo Luiz Carlos dos Santos, instrutor Master Driver do Rio de Janeiro, os motoristas ficam até surpresos com os resultados obtidos



com o curso. “Os carreteiros normalmente são bons motoristas mas, invariavelmente, têm pequenos vícios que acabam aumentando o consumo e, em casos mais graves, até prejudicando os componentes do caminhão ou ônibus”, alerta.

O que mais surpreendeu o motorista Carlos Roberto Nogueira, da Michelin, foi a economia de combustível “mesmo andando mais rápido”. O curso ensina, de maneira simples, como obter o melhor custo operacional. “Conseguimos maior economia, menor desgaste do caminhão e uma significativa redução no tempo da viagem. Além disso, com o Master Driver, me sinto menos cansado, pois faço menos troca de marchas e tiro o máximo proveito dos recursos e do conforto da cabine dos caminhões da Série 4”, afirma Nogueira.

Com a introdução dos veículos da



Para o Master Driver, Luiz Carlos dos Santos (à direita), corrigir pequenos vícios gera grandes resultados

Série 4 no ano passado, a Scania trouxe para a América Latina o que havia de mais moderno no mundo em se tratando de transporte de carga e de passageiros.

Modernos, eficientes e equipados com eletrônica embarcada, esses caminhões e ônibus também precisam da ajuda humana para proporcionar um melhor rendimento no trabalho. “O motorista não pode dirigir um Scania desses achando que é igual a outro caminhão pesado. É necessário que ele tenha uma preparação diferenciada porque está conduzindo um veículo de um nível superior”, afirma Ademir Gimenez, dono de uma transportadora em Londrina, no Paraná, que leva seu próprio nome.

Um dos motoristas de Gimenez, Robson Clayton Pimentel Maia, compartilha com a opinião do patrão. “Com quase 20 anos de experi-

ência na estrada, percebi que estava na hora de me reciclar. Afinal, essa nova geração de caminhões da Scania trouxe várias mudanças. Muitas delas nem são encontradas em outros veículos que já dirigi”, diz Maia. De acordo com o motorista, o R124 com o qual trabalha oferece muito mais conforto mas não estava sendo mais econômico. “Percebi que, com o curso, consegui realmente baixar o consumo utilizando os recursos técnicos do caminhão. Não precisei andar menos. Na verdade, agora, vou até mais rápido”.

O próprio Gimenez fez o teste de São Tomé. Antes de seu motorista, ele mesmo foi treinado no caminhão recém-adquirido. “Fiquei convencido. O curso é simples, eficiente e funciona”, diz ele. O empresário lembra também que o motorista passou a ser mais valorizado na empresa e entre seus próprios colegas. “Estou acertando com nossa concessionária, a P.B. Lopes, para estender o treinamento para os demais motoristas da empresa”, acrescenta Gimenez.

A concessionária P.B. Lopes foi a primeira a realizar o treinamento Master Driver no Brasil. Durante o curso, hábitos errados, como o pé no pedal de embreagem e mão na alavanca da marcha, foram corrigidos. Os participantes dirigiram 8.800 metros em percur-



O motorista Clayton, à esquerda do proprietário da transportadora, Ademir Gimenez: “Hora de reciclar os conhecimentos”

so misto (estrada e vias urbanas). Quem participou aprovou e confirmou a redução do consumo de combustível e do tempo de viagem. O motorista Gentil Licati Akiyama comprova a eficácia do curso. Na primeira volta, Akiyama fez uma média de consumo de 1,64 quilômetro por litro. Na segunda volta, após o treinamento, obteve a marca de 1,98 quilômetro por litro, registrando uma economia de 21%. O tempo do percurso também foi reduzido, de 9,12 minutos para 8,36 minutos. “As orientações nos ajudam a dirigir melhor. O aprendizado é enorme. Recomendo para todos os meus companheiros”, diz Akiyama.

O curso não é um privilégio para poucos. O treinamento está sendo ministrado pela rede de concessionárias da Scania. “Nosso objetivo é ter um instrutor, o Master Driver, em cada concessionária. Por enquanto já temos em aproximadamente 60% delas”, afirma Osmar Toselli, gerente de Marketing da Scania Brasil, responsável por esse programa no País. Até agora são 43 Master Drivers no País. “Estamos treinando turmas novas para aumentar esse contingente e alcançar nosso objetivo ainda este ano”, explica Toselli.

Os treinamentos do Master Driver estão acontecendo em todo o Brasil desde maio de 1998. Em janeiro deste ano, uma turma formada por 46 motoristas de ônibus da empresa Breda Turismo também participou do curso na concessionária Codema, em Sorocaba, interior do Estado de São Paulo. Mais uma vez, o aproveitamento foi altamente satisfatório. “Conseguimos também grandes progressos na redução do desgaste dos componentes”, afirma Lázaro Muniz Correa, gerente operacional da empresa. Segundo Correa, a troca de lona dos ônibus era feita com 30 mil quilômetros, agora, depois do curso, está sendo feita com 50 mil quilômetros. “Alongamos a



Motoristas de ônibus: atenção na parte técnica e no conforto dos passageiros

vida útil dos pneus também. Trocávamos com 30 mil e, após o treinamento, estamos trocando com 40 mil quilômetros”, diz ele.

Para o motorista de ônibus Joel Flores, o curso contribuiu para melhorar a qualidade do trabalho e a segurança. “Conhecer o produto nos dá mais segurança na hora de dirigir”, diz Flores. “Recebemos também noções de primeiros socorros e agora eu sei como devo agir em uma situação de emergência. Esse tipo de informação é muito importante, assim como a possibilidade de conhecer o produto. A Scania está

nos dando a chance de crescer na empresa”, complementa Antonio Mendes de Oliveira, outro motorista entusiasmado com o treinamento.

Seu colega Alcindo Gomes Rodrigues aprovou as informações sobre manutenção. “Aprendemos a cuidar do veículo direito, reduzindo gastos com manutenção”, afirma ele. Além das informações técnicas e das dicas para conduzir com mais eficiência e economia, os motoristas de ônibus também foram orientados para oferecer mais conforto aos passageiros. “Somos os representantes de nossa empresa junto

a nosso público, os passageiros. Queremos oferecer o melhor em conforto e cordialidade para contarmos sempre com seu retorno. Afinal, eles são nossos clientes”, comenta o motorista Manoel Serafim dos Santos.

Esse foi o primeiro curso dirigido especificamente para motoristas de ônibus. Neste ano, a Scania está fazendo algumas adaptações ao treinamento para torná-lo ainda mais atraente para este segmento. “Para os motoristas de ônibus, além das informações normais do curso, vamos abordar também dicas sobre como proporcionar maior conforto e mais segurança”, conta Westin.



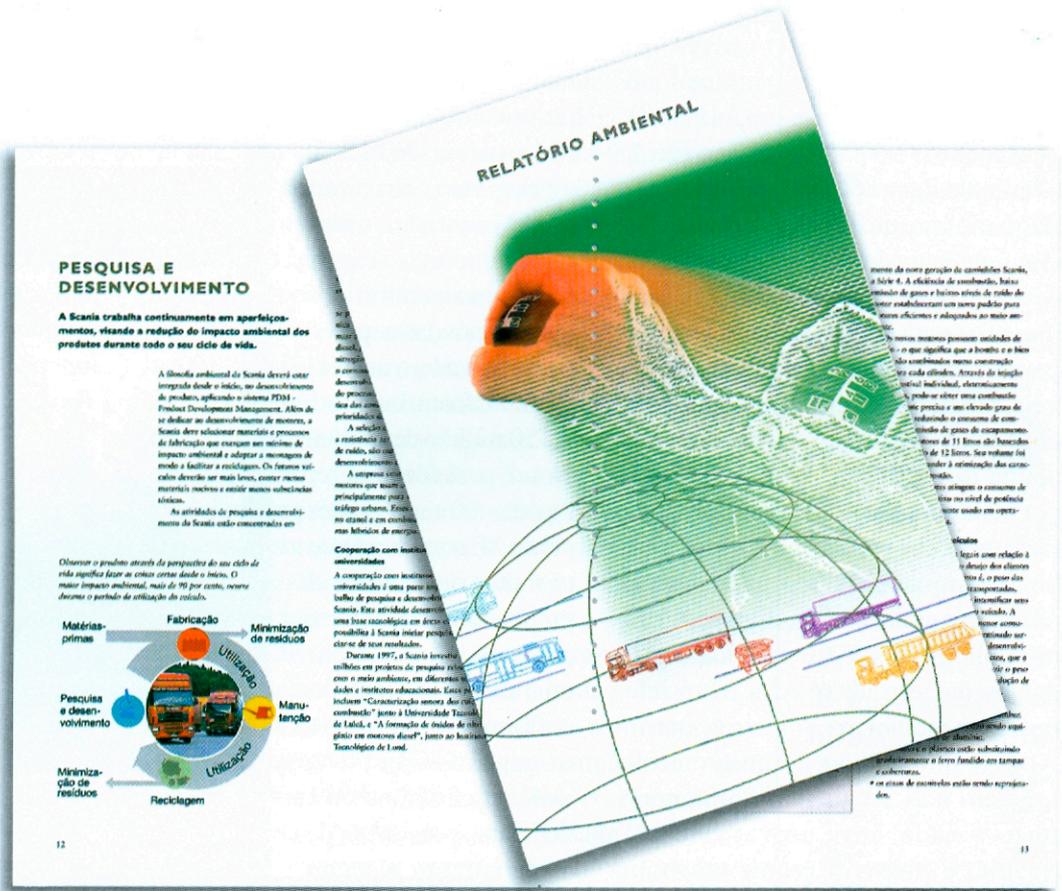
# Um documento pela vida

Distribuído pela primeira vez no Brasil, o Relatório Ambiental da Scania mostra as ações e investimentos da empresa em favor do meio ambiente

A Scania Latin America está divulgando pela primeira vez na América Latina seu Relatório Ambiental. Trata-se de um documento, em forma de revista, ilustrado com fotos e gráficos, consolidando as ações e políticas da empresa na área ambiental em todo o mundo.

Em uma encadernação de 30 páginas, o relatório traz informações sobre todo o processo de produção de seus veículos, desde a concepção dos projetos até sua utilização final. No estudo, a empresa destaca suas ações para reduzir o impacto ambiental em cada uma das fases do processo produtivo.

O documento mostra, além de metas e objetivos ambientais, os resultados obtidos a partir do esforço da empresa em preservar os recursos naturais e melhorar a qualidade de vida.



### PESQUISA E DESENVOLVIMENTO

A Scania trabalha continuamente em aperfeiçoamentos, visando a redução do impacto ambiental dos produtos durante todo o seu ciclo de vida.

A filosofia ambiental da Scania deverá estar integrada desde o início, no desenvolvimento de produtos, aplicando o sistema PDMA (Product Development Management). Além de se dedicar ao desenvolvimento de motores, a Scania deve substituir materiais e processos de fabricação que exijam um mínimo de impacto ambiental e adaptar a montagem de modo a facilitar a reciclagem. Os fatores selecionados deverão ser: maior leveza, menor consumo de materiais, melhores e estáveis níveis de vibração e ruído.

As atividades de pesquisa e desenvolvimento da Scania estão concentradas em:

Observar o produto através da perspectiva do seu ciclo de vida significa fazer as coisas certas desde o início. O maior impacto ambiental, mais de 90 por cento, ocorre durante o período de utilização do veículo.



### RELATÓRIO AMBIENTAL

mento de nossa gestão de combustíveis Scania, a 100%. A eficiência de combustão, baixo consumo de gases e baixos níveis de ruído de escape resultaram em uma solução para motores eficientes e adequados ao meio ambiente.

Além disso, os motores possuem unidades de injeção que significam que a bomba e o bico são substituídos menos frequentemente em cada cilindro. Através da injeção eletrônica individual, eletronicamente controlada, podemos obter uma combustão mais precisa e um elevado grau de redução do consumo de combustível em condições de carga de funcionamento.

Com o motor de 11 litros são produzidos 12 litros de óleo. Seu volume foi reduzido à metade em relação ao motor anterior.

Além disso, o motor possui um sistema de injeção de água que reduz o consumo de água em 50% em relação ao motor anterior.

Além disso, o motor possui um sistema de injeção de água que reduz o consumo de água em 50% em relação ao motor anterior.

“Quanto mais eficaz se torna nossa produção, menos matérias-primas, energia e produtos químicos precisaremos utilizar. E quanto menos combustível nossos veículos consumirem para transportar mercadorias e pessoas, melhor para nossas cidades e para a natureza”, diz Leif Östling, presidente mundial da Scania. Um exemplo disso é a redução de 40% no nível de emissão de óxido de nitrogênio na linha atual de motores industriais e marítimos, em comparação à geração anterior. Atualmente, também, 90% do peso total de um veículo da marca são

compostos por material reciclável. Além disso, esse relatório, o mais completo estudo ambiental já divulgado pela Scania, apresenta os investimentos da empresa nessa área em cada uma de suas unidades industriais. O relatório da Scania está sendo distribuído, no Brasil, para clientes, fornecedores, concessionários, universidades, autoridades e jornalistas. A Scania foi a primeira montadora da região a obter o certificado ISO 14001 para todas as suas unidades industriais no continente (Argentina, Brasil e México).

# A turma que não abre o bico

**Uma legião de caminhões Scania entra para o Clube do Milhão. São veículos com mais de um milhão de quilômetros rodados sem fazer nenhum reparo no motor.**

Você já parou para pensar o que significa percorrer um milhão de quilômetros? Só para se ter uma idéia, a título de ilustração, obviamente, seria o mesmo que dar 25 voltas pela circunferência de nosso planeta. E ainda assim faltariam uns quatro mil quilômetros para chegar a um milhão. Se pensarmos na vida útil dos automóveis, ninguém ousaria apostar suas fichas num carro com quilometragem acima dos 150 mil. Passando disso, por mais cuidadoso que seja o proprietário, o motor precisa passar por uma boa cirurgia mecânica para ganhar uma sobrevida de mais, digamos, 100 mil quilômetros. E no mundo dos gigantes das estradas? Aí a história é outra, ou melhor, o odômetro é outro. Atingir um milhão de quilômetros também não é fácil para um caminhão pesado, mas no caso de um Scania, é possível reunir um bom número de veículos que superaram essa marca, sem que o motor tenha passado por reforma.

Até mesmo pelas dimensões continentais do País e devido à crescente expansão das fronteiras agrícolas, hoje em dia há cargas e fretes para as mais remotas regiões. Esse fato, por si só, já obriga os caminhões a cruzar grandes distâncias e a percorrer, em tempos relativamente curtos, altas quilometragens. Mas e o motor? Será que agüenta percursos tão longos? Bem, claro que com muito zelo e olho clínico na manutenção preventiva, um motor de caminhão vai longe. De um pesado, então, mais ainda. “E se for um Scania, vai muito além da imaginação”, afir-

ma Antonio Marcolino Silva, mineiro, proprietário de uma frota de 27 veículos pesados, sendo 25 da marca.

Segundo Silva, vários de seus caminhões passaram de um milhão de quilômetros. “Nos Scania, normalmente, fazemos a reforma do motor muito tempo após essa quilometragem”, garante. Silva tem um T113H, de 360 cv, em sua frota cujo odômetro marca 1,150 milhão de quilômetros sem nunca ter passado por reforma alguma. Apenas as manutenções preventivas de praxe. “É surpreendente a robustez deste motor de 11 litros. Esse caminhão praticamente já rodou por todo o País, pegou todo tipo de estrada e continua no trabalho sem problemas”, diz.

Também de Minas Gerais vem o exemplo da Gajev Transportes, especializada no ramo de carvões. Geraldo Viana, presidente da empresa, con-

tabiliza uma frota de 31 caminhões pesados (26 Scania). Cuidadoso com seus veículos, Viana tem três Scania T113 completando um milhão de quilômetros e uma surpresa: “Tenho também um L140, ano 1976, e um L141, ano 1979, que já passaram dos dois milhões”. Segundo Viana, o Scania, independente do ano, é um cartão de visita para uma transportadora. “Quem tem Scania já ganha ponto com o cliente”, garante.

A maior prova da durabilidade dos caminhões Scania pode ser vista nas estradas. Segundo pesquisa da empresa, ainda hoje rodam caminhões fabricados no primeiro ano de atividade da Scania no Brasil: 1957. Melhor que isso. Encontramos ainda pelas estradas brasileiras caminhões da marca fabricados em todos os anos subseqüentes até os dias de hoje. Por essa razão,

## Pesquisa elege o melhor



*Em recente pesquisa realizada pela publicação especializada no setor automobilístico, Jornauto, junto a frotistas de todo o Brasil, constatou-se que o motor Scania de 11 litros é o preferido pelos empresários do transporte. Perguntados sobre qual o melhor motor a diesel de todos os tempos, 25% deles elegeram o Scania.*

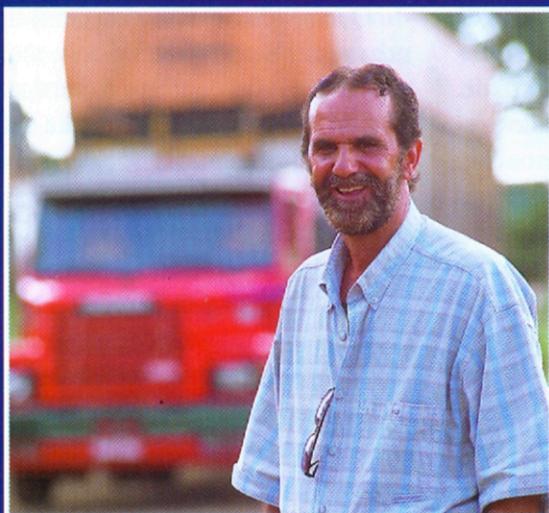
*Lançado no Brasil em 1971, o motor de 11 litros começou a equipar os lendários Scania L110. Muitos desses veículos ainda circulam pelas estradas brasileiras. Mas seus sucessores, também equipados com o motor D11, também estão por aí. São os L111, LK111, T112, R112, T113, R113, além dos ônibus rodoviários com 11 litros e, agora, os veículos da Série 4, também disponíveis com 11 litros. Nesse tempo todo, esse motor passou por várias aprimorações tecnológicas e ainda hoje se posiciona como um dos mais modernos no mercado.*



"Nunca tive problemas com o caminhão"  
Jamel Ali Tarif



"É surpreendente a durabilidade desse motor de 11 litros"  
Antonio Marcolino Silva



"O Scania é um cartão de visita"  
Geraldo Viana,  
da Gajev

não é difícil deduzir que muitos deles já chegaram a três milhões de quilômetros há anos, com apenas uma reforma no motor. "A reforma do Scania é simples e barata e pode ser feita rapidamente em qualquer concessionária no País", conta Silva.

Passar da casa do milhão sem abrir o motor não é para qualquer um. Naturalmente o motorista tem uma boa parcela de mérito nessa marca. O transportador Antonio Gilberto Verza, de Ourinhos, interior de São Paulo, compartilha com essa idéia. Seu T113, ano 1994, já bateu 1,1 milhão de quilômetros e está intacto. "Difícilmente outro caminhão chega a essa quilometragem sem uma boa reforma no motor. O Scania chega facilmente. Mas tem que saber cuidar do caminhão. Eu, por exemplo, só faço manutenção nas concessionárias autorizadas e só utilizo peças originais", explica.

Caminhões Scania nessa faixa etária, anos 93 e 94, seguindo a lógica do transporte rodoviário de carga no Brasil, se ainda não atingiram um milhão de quilômetros, estão muito próximos. De acordo com os levantamentos da Scania, circula pelas estradas brasileiras uma frota composta por 4.635 caminhões da marca do ano de 1993 e 6.178 de 1994. (ver o quadro "Qualidade não tem idade"). "Seguramente, os odômetros de muitos desses veículos estão bem perto da casa do milhão", afirma Wagner Kmite, responsável pela área de estatística da Scania Latin America.

Até mesmo motores que já não saem das linhas de montagem da Scania, como o de 14 litros, ainda rodam pelas estradas sem reforma. O paulista Jamel Ali Tarif tem um R143, ano 92, que já está com 1,1 milhão de quilômetros rodados. "Esse caminhão faz sempre a rota do Nordeste e nunca me deu problemas. O motor da Scania é o melhor do mundo", afirma Tarif. A prova está nas estradas. Afinal, não é qualquer caminhão que dá 25 voltas no planeta e continua com o motor tinindo. 🍀

## Qualidade não tem idade

Caminhões Scania em atividade por ano de fabricação

1957	2
1958	1
1959	2
1960	2
1961	3
1962	7
1963	10
1964	9
1965	13
1966	18
1967	15
1968	26
1969	35
1970	47
1971	58
1972	104
1973	155
1974	243
1975	414
1976	618
1977	718
1978	568
1979	612
1980	906
1981	822
1982	896
1983	899
1984	1.399
1985	1.907
1986	2.545
1987	2.235
1988	2.676
1989	3.118
1990	2.973
1991	2.819
1992	2.752
1993	4.635
1994	6.178
1995	6.041
1996	4.877
1997	6.666
1998	5.032

# Privilégio para muitos

A melhoria no transporte urbano de passageiros coloca em xeque o futuro dos perueiros

Por: Ariverson Feltrin\*

**D**e uns tempos a esta parte o Brasil passou a conhecer uma lenta, porém contínua evolução nos ônibus urbanos determinada, não sem razão, pela exigência do mercado. Com efeito, durante décadas vivemos um sistema de transporte focado na quantidade sem oferecer a contrapartida da qualidade nos serviços prestados à população.

As mudanças estão em curso, mas o que se vê comumente é um sistema precário, desconfortável, francamente despreocupado com o usuário, que chega a receber a depreciativa alcunha de "boneco", de mau gosto, é verdade, mas que reflete o descaso em relação ao cliente, em última instância o pagador de todas as faturas.

Mas, como eu disse, o mercado está tratando de corrigir as graves distorções no sistema. Afinal, não se tripudia sobre um volume de 60 milhões de passageiros diários impunemente. Bastaram os efeitos da globalização da economia recair sobre nós, reduzindo o efetivo da mão-de-obra formal, para que o passageiro de ônibus urbano recebesse uma atenção jamais registrada.

À informalização da economia juntaram-se outros fatos. Desde o início da década de 90 a abertura das importações brasileiras fez surgir a oportunidade de trazer veículos de outros continentes que podiam oferecer uma viável alternativa de custo-benefício para bem atender as necessidades do usuário de transporte coletivo.

As condições para uma virada de mesa estavam colocadas no cenário urbano. Os desertados da globalização de um lado, mercado carente de outro, determinaram o surgimento de um exército de chamados perueiros que tomaram literalmente conta das ruas das médias e grandes metrópoles brasileiras.

Legalizados ou não, o fato é que a alternativa tomou volume e passou a efetivamente tirar os passageiros dos ônibus. Num primeiro momento, exaltados e sem ações conjuntas, os empresários do setor apelaram para a lei, sem uma reflexão mais apurada sobre o cerne do problema, consubstanciado num atendimento nada eficaz das necessidades do usuário.

O fato é que a realidade está mudando. Muitas cidades reagiram e passaram a adotar sistemas integrados de ônibus como forte alavanca para manter o passageiro cativo. É verdade. Quando seduzido pela facilidade e rapidez em se deslocar pelos vários cantos das metrópoles pagando apenas uma tarifa, o usuário, nessas condições, sente no bolso as vantagens de preferir o ônibus.

Aos casos clássicos de bons sistemas de transporte por ônibus - nos quais se destacam Curitiba e Goiânia, que oferecem um serviço respeitoso, eficaz e a um custo capaz de agradar tanto passageiros convencionais como agregar novos e exigentes clientes de outros modais - estão se juntando ou-

tras cidades, até de pequeno porte, na cruzada de recuperação e até expansão dos usuários.

As alternativas na direção da qualidade de serviços já não se contam mais nos dedos. Na verdade, elas se multiplicam pelo panorama urbano brasileiro. Ônibus de piso baixo começam a surgir em substituição aos chassis de caminhões que exigem atléticas operações de embarque e desembarque.

Na verdade, explicações para ônibus de pisos altos nunca foram convincentes. Primeiro, porque certamente a minoria dos usuários tem porte atlético. Assim, boa parte dos passageiros, formada por crianças, idosos, senhoras, é compulsoriamente forçada a transformar condução coletiva em academia de malhação.

Quem utiliza eventualmente ônibus urbano no Brasil percebe com maior percepção o desconforto a que é submetido o passageiro de cada dia. Afora o esforço do embarque e desembarque, o salão, em geral, tem um design que ao invés de facilitar, complica a movimentação do passageiro.

Os detalhes são importantes. O cordão da campanha quase sempre está em local inacessível à altura dos passageiros. Botões de parada instalados em balaústres certamente facilitam a operação e tal providência já começa em boa hora a ser adotada no design interno dos coletivos.

Na verdade, só agora os ônibus

passam a ser concebidos para o transporte de passageiros.

Só assim se explica o motor posicionado na dianteira, vizinho ao motorista. Durante décadas ouvi de empresários explicações no mínimo perversas. Uma delas: o condutor precisa escutar o ronco do motor para trocar as marchas no tempo certo. Outra: é uma forma de baratear o preço final do veículo e em consequência os custos operacionais.

Piso alto, ronco de motor, catraca de passagem estreita, assentos duríssimos e demais mazelas contribuíram para o folclore popular catalogar inúmeros apelidos acumulados pelo transporte coletivo por ônibus. Cata-Osso, Coração-de-Mãe (sempre aberto para abrigar mais um passageiro) integram a lista dos nomes maliciosos e pejorativos.

O estigma de um serviço deficiente ronda o sistema de transporte coletivo, fato que ajuda a propagar um sentimento de baixa estima no inter-relacionamento cliente-empresa. O marketing, fundamental para realçar a relevância do serviço, é peça de ficção, manga-de-colete, fato que torna mais complicado o estabelecimento de valorização da atividade.

O brasileiro valoriza aquilo que a mídia endeusa. Não é o caso do ônibus, que gasta pouco em divulgação e, talvez por isso, atraia para si notícias e fatos de repercussão pouco favoráveis.

Argumentos que permitam a valorização do transporte por ônibus é que não faltam. Afinal, só o sistema urbano é responsável pela movimentação diária de 60 milhões de passageiros, um volume que poucos países alcançam. Outro fato relevante é a indústria de ônibus brasileira figurar entre as maiores do mundo, pois além de sustentar um mercado interno vigoroso, tem fôlego e poder de competição para exportar aos 5 continentes.

Como se vê o setor tem um repertório valoroso, o que falta é afinar o ritmo para não apenas ostentar números, mas que ao lado da quantidade floresça a indissociável qualidade do sistema.

---

***“Privilegiar um bom sistema de transporte coletivo é, antes de tudo, uma questão de bom senso que deveria contaminar a consciência e a preocupação de todos aqueles a quem é conferido poderes decisórios.”***

---

Como vimos, aos poucos, o panorama vai se modificando. O motor está saindo da dianteira para ocupar uma posição traseira, fora do compartimento dos passageiros. As catracas ganham uso mais nobre: lêem bilhetes ou cartões magnéticos, capazes, a um só tempo, de melhorar o visual, permitir a integração e acumular um precioso banco de dados. Na reconquista do passageiro, empresas chegam até a oferecer leitura, ar-condicionado, rádio e televisão para melhorar o relacionamento com o usuário.

A necessidade determina a evolução. Sendo assim, como a necessidade está às portas das

empresas de ônibus, o aperfeiçoamento dos veículos e dos serviços foi inevitável. Exposto à competição, não só dos perueiros, mas pelo avassalador crescimento da frota de automóveis, o sistema de transporte por ônibus, eficaz, terá uma sobrevida garantida, pelo menos por dois motivos principais, a saber:

- Um ônibus ocupa o espaço físico de 3 automóveis, mas transporta pelo menos 50 vezes mais;
- Obras de melhoria da infraestrutura viária urbana e a criação ou ampliação do transporte por metrô e trem são limitadas pela capacidade dos investimentos públicos.

Se a concentração urbana é um fato irreversível, os espaços tendem a ficar sempre menores. Como tal, a chave da equação é adotar um meio de transporte que possa atenuar os desequilíbrios. Um sistema de ônibus planejado, integrado, dotado de pistas exclusivas, com veículos limpos, confortáveis é a solução para priorizar o coletivo sobre o individual.

De fato, o crescimento das cidades exige soluções rápidas e eficazes. Privilegiar um bom sistema de transporte coletivo é, antes de tudo, uma questão de bom senso que deveria contaminar a consciência e a preocupação de todos aqueles a quem é conferido poderes decisórios. 🌱

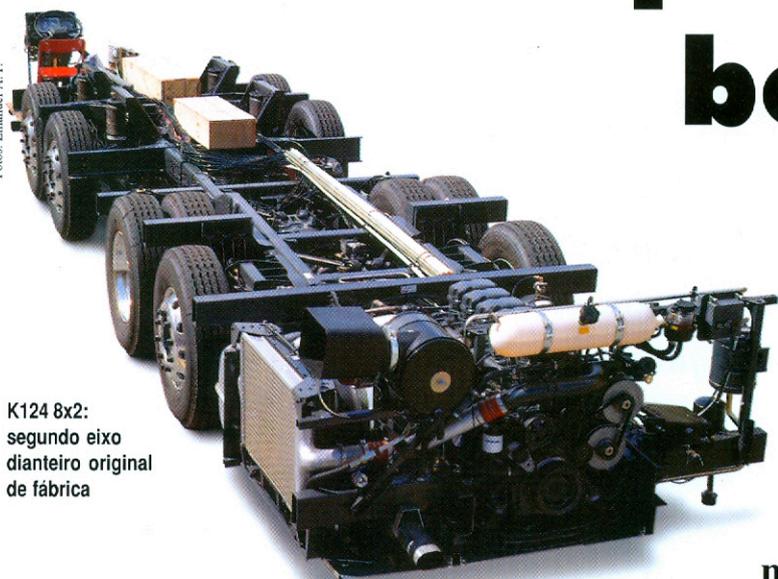


\* Ariverson Feltrin é diretor responsável da Gazeta Mercantil Interior Paulista

# Senhores passageiros, bem-vindos ao futuro

Fotos: Emanuel A. P.

K124 8x2:  
segundo eixo  
dianteiro original  
de fábrica



A Scania lança no Brasil seu ônibus rodoviário K124 8x2. Produzido exclusivamente na fábrica brasileira esse chassi, top da linha de rodoviários da empresa, leva 30% a mais de passageiros com mais segurança e conforto.

**M**enos de um ano após o lançamento de seus ônibus rodoviário da Série 4, a Scania coloca no mercado latino-americano mais uma inovação para o setor: os K124 8x2. Este tipo de chassi será produzido somente na planta brasileira. Sua principal característica é um segundo eixo

direcional na parte dianteira, adequado para carrocerias tipo Double Decker (dois andares) e High Decker (piso alto).

Essas novas plataformas são indicadas para viagens de longa distância. Outra novidade é o rebaixamento do posto do motorista, já ori-

ginal de fábrica. Esse recurso também está disponível para os chassis K124 6x2, já existentes no mercado. Com a mudança, que até então era feita pelo encarroçador, o local do motorista ficou posicionado alguns centímetros abaixo do chassi, permitindo a completa utilização do salão dos passageiros na parte superior.



Nas estradas, conforto para passageiros e motorista

Com isso, o K124 8x2 passa a ter uma capacidade 30% superior de passageiros em comparação ao veículo com tração 6x2. Segundo Wilson Pereira, gerente de Vendas de Ônibus da Scania Brasil, esses veículos estão sendo lançados na América Latina em resposta à crescente demanda

por ônibus de maior capacidade e mais conforto. De acordo com Pereira, com mais pontos de apoio no chão, o nível de atrito no salão de passageiros é substancialmente menor, permitindo elevados índices de conforto aos usuários.

Além de ser equipados com "Scania Retarder", freios a discos e suspensão a ar, todos os ônibus K124 8x2 terão "Comfort Shift". Esse dispositivo minimiza o esforço do motorista porque possibilita que a troca de marcha seja antecipadamente programada, sobretudo nos ônibus de longa distância, que invariavelmente fazem o mesmo roteiro. Esse recurso, além de garantir mais economia de combustível, também melhora o

conforto aos passageiros, por evitar qualquer tipo de solavanco na troca de marchas.

Os novos chassis 8x2 estão disponíveis no mercado com os modernos motores de 12 litros, lançados juntamente com os veículos da Série 4. São duas opções de motorização:

de 360 cv (mecânica) ou 420 cv (eletrônica). "Devido às longas distâncias no Brasil, sobretudo em regiões onde há predominantemente aclives mais acentuados, recomendamos a utilização dos motores

eletrônicos", diz Pereira.

Mesmo com sua capacidade total de passageiros, o K124 8x2 passa sem problemas pela Lei da Balança. O segundo eixo direcional na parte dianteira permite melhor distribuição do peso, sem nenhum prejuízo à camada asfáltica das rodovias brasileiras. Esse tipo de ônibus, que passa a ser o top na linha de rodoviários da Scania, posiciona a empresa como único fabricante nacional a oferecer veículos com esta configuração. 🌿

---

### **"O motor de 420 cv é o mais indicado para este veículo"**

Wilson Pereira  
Gerente de Vendas de Ônibus da Scania

---

## **Ônibus brasileiro na África do Sul**

A Scania Latin America embarcou para a África do Sul o primeiro lote de ônibus urbano F94. São três chassis enviados no sistema KD (desmontados), para serem montados na unidade industrial da Scania naquele País. Esses são os primeiros ônibus brasileiros que circularão na África do Sul.

De acordo com Ake Brännström, Vice-Presidente Mundial da Divisão de Ônibus da Scania, países como África do Sul, Zimbábue, Quênia e Tanzânia, possuem juntos um potencial de, aproximadamente, 200 unidades desses ônibus por ano.

Os ônibus urbanos F94 foram totalmente desenvolvidos no Brasil. A unidade brasileira, localizada em São Bernardo do Campo, também é o centro mundial de produção para esses modelos. No Brasil está concentrado o maior mercado do mundo para este tipo de ônibus.

Os veículos F94 são chassis mais robustos, indicados para aplicações em condições mais severas como pavimentação ruim ou cidades com aclives mais acentuados em sua topografia. Atualmente esses ônibus têm grande aceitação em várias cidades brasileiras e, também, nos demais países da América Latina.

A África do Sul é um tradicional mercado da matriz da Scania, na Suécia. Segundo Jorma Halonen, Presidente da Scania Latin America, graças à completa globalização da empresa com os veículos da Série 4, a unidade brasileira tem condições de abastecer qualquer mercado no mundo com a mesma qualidade técnica dos produtos da matriz.

Graças a seu sistema modular de produção, todos os veículos Scania podem ser facilmente adaptados às mais diversas aplicações em qualquer lugar do mundo. Um exemplo disso é o posicionamento do posto do motorista dos ônibus F94 do lado direito, uma especificação do mercado sul-africano.



# Na sala das máquinas

**Hamilton Sangiuliano, Gerente de Vendas de Motores da Scania Latin America, está completando 20 anos de empresa. Graduado em Economia pela Universidade de São Paulo e em Engenharia de Processo de Produção, pelo concorrido General Motors Institute, nos Estados Unidos, Sangiuliano acaba de promover uma ampla reestruturação na área de motores da Scania. Agora, sua atuação não se restringe à venda de motores. Sob sua responsabilidade, estão também compras, engenharia, planejamento, pós-venda e até mesmo a montagem final. Literalmente, segundo o executivo, o departamento entrou na sala das máquinas.**

**Rei** – *A reestruturação da área de motores não dá a impressão de que agora existe uma Scania Motores dentro da Scania Latin America?*

**H.S.** – Não é exatamente assim. Continuamos inseridos na mesma estrutura. Só que agora a Scania unificou toda a operação de motores em uma única área. Somos responsáveis por todo o processo: engenharia de produto, compras, logística, planejamento, montagem final, engenharia de aplicação, marketing, vendas e pós-vendas. Não somos, absolutamente, outra empresa dentro da Scania. Mas, com essa reestruturação, nos tornamos muito mais fortes e ágeis.

**Rei** – *Essa mudança de estrutura traz, na prática, alguma vantagem para os clientes de motores?*

**H.S.** – Na verdade promovemos todas essas mudanças visando unicamente a satisfação de nossos clientes. Quando digo que nos tornamos mais fortes e ágeis quero dizer que temos condições de ser mais competitivos, com produtos mais eficientes e, melhor ainda, responder prontamente às solicitações dos clientes. Isto é agilidade. Com o pedido feito à nossa concessionária, temos condições hoje de atendê-lo em 10 dias. Antes, com a estrutura anterior, levávamos 35 dias. E vamos baixar ainda mais esse prazo. Outra vantagem é o contato direto com o cliente. Quer um bom exemplo?

Emanuel A. P.



Se houver algum problema em campo com o motor, nosso cliente pode falar diretamente com o engenheiro da Scania responsável pelo produto. Para ilustrar: se o problema for com algum componente, nosso homem de compras estará do lado e saberá como acionar o fornecedor imediatamente para dar resposta ao cliente e, melhor que isso, resolver o problema. Assim como acontece com os veículos da marca, nossa prioridade é atender prontamente nossos clientes.

**Rei** – *Então, ficou mais fácil o contato com os clientes?*

**H.S.** – Exatamente. Com essa nova estrutura, tudo o que o cliente de motores precisa, ele encontra aqui. É um atendimento completo. Sem intermediários. Essa é a agilidade que faltava à Scania nesse segmento. Não somos outra empresa dentro da Scania. Nosso negócio é vender motores marítimos e industriais da Scania.

**Rei** – *Qual a importância do negócio motores para a Scania no Brasil?*

**H.S.** – Guardadas as devidas proporções, posso dizer que a mesma importância do negócio caminhões e ônibus. A Scania fabrica e comercializa motores no Brasil desde 1960. Claro que o negócio motores é bem menor que o segmento de veículos. Mas nunca menos importante. Motores Scania estão presentes em todo o mundo movimentando embarcações, gerando energia, equipando máquinas agrícolas, etc. No Brasil é a mesma coisa. Aliás, temos aqui o maior mercado mundial para o segmento de embarcações.

**Rei** – *Mas a Scania não é conhecida no Brasil como fabricante de motores?*

**H.S.** – Pelo volume de produção, é claro que a Scania é conhecida pelos seus veículos. Muita gente, inclusive, pensa que nossos motores industriais e marítimos são os mesmos que utilizamos nos veículos. Engano. Somente a base é a mesma. Depois, ele ga-

na vários componentes específicos para a aplicação marítima e industrial. Agora, mais ainda. Temos uma linha de montagem final específica para esses motores. A qualidade desses equipamentos é reconhecida no mundo todo, principalmente no Brasil. Em Manaus, por exemplo, está nosso maior mercado mundial para motores de embarcações.

---

***“Todos querem mais potência e menores custos operacionais. Nesses quesitos, temos larga vantagem.”***

---

**Rei** – *Quando esse segmento ganhou importância?*

**E.Q.** – O auge para a área de motores foi nos anos 80. Nesses anos chegamos a deter quase 80% do mercado. Na faixa de potência mais alta, éramos os únicos. Depois, com a abertura do País ao mercado internacional, nossa participação baixou. O que era absolutamente natural e previsto. Outros fabricantes também se instalaram por aqui. Hoje a concorrência é acirrada e temos a vantagem de nosso pioneirismo. Mas não é só isso. Além da tradição, estamos sempre introduzindo no mercado inovações tecnológicas, muitas vezes inéditas, como o intercooler, a turbina, entre outros. Outro fator importante é o Pós-Venda. Quem compra um motor Scania sabe que pode contar também com uma eficiente e bem estruturada rede de concessionárias. Isso é extremamente favorável ao negócio.

**Rei** – *Os motores marítimos e industriais já estão na Série 4?*

**H.S.** – Sim. A Scania lançou seus produtos da Série 4 de forma ordenada. Primeiro foram os caminhões, em mar-

ço do ano passado, depois os ônibus urbanos, em maio e, depois, os ônibus rodoviários, em setembro. Nesse tempo todo, a fábrica também estava se preparando para colocar no mercado o motor eletrônico de 12 litros para aplicação marítima e industrial. E agora eles já estão disponíveis, também produzidos no Brasil. Essa é mais uma prova que um motor veicular da Scania é muito diferente de um motor para aplicação em embarcações ou geração de energia. São produtos diferentes e conceitos diferentes.

**Rei** – *A área de compras também fazendo parte do departamento indica que o índice de nacionalização desses novos motores será ainda maior?*

**H.S.** – Evidente que sim. A Scania como um todo, para todos os seus produtos, busca um índice de nacionalização mais elevado. Nosso objetivo é atingir 80% de nacionalização desse novo motor de 12 litros ainda este ano. No motor de 11 litros estamos praticamente com 100% dos componentes nacionalizados.

**Rei** – *Existe demanda por motores mais sofisticados nessa área?*

**H.S.** – Muito mais que nos caminhões e ônibus. O setor de motores é extremamente competitivo hoje. Os importados estão aí e cada vez chegam mais novidades, com níveis ainda mais elevados de sofisticação tecnológica. No segmento de barcos de lazer, por exemplo, a exigência é bem maior. Quem tem uma lancha de mais de 40 pés não quer ficar atrás. Quer alta performance e paga por isso. Já o segmento de barcos de pesca e transporte de passageiros está em fase de crescimento vegetativo atualmente. Por outro lado, as vendas para irrigação, geração de energia e máquinas agrícolas vêm crescendo. E, de carona, cresce também o nível de exigência. Todos querem mais potência, melhor desempenho e menor custo operacional. E nesses quesitos os motores Scania têm larga vantagem. 🌿

# Na base da confiança

O posto de Pós-Venda de Garibaldi/RS, inaugurado há três anos, revive o glorioso tempo em que a palavra de um amigo valia mais que um documento assinado.

**E**djalme José Mangoni, de 67 anos, gosta de acordar cedo todos os dias. Antes das 6h já está tomando seu tradicional cafezinho. Antes das 7h, lá está ele em sua empresa, a Cavalca Mangoni Transportes. Seu sócio e amigo, Augusto Vitório Cavalca, de 83 anos, chega no mesmo horário. “É o momento mais tranquilo para trocarmos idéias”, diz Mangoni. Amigos de longa data, descendentes diretos da linhagem italiana dos antigos colonos da Serra Gaúcha, essa dupla é muito conhecida na tradicionalíssima cidade gaúcha de Farroupilha.

A transportadora, para os padrões brasileiros, é de pequeno porte. A frota dos dois amigos soma oito caminhões pesados. Metade Scania. Dois deles ainda cheirando novos, modelos T124, de 360 cv, adquiridos recentemente. Mas a representatividade de



Os sócios-amigos Edjalme (à esquerda) e Augusto (à direita): reivindicação atendida

Fotos: Schiavo

Cavalca e de Mangoni em toda a região é muito grande. Tão grande que uma de suas principais reivindicações, a de ter uma concessionária da Scania próxima de sua sede, foi prontamente

atendida. Não tardou para se inaugurar na cidade de Garibaldi, a apenas 20 quilômetros de Farroupilha, o primeiro posto de Pós-Venda da marca.

O posto, uma filial da concessionária Brasdiesel, foi sucesso imediato. “Logo no primeiro mês de funcionamento, em maio de 1996, atendemos mais de 200 veículos da marca”, conta Roneire Menegasso, gerente-geral da concessionária. Segundo ele, nesses três anos de atividade essa foi a média de veículos atendidos por mês. “Boa parte desse sucesso deve-se ao fato de que os clientes nos conhecem



Postos de Pós-Venda: proximidade garante grande movimento e amizade; bons negócios

pessoalmente. Os avós deles conviveram com nossos avós. Os pais deles conviveram com nossos pais. E assim por diante”, diz Menegasso. “Por mais que globalizem o mundo, nada como acertar os negócios na base do coleguismo, da confiança, tudo aqui perto de casa. Gosto de fechar um negócio em que nossa palavra vale mais que um documento assinado”, afirma Mangoni, explicando a importância do posto em Garibaldi.

Desde a inauguração, todos os Scania da Cavalca e Mangoni fazem manutenção no posto. Estão no Acordo de Manutenção da Scania. “E compramos mais dois Série 4 porque estamos plenamente satisfeitos com os serviços dos amigos aqui da concessionária de Garibaldi”, acrescenta Mangoni. Os caminhões dessa dupla precisam realmente estar impecáveis. Afinal eles transportam um produto que é tradicional do sul e um orgulho da colônia italiana: o

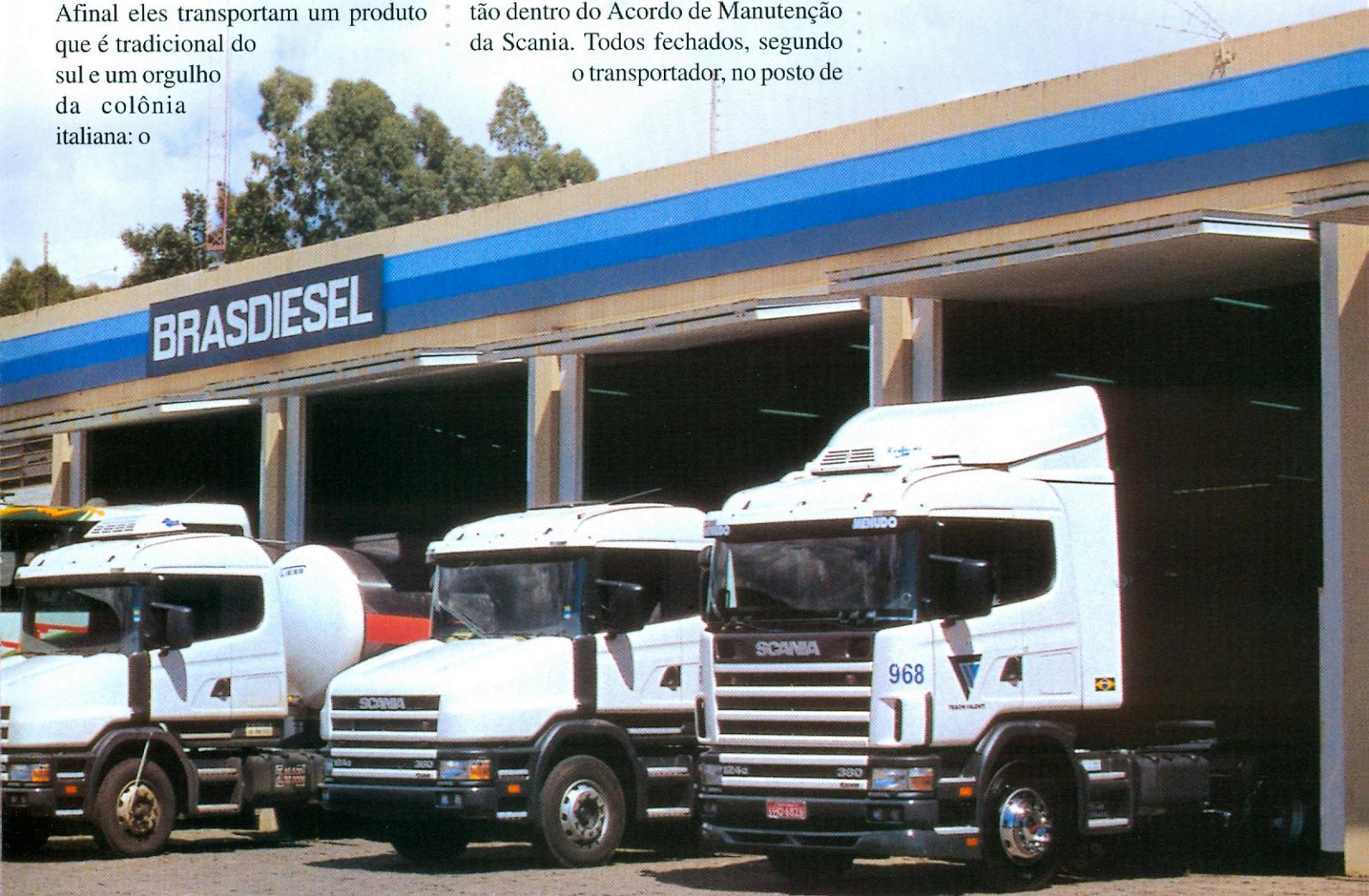
vinho. “Em nossos tanques térmicos levamos vinho da Serra Gaúcha para São Paulo e, de lá, voltamos com glicose”, diz ele.

“O posto de Pós-Venda de Garibaldi trouxe grandes benefícios aos caminhoneiros de toda a região. Agora podemos contar com serviços profissionais perto de casa”, diz Vitório Manica, transportador proprietário de uma frota com oito Scania e presidente da Associação dos Motoristas de Garibaldi. A entidade reúne 320 careteiros e mais de 1.500 caminhões. Segundo Manica, a maioria dos associados possui caminhões da marca. “Antigamente, tínhamos que rodar mais de 80 quilômetros para fazer qualquer tipo de reparo ou comprar peças na Brasdiesel, de Caxias do Sul. Agora, tudo ficou mais fácil” afirma.

Todos os caminhões de Manica estão dentro do Acordo de Manutenção da Scania. Todos fechados, segundo o transportador, no posto de

Garibaldi. “Já tenho encomendado um Scania Série 4. Agora sim, teremos mais fidelidade à marca”, diz ele. O posto de Pós-Venda de Garibaldi atende também mais de 10 municípios próximos, todos com uma distância média de 30 quilômetros da cidade.

A reivindicação dos amigos Cavalca e Mangoni rendeu frutos para Garibaldi. E para a Scania também. Hoje, com três anos de atividade, o posto de Pós-Venda da cidade já atendeu perto de 10 mil caminhões da marca. A idéia, bem sucedida, faz parte da política da Scania de estar cada vez mais próxima de seus clientes. “O caminho são os postos de Pós-Venda. No Brasil, depois da inauguração de Garibaldi, já abrimos mais de 10 postos desse tipo em diversas regiões do País”, conclui Emanuel Queiroz, Diretor de Pós-Venda da Scania Brasil. 🇧🇷



# Receita de crescimento

**Se o segredo do sucesso é guardado a sete chaves, pelo menos uma receita é compartilhada pelos vencedores no segmento de transporte: o consórcio de caminhões.**

**H**istória de família ultrapassa séculos. Mas, algumas histórias, merecem ser contadas a partir de décadas mais recentes. É o caso dos Costella. De linhagem italiana, o clã estabeleceu-se em Itaberaba, interior de Santa Catarina. Como a grande maioria dos imigrantes, começaram com a lavoura. Trabalhando a terra. Essa é a parte comum. A outra, que realmente os coloca na história, começa em 1975. Nesse ano nasceu a Transporte Marvel, já na cidade de Chapecó, onde a empresa está até

hoje. No presente, são 74 caminhões pesados (50 deles da marca Scania).

Qual a fórmula do sucesso? Como uma família de agricultores transforma sua atividade numa bem sucedida transportadora? Bom, a fórmula, naturalmente, ninguém vai dar. Mas algumas dicas não são segredos. "Ser empreendedor e acreditar no seu potencial é um bom começo", argumenta Lodovino Costella, que hoje, em conjunto com ser irmão, Leovir, está no comando dos negócios da empresa.

A coragem e o pioneirismo tam-

bém valem muito. No caso dos Costella foram ambos. Cresceram investindo, acreditando e trabalhando muito. Mas cresceram com segurança. Foram os primeiros a apostar, no início da década de 80, em um negócio muito novo: o consórcio de caminhões. "Apesar de ser novidade, estudamos muito e descobrimos que era uma forma segura de se adquirir um bem como um Scania novo", lembra Lodovino. Quando todos olhavam com reservas essa eficiente ferramenta para renovação da frota, os



Costella apostaram no negócio. Deram-se muito bem. Hoje só renovam a frota através do Consórcio Nacional Scania. “É a forma mais segura e econômica de se ampliar e renovar a frota”, diz Lodovino.

Com sua considerável frota de 50 veículos da marca, a Transportes Marvel já tem 17 caminhões da Série 4. “A maioria deles tirada do consórcio”, diz ele. A empresa hoje é uma das mais ativas no Mercosul. “Trabalhamos basicamente com carretas frigoríficas para o transporte de carne da Argentina para o Brasil”, explica. Com a vantagem do consórcio, os Costella começaram a buscar o melhor em tecnologia dos caminhões. Na Série 4, a empresa começou a adquirir cotas dos caminhões com suspensão a ar. “Esse é o melhor veículo para o transporte de cargas sensíveis”, conta Lodovino.

Atualmente, a Transporte Marvel tem 24 cotas de consórcio em andamento, 18 delas já contempladas. “Acreditar nessa modalidade de aquisição de bem foi um passo decisivo para nosso sucesso”, avalia Lodovino. Está aí a

---

### ***“Com o consórcio podemos crescer em tempos de crise”***

**Adilson Marasca**  
Gerente da Transenal Transportes

---

base do sucesso? Não é possível comprovar cientificamente. Mas os fatos são bem interessantes. Outro bom exemplo, vem de Ijuí, no Rio Grande do Sul. A Transenal Transportes cresceu inteiramente baseada no consórcio.

Com uma frota de 25 caminhões (23 Scania), a empresa apostou todas as suas fichas no consórcio. “100% de nossos caminhões foram adquiridos por intermédio dessa modalidade”, diz Adilson Marasca, gerente da transportadora. Com uma idade média de três anos, a Transenal já tem cinco Série 4. “Só trabalhamos com caminhões novos porque estamos 95% no transporte internacional”, explica Marasca.

A empresa leva cerâmica e papel de São Paulo e Santa Catarina para a Argentina e retorna basicamente com cebola para São Paulo. Segundo Marasca, com o consórcio é possível crescer mesmo em tempos de crise. “Nessa modalidade, estamos imunes à atual loucura dos juros nos financiamentos”, explica. 🌿



Transporte Marvel: aposta no consórcio alavancou o crescimento da empresa

# Costa mais do que Rica

**O sol agora brilha mais bonito na Costa Rica. Livre de qualquer distúrbio político, e com as finanças em ordem, o País atravessa uma boa fase e aposta suas fichas no turismo.**

**A** Costa Rica é apenas um ano mais nova que o Brasil. O País foi descoberto em 1501 pelos espanhóis. Enfrentou guerras, crises políticas, invasões, terremotos e os olhares de cobiça de outros países - enfim, uma história similar a de seus vizinhos latino-americanos. Mas superou bravamente suas dificuldades.

O País tem na agricultura uma importante fonte de renda. O destaque são o café e a banana, itens exportados principalmente para os Estados Unidos, seu grande parceiro comercial.

A Costa Rica também tem fôlego na indústria, mineração e comércio. Mas a melhor perspectiva vem de outro setor: o turismo. E, nesse mercado, há muito o que oferecer. Puntarenas, um dos mais conhecidos pontos turísticos, é apenas um exemplo. Beleza natural não falta. Afinal, os costarriquenhos contam com duas costas marítimas: uma para o mar do Pacífico e outra para as indescritíveis belezas do mar do Caribe. Isso sem contar, no interior, a rica floresta. É riqueza de costa a costa.

“O País, realmente, atravessa seu melhor momento. A cada ano, novos empreendimentos hoteleiros aportam por aqui” conta Juan Carlos Soto, presidente da Eurobus, distribuidor Scania da Costa Rica. O empresário também representa a marca no vizinho Panamá. O melhor indicador de que os negócios em turismo estão indo bem nos últimos anos, além da chegada de grandes hotéis, é a aquisição de

ônibus rodoviários.

Em 1997 apareceu o primeiro sinal positivo. Nesse ano, exportações da Scania para o País contabilizaram 19 unidades dos ônibus K113 - um número significativo para um País de apenas 51 mil quilômetros quadrados, equivalente à área do Estado de Espírito Santo. Esses veículos, muitos deles encarroçados pela Marcopolo, estão todos operando no segmento de turismo. “A topografia montanhosa da Costa Rica exige veículos potentes. E no tipo de trabalho que estão fazendo não se pode abrir mão de um conforto

diferenciado, bem acima da média. Por isso os Scania conquistaram definitivamente a preferência dos empresários do setor”, explica Soto.

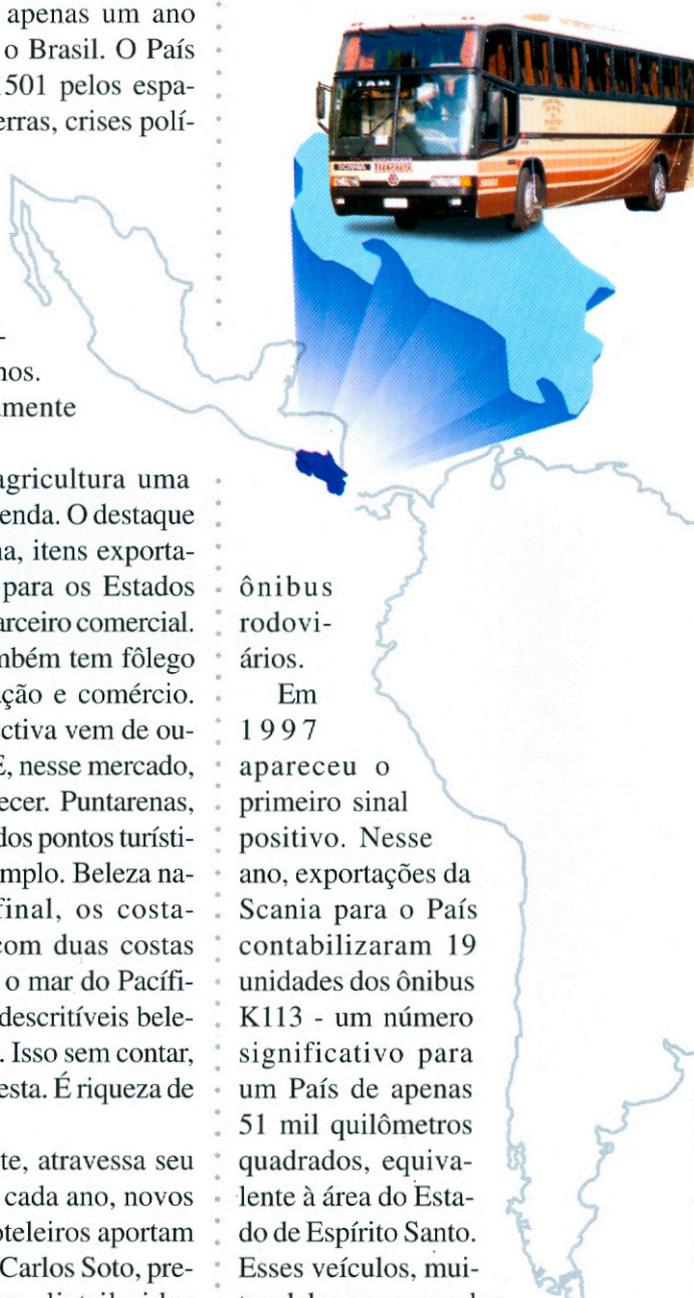
No ano passado, as vendas de ônibus rodoviários mais que dobraram. Chegaram ao País mais 45 unidades do K113. Tanto é que hoje a Scania já é líder nesse segmento. Trata-se do resultado de um longo trabalho de conquista do mercado costarriquenho. Veículos da marca estão presentes no País há mais de uma década. “Hoje temos ônibus Scania com mais de um milhão de quilômetros rodados sem

nenhum reparo no motor. A robustez desses veículos,

aliada a uma eficiente assistência técnica, dá confiabilidade à marca”,

diz Soto. A revenda Eurobus presta serviços de Pós-Venda a seus clientes 24 horas por dia em todos os dias da semana.

“Hoje toda nossa frota para o turismo é composta por Scania. Com esses veículos temos bons resultados como economia de combustível, menor desgaste das peças, maior potência, mais conforto e, o que é melhor, assistência técnica a qualquer hora ou dia”, diz Elías Calderón, presidente da Transnasa, uma das pioneiras na aquisição de Scania na Costa Rica. O País, sem dúvida, é uma excelente opção para o turismo. Principalmente agora, em que as belezas naturais ficam ainda mais belas quando se está a bordo de um confortável ônibus Scania. 🌿



# Compactos, mas poderosos

Mais leves e menores que seu similares, esses produtos possuem a melhor relação peso/potência do mercado latino-americano

A Scania lançou na América Latina seu motor de 12 litros da Série 4 para aplicação marítima e estacionária. Trata-se do DI12M, um novo motor compacto para aplicações marítimas; e o DI12A e DC12A para aplicações estacionárias, industriais e agrícolas.

Esses motores foram projetados especificamente para aplicações marítimas e industriais. Eles oferecem maior potência num conjunto menor e mais leve. Além disso, estão preparados para atender as normas de emissões atuais e, ainda, as que entrarão em vigor nos próximos anos.

Com 1341 mm de comprimento e apenas 999 mm de altura quando equipado com o cárter de óleo opcional, o motor marítimo DI12M pesa apenas

1150 kg. Essa é a melhor relação peso/potência do mercado brasileiro dentro de sua faixa de atuação.

Os novos motores marítimos da Scania são indicados para embarcações comerciais de transporte e barcos de patrulha. Há, também, uma versão com 675 hp, desenvolvida especificamente para aplicação em lanchas de lazer.

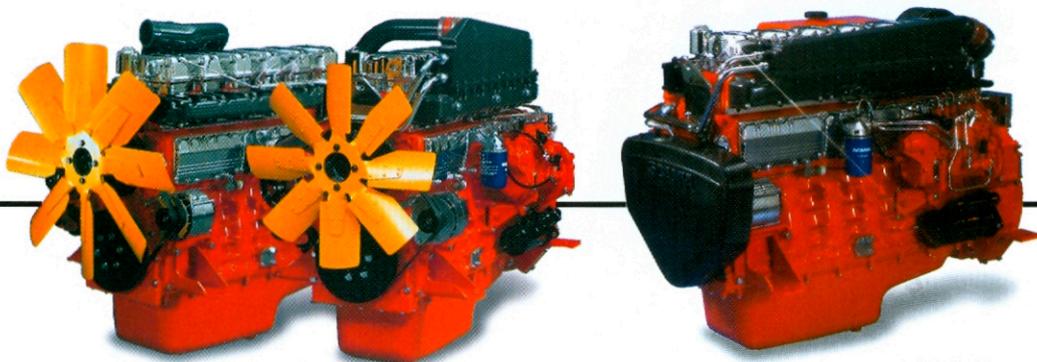
No segmento industrial, os motores DC12A e DI12A são utilizados na geração de energia, motobombas, máquinas agrícolas, entre diversas outras aplicações industriais.

### Novidades Técnicas

Os motores contam com cabeçotes de cilindros independentes, que os tornam mais leves e facilitam a manu-

tenção. Os cabeçotes de cilindro contam com quatro válvulas (duas de admissão e duas de escape), o que permite um controle maior e mais preciso do fluxo de ar de alimentação às câmaras de combustão. O resultado é uma combustão mais eficiente, menor consumo e menores níveis de emissão de gases na exaustão.

O comando de válvulas do motor aciona um sistema de roletes para gerenciar a abertura das válvulas. Esse sistema é mais eficiente e durável quando comparado ao sistema convencional que utiliza tuchos e varetas. O projeto desse motor prevê ainda a utilização de novos sistemas de injeção que serão necessários no futuro para atender legislações de emissões e níveis mais elevados de potência. 

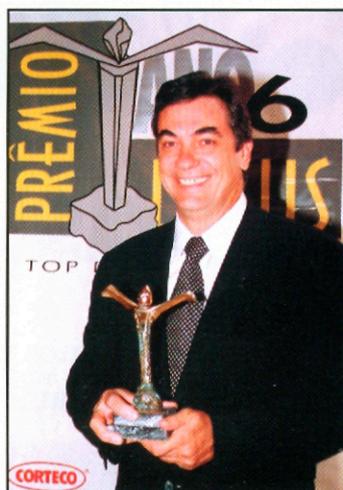


### Ficha Técnica

	DC12A/DI12A	DI12M
APLICAÇÃO .....	Industrial .....	Marítima
POTÊNCIA MÁXIMA .....	550 hp a 1.800 rpm .....	675 hp a 2.300 rpm
CILINDROS .....	6 em linha .....	6 em linha
DIÂMETRO x CURSO .....	127 x 154 mm .....	127 x 154 mm
CILINDRADA .....	11,7 litros .....	11,7 litros
COMPRIMENTO .....	1.341 mm .....	1.341 mm
ALTURA (com cárter baixo) .....	1.374 mm .....	999 mm
PESO .....	1.065 kg .....	1.150 kg

## Mais um prêmio

Flávio Mermejo (foto), Diretor Comercial da Scania Brasil: agradecimento especial aos clientes pelo prêmio "Marca do Ano em 1999", na categoria Caminhões Pesados.



## Programa Master Salesman: o primeiro campeão

Projeto piloto que, por enquanto, está aberto para os vendedores de caminhões no Brasil, o programa Master Salesman da Scania, já tem seu primeiro laureado: o vendedor



Mauro Loyola Branco (à esquerda na foto), da concessionária Equipo, do Rio de Janeiro. Branco que passou por uma bateria de testes teóricos e práticos na própria Scania, tirou uma média de 8,3 de um total possível de 10. O vendedor, que se preparou durante dois meses para fazer as provas, recebeu também um prêmio de R\$ 3.000,00. Esse programa tem como principal objetivo treinar e capacitar os vendedores da Scania para prestar um melhor serviço aos clientes da marca. "Aprimorando nossos conhecimentos, atendemos nossos clientes com mais qualidade e eficiência", diz Branco, o primeiro Vendedor Master da Scania. O programa também conta com um ranking das concessionárias com as melhores médias.

### Ranking dos Vendedores

- 1º Mauro Loyola Branco (Equipo - Rio de Janeiro/RJ)
- 2º Odair Geraldo Ducatti (Codema - Sorocaba/SP)
- 3º Rodolfo Antonio Junior (Equipo - Rio de Janeiro/RJ)

### Ranking das Concessionárias

- 1º Mecânica (Palmeira das Missões/RS)
- 2º Escandinávia (Ribeirão Preto/SP)
- 3º Transcam (Marília/SP)



## Mágica no Ar

O famoso mágico brasileiro Issao Yamamura fez aparecer um caminhão Scania ao vivo na televisão. A atração deu Ibope ao programa "Domingo Legal", apresentado no SBT por Gugu Liberato.

## Novidade na geração de energia

A Maquigeral, montadora de grupo gerador da Scania, participou em março, da Telexpo' 99, uma das principais feiras de telecomunicações da América Latina, realizada no Expo Center Norte, em São Paulo. A grande novidade apresentada no estande da empresa foi a Usina Diesel Geradora. Tratam-se de dois grupos geradores, em paralelo, equipados com motores Scania DC12 41A, com uma potência de 900 kVA.

## Quem Sabe Sobe

O executivo Luis Antonio Madureira, Gerente de Informática da Scania Latin America, acaba de ser nomeado para o Board de Informática da Empresa no Mundo. Composto por um grupo de nove dirigentes de primeiro nível, esse Board tem como objetivo acompanhar os projetos estratégicos dessa área. Madureira é o primeiro latino-americano a fazer parte desse grupo.

Sua nomeação para o Board de Informática da Scania é um claro sinal de globalização tecnológica da empresa. Com o lançamento dos caminhões e ônibus da Série 4 no ano passado, além de produtos globalizados a Scania possui profissionais capazes de atuar em qualquer unidade da empresa no mundo.



**ALAGOAS**

**- Rio Largo**  
Novpe Nordeste Veículos Pesados Ltda.  
Tel. (082) 541-6833

**AMAZONAS**

**- Manaus**  
Arapaima Motores e Veículos Ltda.  
Tel. (092) 237-4043

**BAHIA**

**- Barreiras**  
Movesa Motores e Veículos do Nordeste S.A.  
Tel. (077) 811-4831

**- Feira de Santana**  
Movesa Motores e Veículos do Nordeste S.A.  
Tel. (075) 622-3434

**- Salvador**  
Movesa Motores e Veículos do Nordeste S.A.  
Tel. (071) 301-9911 / 7003

**- Vitória da Conquista**  
Movesa Motores e Veículos do Nordeste S.A.  
Tel. (077) 422-5135 / 5136

**CEARÁ**

**- Fortaleza**  
Contrerrânea Veículos Pesados Ltda.  
Tel. (085) 279-2222

**DISTRITO FEDERAL**

**- Brasília**  
Vepesa Veículos Pesados Ltda.  
Tel. (061) 386-3236

**ESPÍRITO SANTO**

**- Viana**  
Venac - Veículos Nacionais Ltda.  
Tel. (027) 236-1544

**GOIÁS**

**- Aparecida de Goiânia**  
Varella Veículos Pesados Ltda.  
Tel. (062) 283-6363

**- Rio Verde**  
Varella Veículos Pesados Ltda.  
Tel. (062) 612-3233

**MARANHÃO**

**- Balsas**  
Alpha Máquinas e Veículos do Nordeste Ltda.  
Tel. (098) 741-2431

**- Imperatriz**  
Alpha Máquinas e Veículos do Nordeste S.A.  
Tel. (098) 723-1922

**- São Luís**  
Alpha Máquinas e Veículos do Nordeste S.A.  
Tel. (098) 245-1919

**MATO GROSSO**

**- Cuiabá**  
Rota Oeste Veículos Ltda.  
Tel. (065) 661-2660

**- Rondonópolis**  
Rota Oeste Veículos Ltda.  
Tel. (065) 421-3555

**- Sinop**  
Rota Oeste Veículos Ltda.  
Tel. (065) 531-4880 / 531-6806

**MATO GROSSO DO SUL**

**- Campo Grande**  
Movema Mot. e Veic. de M. Grosso do Sul Ltda.  
Tel. (067) 787-3277

**- Dourados**  
Movema Mot. e Veic. de M. Grosso do Sul Ltda.  
Tel. (067) 422-5233

**MINAS GERAIS**

**- Contagem**  
Itaipu Máquinas e Veículos Ltda.  
Tel. (031) 396-1622

**- Governador Valadares**  
Covepe Comércio de Veículos Pesados Ltda.  
Tel. (033) 278-3000

**- Juiz de Fora**  
Itaipu Máquinas e Veículos Ltda.  
Tel. (032) 221-3092 / 3694

**- Montes Claros**  
Itaipu Máquinas e Veículos Ltda.  
Tel. (038) 213-2200

**- Muriaé**  
Covepe Comércio de Veículos Pesados Ltda.  
Tel. (032) 722-3444 / 3474

**- Patos de Minas**  
Itaipu Máquinas e Veículos Ltda.  
Tel. (034) 822-5555

**- Poços de Caldas**  
Quinta Roda Máquinas e Veículos Ltda.  
Tel. (035) 714-3564

**- Pouso Alegre**  
Codema Comercial e Importadora Ltda.  
Tel. (035) 422-5600

**- Uberlândia**  
Escandinávia Veículos Ltda.  
Tel. (034) 233-8000

**PARÁ**

**- Ananindeua**  
Guatapará Motores e Veículos Ltda.  
Tel. (091) 255-3572 / 3259

**PARAÍBA**

**- Bayeux**  
Novpe Nordeste Veículos da Paraíba Ltda.  
Tel. (083) 232-1686

**- Campina Grande**  
Novpe Nordeste Veículos da Paraíba Ltda.  
Tel. (083) 331-2799

**PARANÁ**

**- Cascavel**  
Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.  
Tel. (045) 225-6011

**- Curitiba**  
Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.  
Tel. (041) 362-1515

**- Foz do Iguaçu**  
Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.  
Tel. (041) 346-0202 (Pinheirinho)

**- Guarapuava**  
Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.  
Tel. (042) 724-2188

**- Londrina**  
P. B. Lopes & Cia. Ltda.  
Tel. (043) 329-0780

**- Maringá**  
P. B. Lopes & Cia. Ltda.  
Tel. (044) 228-5757

**- Pato Branco**  
Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.  
Tel. (046) 225-2598

**- Ponta Grossa**  
Cotrasa Com. Transp. e Veículos Ltda.  
Tel. (042) 227-4141

**- Petrolina**  
Novpe Nordeste Veículos de Pernambuco Ltda.  
Tel. (081) 862-1397

**- Recife**  
Novpe Nordeste Veículos de Pernambuco Ltda.  
Tel. (081) 339-3911

**- Teresina**  
Itaim Máquinas e Veículos Ltda.  
Tel. (086) 220-6700 / 6701

**- Barra Mansa**  
Equipo Máquinas e Veículos Ltda.  
Tel. (024) 348-3332

**- Rio de Janeiro**  
Equipo Máquinas e Veículos Ltda.  
Tel. (021) 474-5040

**- Rio Grande do Norte**  
**- Parnamirim**  
Carajás Veículos Ltda.  
Tel. (084) 272-2849

**- Rio Grande do Sul**  
**- Canoas**  
Suvesa Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.  
Tel. (051) 477-2211

**- Carazinho**  
Brasdieisel S.A. Comercial e Importadora  
Tel. (054) 330-1122 / 1292

**- Caxias do Sul**  
Brasdieisel S.A. Comercial e Importadora  
Tel. (054) 228-1344

**- Eldorado do Sul**  
Suvesa Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.  
Tel. (051) 481-3900 / 1900

**- Garibaldi**  
Brasdieisel S.A. Comercial e Importadora  
Tel. (054) 463-8511

**- Ijuí**  
Brasdieisel S.A. Comercial e Importadora  
Tel. (055) 332-8300

**- Lajeado**  
Brasdieisel S.A. Comercial e Importadora  
Tel. (051) 748-9822

**- Palmeira das Missões**  
Mecânica Comercial e Importadora Ltda.  
Tel. (055) 342-1770 / 1771

**- Passo Fundo**  
Mecânica Comercial e Importadora Ltda.  
Tel. (054) 317-9600

**- Pelotas**  
Suvesa Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.  
Tel. (053) 223-0144

**- Santa Maria**  
Suvesa Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.  
Tel. (055) 211-2002

**- São Leopoldo**  
Suvesa Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.  
Tel. (051) 592-3144

**- Uruguiana**  
Suvesa Super Veículos Ind. Com. e Transp. Ltda.  
Tel. (055) 412-4141 / 4994

**- Vacaria**  
Mecânica Comercial e Importadora Ltda.  
Tel. (054) 232-1433 / 1434

**RONDÔNIA**

**- Porto Velho**  
Rovema Veículos e Máquinas Ltda.  
Tel. (069) 222-2766

**- Vilhena**  
Rovema Veículos e Máquinas Ltda.  
Tel. (069) 322-3715

**- Ji-Paraná**  
Rovema Veículos e Máquinas Ltda.  
Tel. (069) 421-5696

**SANTA CATARINA**

**- Concórdia**  
Ediba Eletro Diesel Battistella Ltda.  
Tel. (049) 442-5011 / 2556

**- Cordilheira Alta**  
Ediba Eletro Diesel Battistella Ltda.  
Tel. (049) 728-0111 / 0297

**- Itajaí**  
Mecânica de Veículos Piçarras Ltda.  
Tel. (047) 346-1447 / 1171

**- Joinville**  
Mecânica de Veículos Piçarras Ltda.  
Tel. (047) 473-7597

**- Lages**  
Ediba Eletro Diesel Battistella Ltda.  
Tel. (049) 226-0411

**- Piçarras**  
Mecânica de Veículos Piçarras Ltda.  
Tel. (047) 345-0577 / 0776

**- Tubarão**  
Ediba Eletro Diesel Battistella Ltda.  
Tel. (048) 628-0511 / 3132

**SÃO PAULO**

**- Aracatuba**  
Transcam Comércio de Veículos Ltda.  
Tel. (018) 631-1010

**- Araraquara**  
Escandinávia Veículos Ltda.  
Tel. (016) 222-5766 / 5800

**- Bauru**  
Transcam Comércio de Veículos Ltda.  
Tel. (014) 323-2944 / 2690

**- Caçapava**  
Codema Comercial e Importadora Ltda.  
Tel. (012) 253-1611

**- Guarulhos**  
Codema Comercial e Importadora Ltda.  
Tel. (011) 6461-8500

**- Jales**  
Escandinávia Veículos Ltda.  
Tel. (017) 632-2835

**- Marília**  
Transcam Comércio de Veículos Ltda.  
Tel. (014) 427-4144

**- Ourinhos**  
Movepa Motores e Veículos de São Paulo S.A.  
Tel. (014) 222-2521 / 2933

**- Porto Ferreira**  
Quinta Roda Máquinas e Veículos Ltda.  
Tel. (019) 581-4144 / 4182

**- Presidente Prudente**  
Movepa Motores e Veículos de São Paulo S.A.  
Tel. (018) 221-4522

**- Registro**  
Codema Comercial e Importadora Ltda.  
Tel. (013) 821-6711

**- Ribeirão Preto**  
Escandinávia Veículos Ltda.  
Tel. (016) 622-9900

**- Santo André**  
Codema Comercial e Importadora Ltda.  
Tel. (011) 4976-2755

**- Santos**  
Codema Comercial e Importadora Ltda.  
Tel. (013) 230-2980 / 2978

**- São José do Rio Preto**  
Escandinávia Veículos Ltda.  
Tel. (017) 225-1166

**- São Paulo**  
Codema Comercial e Importadora Ltda.  
Tel. (011) 876-4777 (Piquen)  
Codema Comercial e Importadora Ltda.  
Tel. (011) 6954-0422 (Vila Maria)

**- Sorocaba**  
Codema Comercial e Importadora Ltda.  
Tel. (015) 221-2838

**- Sumaré**  
Quinta Roda Máquinas e Veículos Ltda.  
Tel. (019) 864-1890

**SERGIPE**

**- Nossa Senhora do Socorro**  
Movesa Motores e Veículos do Nordeste S.A.  
Tel. (079) 253-1204

**TOCANTINS**

**- Gurupi**  
CVR Máquinas e Impl. Agrícolas e Repres. Ltda.  
Tel. (063) 714-1001 / 1282

**REPRESENTANTES NA AMÉRICA LATINA**

**BOLÍVIA**

**- Sta. Cruz de la Sierra**  
Coral Corporación Automotriz Ltda.  
Tel. (005913) 42-1444/1555/1800/2229/1091

**COLÔMBIA**

**- Santafé de Bogotá**  
Inversiones Betco S.A.  
Tel. (00571) 416-6464/412-3030

**COSTA RICA**

**- San Jose**  
Eurobus S.A.  
Tel. (00506) 290-2255

**EQUADOR**

**- Quito**  
Ponce Yepes Cia. De Comercio S.A.  
Tel. (005932) 410-650/400-222

**GUATEMALA**

**- Guatemala**  
Promotora de Camiones S.A.  
Tel. (00502) 4-711333/4-735867

**NICARÁGUA**

**- Managua**  
NIMAC - Nicaragua Machinery Company  
Tel. (005052) 631151/331152 a 331159

**PARAGUAI**

**- Asunción**  
Diesa S.A.  
Tel. (0059521) 50-3921 a 50-3928/50-3720

**REPÚBLICA DOMINICANA**

**- Santo Domingo**  
Atlantica C. Por A.  
Tel. (001809) 565-3161

**URUGUAI**

**- Montevideo**  
Jose Maria Duran S.A.  
Tel. (005982) 924-0433/0435/0450/0451

**VENEZUELA**

**- Caracas**  
Inversiones Venbuss C.A.  
Tel. (005861) 210721/213209/228807

**- Maracaibo**  
Venezolana de Camiones C.A. (Venecamiones C.A.)  
Tel. (005861) 210721/213209/228807

**- San Cristobal**  
Venezolana de Camiones C.A. (Venecamiones C.A.)  
Tel. (005876) 419202/419375

**UNIDADES DA SLA**

**ARGENTINA**

**- Buenos Aires (Unidade Comercial)**  
Scania Argentina S.A.  
Tel. (0054327) 51-000

**- Tucumán (Unidade Industrial)**  
Scania Argentina S.A.  
Tel. (005481) 50-9000

**BRASIL**

**- São Bernardo do Campo - SP (Unidade Comercial e Industrial)**  
Scania Latin America Ltda.  
Tel. (005511) 752-9333

**CHILE**

**- Santiago (Unidade Comercial)**  
Scania Chile S.A.  
Tel. (00562) 738-6000

**MÉXICO**

**- Tlalnepanla (Unidade Comercial)**  
Scania de México, S.A. de C.V.  
Tel.: (00525) 379-7361

**- San Luis Potosi (Unidade Industrial)**  
Scania de México, S.A. de C.V.  
Tel.: (00524) 824-0505

**PERU**

**- Lima (Unidade Comercial)**  
Scania del Peru S.A.  
Tel. (005112) 41-3016/3017

**VENEZUELA**

**- Caracas (Unidade Comercial)**  
Scania de Venezuela S.A.  
Tel. (00582) 793-8982/2737



FICHA TÉCNICA

**P114 CB 6x4 NZ - 360**

“Os 50 caminhões que adquirimos recentemente são um verdadeiro cartão de visita da empresa. Utilizamos o P114 até para anúncios em revistas especializadas. A alta tecnologia desses produtos vende bem a imagem da empresa que os utiliza.

Mas o caminhão não tem só imagem. Seu desempenho global é muito satisfatório. É, sem dúvida, um produto de qualidade. Esses caminhões, podemos dizer, valem muito mais do que pesam. Sua relação custo/benefício é a melhor do mercado.

A prova prática dessa fórmula são as características técnicas desse caminhão. A tração 6x4 é eficiente e permite a movimentação do veículo nos mais problemáticos terrenos. A tomada de força original da Scania é uma evolução para o setor. Posicionada na parte traseira, ao contrário dos concorrentes que as coloca na parte dianteira, o caminhão ganha em agilidade e favorece muito a manobrabilidade nos centros urbanos.

Vale lembrar que, agora com a Série 4, temos o caminhão adequado para nossa aplicação. Não é mais uma adaptação. É o caminhão que pensamos para esse fim. A Scania foi muito feliz nesse aspecto: fazer um veículo de acordo com as necessidades de seus clientes. Por isso compramos um lote grande logo de cara. Já conhecemos a qualidade dos produtos da marca e, com essa evolução, só poderia ficar melhor mesmo”.

Eng. Arcindo Vaquero Ymayor,  
Gerente-geral Técnico Operacional da Concretex

Cabine .....	modelo CP19 (avançada baixa com leito)
Motor .....	Scania DSC 1175
Cilindradas .....	11 litros
Cilindros .....	6 em linha
Válvulas por cilindro ....	2
Diâmetro dos cilindros..	127 mm
Curso .....	145 mm
Sistema de injeção .....	mecânico
Potência máxima .....	362 cv de 1.800 a 1.900 rpm
Torque máximo .....	163 kgfm / 1.600 Nm a 1.300 rpm
Caminhão da Classe .....	C (veículos indicados para aplicações mais severas)
Tração .....	6x4
Suspensão .....	a mola
Entre-eixo .....	3.300 mm
Caixa de câmbio .....	GR900



P114 CB 6x4 NZ - 360

**USE E ABUSE.**



**SCANIA**

**SCANIA SERVIÇO. 92 CONCESSIONÁRIOS DIARIAMENTE ÀS SUAS ORDENS. EM TODO O BRASIL.**



**SCANIA**

CLASSE EM TRANSPORTE PESADO