

# SCANIA

## REI DA ESTRADA

### PENSAR O FUTURO, IMAGINAR A SCANIA

A trajetória da marca para se tornar  
parceira do cliente na transição para  
um transporte mais sustentável



#### SEMPRE À DISPOSIÇÃO

Foco nos serviços  
transformou os negócios  
da marca no Brasil  
pág. 18



#### PAIXÃO SCANIA

Anailê do Jacaré fez fama  
na internet com campanha  
para reformar seu L 110  
pág. 10

### ONDE TEM BRASIL, TEM SCANIA 60 ANOS DE UM RELACIONAMENTO SÉRIO COM OS BRASILEIROS

Construímos cada canto deste País com você. Fazemos parte da vida de incontáveis brasileiros. E é essa relação tão próxima que nos motiva a embarcar rumo ao futuro com ainda mais energia. Obrigado pela confiança.



facebook.com/ScaniaBrasil



app/Scania BR

Respeite os limites de velocidade.

# SCANIA



# ÍNDICE

## Scania Rei da Estrada

### 4 Especial

Scania completa 60 anos de Brasil consolidando seu DNA pioneiro e com foco no futuro do transporte

### 8 Robustez

A onda laranja que tomou as estradas brasileiras e fez da marca um ícone de qualidade e força

### 10 Jacarés

O amor de uma capixaba pelo seu L 110 a transformou em uma celebridade na internet

### 12 Inovação

Os modelos T e R revolucionaram o mercado e as linhas de montagem

### 14 Comparativo

O lendário 113 passa suas cores para outro campeão de vendas, o R 440. Qual você prefere?

### 16 Tecnologia

Nova linha trouxe carga máxima de inovação, na virada do milênio.

### 18 Serviços

Como a Scania se tornou a principal parceira dos transportadores que buscam uma gestão mais inteligente e rentável de suas frotas

### 22 Fora de Estrada

Linha off road faz jus às virtudes da marca até onde as estradas não alcançam

### 24 Potência e Paixão

A força dos motores V8 Scania volta dentro de um gigante estradeiro

### 26 Mobilidade

Novas tecnologias ajudam cidades a redesenharem seus sistemas de transporte urbano

### 30 Motores

Potência e durabilidade marcam a trajetória de sucesso da linha de geradores de energia e motores marítimos da Scania



4



8



18

26



30

36

### 32 Consórcio

O sucesso do Consórcio Nacional Scania, o primeiro no segmento de veículos pesados do Brasil, que completa 35 anos

### 34 Motoristas

Scania investe em reconhecimento e capacitação de quem comanda seus veículos pelo Brasil

### 36 Na rota do futuro

Sustentabilidade para o transporte: o próximo desafio da Scania

### 38 Espaço do leitor



Editorial

## RUMO AO FUTURO

Datas especiais como a celebração de um aniversário, geralmente, são marcos importantes em nossas vidas, afinal, são em momentos como estes que reunimos pessoas que fazem parte da nossa trajetória para compartilhar as alegrias, lembrar de como superamos desafios e crescemos juntos para, mais fortes, traçarmos o futuro.

A Scania festeja seus 60 anos de Brasil com este sentimento, ou seja, de uma empresa que chegou por aqui com a tarefa de contribuir para o desenvolvimento do país e continua cumprindo a sua missão, focada na rentabilidade de seus clientes, na eficiência e em ser parceira do transportador na transição para um setor de transporte mais sustentável.

Esta sexagenária, que permanece com a mesma disposição de quando os seus primeiros caminhões pesados vieram desbravar estradas pelo Brasil afora, tem orgulho de comemorar esta data ao lado daqueles que fazem parte de sua história: seus colaboradores, rede de concessionárias, clientes, motoristas, fornecedores e admiradores de todo o país que, cada um à própria maneira, deixaram a sua importante contribuição nesta jornada.

Nesta edição especial da Rei da Estrada iremos rever fatos importantes da Scania e do setor de transporte brasileiro que marcam a história, sempre com o protagonismo de vocês, muito bem acompanhados pelos caminhões, ônibus, motores e dos serviços da rede de concessionárias da marca.

Aproveite porque a celebração é toda sua. De nosso lado, comemorar os 60 anos no Brasil é uma oportunidade de agradecer a vocês, da grande Família Scania, pela parceria e confiança. Claro, também é tempo de lembrar tudo aquilo que construímos para focar nos resultados do presente e ganhar força para desenharmos um próspero e sustentável futuro.

Roberto Barral  
diretor-geral da Scania no Brasil

## Scania Rei da Estrada

É uma publicação institucional da Scania sobre assuntos relacionados ao transporte, veículos, serviços e rede de concessionárias

Telefone:  
11 4344-9666

E-mail:  
comunicação.scaniabrasil@scania.com

Site:  
www.scania.com.br

Twitter:  
@scaniabrasil

Facebook:  
www.facebook.com/scaniabrasil

Jornalista Responsável:  
Rena Nascimento (Mtb 45640)

Coordenação:  
Hérica Arguello

Reportagem / Revisão  
Motim - conteúdo criativo

Design Gráfico / Diagramação  
Technart Design Gráfico & Comunicação

Impressão / Tiragem  
Margraf / 15 mil unidades



A Rei da Estrada é uma revista para fins informativos. As opiniões expressas em seu conteúdo não são necessariamente as mesmas da Scania Brasil. É autorizada a publicação de qualquer material editorial, desde que citada a fonte. Filiação à ABEFLE (Associação Brasileira de Comunicação Empresarial). Correspondências: Av. José Odorizzi, 151 - 09810-902 - São Bernardo do Campo, SP.





ESPECIAL

60 ANOS BRASIL SCANIA



# 60 ANOS DE FUTURO

Com o marco alcançado em sua história, a Scania assume a missão de se empenhar na construção do futuro do setor e reforça o posicionamento da empresa em ser parceira líder em transporte sustentável

Foto: Arquivo Scania / Wagner Menezes



**“Quando eu entrei naquela cabine e acelerei pela primeira vez, tive a impressão de que alguma coisa diferente ia acontecer. Alguma coisa nova”**

Ladair Michelin, comprador do primeiro Scania nacional

A intuição do empresário gaúcho Ladair Michelin estava certa. Aqueles primeiros litros de diesel queimados no L 75, o Scania nacional nº1 vendido no Brasil, em 15 de junho de 1960, seriam o combustível de uma revolução que mudaria a indústria e o transporte brasileiro.

Seis décadas depois, a Scania celebra suas conquistas assumindo uma nova meta: pensar em seus próximos 60 anos e no futuro do transporte. Desde a sua inauguração, em 1957, no bairro do Ipiranga, em São Paulo, quando ainda se chamava Scania-Vabis do Brasil, a concepção de que “se há mercadoria a ser transportada, há demanda por



caminhões”, ainda é válida. Com a ampliação da linha de produtos e serviços, a marca foi além, e hoje pode comprovar: “Onde tem Brasil, tem Scania”.

Foi com essa ideia, e a participação de três gerações de clientes e colaboradores, que a unidade brasileira consolidou sua participação no mercado. Muito disso se deve ao espírito de inovação da companhia, que se mostra presente desde a fabricação de seus primeiros caminhões nacionais, em 1963, até os protótipos autônomos, que foram elaborados para facilitar a vida dos estradeiros. Sem esquecer os primeiros ônibus 4x2 até os recém-

Aqui começa nossa história....



2 de julho é constituída a Scania-Vabis do Brasil S. A.

www.scania.com.br



Em 1959 foi inaugurada a primeira fábrica de motores, da Scania, fora da Suécia. E no ano anterior ela já anunciava a sua chegada.



A nota fiscal histórica da venda do primeiro veículo, ainda na razão social “Motores Diesel” mas já era “Scania Vabis do Brasil - Veículos e Motores”

lançados biarticulados para 270 passageiros. Sempre aplicando em seu conceito toda a expertise adquirida na prestação de serviços ao transportador.

Otimismo e muito trabalho, características-chave dos colaboradores Scania, são cruciais para o constante desenvolvimento da empresa no Brasil. Por isso, apesar do atual cenário econômico, a perspectiva para este ano é de crescimento de 10% no mercado de caminhões semipesados e pesados, e ainda fazer história com os Serviços Conectados Scania, uma ferramenta global da marca, lançada recentemente no Brasil.



1958 é montado o primeiro Scania de fabricação nacional, o L 75.





Foto: Adriano Sauer / Wegman Moreira / J. Silvio Lührer



Para abarcar toda a movimentação que prepara a empresa para ir mais longe aos próximos 60 anos, um investimento de R\$ 2,6 bilhões será realizado na unidade de São Bernardo do Campo até 2020, otimizando ainda mais a infraestrutura produtiva no Brasil. "Chegamos aqui com a sensação de missão cumprida. Unindo o passado, o presente e preparando o futuro. A Scania é reconhecida pela inovação e pioneirismo que contribuíram de forma efetiva com o setor de transporte e, consequentemente, com o desenvolvimento do País. Agora, queremos ser parceiros dos clientes na transição para um sistema de transporte mais sustentável", afirma o diretor-geral da Scania no Brasil, Roberto Barral.

**Caminhos que levaram às conquistas**

A Scania inaugurou sua fábrica em São Bernardo do Campo, São Paulo, em 1962, para a produção de caminhões, ônibus e motores. Era a primeira unidade industrial fora da Suécia. Antes disso, a chegada da marca por aqui foi estimulada pelo governo do presidente Juscelino Kubitschek. Ao assumir a Presidência da República, JK determinou a um grupo de trabalho que criasse, em 30 dias, um plano para que o Brasil tivesse a sua própria indústria automobilística. É criado o Grupo Executivo da Indústria Automobilística, o GEIA. Dos vários interessados em operar por aqui, 17 projetos são aprovados, mas somente 12 são concretizados, entre eles o da Scania-Vabis do Brasil. Durante os últimos 60 anos, a planta brasileira conquistou seu espaço como uma das principais subsidiárias do grupo sueco no mundo, colocando o Brasil em destaque no plano global da marca.

Para alcançar tal patamar, o investimento em tecnologia e a busca constante por inovação foram determinantes e garantiram o topo na lista de preferência dos consumidores brasileiros. Foi a Scania, por exemplo, a primeira fabricante a vender e entregar motores Euro 5 no Brasil e Euro 6 – a mais alta classe de controle de emissões atual – na Europa. A primeira linha de ônibus com direção hidráulica de série e cabines com defletores de ar que melhoram a aerodinâmica e reduzem o consumo de combustível dos caminhões também saíram primeiro das linhas de montagem da marca para o mercado brasileiro.

Muito desse pioneirismo vem do esforço constante para reduzir a emissão de CO<sub>2</sub> e viabilizar mais rentabilidade para os parceiros, seja por meio dos motores, cada vez mais econômicos ou movidos a combustíveis alternativos, pelos investimentos no

treinamento de motoristas ou também pelas ações que promovem a mobilidade urbana e a segurança nas estradas.

**Serviços sempre eficientes e agora, conectados**

Desde os primeiros pacotes do programa "Acordo de Manutenção", um conceito de prestação de serviços baseado em manutenções programadas, lançado em 1994, a Scania começou a desenhar um novo modelo de atuação no mercado, focado nos serviços e na proximidade com o cliente, para entender quais eram suas necessidades operacionais.

Hoje, com um passo firme em direção a um futuro que coloca a Scania como pilar central nas empresas que buscam uma gestão mais rentável das frotas, a montadora aposta no programa "Serviços Conectados". Com a solução, em operação desde 2016 e ativa em cerca de 3 mil veículos no País e 260 mil em todo o mundo, é possível



**"Nossa missão é unir o passado, o presente e prepararmos o futuro em parceria com o cliente"**

Roberto Barral, diretor-geral da Scania no Brasil.



implementar ações de melhoria que contribuam na redução do custo por quilômetro rodado e no aumento do resultado para os clientes. O transportador e a Scania têm acesso a muito mais dados do veículo e, por meio deles, podem identificar diversos fatores, como estilo de condução do motorista, velocidade média, consumo de combustível e intervalos de manutenção.

Para abarcar esse incremento de inteligência e tecnologia, a rede de concessionárias iniciou uma profunda padronização seguindo o processo global, a partir de um compilado das melhores práticas em Serviços na Scania, em todo o mundo. Até o fim de 2017, a companhia espera ter concluído o processo nas 123 unidades da rede espalhadas por todo o País, oferecendo uma redução de até 75% do tempo total do veículo parado na oficina. "Foi um longo caminho de evolução desde a Brasdiesel, primeira Casa

Scania no Brasil, inaugurada em 9 de setembro de 1957, em Caxias do Sul (RS). Mas o mais importante é que a carga está preparada para a próxima etapa da viagem, que fará da Scania a parceira líder do cliente na transição para um transporte sustentável. Boa viagem. Nos vemos no futuro", diz Roberto Barral, diretor-geral da Scania no Brasil.

**Como usar o QR CODE**

- Escolha e baixe um aplicativo leitor de QR CODE na loja virtual do seu celular (App Store ou Google Play).
- Abra o programa e aponte a câmera do celular para o QR Code.
- Você será direcionado automaticamente para a página selecionada.
- É necessário que o aparelho esteja conectado à internet.



Assista ao vídeo sobre os 60 Anos da Scania pelo QR CODE

1950 Montagem do primeiro Scania nacional

1960 Inauguração da fábrica de motores, no bairro do Ipiranga (SP)

1960 Início da produção integral de caminhões e ônibus no Ipiranga

1962 É inaugurada a fábrica em São Bernardo do Campo (SP)



# A ONDA LARANJA

A Série 1 popularizou a cor laranja e apresentou ao País estrelas celebradas até os dias de hoje: o L 111 e o LK 141

Na década de 1970, enquanto o mundo passava por uma revolução de comportamento, com a cultura hippie do paz e amor e os grandes festivais de rock and roll, no Brasil, surgiam também estrelas que iriam mudar uma geração - com um visual igualmente chamativo. Em 1976, o mercado recebe os modelos L, LS e LT da Série 1, o último e mais bem sucedido capítulo de uma era que durou mais de 20 anos, a dos Jacarés, caminhões Scania que traziam o motor à frente da cabine - que futuramente seriam substituídos pelos "cara-chata."

Do precursor L 75, seguido pelo L 76 e depois pelo L 110, os caminhões Scania de cor laranja e aparência extremamente robusta povoaram as estradas brasileiras. Até hoje, é possível encontrar unidades trabalhando em perfeitas condições, o que reforça a durabilidade característica da marca.

A cor de laranja, que na verdade sempre se chamou "páprica", era original de fábrica de todos os L 111 e foi determinante para torná-lo um ícone. Na história da Scania, a cor surgiu bem antes e com outro modelo, o L 75, o primeiro caminhão produzido pela marca no Brasil. A cor foi introduzida em 1963 e permaneceu como única opção até os anos 80.

Quatro motivos foram responsáveis pelo uso radical do laranja: segurança (a cor dava maior visibilidade aos veículos na estrada), estratégia de marketing (os concorrentes ofereciam apenas opções mais discretas), praticidade (o laranja cobria melhor o zarcão, um antiferrugem aplicado para proteger as chapas de aço na época) e durabilidade (maior resistência à ação do sol).

A Série 1 também ficou marcada pelos novos chassis de ônibus B 111 e BR 116, mas também por uma celebridade, literalmente, o LK 141, que virou objeto de desejo dos transportadores.



## L 111

A grandeza do mito dos Jacarés deve-se, em grande parte, ao modelo L 111, lançado na Suécia em 1974 e fabricado no Brasil entre 1976 e 1981. Robustos e chamativos, por causa da cor, os L 111 tomaram as estradas brasileiras no momento em que a malha viária do país se expandia sob o lema "integrar para não entregar", dos governos militares. Foi nesse contexto que o mais famoso dos Jacarés reinou absoluto no transporte de cargas, pintando de laranja a memória afetiva de muitos motoristas e transportadores até hoje.

## LK 141

Por si só, o LK 141, com seu motor em V de oito cilindros, 14 litros de deslocamento e 375 cavalos de potência, foi um ícone das estradas. Durante o seu período de produção, ele foi o caminhão mais potente a rodar no Brasil. A Lenda, como ficou conhecido, também foi astro da televisão. O modelo foi usado nas filmagens do seriado Carga Pesada, entre 1979 e 1981, o que ajudou a aumentar o carisma da marca entre os consumidores. O seriado foi usado pela Scania como porta para demonstrar a qualidade do produto.

1963 Lançamento do caminhão L 76 e do ônibus B 76.

1964 A primeira exportação: um caminhão L 76 vai para o Uruguai.

1966 É apresentado o primeiro motor marítimo nacional da marca.

1966 Direção hidráulica vira item de série para os ônibus.



# A PRESERVAÇÃO DA ESPÉCIE

Jovem capixaba vira sensação na internet com vídeos da família na boleia de Jacarés laranja e com campanha para reformar um L 110



Foto: Gilmar Chaves



“ Se tem uma coisa que eu aprendi nesses poucos anos na boleia é que se for para aguentar o tranco tem que ser Scania. O caminhão não acaba nunca ”

Anailê do Jacaré



Assista à história da Anailê do Jacaré em vídeo pelo QR CODE

No Porto de Vitória, Espírito Santo, um espécime selvagem e raro reina nas margens da Baía de Vitória. Ali, as feras de aparência bruta e força sem paralelo brigam por espaço entre os contêineres. Áreas úmidas e de difícil acesso, perfeitas para as qualidades desse famoso réptil, que antes de dominar as regiões costeiras era soberano nas estradas do país: os Jacarés laranja.

Mais de 40 anos depois do surgimento do mito, foi no Terminal de Vila Velha que essa figura pré-histórica ganhou uma aliada na luta contra a extinção: a Anailê do Jacaré. A jovem de 27 anos pilota os clássicos bicudos desde os 24 anos. Mas antes de assumir uma vaga no serviço de carga e descarga de contêineres no terminal capixaba, Anailê trabalhava na área comercial. Ela é a única mulher entre os 174 caminhoneiros do porto - 100 deles dirigem o mesmo modelo.

A decisão de assumir sua própria boleia aconteceu por influência do marido, Lucius Ramos, de 29 anos, dono de um L 111S de 1980, o primeiro Jacaré da família. Para começar a coleção, o casal vendeu o único carro que tinha e assumiu uma grande dívida com um amigo, que ainda está sendo paga. Pouco tempo depois, Anailê comprou o seu próprio Jacaré, um L 110 de 1973, para se juntar a Lucius. Mas em maio do ano passado precisou

tirar de circulação sua ferramenta de trabalho. “Já compramos sabendo que ele tinha vários problemas no motor e na bomba de combustível. Mas pior, quando chovia, eu ficava encharcada dentro da cabine por causa dos buracos da ferrugem no teto. Isso aconteceu bem quando eu estava grávida”, lembra Anailê Santos Goulart, nome de batismo da caminhoneira.

Os problemas viraram uma bola de neve e fizeram com que Ramos desse o seu caminhão para Anailê pilotar e, para não ficar parado sem trabalhar, comprou um terceiro Jacaré, um L 110 de 1968. O caminhão foi adquirido numa troca por uma moto que valia cerca de 5 000 reais - por aí já dá para se ter uma ideia das condições do pesado. De tão feio, o novo membro da família ganhou um apelido que remete a outro bicho: cabecinha de macaco.

Com a dupla de volta à ativa, um problema ainda tinha que ser resolvido: o que fazer com o caminhão parado? Só para deixá-lo em condições de rodar novamente seria preciso investir cerca de 17 000 reais, valor totalmente fora da realidade do casal. Foi aí que Anailê resolveu dividir sua angústia com a comunidade caminhoneira na internet, iniciando uma campanha para arrecadar dinheiro para os reparos do seu primeiro Jacaré. “Eu nem sabia o que era um canal ou o YouTube. Mas usei como um diário e as pessoas

gostaram”, conta. Seus vídeos são um retrato do dia a dia da família e a relação deles com os caminhões e a vida na boleia. As postagens contam com a participação especial do marido, com o qual ela nutre uma paixão adolescente, já que começaram a namorar aos 14 anos, e dos filhos Eduardo, de 6 anos, e Yan, de 2 anos.

Da empreitada no mundo digital, Anailê só ganhou a fama e o apelido, mas dinheiro que é bom... “Alguns amigos e seguidores ajudaram, mas não deu nem pra arrancar o orçamento da oficina. Estamos trabalhando e consertando aos poucos”, lamenta, mas sem perder o otimismo. “Se tem uma coisa que eu aprendi nesses poucos anos na boleia é que se for para aguentar o tranco, tem que ser com Scania. O caminhão não acaba nunca”, defende Anailê. Por causa da sua simpatia e da alegria da família, o perfil “Anailê do Jacaré” no Facebook já soma quase 43 000 seguidores, mas é no YouTube, com o canal “Anailê e Julius do Jacaré”, que eles têm seu maior reinado: mais de 2 milhões de visualizações e quase 60 000 inscritos. A comunidade de apoiadores está prestes a ganhar mais um membro. Enquanto aguardam as novas etapas da reforma, que vai deixar o caminhão branco com o motor rosa, Anailê descobriu que está grávida. “Mais um pra família Jacaré”, comemora.

1969

A primeira exportação de peças de caminhão para a Suécia

1970

Nasce o Scania Super, com 42% mais torque e 41% mais potência

1971

Lançamento do caminhão L 110 e ônibus B 110

1974

O LK 140 inaugura o conceito de cabine avançada no Brasil



# POTÊNCIA SUECA COM TOQUE ITALIANO

Os modelos T e R da segunda geração Scania transformaram a empresa por fora, tomando o mercado, e por dentro, mudando a forma de produção



Foto: Agostini/Elum

1975 Começa a ampliação da fábrica em São Bernardo do Campo

1879 Chegam os caminhões L, LS e LT 111, da Série 1



“Pela primeira vez pensou-se no motorista antes. Os caminhões foram praticamente projetados de dentro para fora. E o que foi feito em termos de ergonomia, acessibilidade, eram conceitos muito avançados até para os padrões atuais”

Silvio Sant'Anna, gerente de Vendas da Scania no Brasil

O início da década de 1980 corria generoso para a Scania no Brasil: exportando 44% de sua produção e dona de 40% de mercado interno, na liderança do segmento de caminhões pesados. O motivo de tanta prosperidade vinha da família de caminhões T e R, da Série 2.

Lançada em 1981, a nova linha, antes mesmo de rodar seus primeiros quilômetros, já carregava o grande desafio de substituir uma era bem sucedida e que durou mais de 20 anos, a dos Jacarés. “O que essa série trouxe revolucionou a indústria brasileira de caminhões”, lembra o gerente de vendas da Scania no Brasil, Silvio Sant'Anna. “Pela primeira vez, pensou-se no motorista antes. Os caminhões foram praticamente projetados de dentro para fora. E o

que foi feito em termos de ergonomia, acessibilidade, eram conceitos muito avançados até para os padrões atuais”, explica.

O modelo T, em especial, trazia uma cabine semiavancada desenhada pelo renomado estilista italiano Giugiaro, que teve como foco a praticidade, vida útil ampliada, aerodinâmica e, claro, beleza. Meses depois, os modelos R fizeram o inesperado e trouxeram ainda mais novidades. Uma cabine basculante mais leve, que oferecia 15% menos resistência de ar e, inédito ar condicionado de série, volante ajustável em ângulo e altura, vários porta-objetos e bancos com apoio para a cabeça, tornando o modelo irresistível.

A revolução trazida pela nova linha foi sentida também dentro da Scania. A Série 2 apresentou o sistema

modular, conceito que transformou o processo de montagem numa espécie de lego, com a padronização de peças base que poderiam ser intercambiáveis entre outros modelos, permitindo não só atender de forma mais específica às demandas dos clientes, como promovia uma economia fora do comum na linha de produção e na manutenção. “Aquilo mudou totalmente a forma de produzir veículos de carga pesada”, conta Íris Aires, da Engenharia de Processos da Scania no Brasil. “A padronização das peças base foi uma sacada genial. Enquanto todo mundo ainda estava desperdiçando material, a Scania facilitou sua montagem, economizou e, ao mesmo tempo, apresentou diversidade”, finaliza.



1979 A Globo leva ao ar o seriado “Carga Pesada”, estrelado o LK 141

1987 Lançamento do T e R 112 e 142 e da produção “sob encomenda”

# LÍDERES DE ONTEM E HOJE



O lendário T 113 Topline foi a escolha unânime no transporte rodoviário na década de 1990, quando liderou as vendas na sua categoria por 7 anos seguidos. Em 2017, para celebrar os 60 anos da Scania no Brasil, o azul celeste e as faixas laterais nas cores rosa, lilás e roxa, que marcaram esse rei da estrada seguiram a hierarquia e agora vestem a edição comemorativa de outro líder de mercado: o R 440. Nos dois casos, quando essas feras pegam a estrada, a concorrência só aparece no retrovisor. Mas entre os dois líderes, quem leva a melhor? Você decide!

## T 113

### Por que chegou à liderança?

Com 26.398 unidades vendidas entre 1991 e 1998, o 113 impressionou o mercado pela robustez, economia e capacidade de carga, levado por um inédito motor de 360 cv de 11 litros, com um custo de manutenção e troca de peças abaixo dos concorrentes. As primeiras rodas a disco montados em caminhões, pneus sem câmara, câmbio especial com engate pneumático, suspensão a ar nos bancos e tecnologia de redução de consumo sem paralelo surpreenderam o mercado. Em 1994, a introdução do modelo Topline, que trazia painel envolvente com instrumentos melhor dispostos e maior facilidade de navegação, colocou a cereja nesse bolo.

## R 440

### Por que chegou à liderança?

Líder da categoria no primeiro semestre de 2017, o R 440 defende o posto mais alto do segmento com folga, principalmente por causa da melhor relação peso-potência do mercado. Lançado em 2012, o caminhão possui a maior capacidade de arraste do segmento, 4% a mais de economia com relação aos concorrentes, freios ABS com sistema EBS (Eletronic Break System), que dão maior resposta na frenagem em situações adversas (como curvas ou desníveis), e Driver Support, que passa ao condutor instruções de melhor dirigibilidade por sensores implantados em todo o veículo.



Assista ao vídeo comparativo entre o T 113 e o R 440 pelo QR CODE

Foto: Anderson Suriani

1982 Nasce o Consórcio Nacional Scania

1983 Série 2 chega aos ônibus Scania, com os modelos: K 112 e S 112

1983 Lançamento do primeiro caminhão com motor Intercooler

1986 Chega o ônibus F 112 HL, apelidado de "Jungle Bus"



# RUMO AO NOVO MILÊNIO

Carregados de tecnologia, os modelos da Série 4 inauguraram um novo conceito de veículo e de produção sob encomenda

“ A Série 4 uniu várias iniciativas de inovação, como aposta para entrar no novo milênio na liderança do mercado e nos níveis de qualidade ”

Celso Mendonça,  
gerente de Desenvolvimento  
de Negócios da Scania no Brasil



Assista ao vídeo  
com modelos de  
veículos da Série 4  
pelo QR CODE

1988 Scania lança os ônibus urbanos de dois andares, montados no chassi K 112 CI

1990 É lançada a Série 3 para os ônibus, com os modelos K 113 e S 113



L 94: ônibus urbano de motor traseiro e piso baixo



Edição limitada Millennium: fabricação de 1.000 unidades

Em 1998, enquanto a primeira eleição com urna eletrônica acontecia no Brasil, a internet alcançava o primeiro milhão de usuários e as empresas de tecnologia se preparavam para o temido "Bug do Milênio", a Scania não ficou pra trás e entrou na nova era com uma linha que trouxe carga máxima de inovação: a Série 4.

A ruptura, com a chegada dos modelos 94, 114, 124 e 164, foi enorme. Quase tudo mudou. Por fora, as cabines ganharam um novo design, mais arredondado e com forte apelo aerodinâmico. Internamente, os painéis vinham com linhas mais leves e modernas.

Por dentro, as cabines P, R e T esbanjavam requinte e conforto, com utilização de materiais de alta qualidade e uma grande preocupação com o bem estar do motorista – o reconhecimento de espaço interno mais ergonômico do mercado foi consolidado com a chegada dos modelos Série 4.

Também foi implantado o inédito Retarder, um sistema auxiliar que prolongava em até quatro vezes a vida útil dos freios convencionais. Outra revolução no mercado, que surgiu em conjunto com estes lançamentos, foi o aparecimento do motor eletrônico de 420 cv, eliminando com isso a bomba injetora e estabelecendo um novo patamar de consumo de combustível, bem como a tração 6x4 com perfil rodoviário (chamada por alguns de modelo Americano), que até então era exclusiva para operação fora de estrada. Tudo isso, unido a uma nova suspensão a ar, mudou o mercado.



NOVIDADES DA SCANIA  
PARA O NOVO MILÊNIO:

**DESIGN**  
NOVAS CABINES

**V8 480**  
O MOTOR MAIS POTENTE  
DA ÉPOCA

**OPTICRUISE**  
CAIXA DE CÂMBIO COM TROCA  
DE MARCHAS AUTOMATIZADA

**SUSPENSÃO A AR**

**ÔNIBUS L 94**  
MOTOR TRASEIRO E PISO BAIXO

**MILLENIUM**  
EDIÇÃO LIMITADA  
DE 1.000 UNIDADES

Não bastasse o comboio de novidades, o V8 R164 480 6x4, a versão top de linha, ainda ficou conhecida como "Rei da Estrada", por ser o caminhão mais potente do Brasil na época, posto que manteve até

2006. "A Série 4 uniu várias iniciativas de inovação, como aposta para entrar no novo milênio na liderança do mercado e nos níveis de qualidade", conta Celso Mendonça, gerente de desenvolvimento de negócios da Scania no Brasil.

Os ônibus também não ficaram para trás. O L 94, primeiro chassi com motor traseiro inclinado e piso baixo, possibilitava o abaixamento da suspensão ao nível da calçada. Os rodoviários 8x2 ganharam uma versão de dois andares.

A principal transformação trazida pela nova família de produtos, no entanto, aconteceu dentro da própria fábrica. As tecnologias e processos automáticos utilizados na Matriz, na Suécia, foram trazidos para o Brasil, permitindo a exportação dos produtos fabricados por aqui para todo o mundo. Os galpões ficaram mais claros, arejados e foram reorganizados para trabalhar no conceito sob encomenda, onde o veículo só era produzido após a compra, evitando excesso de estoques e possibilitando a produção de unidades personalizadas de acordo com a necessidade dos clientes.

"Antes da reestruturação, eram gastos 27 minutos para produzir cada caminhão. Já com a readequação da Série 4, o tempo caiu para 8 minutos. Houve um aumento substancial na agilidade do processo de montagem", lembra Albano Figueiredo, gerente de produção de caminhões da Scania do Brasil. Assim, não foi preciso esperar a virada do milênio. A Scania saiu na frente mais uma vez".

1991 A série especial "Jubileum" comemora o centenário mundial da marca

1991 É lançada a Série 3. São os caminhões T e R 113 e 143 H e E



# PARCERIA DA BOLEIA À GESTÃO

Scania tomou a iniciativa de ouvir transportadores para formar uma dupla de sucesso, fazendo com que a empresa ultrapassasse o patamar de montadora, se transformando na principal aliada de frotistas que buscam uma gestão mais inteligente e rentável dos seus veículos

1993 É lançada a cabine Topline

1993 Em 26 de março, sai da linha de montagem o 100 000º Scania brasileiro



Pilotar um caminhão Brasil a fora é, sem sombra de dúvidas, uma tarefa solitária. Essa peculiaridade da profissão até hoje inspira canções que preenchem o vazio das boleias. Mas um sentimento importante no dia a dia do transporte de carga nunca foi tema de nenhuma música: a preocupação constante dos transportadores em manter os veículos rodando e com a manutenção em dia, independentemente da região do país em que estejam e quais as condições que precisam enfrentar.

Mas eles também não estão mais sozinhos. Antes mesmo desse problema entrar nas trilhas sonoras do setor, a Scania tomou a iniciativa de ouvir esses profissionais para formar uma dupla de sucesso, que fez com que a empresa ultrapassasse o patamar de montadora, se transformando na principal parceira dos transportadores que buscam uma gestão mais inteligente e rentável das suas frotas. "Nossos clientes

precisam se preocupar apenas com seus negócios, pois sabem com quem contar para resolver problemas de manutenção", afirma João Luis Buzzi, gerente de Assistência Técnica da Scania Brasil.

A preocupação em dar apoio ao frotista é tão antiga quanto os primeiros parafusos apertados no país, mas ganharam robustez com a consolidação dos programas de manutenção, oferecidos desde 1996 e aprimorados incansavelmente desde então. "Ao comprar um caminhão, o consumidor soma os gastos com manutenção ao preço final do produto, pois eles representam um dos maiores custos para a operação", explica Buzzi.

Atualmente, o cliente conta com diferentes opções para manter a frota sempre rodando e com previsibilidade de gastos. Esse fator, por exemplo, é determinante para a parceria com a Prodelog, transportadora de produtos alimentícios. "Além do fator custo fixo, o acesso ao histórico de manutenções

do veículo diminui muito o tempo que ele fica parado na oficina", analisa o diretor-geral, Rone Frasson.

“Nossos clientes precisam se preocupar apenas com seus negócios, pois sabem com quem contar para resolver problemas de manutenção”



João Luis Buzzi, gerente de Assistência Técnica da Scania Brasil.

1994 Lançamento do "Acordo de Manutenção"

1995 Nasce o "Scania Plus 24", serviço de emergência 24 horas





## A VIRADA DOS SERVIÇOS

A atenção especial com os serviços tomou uma nova dimensão a partir dos anos 2000, com a disseminação do uso da eletrônica embarcada. A partir daí, as equipes técnicas começaram a construir análises remotas dos veículos, entendendo como e quando planejar a próxima parada. Isso revolucionou o modo de se realizar a manutenção e fez com que os serviços assumissem um peso tão representativo quanto a venda de veículos e motores nos negócios da Scania.

Essa combinação de tecnologia e visão de negócios possibilitou o lançamento de um conceito inédito para o mercado em 2013, o Streamline, em que produtos e serviços foram oferecidos juntos, como um só pacote ao cliente. Unindo design aerodinâmico, treinamento para os motoristas e planos de manutenção programada, os consumidores recebiam os veículos com a garantia de uma economia de até 15% na operação e um plano de manutenção sólido e sem surpresas no orçamento.

Com a rapidez no avanço da tecnologia e o know-how neste novo modelo de negócios, apenas três anos depois a empresa inaugurou uma nova era na gestão de frotas, os Serviços Conectados. A solução permite que o transportador e a Scania tenham acesso a muito mais dados do veículo, como estilo de condução do motorista, consumo de combustível e intervalo de manutenção, permitindo a implementação de melhorias que reduzam o custo por quilômetro. Os dados gerados são enviados por um módulo, chamado Scania Communicator, instalado em todos os veículos produzidos desde maio de 2016.

A solução já conecta cerca de 3 mil veículos em todo Brasil, 30 deles da frota da Multilixo, uma das maiores empresas do segmento de coleta de lixo do estado de São Paulo. "Reduzimos em 15% os custos de manutenção, pois detectamos os problemas antes que eles aconteçam", conta Danilo Urias, diretor operacional. A novidade foi decisiva para o investimento nos novos caminhões Scania para a frota. "Queríamos trazer mais tecnologia



aos nossos processos e a Scania nos ofereceu uma solução que nenhuma outra montadora nos deu", relata.

Num cenário ideal, o cliente Scania poderá antever quaisquer falhas, com o próprio caminhão acusando o diagnóstico. A informação será enviada para a concessionária mais próxima, que receberá o motorista com um box já preparado para aquele reparo, quase como um pit stop de Fórmula 1, já que o cliente sairá sempre à frente da concorrência. Esse conceito,

que sugere algo que só seria viável num futuro distante, certo? Mas é a descrição de um programa que logo será apresentado ao mercado. Na Scania, o futuro é agora.



Assista ao vídeo dos serviços conectados pelo QR CODE

## Onde tem Brasil, tem Scania

A rede de concessionárias Scania deu saltos significativos de crescimento a cada nova década e hoje atende o transportador em todo o território nacional, levando os valores e qualidades da marca para os quatro cantos do Brasil. São nas casas Scania que o cliente tem a prova concreta da confiança que pode depositar na marca e a certeza de que pode rodar tranquilo que tem um parceiro sempre por perto.

### TUDO COMEÇOU COM A...

Concessionária Brasdiesel, em Caxias do Sul (RS). Parte da rede desde 1957, o grupo já importava caminhões Scania antes mesmo da empresa chegar ao país. Continua em atividade até os dias de hoje, com unidades em todo o estado do Rio Grande do Sul.

### E O MAIS NOVO MEMBRO É...

A CAVESE. Começou suas operações em 2015, depois de adquirir parte do território/negócio da antiga concessão Battistella, em Santa Catarina. Atualmente, possui sete casas no estado catarinense, nas cidades de Biguaçu (matriz), Tubarão, Lages, Videira, Concórdia, Cordilheira Alta e Palmitos.



1997 A Scania é a primeira montadora a receber o ISO 14001 na América Latina

1998 É iniciada a produção de caminhões da Série 4, que traz o Scania Retarder

1998 É implantado o Sistema de Produção Modular Scania

1998 São lançados os ônibus Série 4



# A RODOVIA ACABA MAS A CONFIANÇA CONTINUA

Linha off road da Scania leva a força e qualidade da marca para terrenos que nenhuma outra consegue chegar

Robustez é a palavra-chave quando o assunto é transporte de minérios. Neste setor, um caminhão parado é sinônimo de sérios atrasos na operação, comprometendo prazos e gerando grandes prejuízos. Ele não pode ser fraco em nenhum sentido. Além da durabilidade, ter um serviço de manutenção ágil e eficiente é um diferencial, já que geralmente a oficina mais próxima está a muitos quilômetros de distância. Sorte de quem aposta na Scania para desbravar lugares além das rodovias.

"A vantagem da Scania é sua alta disponibilidade de peças e de soluções rápidas. Há uma vontade imediata de resolver as intercorrências", comenta José Maria Donizete Maia, mais conhecido como Zé Tita, sócio-proprietário dos Transportes Sarzedo.

A frota fora de estrada de Zé Tita conta com 185 caminhões, todos estampados com o grifo. Sua transportadora é especializada em carregar minério bruto em rotas curtas em terrenos nada favoráveis. A predileção do empresário pelos caminhões da marca está na sua adequação ao tipo de operação que ele realiza, além da segurança e do conforto para o motorista. "Aqui em Minas Gerais, encontro tudo

o que preciso com a equipe da concessionária Itaipu. Desenvolvemos mais do que um relacionamento comercial, mas um valor humano", conta.

A Scania trabalha com veículos pesados fora de estrada desde o final da década de 1980, com portfólio para atender os setores de construção, canavial, florestal e de mineração. "Hoje temos uma linha de veículos robustos com alta disponibilidade e baixo custo operacional, fatores muito apreciados pelos clientes", comenta o engenheiro Fabrício Vieira, Chefe de Soluções para Mineração da Scania no Brasil.

Todos os caminhões e serviços da linha off road são especificados de acordo com a necessidade do cliente. "Vendemos uma solução, procuramos customizar a entrega de acordo com a necessidade daquela operação", comenta Fabrício. Esse preparo inicial é fundamental, uma vez que as características das operações fora de estrada variam muito e trazem necessidades específicas. Por isso, antes de fechar qualquer venda, as operações são visitadas por equipes que vão até o local com um único objetivo: entender as necessidades do cliente e desenvolver meios para oferecer a melhor solução.

2000 Scania lança a série especial "Millenium", com mil unidades

2000 Scania produz seu caminhão número 1.000.000



## O FUTURO É AUTÔNOMO E SEGURO

“A vantagem da Scania é sua alta disponibilidade de peças e de soluções rápidas. Há uma vontade imediata de resolver as intercorrências”

José Maria Donizete Maia, mais conhecido como Zé Tita, sócio-proprietário da Transportes Sarzedo.



Os caminhões autônomos da Scania para o setor de mineração são desenvolvidos para operações em locais de difícil acesso, como minas subterrâneas, onde os riscos para o ser humano são elevados. Esses veículos são comandados remotamente ou programados para cumprir rotas pré-determinadas. Além de resguardar o motorista em situações de risco, as máquinas inteligentes operam em condições pré-determinadas, garantindo consumo e condições de direção que promovem mais rentabilidade.

2001 É lançado o ônibus de 15 metros com capacidade para 100 passageiros

2001 Marca lança o Opticruise, primeira caixa de câmbio automatizada para caminhões



# A NOVA MISSÃO DO V8

O motor que carrega uma legião de fãs agora é a estrela do novo Super Rodotrem, de 11 eixos, desenvolvido para o transporte de cana-de-açúcar

Uma lenda nascia no mercado de transportes rodoviários há quase cinco décadas: o motor V8 Scania. Com 350 cavalos de potência, 14 litros e projetado com oito cilindros em V, a máquina era uma verdadeira inovação. A composição perfeita, que unia baixa rotação e alto torque em baixas velocidades, surpreendeu especialistas que o elegeram o motor a diesel mais potente da Europa, angariando uma legião de eternos amantes de caminhões pelo Brasil (e mundo) afora.

Chamado de "Rei da Estrada" pelos fãs, o oito cilindros da Scania era mais compacto, tornando possível a instalação em cabines avançadas. De quebra, trazia ainda 100 cavalos a mais de potência que as opções comuns. Sua triade de sucesso – vida útil longa, mais economia e desempenho incomparável – fez dele um sonho de consumo e símbolo de sucesso de todo caminhoneiro. "É o melhor caminhão que temos hoje na frota, sua performance é incomparável", comenta o empresário José Valdir sobre o seu R 620, Cliente Scania desde 1998, Valdir chega a transportar cerca de 50 toneladas de carga líquida por viagem em sua transportadora, a Transportes WN. "O V8 trabalha com sobra de motor, se tornando a opção perfeita para a minha transportadora. Em menos de dois meses, comprei mais duas unidades", conta o empresário.



**“ O V8 trabalha com sobra de motor e foi o caminhão perfeito para a minha transportadora. Em menos de dois meses, comprei duas unidades ”**

José Valdir, diretor-geral da Transportes WN, cliente Scania desde 1998

Apesar da proposta inovadora, a Scania fez uma pausa na fabricação dessa motorização no Brasil em 1994. Isso aconteceu porque os cilindros em linha estavam em um estágio de evolução de potência além da demanda da época, já que as composições bitrem e rodotrem – as grandes usuárias dessa maquinaria – eram pouco utilizadas, pois as normas vigentes no período não permitiam cargas acima de 45 toneladas. Mas o cenário voltou a mudar em 2001, com o retorno do V8 na série especial batizada de "Rei da Estrada". Modernizado, ele voltou ao mercado com 480 cavalos, injeção eletrônica,

16 litros e uma série de itens exclusivos. Menos de uma década depois, em 2010, o oito cilindros da Scania foi considerado o motor de caminhão mais potente do mundo: eram 3500 Nm de torque e 730 cavalos. "Tudo isso sem perder uma de suas características mais marcantes: a economia de combustível", explica Alexandre Carvalho, Engenheiro de Aplicação de Pré-Vendas da Scania no Brasil.

A nova fase do V8 é tão inovadora quanto sua história. Em parceria com clientes, foi desenvolvido o Super Rodotrem de 11 eixos e capacidade de carga de até 91 toneladas para o transporte de cana-de-açúcar. Além das mudanças mecânicas, com torque e potência adequados, o caminhão

também passou por uma reconfiguração externa e traz mudanças como suspensão metálica e para-choque em aço. Ele tem seu melhor desempenho em regiões com topografia irregular, com aclives e declives constantes, carregado total ou parcialmente.

"O Super Rodotrem é ainda 11% mais rápido durante a viagem e mais econômico no consumo de combustível em relação aos seus concorrentes diretos", comenta Carvalho. O caminhão consegue, nessas condições, reduzir em mais de 30% o número de viagens, o que garante mais lucratividade para o transportador. "O V8 é a grande estrela dessa aplicação dentro do setor de transporte pesado. E se a tarefa é difícil, já sabemos quem tem que estar no comando", finaliza Carvalho.

## A SUPERIORIDADE DO SUPER RODOTREM



- 11** eixos
- 620** cavalos
- 11%** mais rápido
- 3% menor** Custo operacional
- 7%** a mais de carga transportada

## Opticruise

Caixa de câmbio, com menor desgaste mecânico

2001 A série especial "Horizontes" traz de volta a típica cor laranja

2001 Série especial "Rei da Estrada" traz de volta o motor V8

2002 Scania cria o programa "SuperZerado"

2003 Binotto recebe o maior volume vendido de uma única vez no Brasil: 200 unidades



# A GENTE ENTENDE DE ÔNIBUS

A bordo dos ônibus Scania, cidades redesenham seus sistemas de transporte urbano e centenas de viagens rompem fronteiras com segurança e rentabilidade

Toda vez que um ônibus cruza a rua de nossas casas, não devemos vê-lo apenas como um meio de transporte, mas sim como um agente de qualidade de vida. Parece papo furado, mas pense por esse lado: se a montadora não se preocupar em projetar um motor silencioso e com baixa emissão de poluentes, seu sono e sua saúde serão prejudicados. Se não desenvolver uma plataforma acessível, pessoas com dificuldade de locomoção não conseguirão ter uma vida plena. Imagine então se os modelos não forem amplos e seguros? Podem fazer com que as pessoas prefiram usar dezenas de carros no lugar desse transporte coletivo, multiplicando os problemas

citados acima e criando outros, como o congestionamento.

Hoje, a questão não é simplesmente desenvolver um novo modelo, mas entender como ele pode contribuir para tornar as cidades mais humanas. Esse é o jeito Scania de pensar os ônibus. Essa mentalidade é a forma da empresa contribuir com o debate latente sobre mobilidade urbana, que é pauta em praticamente todas as cidades em crescimento. Por exemplo, um ônibus urbano comum é capaz de transportar, em média, a mesma quantidade de pessoas que cerca de 20 carros juntos (considerando 4 passageiros por carro), emitindo assim, menos gases tóxicos e

contribuindo para um trânsito mais fluido e para a mobilidade na cidade.

É nesse processo de ajudar a combater a poluição, tanto do ar quanto sonora, que a Scania chega para inovar. Em 2015, por exemplo, foi lançado o F360, um modelo biarticulado com 28 metros de comprimento e capacidade para até 270 pessoas – que tira das ruas cerca de 140 carros e hoje roda nas principais capitais do país. E logo na sequência, em 2016, a marca apresentou o seu primeiro ônibus nacional movido a biometano/GNV, que revolucionou ao entregar baixo nível de ruídos, além de emissões de gases conforme o padrão Euro 6.

2004 O 150.000º caminhão é montado em São Bernardo do Campo

2005 É apresentada a série completa da linha Evolução

2007 As Séries P, G e R chegam ao Brasil

2008 Chegam os chassis de ônibus da Série K



**PIONEIRISMO SEM FRONTEIRAS**

Mas mesmo antes de entrar nas cidades e rotinas de milhões de brasileiros, os ônibus Scania desbravaram o país e encurtaram as distâncias dominando o segmento rodoviário. O presidente da Viação Progresso, Francisco Tude, lembra bem dessa época. Cliente desde 1966, ele recorda que para fazer a rota Recife-São Paulo carros com suspensão à mola e com grande consumo de combustível eram usados – o trajeto demorava 50 horas. “Era o que tinha de mais moderno”, recorda-se. Com uma



Um dos primeiros veículos importado da Suécia em 1948 (foto ilustrativa da época).



B 76 motor de 195 hp e direção hidráulica.

frota de 200 veículos 100% Scania, hoje a realidade é outra. “Quando comparo com meus concorrentes, que compram de outras montadoras, vejo que temos a melhor relação de consumo de combustível”, relata.

O pioneirismo, no entanto, não é um fato recente nesse segmento. E hoje, se grande parte da fama da empresa no país recai sobre a linha de caminhões, os primeiros quilômetros rodados pela marca no Brasil foram percorridos a bordo de um ônibus. Em 1948, a viação carioca Siemol importou a primeira unidade - o caminhão número 1 só chegou no ano seguinte. A primeira linha de produção de chassis ficava no Ipiranga, bairro da Zona Sul da cidade de São Paulo. De lá, o pioneiro B75 ganhou as ruas e estradas a partir de 1959. Além do Brasil, a Scania também iniciou a fabricação do modelo na Suécia nesse mesmo período. O chassi ficou conhecido pela robustez e potência, ideais para equipar carrocerias urbanas e rodoviárias. Ele possuía o motor D10, de 10 litros, localizado na dianteira do quadro, injeção direta, 165 CV e entre eixos de 5.750 mm. Com PBT de 14.500 kg, logo o sinônimo “veículo pesado” foi incorporado também aos ônibus Scania.

Após o sucesso inicial do B75, a Scania inaugura em 1962 a sua primeira fábrica fora da Suécia, em São Bernardo do Campo (SP), constituindo-se como Scania Vabis do Brasil – Veículos e Motores. Junto a isso, ela apresenta o B76, carro com capacidade para cerca de 40 passageiros, motor de 195 cavalos de potência e direção hidráulica (grande novidade da época).

**PRÓXIMA PARADA:  
FUTURO**

Como um ônibus pode mudar o panorama das cidades que querem crescer de forma sustentável



1 Ônibus Biarticulado



= 270 passageiros



= 68 carros com 4 pessoas



**101 dB**

é o nível de ruído máximo de um ônibus biarticulado. Pouco maior que o permitido para um único carro, que é de 93 dB

**CO<sub>2</sub>**

Carros liberam 12 gramas de CO<sub>2</sub> a cada quilômetro rodado

“ Quando comparo com meus concorrentes, que compram de outras montadoras, vejo que temos a melhor relação de consumo de combustível ”

Francisco Tude, presidente da Viação Progresso

Para Eduardo Monteiro, responsável pelo desenvolvimento de mercado de chassis urbanos da Scania do Brasil, é fundamental criar modelos com baixo consumo de combustível, mas que visem principalmente à sustentabilidade, tanto em relação ao meio ambiente, quanto na interação com outros agentes envolvidos no trânsito e no transporte. Nessa equação, a segurança desempenha um papel-chave. “Saímos na frente com o ônibus etanol, o GNV/Biometano e com inovações tecnológicas, como o sistema que faz soar um alarme no painel e vibra a poltrona do motorista, caso ele mude de faixa sem dar seta”, explica Monteiro. Se isso acontece por alguma distração ou até mesmo um cochilo, o motorista será alertado, o permitindo retomar o controle do veículo. O dispositivo antitombamento é outra possibilidade. “Há sensores que detectam se, ao fazer uma curva, o carro inclinou-se além do considerado seguro, esvaziando os bolsões de ar do lado oposto e baixando o centro da gravidade do ônibus”. E ele finaliza: “Não se trata de ‘também’, mas sim ‘Scania e Ônibus’, e ponto final.”



Assista ao vídeo sobre mobilidade urbana pelo QR CODE

2009 Retomada da produção de chassis para ônibus com motor dianteiro

2010 A marca lança o Scania Driver Support

2011 Entrega de 50 ônibus movidos a etanol para a cidade de São Paulo

2011 Marca lança modelo P 270, único caminhão movido 100% a etanol do Brasil



# POTÊNCIA ALÉM DAS ESTRADAS

Linhas navais e de geração de energia carregam o DNA de inovação da Scania para novos terrenos e funções

Corria o ano de 1960 no litoral de São Paulo. Dentro do barco de pesca de camarões batizado de "Ponta da Praia" rugia um conjunto de seis cilindros e potência de 270 cavalos. Ao seguir rota, o pescador de 54 pés fazia história: em sua casa de máquinas operava o primeiro motor marítimo comercializado pela Scania no Brasil.

Começava ali uma história paralela da marca que, mesmo com menos badalação, alcançou um sucesso estrondoso e carregou os valores da empresa para novas fronteiras e missões. Pouco mais de duas décadas depois de ganhar os mares e rios do país, a Scania passava a imprimir

sua marca também em motores para geração de energia. No final da década de 1980, foi lançado o "Power Pack" (Pacote de Força), um conjunto de motores para aplicação industrial, montado sobre chassi especial. O objetivo era atender às necessidades urgentes de diversos setores, como o agropecuário e de mineração, que sofriam com a falta de infraestrutura, por operarem em lugares de difícil acesso, mas decisivos a expansão econômica do Brasil. "Todos esses produtos traziam o DNA da Scania enraizado. Motores mais limpos, duráveis e com maior eficiência

no consumo de combustível, sem comprometer torque e potência", comenta Fábio D'Angelo, gerente de Motores da Scania Brasil.

Emprestando a credibilidade e a popularidade das linhas de caminhões, em 1990 a Scania fez uma aposta certa que marcou o mercado:



Foto: Apogeu Scania

nascia a Linha HT (High Technology), com maior potência (até 571 hp) e economia, tornando-se a quarta geração de motores diesel para aplicações industriais e marítimas. "Na época, nossos motores industriais e marítimos possuíam uma inigualável relação peso-potência, além de dimensões compactas, um ganho importantíssimo em rentabilidade, eficiência operacional e benefícios para instalação, características replicadas verificadas até hoje", comenta D'Angelo.

Mesmo sem estar sobre rodas, a linha de motores inovou com agilidade. Na primeira década dos anos 2000, a Scania saiu na frente ao trabalhar com

motores eletrônicos em todas as suas linhas: 9, 13 e 16 litros. Hoje, a potência dessa linha alcança 1150 HP, para aplicações marítimas, a dos industriais, 770 HP, e os de geração de energia, a 800 KVA. A alta tecnologia, aliada aos sistemas PDE e XPI, permite combinar motorização e sistemas de injeção para satisfazer as necessidades de diversos mercados.

A flexibilidade e dinamismo dos produtos fez com que a Scania desempenhasse um papel crucial durante o chamado "apagão" de 2001. Para contornar o problema, que forçou empresas brasileiras a racionar o uso da energia elétrica, foi desenvolvida uma nova família de motores para grupos geradores que incorporou uma característica específica para situações de racionamento: a curva de potência LTP, para trabalho contínuo por tempo limitado. Atualmente temos vários exemplos de geração de energia contínua espalhadas pelo Brasil. "Mostramos que não era preciso dominar as estradas para conquistar o mercado. Mesmo parados ou no mar, nossos motores fazem história", finaliza D'Angelo.

## Trajetória pioneira

Momentos que determinaram o sucesso da Scania no mercado marítimo e de produção de energia

1960

A Scania opera seu primeiro motor marítimo no Brasil

1962

Criado o Departamento de Vendas de Motores Industriais e Marítimos

1968

Lançado o motor marítimo nacional DSI 11 R81 Industriais e Marítimos

1989

"POWER PACK": Conjunto para aplicação industrial, montado sobre chassi especial

1990

Quarta geração de motores diesel para aplicações industriais e marítimas: Linha HT (High Technology)

1993

Scania VIP – "Very Intelligent Power" DSI 14 de 8 cilindros em V e 14 litros de cilindradas. Motor marítimo especialmente dimensionado para lanchas de alto desempenho

1997

Família de motores com curva de potência LTP para geração de energia por tempo limitado

1998

O modelo DC12 41A, com potência de 450 KVA, marca o início da produção dos motores semieletrônicos para produção de energia

2000

Scania sai na frente e lança motores eletrônicos em todas as suas linhas: 9, 13 e 16 litros

2001

O Brasil ocupou o primeiro lugar entre todos os mercados de motores da Scania no mundo. Foram vendidos 2.042 motores industriais e marítimos no país

2008

Duzentos motores seguiram para a Usina de Xavantes (GO). A energia é gerada 24/7, com a disponibilidade de 100% sem queda

2014

As arenas da Copa do Mundo em Fortaleza, Natal, Salvador e São Paulo usaram geradores de energia com motores Scania

2011

É lançado o R 620 V8, o caminhão mais potente do mercado brasileiro

2012

A Scania completa 55 anos de Brasil e lança a série especial do R 440

2013

Scania apresenta o conceito Streamline

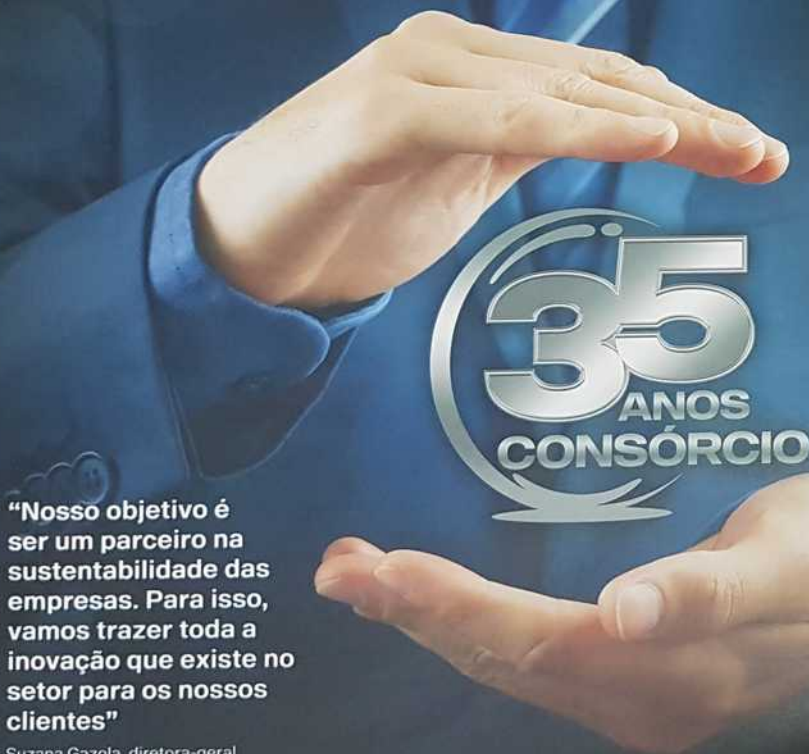
2013

A Scania inaugura laboratório de estudos de motores em parceria com a Poli-USP



# SINÔNIMO DE EXPERIÊNCIA E INOVAÇÃO

Consórcio Scania comemora 35 anos proporcionando aquisição de veículos e integração entre clientes e a marca



**“Nosso objetivo é ser um parceiro na sustentabilidade das empresas. Para isso, vamos trazer toda a inovação que existe no setor para os nossos clientes”**

Suzana Gazola, diretora-geral do Consórcio Scania no Brasil



Assista ao vídeo escaneando o QR CODE

Foto: Divulgação / Arquivo Scania

Criado no início dos anos 1980 para facilitar a aquisição de veículos pelos transportadores, o Consórcio Scania nasceu da parceria da montadora com a Associação Brasileira dos Concessionários Scania (Assobrasc). Naquela época de inflação alta, eram poucas as linhas de crédito disponíveis, o que dificultava o aumento ou renovação da frota, principalmente para os autônomos e pequenos transportadores. Dessa parceria surgiu o primeiro consórcio especializado em veículos pesados do país.

Em um cenário instável, o Consórcio se apresentou como uma forma de planejamento de longo prazo, onde o cliente poderia parcelar o pagamento e ter seu capital protegido das variações da economia. “Dessa forma, transportadores de todos os tamanhos encontraram um meio de se ‘auto financiar’ e continuar investindo em suas frotas”, afirma Suzana Soncin Gazola, diretora-geral do Consórcio Scania.

O negócio deu tão certo que em 35 anos de história nunca houve uma crise que a área não ajudou a superar. Em julho de 1985, o milésimo caminhão viabilizado pelo programa era entregue. Três anos mais tarde, outro recorde foi batido: em uma única reunião, foram realizadas 165 contemplações.

Em 2002, o Consórcio Scania deu início ao que hoje conhecemos como Família Scania. Ao comprar uma cota, o cliente era convidado para o grande show de comemoração do vigésimo aniversário do programa. A festa foi planejada para 800 convidados, mas o sucesso foi tamanho que o dobro de cotas foi vendido. A ideia, bem recebida pelos clientes, evoluiu para um programa de relacionamento que proporciona momentos de descontração em viagens que ficam marcadas para sempre na vida dos clientes. “Nessas viagens, fortalecemos nosso relacionamento com os clientes e entre eles. De lá, surgem negócios que a gente



2 de julho de 1982. Lances da primeira assembleia do Consórcio

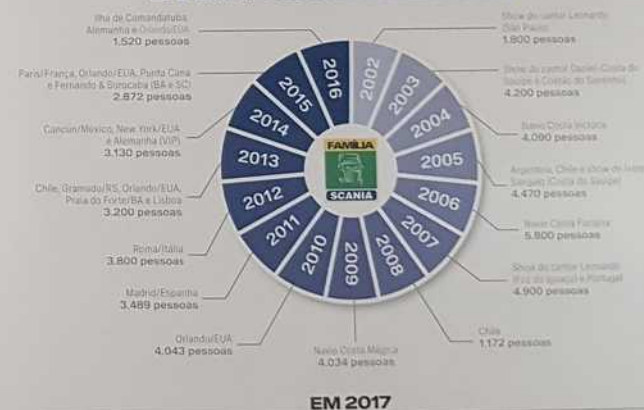
nem imaginava”, diz Gazola. No roteiro, já estiveram destinos nacionais e internacionais, além de cruzeiros marítimos pela costa brasileira.

“Ao comemorar 35 anos de atividades, o Consórcio Scania oferece a experiência e solidez de uma empresa líder em seu segmento, mas mantém o mesmo olhar inovador de

quando foi criada, buscando oferecer novas possibilidades para os clientes”, explica Suzana. Um exemplo disso é o Programa #Nxtgen, que proporciona viagens com foco em educação e desenvolvimento profissional para herdeiros de empresas familiares do transporte, visando a continuidade dos negócios no longo prazo. O programa é voltado apenas para os sucessores. A primeira turma já aconteceu no mês de junho, com uma programação que envolveu parceiros educacionais renomados e atividades em São Paulo, Suécia e Holanda.

Vamos trazer toda a inovação que existe no setor automotivo para os nossos clientes, apresentando as tendências da conectividade e das novas tecnologias, além de ferramentas de gestão para empresas familiares”, completa a diretora-geral do Consórcio.

## EVENTOS REALIZADOS



## EM 2017



Roma  
1.000 pessoas

## #NXTGEN

Suécia e Holanda  
50 pessoas



Rio de Janeiro  
230 pessoas



Califórnia  
950 pessoas

2014 O VB Scania R 620, começa a fazer parte do financiamento via Finame

2015 A Scania lança ônibus biarticulado, modelo F 360 HA

2015 Lançamento do cavalo mecânico com configuração 8x2 para o segmento rodoviário

2016 A BTEC, da Brasdiesel, é finalista mundial do Top Team – competição entre mecânicos da Scania



# OS REIS DA ESTRADA

Com veículos cada vez mais modernos, motoristas viram foco de reconhecimento e capacitação

O raciocínio é simples: quanto maior a evolução, mais tecnologia e complexidade uma operação exigir, maior deve ser o grau de profissionalização do operador. Por isso, com veículos cada vez mais modernos, como fica aquela peça localizada atrás do volante? No centro das atenções da Scania.

Para a empresa, o motorista tem um papel fundamental na transição para um transporte mais seguro, sustentável e rentável. Por isso, ao longo dos anos, a marca desenvolveu várias ferramentas de treinamento e valorização desse profissional. "Reconhecer a importância de caminhoneiros e condutores de ônibus para a operação logística como um todo é fundamental. Só assim construímos um futuro melhor para o transporte brasileiro", afirma Rodrigo Machado, chefe de promoção e coordenador do Scania Driver Competitor (SDC), competição que elege o melhor motorista de caminhão do Brasil. Em sua 7ª edição, realizada em 2016, o evento recebeu mais de 42 mil inscrições, a primeira vez em que todo o cadastro de participantes foi feito totalmente online, e levou o campeão para uma disputa continental.



Foto: Augusto Schara

"O perfil do motorista mudou", diz o coordenador do Centro de Treinamento de Motoristas da Região Nordeste do Rio Grande do Sul (Centronor), Afrânio Mendes. "Antigamente, essa profissão era algo que as pessoas herdavam do pai ou do avô. Hoje, elas chegam a uma certa idade e decidem ser motoristas e se profissionalizar", explica.

Por isso, há alguns anos, a profissionalização dos motoristas, principalmente de veículos pesados, vai muito além de só aprender a dirigir bem. Um motorista bem capacitado é capaz de reduzir em até 30% o consumo de combustível, 70% o número de troca de marchas e 75% a quantidade de frenagens - o que influencia em 25% de economia dos pneus e do tempo de viagens. Além disso, pode diminuir drasticamente o número de acidentes graves nas estradas.

Nos modelos cedidos pela Scania para o treinamento na Centronor, os motoristas aprendem a forma correta de utilizar a máquina de acordo com o fabricante, além de princípios de aerodinâmica, condução econômica e proativa, para identificar obstáculos de maneira prévia e evitar freadas bruscas, que terminam por desgastar o equipamento e gerar acidentes. "É importante que o profissional aprenda a tirar o máximo do equipamento", reforça Mendes.

## Conhecimento que muda vidas

Com iniciativas, como a Scania Driver Competitions, a Scania tem incentivado milhares de motoristas de todo o país a buscarem o seu melhor.



Aos 37 anos, **Emerson Miranda** é mineiro e trabalha como caminhoneiro profissional desde 2010. Destaca na empresa de logística em que trabalha, foi classificado para a final do SDC de 2014 e para a regional de 2016.



“ Cresci ao lado de uma rodovia em Minas Gerais e foi lá que me apaixonei pelos caminhões. Aprendi na raça a profissão, conheci tudo praticamente sozinho, e em uma das empresas que trabalhei ouvi pela primeira vez sobre a competição da Scania e me inscrevi. De lá para cá, já tenho mais de 100 horas de treinamento, virei destaque dentro da empresa que trabalho atualmente, voltei a estudar e hoje sou também tecnólogo logístico. A qualidade de vida é outra, fico mais perto da família, tenho melhores salários e propostas de trabalho no Brasil inteiro.”

**Luís Carlos dos Santos**, baiano, tem 31 anos e trabalha como caminhoneiro profissional desde 2010. Foi o melhor motorista de caminhão da América Latina SDC 2016 e também o primeiro a ganhar um caminhão Scania na competição.



“ Fiquei muito perto de desistir da profissão. Apesar de gostar muito do que eu faço, estava sem estímulo, não via formas de ser valorizado, sofria muita discriminação e passava muito tempo longe da família. Em uma das minhas viagens pela Bahia, conheci um outro motorista que participou da competição da Scania e, ao ver a mudança de vida que aquilo proporcionou para ele, resolvi tentar também. Particpei e venci a etapa da América Latina. Hoje, sou autônomo, tenho meu próprio caminhão e tenho outra visão da profissão. A qualificação mudou completamente minha vida.”



Assista ao vídeo e conheça o Scania Driver Competitions pelo QR CODE

2015 Inauguração da Top Coat, nova fábrica de pintura e montagem de cabines

2016 A Scania, em parceria com a Clariant, desenvolve projeto de sustentabilidade para caminhões a etanol.

2016 Inauguração do laboratório de testes de motores

2016 A marca lança o primeiro ônibus nacional abastecido a biometano e GNV no País



# DESAFIOS QUE NOS MOVEM

Novos tempos exigem novas posturas. A Scania tem se posicionado e agido em relação ao futuro – tanto da empresa, como do planeta, mantendo o foco na rentabilidade do cliente

Cidades tomadas por engarrafamentos. Crescimento populacional. Necessidade urgente por melhores práticas de mobilidade urbana. Poluição. Estresse urbano. Qualquer pessoa, mesmo sem ser especialista, sabe que os desafios com os quais a sociedade lida nos dias de hoje estão longe de serem resolvidos. Mas isso não significa que devemos ignorá-los. Foi pensando nisso que a Scania tomou uma importante decisão no ano passado: adotar a sustentabilidade como posicionamento estratégico.

“Não se trata só de pensar no meio ambiente, mas ter uma atitude multifacetada que garanta o futuro das próximas gerações”, analisa Renata Nascimento, responsável por Comunicação e Sustentabilidade na Scania Brasil. “A empresa chegou à conclusão óbvia; se não garantirmos condições econômicas e sociais para a população sobreviver, teremos um futuro sem boas perspectivas”, pondera.

Sempre sintonizada com os problemas atuais, a marca trabalha com a questão do meio ambiente desde os anos 1990. Na época, o foco foi a redução do consumo de

combustíveis. Ao levantar esta bandeira, como resultado, a montadora criou nas décadas seguintes uma extensa linha de produtos movidos a combustíveis alternativos, como biometano, gás natural, biodiesel e etanol, que ajuda a reduzir em até 90% a emissão de CO<sub>2</sub>.

Esse esforço foi suficiente por um tempo, mas o avanço do debate sobre a mobilidade urbana no centro da melhoria da qualidade de vida nos grandes centros estimulou a empresa como um todo a pensar além. “Entraram nesta equação, por exemplo, veículos maiores, que transportam mais passageiros em horários de pico. Assim temos mais espaço para áreas de convívio, ao

invés de construirmos novas ruas e pontes, ou até desenvolver um portfólio variado de carros para circular em determinadas áreas da cidade ou em horários de pico”, explica Renata.

A Scania desenvolve pesquisa em várias áreas para contribuir com o futuro mais sustentável e seguro, uma dessas iniciativas vem sendo aplicada na Suécia, onde estão em testes caminhões movidos à eletricidade, com um sistema parecido ao dos trólebus. “É um modelo que poderia ser usado para operações específicas, como em um trecho de serra, por exemplo, onde o consumo de combustível aumenta consideravelmente”, exemplifica. Caminhões

“O objetivo da Scania é ser a empresa líder e parceira do cliente na transição para um transporte mais sustentável.”

Renata Nascimento, responsável por Comunicação e Sustentabilidade na Scania Brasil



Assista ao vídeo sobre sustentabilidade e mobilidade pelo QR CODE

## EM BUSCA DO MELHOR CAMINHO

Não basta falar, tem de fazer. Veja algumas das iniciativas da Scania na busca por um transporte mais sustentável



### COMBUSTÍVEL VERDE

A Scania é a montadora que tem o maior portfólio de motores movidos a combustível alternativo do mercado, com redução de até 90% de CO<sub>2</sub>, no caso do etanol. Outras opções são biodiesel, biometano e gás natural.



### O FUTURO É AGORA

Na Suécia, já rodam os caminhões elétricos ligados a fios suspensos, parecidos com o sistema de trólebus de algumas capitais brasileiras. Também já foi apresentado o caminhão autônomo, que não necessita de um motorista no comando, e o ônibus abastecido por energia via wireless.



### TECNOLOGIA INTEGRADA

Com o gerenciamento de dados que os Serviços Conectados possibilitam, o frotista consegue antever manutenções, reduzir consumo de combustível e aperfeiçoar seu desempenho, tornando assim o seu negócio mais sustentável.



### FATOR HUMANO

Não adianta só a máquina estar recheada de tecnologia, o motorista é a alma de uma operação rentável e segura. Por isso, a Scania oferece uma ampla variedade de treinamentos de capacitação voltada para segurança, eficiência e profissionalização.

2016 Scania apresenta no Brasil os Serviços Conectados

2017 Lançamento do caminhão Série Especial 60 anos, em homenagem ao modelo histórico 113

2017 Dia 2 de julho a Scania comemora 60 anos de Brasil

2018

2019

2020

2021

2022



Nestes 60 anos de Brasil, a Scania é desenhada por seus fãs



Gabriel Fava - Edição 138 - 2009



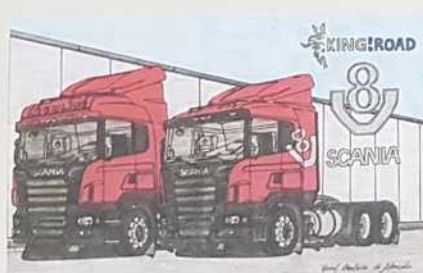
Henrique Ariel Cunico - Edição 139 - 2009



Flavio Dotta - Edição 143 - 2010



Rubenoel de Oliveira Neris - Edição 145 - 2010



Mariel Barbosa - Edição 151 - 2012



Yasmin Brandão da Silva - Edição 154 - 2013

Participe do Espaço do Leitor enviando seus comentários ou desenhos para:  
Scania Brasil - Scania Rei da Estrada - Avenida José Odorizzi, 151 - Vila Euro - 09810-902 - São Bernardo do Campo (SP).  
A cada semestre, o melhor desenho será premiado com uma miniatura Scania.



Rede Scania.  
Sempre uma Casa  
perto de você.



Encontre a  
Casa Scania  
mais próxima  
pelo QR Code

Scania Assistance 0800 019 4224  
O serviço que cuida do seu Scania  
24 horas, 365 dias por ano

O BANCO QUE É DE CASA  
SABE DAR O MELHOR SUPORTE  
PARA VOCÊ PEGAR ESTRADA  
COM MAIS SEGURANÇA.



Respeite os limites de velocidade



Quem vive na estrada sabe em quem pode confiar. O Banco Scania conta com uma equipe de profissionais que entende mais sobre financiamentos e seguros do setor de transportes do que qualquer outro banco. Esse conhecimento nos possibilita adaptar a solução perfeita para seu plano de negócios continuar no caminho do crescimento.

**BANCO SCANIA.** Soluções financeiras com a garantia de uma marca de confiança.



**SCANIA BANCO**