



SCANIA BRASIL

JORNADA

[SOLUÇÕES DE TRANSPORTE SUSTENTÁVEL]

[DESTAQUE]

Na medida da sua operação

Como o TMA (Tailor Made for Application) mudou o jeito Scania de atender e entender o cliente e transformou soluções de transporte em rentabilidade.



20



23



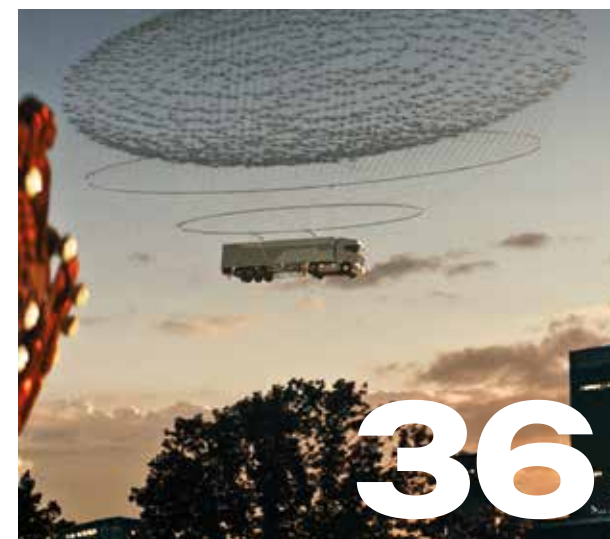
14



28



12



36

+ NOTÍCIAS

- Conheça o Logistics Lab **26**
- Os 10 anos do Scania Banco **30**
- Consórcio em forma de família **34**



Scania Brasil

Produção e Redação:
528 Comunicação Com Propósito
Coordenação Editorial:
Simone Leticia Vieira
Revisão de Projetos:
Mauro Bueno
Diagramação:
Comunicação Impressa

Jornalista responsável:
Renata Nascimento
Coordenação:
Hérica Arguello
Foto de Capa:
Arquivo Scania
Impressão:
Margraf

A jornada já começou

Até poucos anos atrás a sustentabilidade no transporte não passava de um discurso. Ser sustentável fazia parte do objetivo de muitas empresas, mas a prática era tão tímida que o mercado não sentia avanços significativos. A Scania, na contramão, veio trilhando esse caminho em outro ritmo, com mais impacto e ação, sem perder de vista dos seus principais valores: o cliente em primeiro lugar.



E foi pensando em nossos clientes que iniciamos a nossa jornada. Tudo começou com a chegada da nossa Nova Geração de Caminhões, como você bem sabe. Com ela, passamos a poluir menos porque estamos sendo mais econômicos e, por reduzirmos a quantidade de combustível utilizado, aumentamos a rentabilidade dos nossos clientes. Isso também é possível graças ao nosso conjunto de soluções, que permite que eles, junto conosco, se tornem sustentáveis. Assim, saímos do discurso e entramos na execução daquele que é o nosso maior propósito: ser a parceira líder do nosso cliente na transição para um sistema de transporte mais sustentável.

Os resultados vêm de toda parte. De norte a sul do Brasil, reunimos testemunhos de clientes que estão economizando de 12 a 15% de combustível com a Nova Geração, que não faz história sozinha. Ampliamos o nosso portfólio de Serviços, aperfeiçoamos o jeito Scania de atender, receber e entender o cliente, e passamos a entregar soluções de transporte cada vez mais customizadas de acordo com a realidade de cada operação. Tudo isso sem abrir mão dos três pilares que guiam nossos desenvolvimentos – eficiência energética, transporte inteligente e seguro e combustíveis alternativos.

Nesta edição, você vai conhecer esse trabalho mais de perto. Contamos o passo a passo do TMA (Tailor Made for Application) e apresentamos o Programa de Manutenção Premium Flexível, lançamento em Serviços que permite uma redução de até 25% no custo da manutenção total do veículo. Além disso, mostramos os primeiros resultados com o nosso novo caminhão a gás, uma das alternativas aos combustíveis fósseis que trouxemos para o mercado brasileiro.

Essas e as outras histórias que narramos aqui são alguns exemplos verídicos que mostram que a nossa jornada, de fato, começou. É claro que ainda tem muito chão nessa estrada. Mas hoje temos a certeza de que demos os primeiros passos rumo a um transporte mais sustentável, temos excelentes resultados práticos a comemorar e encorajamos o nosso segmento para que se movimente nessa mesma direção. Que venham, então, os novos desafios, porque o futuro dessa caminhada já está acontecendo aqui e agora.

Boa leitura! ●

GNL CHEGA AO BRASIL

[EM NÚMEROS]

100% MOVIDO A GNL

Scania apresenta em outubro de 2019 seus novos caminhões movidos 100% a gás natural liquefeito, mais uma novidade da marca rumo à sustentabilidade no setor de transportes, e anuncia parceria em demonstração com a Ambev.

A Scania traz mais uma novidade em combustíveis alternativos para o mercado brasileiro: os primeiros caminhões movidos 100% a GNL (gás natural liquefeito), que começam a circular pelas estradas do Brasil em outubro de 2019. Os dois R 410 6x2 da Nova Geração farão o transporte de diferentes tipos de bebidas para a Ambev, em rotas pelo interior de São Paulo. A previsão é que os veículos rodem cerca de 20 mil km por mês e estejam na estrada 24 horas por dia, sete dias por semana. A Translecchi será a transportadora responsável pela operação e o abastecimento será feito com a Gás Local, na cidade de Paulínia, também no interior paulista.

O novo modelo conta com dois tanques, que garantem autonomia entre 1.100 e 1.200 km, e com motor Ciclo Otto (o mesmo conceito dos automóveis) 100% a gás, ou seja, é também mais econômico e, claro,

sustentável, já que emite menos poluentes do que os veículos movidos a diesel. “Não é conversão. Eles têm garantia de fábrica e tecnologia confiável. Têm desempenho consistente e força semelhante ao caminhão a diesel. Além de ser 20% mais silencioso”, conta Silvio Munhoz, Diretor Comercial da Scania no Brasil.

A demonstração está sendo monitorada pelos Serviços Conectados Scania e acompanhada pelo novo Programa de Manutenção Scania Premium Flexível (que você irá conhecer na página 12) para garantir mais disponibilidade e eficiência, com uma redução de custos de até 25%.



« Saiba mais no blog da Jornada e não perca todos os detalhes na próxima edição da revista.

PARCERIA GERA CONHECIMENTO

Foi-se o tempo em que ter experiências básicas em uma determinada área de atuação era suficiente para ser um bom profissional. Em um mercado cada vez mais competitivo, tem destaque quem se atualiza constantemente, desenvolve competências e novas habilidades e aprofunda seus conhecimentos no setor em que trabalha. Os mecânicos e eletricitistas do Grupo JCA, cliente e parceiro de longa data da Scania, mostraram que essa máxima é mais que verdadeira. Depois de participarem do treinamento à distância promovido pela Scania por meio do MyCompass, um sistema global e local de desenvolvimento da empresa que disponibiliza conteúdos para o crescimento profissional, eles ainda foram homenageados pela JCA.

A iniciativa do Grupo, chamada Mecânico Premium, aconteceu no início de setembro, na fábrica da Scania Brasil, em São Bernardo do Campo, São Paulo, para encerrar a capacitação oferecida pela Scania. Ao todo, 25 mecânicos, divididos em cinco equipes, cada uma com mais um líder, testaram seus aprendizados na última etapa do treinamento em uma prova teórica que envolveu as temáticas do MyCompass e a cultura da JCA. Ao final, a equipe com o melhor desempenho foi reconhecida e premiada com uma viagem para conhecer a matriz da Scania na Suécia.

Curioso (a) para saber qual foi o time vencedor? Então não perca a próxima edição da Revista Jornada.

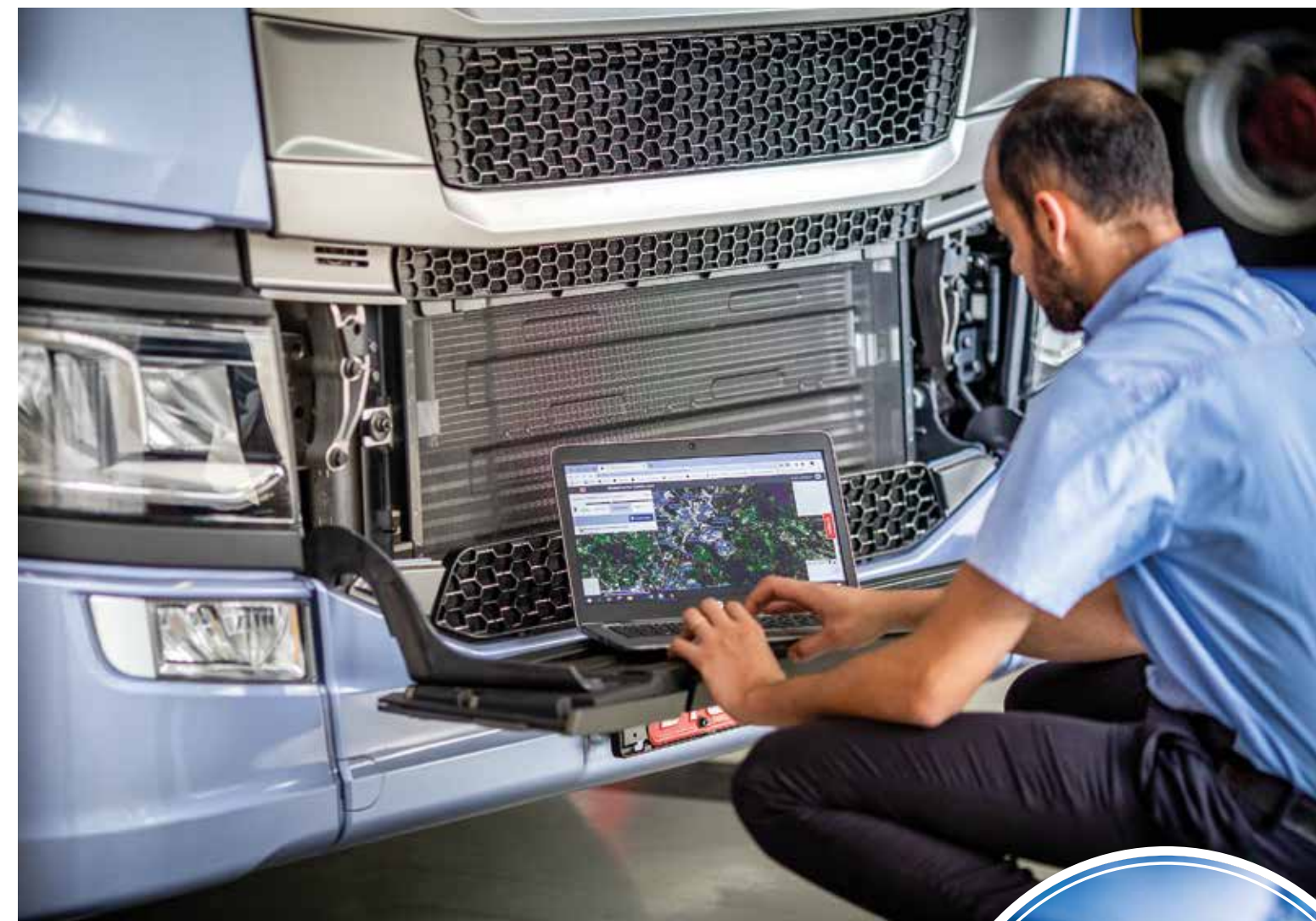
O DOBRO PELA METADE DO TEMPO

A tecnologia embarcada nos caminhões da Scania comprova a chegada de uma nova era no setor de transportes. Mas não foram só os veículos da marca os beneficiados pelas transformações do mundo digital. Os sistemas das Casas Scania também evoluíram e ganharam uma novidade: o Digital Dealer Program.

Trata-se de um portal que concentra, em uma única tela, diferentes informações, fazendo com que o consultor técnico possa ter acesso a dados mais precisos sobre o

caminhão e o serviço mais adequado para o cliente. Na prática, isso significa que o cliente vai a uma concessionária Scania agora é atendido com mais agilidade, segurança e eficiência, já que o consultor consegue entregar o dobro na metade do tempo.

A implementação do Digital Dealer, uma tecnologia global da marca, começou em janeiro de 2019 e segue em desenvolvimento em todas as Casas Scania do Brasil.



LIDERANÇA MUNDIAL

Na última edição da Jornada você leu que a Scania alcançou, em junho de 2019, o marco de 20 mil veículos conectados no Brasil. A boa notícia agora é que, além de ter atingido 24 mil veículos conectados, no mês de agosto a Scania Brasil conquistou a liderança de pacotes Desempenho no

ranking mundial entre os mais de 100 países onde a marca atua e comercializa serviços. São mais de 10 mil veículos rodando com o pacote, o que representa 42% dos Serviços Conectados ativos.

“Na prática, os clientes Desempenho são aqueles que investem porque acreditam no custo-benefício da ferramenta e também na diminuição de custos como combustível, desgaste de pneus e manutenção, que são consideráveis na vida útil do caminhão. Chegamos à liderança mundial, mas queremos mais. Nossa meta é manter essa performance”, analisa Alex Barucco, responsável pelos Serviços Conectados da Scania no Brasil.

[EM NÚMEROS]

10 MIL

É o total de veículos com o pacote Desempenho dos Serviços Conectados no Brasil, o que conferiu à unidade brasileira a liderança mundial no ranking entre os mais de 100 países onde a Scania atua.

E não para por aí. A expectativa é de crescer ainda mais para atingir 30 mil veículos conectados no País até o final de 2019.



« Veja mais detalhes e relembre como funcionam os pacotes dos Serviços Conectados.



FEITO À MÃO

[Texto: Simone Leticia Vieira / Foto: Arquivo Scania, Luciano Vicioni - WM Photo Studio / Ilustração: Agência Make Id]

Soluções de transporte customizadas de acordo com as necessidades de cada operação, aumento da rentabilidade e atendimento cada vez mais próximo e personalizado. Quando um trabalho é feito sob medida, tantos olhares e a muitas mãos, os resultados só podem ser positivos. Conheça o passo a passo do TMA (Tailor Made for Application).

Os nascidos antes de 1990 vão se lembrar com facilidade: bastava comprar um tecido, levar na costureira ou no alfaiate e... voilà! As lojas viviam cheias, eram rolos e mais rolos de possibilidades. Da textura à cor, do tipo de pano à estampa. O linho foi um clássico, depois foi a vez do veludo. O momento da escolha do tecido era uma atração à parte. Gastavam-se horas decidindo o que cairia melhor para aquele modelo, muitas vezes pesquisado nas revistas de moldes que as bancas vendiam ou visto na vitrine de uma loja.

Da loja, a experiência continuava dentro do ateliê. Tecido e modelo em mãos, era a hora de tirar as medidas e decidir pelos acabamentos, como botão, zíper, cor da linha, tipo de corte.

A opinião do profissional também contava muito. Afinal, ele era mesmo entendido das coisas. Vivia e respirava costura todo o tempo, com certeza saberia desenhar a roupa no tamanho e no caimento adequado às medidas de cada um.

A sensação de sair daquele ateliê, naquele momento, era incrível. A gente se sentia importante, mesmo que a roupa fosse feita só uma vez por ano ou para uma data especial, e voltava para casa numa expectativa daquelas. Ora, aquele profissional faria uma peça – ou mais de uma – com exclusividade, algo que ninguém teria nem igual nem mesmo parecido.

Depois da primeira prova, éramos avisados que a roupa já estava pronta. E que felicidade poder buscar aquele modelo, único e tão esperado! Dava vontade de sair do ateliê já vestido com o novo figurino. E no dia da »

estrela era melhor ainda: a gente podia falar pra todo mundo que havia mandado fazer aquela roupa, para aquela ocasião, completamente sob a nossa medida.

Essas lembranças podem ser familiares para uns e soar como luxo para outros. Há também quem nunca passou pela experiência, mas conhece alguém que foi ou ainda é adepto das roupas feitas à mão. E dizemos que ainda é porque, embora o número de alfaiates tenha caído drasticamente, a arte de costurar sob medida segue existindo no mercado, em menor número, mas com grandes inovações e atendendo, muitas vezes, pelo nome de renomados estilistas.

Para fazer a diferença

Agora, se a gente parar para pensar nessa arte, que surgiu no final da Idade Média, atravessou séculos e continua em evolução mesmo diante da padronização, do baixo custo e da facilidade de acesso às roupas, digamos, industrializadas, vemos o quanto podemos aprender com a metodologia dos alfaiates.

A busca contínua pela perfeição não os deixava ignorar as particularidades de cada cliente. Cada detalhe da roupa era feito, primeiro, de acordo com as preferências do cliente, pois era ele que tinha em mente quando e para que precisava daquele modelo, e, depois, com o olhar dele mesmo como profissional e especialista no ofício de fazer roupas sob medida.

Esse trabalho hoje permeia outros mercados, completamente distintos da moda. Mercados em que os ateliês são fábricas, os alfaiates são equipes especializadas em engenharia, vendas, marketing, tecnologia e transporte, e os tecidos circulam pelas estradas e fora delas, sob algumas rodas e eixos, em

forma de verdadeiras máquinas dos sonhos.

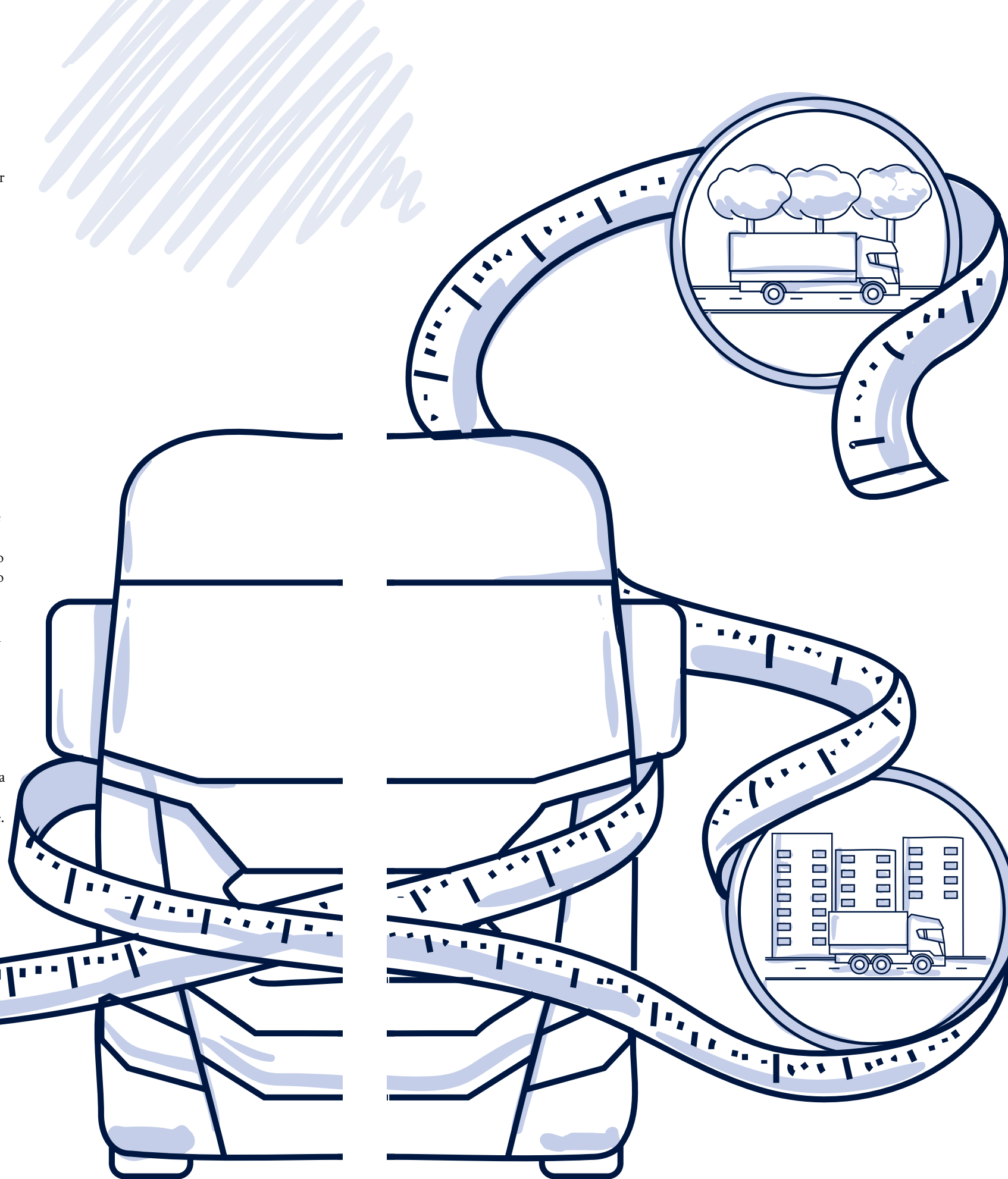
Sim, é possível fazer à mão, ou a muitas delas, um caminhão, chassi, motor ou qualquer outro produto ou serviço Scania. Por meio do TMA (Tailor Made for Application), a Scania tem colocado suas equipes em ação para executar o seu próprio conceito de personalização. Recorrer a uma arte secular mudou a forma de atender e entender o cliente, já que agora ele recebe as soluções de transporte adequadas para as suas necessidades, de acordo com a sua operação e realidade. E isso não se aplica somente aos veículos, mas também aos serviços e soluções da marca.

E como começa?

Para que você entenda melhor como isso acontece dentro e fora de casa, vamos iniciar pela escolha do caminhão. É na concessionária que tudo começa, seja porque o cliente foi até lá com uma demanda para a sua operação, seja porque o consultor técnico identificou uma oportunidade para o negócio do cliente.

Para executar esse trabalho, o consultor passou a contar com o Digital Dealer, a nova ferramenta da Scania que agora concentra todas as informações para que ele tenha acesso a dados precisos sobre o caminhão e o serviço mais adequado para a operação (leia mais na página 4). E pode parecer contraditório, mas a plataforma, mesmo sendo digital e dotada de tecnologia de ponta e inteligência artificial, ajuda a criar uma relação cada vez mais próxima com o cliente.

Odirlei Ferreira é Consultor de Negócios da Casa Scania Codema Jundiá e sabe bem o que isso representa no dia a dia. “Depois de entender esse novo modelo de gestão da



Scania, eu desenvolvi uma metodologia para, primeiro, explicar para o cliente como tudo isso funciona. Foi uma estratégia que eu adotei e com ela vou criando oportunidades com informações reais. O Digital Dealer facilitou o nosso trabalho, pois consigo mostrar soluções que de fato vão agregar resultado no negócio do cliente e, ao mesmo, tempo ajudou a fortalecer nossa relação com eles. Com o uso da ferramenta, conseguimos mostrar dados e resultados de um veículo que já esteja na operação do cliente, por exemplo, e isso vai gerando confiança para que ele exponha para nós suas dificuldades e necessidades. E assim tenho cada vez mais a oportunidade de ajudá-lo, pois encontro em nosso portfólio a melhor solução para suprir exatamente aquilo que ele precisa”, explica Odirlei, que trabalha há sete anos na Codema e atualmente é responsável pelas vendas do setor rodoviário da concessionária. >>

“Tenho cada vez mais a oportunidade de ajudá-lo, pois encontro em nosso portfólio a melhor solução para suprir exatamente aquilo que ele precisa.”

Odirlei Ferreira, Consultor de Negócios da Codema Jundiá.



PMS FLEXÍVEL

DRIVER SERVICES

FLEET CARE



Tirando as medidas

Mas, para que o veículo esteja com as configurações adequadas e os serviços na medida para determinada operação, é preciso ir além e conhecer de perto as particularidades de cada cliente. Excelência no atendimento, olhares atentos e uma dose caprichada de experiência no setor de transportes são alguns dos pré-requisitos para ser eficiente na chamada “pesquisa de campo” que, segundo Alair Almeida, responsável pelo TMA (Tailor Made for Application) Off Road da Codema Corporativo, pode demorar de um dia a uma semana. “Tudo depende da realidade e da disponibilidade do cliente. Vamos na operação dele mesmo sem ter o produto, participamos do desenvolvimento do negócio junto com ele e somente a partir daí fazemos a apresentação da customização com produto e solução total, com foco não só na aplicação do caminhão e na manutenção, mas orientando como ele vai utilizar e aproveitar melhor a nossa solução. Além disso, recomendamos como deve ser a sinergia entre os veículos, o ambiente em que o caminhão

vai rodar e os equipamentos ou implementos, mesmo que não sejam Scania. Mas se vão atuar junto com os nossos veículos, nós também orientamos como deve ser feito o trabalho”, conta.

Nessa etapa, todo detalhe é importante, dos implementos, estrutura física, distância percorrida, qualidade da aplicação, perfil e densidade do material a ser transportado e topografia ao nível de poeira a que os veículos estarão expostos. Isso vale para todo tipo de operação: rodoviária, longa distância ou fora de estrada.

Depois de todas as informações coletadas, de vivenciar as preferências e singularidades do cliente, é chegada a hora de colocar o veículo em produção. Na Scania, esse processo é feito com muita tecnologia, com robôs de última geração e equipamentos de ponta, como você já leu nas edições anteriores da Revista Jornada. Afinal, trata-se da produção da máquina dos sonhos!



« A fábrica de São Bernardo do Campo (SP) é a mais moderna e automatizada da Scania na América Latina e um espelho da matriz da Suécia. Saiba por quê.

Mãos à obra

Então, vamos à fábrica. É lá dentro que tudo acontece. Mas o que mudou no processo de produção se a forma de desenhar o caminhão para o cliente agora é personalizada? “Os sistemas de produção não mudaram. Temos os sistemas industriais e a maneira como a ordem é alocada dentro da programação de produção da fábrica. O que mudou mesmo foi como essa ordem nasceu. O vendedor não consegue fazer uma oferta se ele não usar a ferramenta Digital Dealer. Para colocar uma ordem dentro do sistema industrial, ele é obrigado a preencher os dados de operação do cliente, qual a aplicação dele, que rota ele faz, que topografia ele tem, em que nível de poeira ele vai operar, que tipo de implemento ele vai levar, se ele vai operar em quilometragem grande ou pequena, se vai envolver mais de uma operação, entre outros detalhes. Tudo isso para que a inteligência por trás do sistema proponha aquela especificação. E se o consultor eventualmente precisar customizar ainda mais, ele tem a possibilidade de fazer. Só depois disso feito, essa ordem é gerada e colocada dentro do processo industrial da Scania”, explica Paulo Genezini, Gerente de Pré-Vendas da Scania no Brasil.

É dia de entrega!

Finalmente a sensação mais esperada: poder exibir a nova máquina dos sonhos aos quatro cantos do Brasil, feita para você e totalmente na sua medida. “Em média, entregamos um veículo com 90 dias e com o TMA temos conseguido otimizar esse tempo e antecipar esse prazo porque já temos todas as especificações em função do estudo mais aprofundado que fazemos antes, junto com o cliente”, relata Alair.

É claro que tudo depende do contexto, da montagem, da aplicação e do modelo do veículo. Mas o melhor de tudo é pensar no que vem pouco tempo depois da estreia: a rentabilidade e números que chegam aos 12% de economia de combustível.

“Muita gente fala que vende solução customizada, que entende a operação do cliente, mas isso acaba ficando só no discurso. A Scania, depois do lançamento da Nova Geração, está fazendo isso na prática. E os resultados de economia de combustível e, conseqüentemente, de redução de emissão de CO₂ estão aí para comprovar isso”, enfatiza Paulo.

E se você ficou curioso para saber mais detalhes desse processo de produção, vale lembrar que o bom alfaiate não costuma, como diz o ditado popular, “entregar o ouro” nem compartilhar suas estratégias de molde. ●



“ Em média, entregamos um veículo com 90 dias e com o TMA temos conseguido otimizar esse tempo e antecipar esse prazo porque já temos todas as especificações.”

Alair Almeida, responsável pelo TMA (Tailor Made for Application) Off Road da Codema Corporativo.

+ EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

+ DISPONIBILIDADE

+ RENTABILIDADE

SERVIÇOS NA MEDIDA

[Texto: 528 Comunicação Com Propósito / Foto: Arquivo Scania]

Nem mais, nem menos: com o TMA, os Serviços Scania também podem ser personalizados para se adequarem à realidade de cada operação. O PMS Premium Flexível, lançamento da marca, chega para comprovar que isso é possível.

Nas páginas anteriores, antes de chegar até aqui, você conheceu o passo a passo do TMA (Tailor Made for Application) e entendeu como a Scania consegue customizar cada detalhe da solução de transporte que oferece aos seus clientes. Agora, você vai ver que essa customização também se aplica aos Serviços

da marca, especialmente quando o assunto é manutenção.

Funciona assim: cada caminhão tem uma dinâmica de operação, ou seja, condições de rota, terreno, peso bruto total, média de velocidade, consumo de combustível e estilo de condução, diferentes. Com base nos dados, por meio da conectividade, a Scania pode oferecer uma manutenção personalizada

para cada veículo, agregando os serviços necessários sob a medida da operação. E se antes esse diferencial era válido para o Programa de Manutenção Flexível, apresentado em 2017 com a dinâmica de cobrança por km rodado, agora também se aplica ao plano mais completo, que é o Premium Flexível, lançamento da Scania que prevê redução de até 25% no custo total do caminhão.

Com ele, o cliente pode individualizar as manutenções preventivas do veículo e garantir a máxima rentabilidade e disponibilidade operacional da frota.

“O método de cobrança também será baseado na cobrança da faixa dinâmica de economia de combustível, na preventiva e agora também na corretiva. Antes, o cliente não sentia tanto no preço o fato de melhorar

a faixa de consumo, pois a redução estava só nos custos com manutenção preventiva. Agora, a economia será notável, até 25% nos custos totais, preventivos e corretivos. O investimento no Premium Flexível tem mais atratividade competitiva e vai garantir o máximo proveito de todo o caminhão”, conta Gustavo Andrade, Gerente de Portfólio de Serviços da Scania no Brasil.

“O cliente permanece não tendo risco. O valor acertado será o cálculo prévio dos custos totais de manutenção e não será



mudado ao longo do tempo de vigência. Se houver mais gastos do que o esperado, a Scania assume a responsabilidade, tornando ao cliente esse custo de manutenção totalmente conhecido por todo o período contratado.”

O lançamento representa mais uma etapa na construção constante da jornada de Serviços para melhorias de gestão para o transportador. “Na Fenatran 2017, apresentamos a revolucionária manutenção flexível. Nesses últimos meses, fomos percebendo que já estava na hora de uma nova evolução. Estamos continuamente nos desafiando a como melhorar ainda mais a rentabilidade da operação. O fruto desse estudo prático é o lançamento do Premium Flexível”, afirma Fábio Souza, Diretor de Serviços da Scania no Brasil.

Outra novidade é que o Flexível ganha mais uma alternativa com o PMS Trem de Força Flexível, que oferece a manutenção total de todas as peças banhadas a óleo do diferencial, câmbio e motor para caminhões novos e em contratos de três, quatro ou cinco anos. “É uma ótima opção econômica ao cliente que quer manter o ‘coração’ do caminhão em alta confiabilidade operacional. E no Trem de Força Flexível, o cliente conta com o grande benefício da cobrança segundo a faixa dinâmica de consumo de combustível, podendo também reduzir seus custos de manutenção”, revela Andrade.

E se a operação “engordar”?

Lembra da ida ao alfaiate, na primeira reportagem desta edição da revista? Com Serviços, a lógica é exatamente a mesma. Então se você fez uma calça tamanho 48, mas a situação mudou e agora você precisa usar uma 50, basta adaptar. E nem é preciso voltar ao “ateliê” para que isso aconteça, já que a conectividade da Scania permite o acompanhamento da operação em tempo real, de forma detalhada e precisa.

“Se a operação ‘engorda’, o veículo não fica com o plano errado, pelo contrário. Com o Flexível, os dados operacionais são monitorados a todo momento por um sistema. Temos hoje condições de analisar esses dados e não ficamos só com estatísticas em relatórios de desempenho. Chegamos, de fato, na operação. Os Serviços estão trazendo o conceito do TMA, tanto que não especificamos somente o veículo, mas a solução completa para que o cliente consiga o mínimo de consumo e de emissão de CO₂ e a máxima rentabilidade, independente das alterações da sua operação. Ninguém tem isso, só a Scania”, explica Andrade.

E ainda virá mais novidade por aí. “A conectividade no caminhão nos permite fazer esta revolução. E a próxima será transformar a manutenção corretiva em flexível, ou seja, o veículo avisar com antecedência o que deverá ser trocado de acordo com os fatores operacionais”, finaliza Souza. ●

Os Serviços estão trazendo o conceito do TMA para que o cliente consiga o mínimo de consumo e de emissão de CO₂ e a máxima rentabilidade, independente das alterações da sua operação. Ninguém tem isso, só a Scania.”

Gustavo Andrade, Gerente de Portfólio de Serviços da Scania no Brasil.

[NOVA GERAÇÃO]

OS NOVOS REIS DA ESTRADA (E FORA DELA TAMBÉM)

[Texto: 528 Comunicação Com Propósito /
Foto: Arquivo Soania]

Não é só a cabine S que surpreende quando se fala das novidades da Nova Geração de caminhões Scania. Os modelos P, G e R e a nova linha XT também fazem sucesso por onde passam, especialmente nas operações dos clientes que precisam da combinação robustez e agilidade.



Quem é motorista de caminhão sabe que a paixão por dirigir e por estar nas estradas é passada de geração para geração.

Essa passagem inspira a Scania a evoluir seus produtos e serviços, a acompanhar gerações e comportamentos, a entender as necessidades de seus clientes e as mudanças de mercado. A cada geração, a marca conta uma nova história.

Mas, as gerações que tinham preferência pela linha R antes da chegada da Nova Geração também evoluíram. Mudaram suas necessidades e estão contando novas histórias. Histórias de inovação, tecnologia, rentabilidade. Histórias de disponibilidade, sustentabilidade, eficiência. A Scania não ficou parada e acompanhou. Ouviu quem mais entende do negócio: o seu próprio cliente. Do segmento canavieiro, de grãos, insumos agrícolas e de produção rural ao mercado da mineração e rodoviário, a marca inovou e trouxe, além de serviços e soluções de condução econômica e da majestosa cabine S, novos modelos para a família P, G e R para beneficiar cada um desses nichos.

“Com a Nova Geração, trouxemos para o mercado cabines mais espaçosas, seguras e com aerodinâmica mais eficiente. De uma maneira geral, percebemos que o cliente que antes comprava uma cabine R conosco tende a migrar para a nova R. Mas agora, com a evolução do nosso portfólio, alguns clientes estão investindo nas vantagens do modelo G, uma cabine de excelente visibilidade, espaço, conforto e custo-benefício, atributos que

contribuem para entregarmos até 12% de economia de combustível ao mercado. Mas, claro, tudo depende das particularidades de cada operação, o que é fundamental para a escolha do cliente. E nós da Scania fazemos essa análise junto com ele, por meio do TMA”, comenta Wagner Tillmann, Gerente de Vendas de Caminhões da Scania no Brasil.

O segmento Off Road também foi beneficiado com a chegada da Nova Geração. Se antes a tradicional família P, G e R fazia as honras da casa nas operações fora de estrada, agora é a vez da linha XT escrever sua história dentro e fora das estradas do Brasil. “Até meados de 2009, os caminhões rodoviários eram adaptados para rodarem nas operações fora de estrada. Em 2011, com a mudança do Euro 3 para o Euro 5, entendemos o enorme potencial desse segmento. A partir daí, a Scania começou a estudar esse mercado e lançou, junto com a Nova Geração em 2018, uma linha específica para atuar fora da estrada, a linha XT”, pontua Fabrício Vieira de Paula, Gerente de Vendas de Soluções para Veículos Off Road da Scania no Brasil.

E, embora tenha chegado há pouco tempo, a nova geração Off Road já mostra a que veio. “Prometemos até 8% de economia de combustível em relação à série PGR anterior e já superamos essa expectativa: temos contabilizado resultados que somam 12% de economia, até 25% a mais na capacidade de carga dos caminhões e 15% de redução do custo operacional por tonelada transportada. São os caminhões mais potentes que a Scania já entregou até hoje e com a maior disponibilidade”, afirma Fabrício. ●

Quer relembrar as novidades da Nova Geração? A gente te ajuda. Vale ressaltar que elas são aplicáveis a todos os modelos de cabine.

INOVAÇÃO

- ▶ 19 tipos de combinações variantes das novas cabines P, G, R, além da estreada S. Junta-se às novas cabines o pacote XT.

CONFORTO

- ▶ Foco no motorista: a posição de direção foi deslocada 65mm mais próximo do para-brisas e 20mm para o lado. Além disso, o ponto cego do motorista está menor: as colunas laterais ao para-brisa estão mais estreitas para facilitar a visibilidade.
- ▶ Parking cooler: novidade da marca no Brasil, o novo sistema de climatização é um ar condicionado auxiliar de estacionamento, que mantém o conforto térmico da cabine mesmo com o veículo desligado, reduzindo as emissões de poluentes e o consumo de combustível.

SEGURANÇA

- ▶ A aerodinâmica foi toda revisitada e otimizada, tudo para garantir o menor atrito possível com o ar.
- ▶ As novas cabines podem ser equipadas com airbags laterais anticapotamento, que são integrados no teto, uma técnica inédita para caminhões.

TECNOLOGIA

- ▶ Novas potências: 220, 280, 320, 410, 500 e 540 cavalos.
- ▶ Todas as opções de potências estão disponíveis para a linha XT. As trações 6x4 e 8x4 são as campeãs de demandas.
- ▶ Quatro tipos de motores:
7 litros (220, 250 e 280 cavalos de potência – torque de 1.000 a 1.200Nm);
9 litros (280, 320, 360cv – torque de 1400 a 1.700Nm);
13 litros (410, 450, 500 e 540cv – com variação de torque de 2.150 a 2.700Nm);
16 litros (V8 de 620cv e 3.000Nm de torque).

A seguir, conheça os detalhes de cada uma das cabines e entenda porque elas fazem parte da geração de máquinas dos sonhos da Scania.

PÉ NA ESTRADA...

Robusta e bem equipada, a cabine G tem tamanho médio e é indicada para diferentes tipos de operação, como aplicações regionais, rodoviárias de longa distância e até mesmo fora de estrada, onde a demanda é de trabalho pesado e em tempo integral. É tão versátil que está naturalmente substituindo a antiga cabine R da geração anterior.

...QUE A VIAGEM É LONGA

Para quem precisa de potência e conforto nas viagens de longa distância, a cabine R é a ideal. A nova máquina dos sonhos pode ter suas funcionalidades configuradas de acordo com a necessidade da operação de cada cliente, sem abrir mão da segurança e do bem-estar do motorista.

Teto solar

Oferece mais luz, mais ventilação e a sensação de mais espaço, aumentando assim o conforto na cabine. De operação manual ou elétrica, pode ser equipado com tela para insetos.

Espelho de vista frontal

Disponível com operação manual ou elétrica, com ou sem aquecimento. Pode ser usado em conjunto com o quebra-sol externo.

Espelho de proximidade lateral

Proporciona visibilidade ao motorista abaixo da porta do passageiro. Disponível com operação manual ou elétrica, com ou sem aquecimento.

Painel da grade frontal do farol

A cabine pode ser equipada com faróis eficientes integrados à grade frontal superior.

Suporte à frente

A grade dianteira inferior da cabine se abre e permite que o motorista fique em pé durante a limpeza do para-brisa e das lâmpadas.

Para-choque

Protege os faróis de neblina, faróis e cantos da cabine. Você escolhe a posição: alta, normal ou baixa, com altura de 0 ou de 40mm.



P DE PRATICIDADE

Pensadas para ampliar a atuação das operações urbanas e regionais, a cabine P, assim como as demais cabines da Nova Geração, teve o posicionamento do motorista realocado para que ele tenha uma melhor visibilidade na estrada. Itens como airbag lateral anticapotamento também aumentam a segurança na condução.

Mais visibilidade

Com uma área envidraçada maior, o condutor tem sua visão periférica ampliada. As colunas laterais ao para-brisa, mais estreitas, reduzem os pontos cegos e aumentam a visibilidade.



Para-choque robusto

Com saliência de 40 mm, protege os faróis no caso de pequenas batidas.

Espelhos retrovisores

Os espelhos retrovisores foram ampliados, aumentando o campo de visão e oferecendo excelente visibilidade das laterais do veículo.

Acesso à cabine

Degraus baixos e com ótima superfície de apoio, assim como alças bem posicionadas, auxiliam e agilizam a entrada e a saída da cabine. Há também degrau lateral e alça acima da porta como opcionais.

PARCERIA PERFEITA EM CONDIÇÕES DIFÍCEIS

Quando o assunto é robustez, a sigla da vez é a XT. A nova linha da Scania, criada para os segmentos fora de estrada como mineração, canavieiro, madeireiro e construção civil, proporciona grandes vantagens em relação aos outros modelos voltados para esse mercado. Uma delas é o fato de poder ser customizada desde a escolha da cabine, que pode ser P, G ou R, até a adequação de itens como altura do teto, eixos e suspensões pneumáticas para condições extremas, pedal de embreagem para a caixa automatizada Scania Opticruise (quando necessário), freio de estacionamento elétrico, entre outras soluções adaptadas para cada aplicação.

Novos retrovisores

Possuem estrutura mais resistente e design integrado com o visual da linha XT. Estão disponíveis com a possibilidade de ajuste elétrico.



Grade frontal

Na cor preta, garante um design diferenciado para a Linha XT em conjunto com os itens de robustez.

Grade do farol

Protege as lentes do farol.

Para-choque

São 150 mm a mais para proporcionar maior robustez, reduzir o número de paradas por avarias do para-choque e também diminuir os danos à frente do veículo em caso de pequenas colisões. O para-choque de aço também proporciona maior ângulo de ataque quando comparado com o modelo convencional, possibilitando a entrada do veículo em qualquer terreno.

Degrau articulado

Possibilita fácil acesso para o motorista efetuar a limpeza do para-brisa ou até mesmo para realizar a substituição das palhetas do limpador.

Pino de reboque

Suporta até 40 toneladas, sendo um item de grande ajuda caso seja necessário rebocar o veículo.



DO TRANSPORTE À MESA

[Texto: Simone Leticia Vieira / Foto: Wagner Menezes]

Lado a lado com a Scania, Citrosuco e Morada Logística colocam em prática a sustentabilidade no transporte com o novo R 410 movido a gás natural veicular. O caminhão é responsável por levar suco de laranja para a exportação destinada a mais de 100 países.

Garçom, por favor, você tem suco natural de quê? Quem nunca ouviu ou lançou essa pergunta ao fazer seu pedido na mesa de um restaurante ou lanchonete? E, sejamos francos, a primeira resposta que veio à sua mente foi laranja. A pergunta, tão corriqueira, e a resposta, que fica na ponta da língua, têm uma razão de existir. O Brasil é o maior produtor mundial da fruta, originária da China e trazida para as terras tupiniquins pelas mãos dos portugueses.

Mas não vamos só falar de origens por aqui. Vamos dar um passo atrás para contar outra história, desta vez antes da chegada

ao restaurante e da pergunta ao garçom. Como é que a laranja foi parar ali, naquele estabelecimento, em forma de suco e pronta para ser a primeira opção do garçom e do cliente à mesa? E mais: como é que o suco de laranja brasileiro faz sucesso em solo estrangeiro? Para que isso seja possível, uma extensa logística de transporte precisa acontecer.

A Citrosuco sabe bem o que isso quer dizer. Do cultivo agrícola até a entrega de produtos, a empresa é uma das maiores do mundo a atuar em toda a cadeia produtiva do suco de laranja, atendendo a clientes em mais de 100 países. No total, são 47 unidades, sendo quatro fábricas, 29 fazendas, três operações »

[EM NÚMEROS]

15%

É o percentual de redução do custo por km rodado e da emissão de CO₂ do caminhão a gás em comparação a um modelo diesel.

de armazenamento, cinco terminais marítimos e seis escritórios comerciais. Conta ainda com cinco navios e 90 tanques que transportam suco das plantas para Santos. É... com uma operação desse tamanho, a missão de fazer o transporte é mesmo para os grandes. Melhor ainda se a logística for guiada tendo a sustentabilidade como base de todo o trabalho.

“A Citrosuco tem por premissa a gestão socioambiental em sua cadeia produtiva. Neste contexto, investimos em pesquisa e desenvolvimento e trabalhamos com nossos parceiros para reduzir os impactos ambientais e sociais em nossas operações. Aumentar a eficiência e segurança na logística, reduzindo acidentes e emissão de gases de efeito estufa, contribuem para que consumidores, no mundo todo, possam ter cada vez mais acesso a produtos de qualidade e provenientes de uma cadeia de valor responsável. Na Citrosuco, inovação e sustentabilidade fazem parte da forma como provemos alimentos originados de frutas para uma vida com energia e mais saudável”, comenta Boris Alessandro Wiazowski, Gerente de Sustentabilidade da Citrosuco.

O gás do Brasil

Muita gente não sabe, mas boa parte do suco de laranja que chega à mesa dos estrangeiros é fabricado no Brasil e transportado por um caminhão Scania movido a GNV (gás natural veicular). Essa parceria começou em 2018, quando a Scania anunciou, junto com a Citrosuco, a primeira demonstração no País com um caminhão movido a GNV ou biometano. Um ano se passou e é chegada a hora de contabilizar os resultados – e o sucesso – dessa parceria.

Com 15% de redução do custo por km rodado em comparação a um modelo diesel, o veículo comprovou a sua viabilidade e relevância quando se pensa em um transporte mais sustentável.

“Nossa solução é comprovadamente mais sustentável do que o diesel. O custo é viável economicamente considerando a realidade atual de preços do combustível e dos altos impostos”, destaca Silvio Munhoz, Diretor Comercial da Scania no Brasil.

O R 410 da Nova Geração, que teve gestão da Morada Logística, prestadora de serviços da Citrosuco, rodou apenas com gás natural



“**Estamos orgulhosos de participar de uma ação que pode mudar a história do modelo de transporte do País.**”

André Leopoldo e Silva, Diretor-Geral da Morada Logística.

e já atingiu a marca de 110 mil km até agora, em uma rota que vai da cidade de Matão, onde está a sede da Citrosuco, até o Porto de Santos, em São Paulo, para levar o suco que será exportado.

Segundo André Leopoldo e Silva, Diretor-Geral da Morada Logística, a parceria está sendo de muito sucesso. “Estamos orgulhosos de participar de uma ação que pode mudar a história do modelo de transporte do País. A Morada Logística tem a sustentabilidade em seu DNA. Esse foi um dos diferenciais da vitória neste contrato com a Citrosuco, pois eles foram enfáticos em afirmar que buscam alternativas de combustíveis”, pontua.

A aprovação também veio de quem está na dianteira dessa logística de transporte: o motorista. “Eles gostam muito do conforto, da dirigibilidade, do silêncio e da diferença muito pequena de rendimento comparado ao diesel”, afirma André Leopoldo.

No presente e no futuro

A iniciativa faz parte do compromisso da Scania em apoiar seus clientes com soluções

que contribuam para um setor de transporte mais sustentável em termos econômicos, ambientais e sociais. Tanto é que a redução de emissão de CO₂ com o motor, que é 100% a gás e biometano ou mistura de ambos, pode chegar a até 15% se comparado com o diesel. “Não é conversão. Ele tem garantia de fábrica e tecnologia confiável. Na demonstração com a Citrosuco o R 410 vem tendo um desempenho consistente e força semelhante ao caminhão a diesel. Além de ser 20% mais silencioso”, completa Munhoz.

Mas saiba que não se trata apenas de um teste. O modelo de 410 cavalos está sendo lançado no Brasil e segue monitorado pelos Serviços Conectados Scania nesta operação da Citrosuco e da Morada Logística. Por meio de um módulo instalado no caminhão, todas as informações das viagens, incluindo a performance dos motoristas ao volante, podem ser acompanhadas para garantir mais disponibilidade e eficiência na entrega do suco de laranja no Porto de Santos.

Quem sabe, em breve, não seja a vez dos brasileiros comemorarem mais do que a redução das emissões de CO₂ por aqui. “O GNV para automóveis é usado em larga escala. Contudo, para os veículos comerciais ainda precisamos de mais estrutura de abastecimento e de um preço mais competitivo do gás. Mas, com os resultados da demonstração já temos interesse de compra. Do ponto de vista operacional está aprovado. O consumo foi próximo do que havíamos pensado. Estamos animados para incluir na renovação da frota da Citrosuco para 2020”, revela André Leopoldo. ●

“**Investimos em pesquisa e desenvolvimento e trabalhamos com nossos parceiros para reduzir os impactos ambientais e sociais em nossas operações.**”

Boris Alessandro Wiazowski, Gerente de Sustentabilidade da Citrosuco.



A PRIMEIRA VEZ A GENTE NUNCA ESQUECE

[Texto: 528 Comunicação Com Propósito / Foto: Wagner Menezes]

A Scania e a ZEG, empresa do Grupo Capitale Energia, colocam o primeiro caminhão 100% movido a biometano em operação no Brasil.



+

Saiba mais sobre as tecnologias e tendências do futuro do transporte no Brasil.



Nem só de caminhão a gás será feito o setor de transportes. Os veículos movidos a biometano começam a escrever um novo capítulo na história do segmento e mostram que é possível praticar a sustentabilidade sob muitas rodas, alguns eixos, dentro e fora das estradas do Brasil.

A Scania lidera essa transição e, em parceria com a ZEG, empresa do Grupo Capitale Energia, dedicada exclusivamente

à geração de energia renovável, coloca em operação o primeiro caminhão fora de estrada 100% movido a biometano no País. O modelo, um G 410 XT 6x4, faz parte do projeto inédito em uma das usinas da São Martinho, um dos maiores grupos sucroalcooleiros do Brasil, que realizará demonstrações utilizando o biometano da ZEG em um caminhão Scania.

“Nosso propósito é liderar a transformação para um sistema de transporte sustentável e não poderíamos fazer isso sozinhos –

justamente o que mostra esta parceria: de um lado oferecemos a tecnologia e do outro a ZEG viabilizará a produção do combustível e o abastecimento”, diz Christopher Podgorski, Presidente e CEO da Scania Latin America.

Segundo o CEO da ZEG e sócio-fundador da Capitale Energia, Daniel Rossi, essa parceria é só o começo de uma mudança ainda maior no setor. “A nossa expectativa é contribuir com empresas de logística ou que possuem frotas próprias, para que viabilizem sua transição energética”, afirma Rossi.

“Estamos olhando na mesma direção e convencidos que esta aproximação representa uma oferta completa, em que nossos clientes vão se beneficiar do ponto de vista da contribuição para redução do impacto ao meio ambiente, além de ganhos em eficiência e diminuição de custos”, destaca Podgorski. “Esta iniciativa inovadora abre uma frente capaz de incentivar outras empresas a embarcarem na jornada de descarbonização do setor”, completa.

Grande potencial

O Brasil tem um potencial enorme a ser explorado quando o assunto é geração de fontes energéticas limpas. De acordo com a Associação Brasileira do Biogás, a capacidade de produção de biometano no setor sucroalcooleiro e no agronegócio é de cerca de 70 milhões de m³/dia.

O caminho para alcançar o máximo dessa capacidade é longo. Mas, mesmo assim, empresas como a ZEG seguem fazendo a sua parte nessa construção. A ideia é instalar plantas de produção no interior do Brasil, onde atualmente a oferta de gás natural é inexistente, em parceria com empresas de agronegócio ou indústrias. “Utilizando resíduos orgânicos conseguimos produzir um combustível de excelente qualidade, com performance equivalente ao gás natural e com muitas vantagens ambientais, com redução de até 90% da emissão de gases do efeito estufa”, explica Rossi.

O GasBio, nome dado ao combustível da ZEG, já é um exemplo. Produzido no distrito de Sapopemba, em São Mateus (SP), é feito a

[EM NÚMEROS]

ATÉ 90% MENOS CO₂

“Utilizando resíduos orgânicos conseguimos produzir um combustível de excelente qualidade, com performance equivalente ao gás natural e com muitas vantagens ambientais, com redução de até 90% da emissão de gases do efeito estufa”, explica Daniel Rossi, CEO da ZEG e sócio-fundador da Capitale Energia.

partir do biogás do Centro de Tratamento de Resíduos Leste. Mas a tecnologia da empresa permite a produção de combustível a partir de resíduos da cultura de cana-de-açúcar e de outros tipos de rejeitos agrícolas e industriais. “Vamos produzir até o final do próximo semestre 90 mil metros cúbicos de biometano por dia. Mas temos a intenção de ampliar essa produção para chegar até o final de 2021 com 1 milhão de metros cúbicos e, assim, conseguirmos abastecer todos esses caminhões que a Scania pretende colocar no mercado”, afirma Carlos Jacob, Diretor de Inteligência de Mercado da ZEG.

Na outra ponta, a Scania segue concentrando esforços para fazer bom uso do potencial energético do Brasil em seus veículos e contribuir, cada vez mais, para um mundo dos transportes mais sustentável. No último ano, foram investidos R\$ 21 milhões para a industrialização dos novos caminhões movidos com gás natural e/ou biometano, que passam a ser produzidos a partir do primeiro trimestre de 2020, na fábrica de São Bernardo do Campo, em São Paulo.

“Globalmente, em 2018, vendemos 4.540 veículos comerciais com combustíveis alternativos e híbridos. Sabemos que a Europa está na frente, mas temos o mesmo propósito e vamos buscar parceiros que tenham como visão soluções que permitam transformar o combustível ‘alternativo’ no novo ‘normal’”, conta o Presidente da Scania Latin America. “A parceria com a ZEG é o exemplo de como é possível fechar essa equação. O papel dela é fundamental ao viabilizar o acesso a um gás renovável, ou seja, irá fornecer o combustível e entregar para nossos clientes a possibilidade de participarem da mudança para um sistema de transporte sustentável”, conclui Podgorski. ●



Carlos Jacob, Diretor de Inteligência de Mercado da ZEG.



Por meio dos Serviços Conectados, a equipe do Logistics Lab monitora, em tempo real, todos os dados da operação.

TUDO COMEÇA AQUI DENTRO

[Texto: 528 Comunicação Com Propósito / Foto: Arquivo Scania]

Para transformar o mundo dos transportes também é necessário olhar para dentro de casa. Foi o que a Scania fez e tem feito com o Logistics Lab. Saiba como a empresa coloca em prática em suas operações todas as soluções que oferece ao mercado.

Dizem que as melhores transformações acontecem quando começam de dentro para fora. Seja quem for o estudioso dono desta teoria – embora o filósofo Sócrates tenha afirmado algo nesta direção quando disse que “o verdadeiro conhecimento vem de dentro” – a verdade é que esse princípio tem fundamento. Quer um exemplo?

Quando iniciou a sua jornada para liderar a transformação do setor de transportes para um sistema mais sustentável, a Scania estabeleceu para si mesma, enquanto empresa, uma meta global para ser cumprida até 2025: reduzir em 50% as emissões de CO₂ em suas operações na Europa e na América Latina. E, como parte dos esforços para colocar esse propósito em prática, a empresa criou, em

2016, o Scania Logistics Lab. Trata-se de um laboratório que capta e analisa os dados do fluxo logístico da Scania utilizando as soluções de transporte que a própria empresa oferece ao mercado.

Olhar para dentro...

O primeiro passo para fazer o Logistics Lab funcionar foi eleger o trajeto a ser monitorado: a rota entre o Porto de Santos, o Centro de Logística, na cidade de Mauá, e a Fábrica, em São Bernardo do Campo, em São Paulo. “Escolhemos essa rota porque é uma parte crítica dos nossos fluxos industriais com condições severas, fatores ideais para testar nossos produtos e serviços em operação real”, explica Marcelo Gallão, Vice-Presidente de Logística da Scania Latin America.

Com a rota definida, era a hora de – exatamente como é feito com os clientes – customizar o veículo e entender quais serviços e soluções seriam mais adequados à operação. A frota foi, então, renovada, passando a operar com 18 caminhões novos: quatro protótipos com motores de nível de emissões Euro 6 e outros 14 veículos Euro 5 motores XPI, para trazer mais eficiência no consumo de combustível.

“Essa iniciativa nos permite aprender mais através da perspectiva do cliente, encontrar maneiras de inovar e, principalmente, mostrar que sustentabilidade na Scania não é retórica – temos aqui e agora a prova de que eficiência energética e transporte inteligente são facilitadores para melhores resultados nos negócios, ao mesmo tempo em que mitigam o impacto ambiental”, diz Christopher Podgorski, Presidente e CEO da Scania Latin America.

A conectividade não poderia ficar de fora do projeto. Por meio dos Serviços Conectados, dados da operação como consumo de combustível, tempo de serviço, quilometragem

percorrida, manutenção e direção do motorista em tempo real foram monitorados. “A conectividade trouxe uma série de benefícios, possibilitando que os motoristas evitassem o trânsito e adaptassem a sequência de seções de rotas em tempo real”, destaca Marcelo.

...para transformar lá fora

Os resultados surpreenderam. Além do aumento de 16% na disponibilidade dos veículos, houve redução na emissão de CO₂ e diminuição do desgaste do caminhão e do consumo de combustível. “Após três anos de funcionamento, o Logistics Lab conseguiu reduzir as emissões de CO₂ em 39%, indo de 36 para 22 quilos por tonelada transportada”, diz Marcelo. “Se considerarmos que o Logistics Lab faz uma média de 34 viagens por dia, transportando cerca de 620 toneladas de carga e rodando aproximadamente 5.500 quilômetros, a redução na emissão de CO₂ por dia é de cerca de 1 tonelada, quando comparada ao processo logístico anterior”, diz o executivo.

Mesmo com números admiráveis, o Logistics Lab ainda tem muito trabalho pela frente. Para os próximos anos, a previsão é adotar o uso de combustíveis alternativos e renováveis, como biometano e gás natural, nos caminhões da Nova Geração da frota para ir cada vez mais longe nessa jornada rumo ao transporte sustentável, que está só começando. ●

Marcelo Gallão, Vice-Presidente de Logística da Scania Latin America, acompanha de perto o trabalho da equipe no Logistics Lab. >>





A POTÊNCIA QUE VOCÊ RESPEITA

[Texto: Simone Leticia Vieira / Foto: Juliéte Pedrotti]

Não há desafio que não possa ser superado com a potência de um V8. Mesmo quando o tempo é curto.



O V8 completa 50 anos em 2019. Mas, independente da missão que lhe é confiada, a experiência desse cinquentão de respeito e os resultados que ele apresenta já são contabilizados desde o início da sua chegada à história da Scania. Quer um exemplo?

Era agosto de 2017 quando o desafio apareceu. O cliente precisava fazer uma entrega expressa a tempo de lucrar com as vendas do Dia dos Pais. A carga era leve: cinco toneladas de ‘cadeiras do papai’, aquele modelo confortável que todo mundo gosta de usar para assistir TV. A questão era o tempo curto. Um dia e meio para percorrer aproximadamente 2.100 km. Mas isso não seria problema para um V8.

Desafio aceito e pé na estrada. Na cabine, dois motoristas revezavam o volante para fazer a viagem com segurança. A bordo de um V8 R 620 6x4, eles saíram de Garibaldi, no Rio Grande do Sul, em direção à capital federal, Brasília. E após 32 horas, antes mesmo do esperado, a carga chegava intacta a seu destino final.

Quem ouve essa história se pergunta se o caso é real. “Só foi possível graças à força e desempenho do motor. Nós sabíamos do prazo apertado, mas acreditamos na potência do caminhão para cumprir essa missão”, conta, orgulhoso, o Diretor Executivo da Prática Logística, André Ricardo Ravello.

Por trás do volante estava Gerson Luiz Alves, motorista da empresa desde quando ela foi fundada. Para ele, o resultado se



Paixão por V8: há 13 anos, Gerson, motorista da Prática Logística, só dirige os modelos Scania.



A Prática Logística é hoje dirigida por André Ricardo Ravello.

resume à confiança que o V8 proporciona. “Ganhamos tempo na estrada pela potência do motor e chegamos no prazo. Foram horas de estrada sem fazer esforço!”, relembra. “E ainda fizemos sucesso, porque o V8 chama muita atenção, todos querem ver os detalhes, tirar foto. Conheço gente que tem o sonho de dirigir um desses.”

Paixão que atravessa gerações

A paixão da empresa e do motorista mais antigo da casa – que faz parte de um time de 100 condutores – pelo motor V8 foi à primeira vista. “Em 2015, a Prática comprou seu primeiro V8. O desempenho foi tão bom – 10% de economia de combustível a mais que o R 480 da geração anterior e os concorrentes – que o André resolveu investir em outras unidades. Em 2018 foram quatro e em 2019 mais dois da Nova Geração”, menciona Marcos Radaelli, Gerente de Vendas da concessionária Brasdiesel, responsável por atender a Prática no segmento de caminhões pesados.

A passagem de geração para geração não se refere somente à evolução da frota. A história da Prática, que transporta cargas fracionadas pelos estados de Goiás, Distrito Federal e Tocantins, traz muito dessa troca de experiências com o passado.

“A empresa foi fundada pelo meu pai. Depois de 30 anos de mercado, ele desfez a primeira sociedade e eu e meu irmão nos unimos a ele para assumir o atendimento de uma das regiões. Ali nasceu a Prática Logística, em 2005. Começamos com meia dúzia de caminhões e hoje subimos e

50 ANOS DO V8

O ronco do motor mais desejado da Scania não mudou. Mas outras evoluções fizeram parte da história desse cinquentenário. Confira algumas delas:

ANTES

Quando foi lançado, em 1969, o revolucionário motor V8 da Scania tinha capacidade para 14 litros.

AGORA

A versão atual do motor Scania V8 tem configuração Euro 6 e capacidade para 16 litros.

EMISSIONES

Antes: NOx: 15g/kWh
Agora: NOx: 0.4g/kWh

INTERVALOS DE MANUTENÇÃO

Antes: 5.000km
Agora: <36 toneladas: 120.000km
36–45 toneladas: 90.000km
45–60 toneladas: 60.000km

TAXA DE COMPRESSÃO

Antes: 15:1
Agora: 22.2:1

PRESSÃO DO CILINDRO

Antes: 150 bar
Agora: 210 bar

BLOCO DE CILINDROS

Antes: Ferro fundido, 334kg
Agora: Ferro de grafite compactado (CGI), 335kg (devido ao desenvolvimento de materiais e otimização do material utilizado)

descemos as serras com nossos V8s”, explica Ravello.

Com sede em Garibaldi e filiais no Sul e no Centro-Oeste do Brasil, a empresa não abre mão do conforto do motorista durante as viagens. “Com o V8, o motorista não precisa fazer força para acelerar na hora de subir a serra, o caminhão vai praticamente sozinho. Com isso, também economizamos combustível, já que não preciso usar o caminhão no limite”, conta Ravello.

Está aí a prova de que não são só as novas cabines da marca que habitam os sonhos de consumo do motorista – o V8 também tem esse privilégio. “Aqui tem ‘briga’ para ver quem vai viajar com os V8s. Ele é, sem dúvida, o preferido da turma. Também, pudera, ele é melhor que um automóvel”, revela o diretor. ●

Uma década para celebrar

[Texto: 528 Comunicação Com Propósito / Foto: Arquivo Scania]

O Scania Banco comemora 10 anos e comprova que de uma necessidade podem nascer muitas soluções. A mais nova delas acaba de ser lançada: o Aplicativo Scania Banco.



“Devemos celebrar os 10 anos entregando um aplicativo do Scania Banco para o nosso cliente, que trará grandes benefícios.”

Simone Montagna, Presidente Executivo do Scania Banco.

Ainda era 2009 quando a demanda dos clientes por uma solução mais completa, que incluísse, além de serviços e veículos, outros recursos financeiros próprios da Scania, cresceu. Nascia ali o Scania Banco, com o objetivo inicial de ser o braço financeiro da empresa e o suporte para as vendas de caminhões, ônibus e motores.

Os anos se passaram e mais alternativas foram agregadas. Das linhas Finame, o Banco passou a ofertar outras possibilidades de financiamento e os seguros da marca, focados na proteção do patrimônio e dos caminhões Scania dos clientes. Em 2019, o Scania Banco completa 10 anos e celebra a data com ainda mais inovação – e motivos para continuar evoluindo. Quem conta essa trajetória, em entrevista exclusiva à Revista Jornada, é o Presidente Executivo do Scania Banco, Simone Montagna.

Como nasceu o Scania Banco no Brasil?

Iniciamos nossas atividades em 2009, com o objetivo de ser o braço financeiro e o suporte de vendas de caminhões, ônibus e motores para a unidade comercial do Brasil. Percebemos que a chegada desse recurso se fazia necessária, pois os próprios clientes passaram a demandar uma solução completa que contemplasse não somente veículos e serviços, mas também a parte financeira. Nascemos focados em linhas Finame e com o tempo agregamos novos produtos. Mais tarde, em 2012, introduzimos, por meio da Corretora Scania, a distribuição de seguros focados na proteção do patrimônio e dos caminhões Scania dos nossos clientes.

Como foram as primeiras vendas feitas pelo Banco?

Desde o início, o objetivo foi oferecer aos nossos clientes o mesmo padrão de qualidade ao qual a marca está associada. Como todo começo, vivemos uma intensa e desafiadora fase para atender as regras do

nosso regulador, o Banco Central do Brasil, estruturar sistemas, compor o melhor time tanto interno quanto comercial. Nascemos com foco em produtos do BNDES, linhas Finame, e depois gradativamente ampliamos nosso portfólio de produtos para sermos um pilar para a rede de concessionários, além de termos introduzido outras modalidades de financiamento como CDC, Leasing Financeiro e Operacional, consolidando a carta de produtos para suportar as demandas do mercado brasileiro.

Quais as principais mudanças desde que o Scania Banco nasceu? De que forma o Banco evoluiu e inovou nesses 10 anos?

Notadamente em duas frentes. Uma mais interna, com relação a processos como crédito, formalização, cobrança, sistemas e governança, com os objetivos de prover mais eficiência às equipes de vendas e proporcionar aos nossos clientes e concessionários respostas mais ágeis e de forma transparente. E no âmbito externo, passamos a ter equipes dedicadas para apoiar a rede de Casas Scania e a atuar junto ao cliente para conquistar confiança e, ao mesmo tempo, mostrar que somos capazes de atender suas demandas com produtos financeiros e de seguros que auxiliem o seu negócio e proporcionem o melhor custo de operação. Como inovação, podemos destacar dois principais focos: agilidade na resposta de crédito, por meio de análise de crédito automático (Credit Score), e nosso caminho de digitalização, com a entrega do Aplicativo do Scania Banco, que abrirá um conjunto de novas possibilidades aos nossos clientes.

O que mudou na relação com os clientes?

Com a nossa presença junto ao concessionário e os produtos financeiros e de seguros ajustados às necessidades do cliente, ele passou a entender que há uma vantagem em trabalhar conosco, o banco da marca, por sermos parceiros, ágeis e entendermos

do negócio dele. Acreditamos muito que a relação humana tem um papel fundamental na construção de vínculos duradouros e tem sido assim.

O que diferencia o Scania Banco, nesses 10 anos de mercado, das demais instituições financeiras?

Sem dúvida, o conhecimento único do cliente Scania, além da presença em todo o território nacional junto aos concessionários da marca. Buscamos levar ao nosso cliente um atendimento consultivo de modo que possamos oferecer a solução financeira e de seguros ideais para cada operação.

Qual o propósito do Scania Banco?

Ser o suporte da Scania no processo de liderar a transformação do mundo dos transportes rumo a um caminho mais sustentável. Acreditamos que, muito em breve, a preocupação com o meio ambiente será fator determinante no mundo dos negócios. Para citar um exemplo, hoje levamos em conta o nível de preocupação ambiental dos nossos clientes nos processos de análise de crédito. Sem contar que, recentemente, juntamente com a Scania, assumimos o compromisso de plantar uma muda para cada item financiado pelo Scania Banco. »

Saiba mais sobre a parceria do Scania Banco com a SOS Mata Atlântica.



Qual o perfil do cliente do Banco?

Segue o perfil do cliente Scania, desde o autônomo e o transportador aos empresários e grandes frotistas.

O que mudou com a chegada da Nova Geração?

A Nova Geração introduziu, além do conceito de oferta de soluções, o viés da digitalização. Isso serviu de inspiração para o Scania Banco seguir o mesmo caminho: processos e ferramentas digitais, a exemplo do nosso novo aplicativo que será focado em entregar mais poder ao nosso cliente.

Qual o market share do Banco na aquisição de veículos? O quanto esse percentual cresceu?

Atualmente o Scania Banco representa 40% de participação sobre os veículos vendidos pela unidade comercial Brasil através da rede de concessionários. Essa participação evoluiu significativamente desde o início da operação do banco, trajetória que reforça a importância da instituição junto aos clientes e mostra que em momentos desafiadores da economia brasileira estivemos presentes suportando as operações comerciais da empresa.

Qual a importância do Brasil para as soluções financeiras da Scania?

Os Serviços Financeiros Scania atuam globalmente e têm presença em mais de 57 países. Mesmo nessa curta jornada, o Scania Banco Brasil já figura entre as três mais representativas unidades dos Serviços Financeiros Scania, o que é sinal de um País pujante e representativo para a marca.

O Seguro faz parte das soluções ofertadas pelo Banco?

Sim, sem dúvida. Oferecemos produtos de seguros que visam tanto proteger o patrimônio, como é o caso do Seguro Prestamista, como também seguros de Casco e Terceiros, que têm foco no Scania 0Km, Scania Usado, implemento ou frota.

Quais os benefícios para o segurado?

O Prestamista garante a quitação do saldo remanescente do financiamento contratado junto ao Scania Banco. Já o Casco assegura que, em caso de sinistro, 100% dos veículos sejam direcionados a uma Casa Scania para receberem a aplicação de peças originais e o atendimento de equipe qualificada e treinada pela fábrica, ofertando a mais rápida reparação do mercado e consequente retorno à operação. Recentemente,



O lançamento do aplicativo do Scania Banco acontece durante a Fenatran 2019, o principal evento do segmento de transporte rodoviário de cargas na América Latina.

De que maneira o Banco tem feito uso da tecnologia para beneficiar os clientes da marca?

A utilização de tecnologia tem sido um foco desde o início das operações e devemos celebrar os 10 anos entregando um aplicativo do Scania Banco para o nosso cliente, que trará grandes benefícios. Podemos dizer, de forma resumida, que queremos deixar o banco na mão do nosso cliente. Disponível tanto para sistemas Android como iOS, o aplicativo oferecerá uma gama de serviços completa, que contempla desde simulações de cálculo, visualização dos contratos, emissão de boletos, à possibilidade de anexar documentos e realizar solicitação de cotações de financiamento. E, no caso de seguros, acompanhar as apólices e situação dos sinistros, além de solicitar cotações. Para atender os diversos perfis de clientes, lançaremos ainda um portal, que poderá ser acessado em qualquer navegador de internet e terá as mesmas funcionalidades do aplicativo.



introduzimos uma novidade para o cliente do Seguro Único Scania, que em uma situação de sinistro, com orçamento inferior à franquia, poderá se beneficiar de desconto em peças quando for reparar seu Scania em uma concessionária da marca.

Há alguma vantagem ao segurado que utilize os Serviços Conectados Scania na hora de contratar o seu seguro?

Este é um trabalho que está sendo tocado com os parceiros seguradores e esperamos ter novidades em breve. A Scania, junto com a Scania Corretora, pode apoiar os nossos parceiros seguradores a desenvolver uma solução de seguros inovadora que entenda o real risco associado ao veículo que considera sua forma de condução. É o seguro associado com a conectividade do caminhão Scania.

Por que escolher o Scania Banco (e manter essa escolha)?

Além do conhecimento único do cliente Scania, buscamos levar um serviço de consultoria financeira para o nosso cliente. Sem mencionar que ao optar pelo banco da marca ele preserva as suas linhas pré-aprovadas junto aos bancos comerciais.

Para 2020, o Scania Banco trará muitas novidades neste novo canal de comunicação do cliente com a instituição.

Que dica podemos dar para o cliente que quer comprar o seu primeiro veículo com as soluções do Banco?

É importante considerar o nosso atendimento e entendimento do setor de transportes. E, sem dúvida, ponderar que levamos em conta o custo total da operação e a rentabilidade dos nossos clientes, que é o que nos diferencia dos nossos competidores e nos move a fornecer a solução mais adequada à necessidade de cada um deles.

Como o Scania Banco enxerga a competitividade do mercado?

Vemos a competição com bons olhos. De certa forma, nos motiva a evoluir sempre e a reafirmar nossos diferenciais em oferecer produtos financeiros e de seguros adequados a cada operação, com foco na redução do custo total da operação do nosso cliente.

Alguns grandes grupos financeiros têm criado suas próprias criptomoedas. O Scania Banco tem isso em seus planos também?

Por enquanto ainda não estamos avaliando a utilização do blockchain e suas aplicações, mas estamos constantemente monitorando a evolução tecnológica no setor bancário para gerar valor ao nosso cliente, equilibrando eficiência com segurança.

Quais são as oportunidades do segmento para o próximo ano?

Do ponto de vista do Banco, vamos continuar apoiando os clientes da Scania e em busca de melhorar a oferta de ferramentas que possam dar cada vez mais assistência a eles. A digitalização permanecerá como forte componente da nossa estratégia de diferenciação e seguiremos em evolução com o aplicativo Scania Banco, buscando aumentar exponencialmente a nossa conectividade com os nossos clientes.

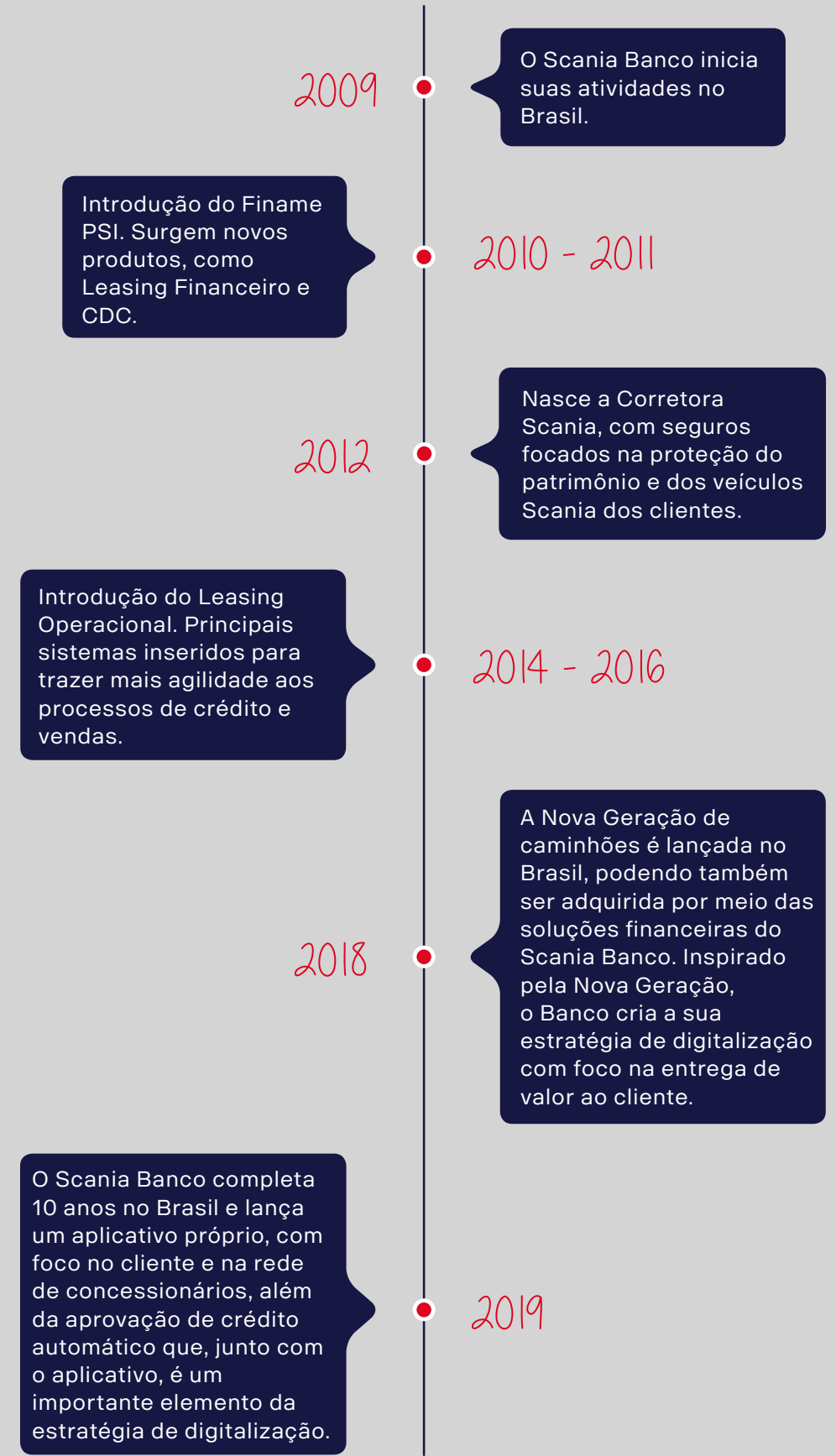
E quais os principais desafios?

O momento econômico do Brasil deve ser considerado, mas acreditamos no potencial do nosso mercado. Eu diria que o principal desafio é continuar levando o real valor da Scania e atuar como o parceiro bancário de maior preferência e relevância, tanto para o nosso cliente como para a rede de concessionários da marca.

E para o futuro, ou para os próximos 10 anos, o que podemos esperar?

Difícil prever o futuro, mas esperamos celebrar um novo aniversário ratificando o momento de relevância que vivemos hoje.

OS PRINCIPAIS MARCOS EM 10 ANOS



CONSÓRCIO: INVESTIMENTO E RELACIONAMENTO

[Texto: 528 Comunicação Com Propósito / Foto: Arquivo Consórcio Scania]

Engana-se quem pensa que o objetivo do Consórcio Scania é somente possibilitar a compra de um produto da marca e proporcionar viagens aos seus consorciados. O Consórcio vai muito além disso.

Consórcio vem do latim, significa parceria e deriva de consors, da junção com (de conjunto) e sores (que quer dizer destino). No dicionário da Scania e na prática, seja de quem trabalha nos bastidores para fazer tudo acontecer seja de quem é adepto desse serviço para realizar seus objetivos, essa definição é mais do que verdadeira.

O Consórcio Scania é uma das soluções financeiras da marca para ajudar os clientes na aquisição de caminhões, chassis e implementos rodoviários. Mas, mais do que isso, é hoje um grupo de 16 mil clientes que,

[EM NÚMEROS]

**MAIS DE
62 MIL**

É a quantidade de pessoas que já viajaram pelo Família Scania desde 2002, quando o programa foi lançado.

reunidos com a mesma finalidade, fazem uso desse recurso da Scania para obterem mais rentabilidade e sustentabilidade em seus negócios – e ainda formam uma verdadeira família.

Quem conta um pouco dessa história é Rodrigo Clemente, Diretor Comercial do Consórcio Scania Brasil. “O Consórcio é parte dos serviços financeiros que a Scania oferece, assim como o Scania Banco e a Seguradora. A diferença é que, além de sermos o primeiro consórcio de veículos pesados do Brasil, nos tornamos uma grande família em função das ações que fazemos junto aos nossos clientes”, explica.

A Família Scania é uma das mais conhecidas. Funciona assim: o cliente compra uma cota e, se optar por aderir a essa iniciativa, ganha uma viagem para algum lugar no Brasil ou no mundo, com o grupo de consorciados que fizerem essa mesma escolha. “O Consórcio surgiu em 1982, em uma época de alta inflação e poucas linhas de financiamento para transportadores. Com o passar dos anos, o mercado começou a ofertar outras opções e então lançamos as viagens como um atrativo. Mas o que era só uma

promoção acabou virando um programa de relacionamento, pois o cliente que participa fica em contato com outros empresários durante as viagens e isso gera novos negócios. É como uma família mesmo, além de o cliente associar isso ao seu momento de lazer”, detalha o diretor.

Parceria, sonhos e destinos

Mas, como falamos no início desta reportagem, não se trata apenas das viagens. “Buscamos a sustentabilidade financeira dos nossos clientes. O Consórcio Scania é uma ferramenta que permite fluxo de caixa saudável, renovação gradativa da frota sem dívidas e sem comprometer o orçamento da empresa. Isso sem falar na segurança para a operação. Muitos contratos não permitem que o caminhão tenha mais de quatro ou cinco anos de uso. Então, o consórcio é a garantia de que o cliente vai ter um caminhão novinho para colocar na operação daquele contrato e ter rentabilidade com ele. E mesmo que receba o veículo antes, caso seja contemplado, ele pode colocar o caminhão para rodar, ganhar dinheiro e investir em uma nova cota, por exemplo”, afirma Rodrigo.

Mais uma prova de que o destino final dessa família é uma construção feita a muitas mãos: o Consórcio Scania, como parceiro para viabilizar a compra da máquina dos sonhos, e o cliente, que embarca nessa caminhada, com viagens ou investindo em outras iniciativas, com a certeza de que irá alcançar seu resultado de forma rentável, tranquila e sustentável. ●



▲ A Universidade de Stanford, no Vale do Silício, foi um dos locais visitados pelo grupo do NXTGen.

CONHEÇA OUTRAS INICIATIVAS DO CONSÓRCIO SCANIA:

Dreamline

Nos últimos anos, novas ações têm surgido. Uma delas é a promoção Dreamline: o cliente que opta por essa modalidade concorre a caminhões da marca. Já foram 12 veículos sorteados entre os grupos participantes.

“Geralmente, fazemos um sorteio por ano. Esse ano, vamos levar um desses grupos, com 300 pessoas, para a Fenatran 2019, o Salão Internacional do Transporte Rodoviário de Cargas que acontece em São Paulo, onde faremos o sorteio de mais dois veículos”, ressalta Rodrigo.

NXTGen

Muitas empresas de transporte são negócios familiares, e sempre chega um momento em que é necessário falar sobre sucessão, onde os mais jovens assumem a responsabilidade de dar continuidade ao trabalho iniciado por seus antecessores. E foi pensando nesses clientes que o Consórcio criou o Programa #NXTGen. O projeto, que começou em 2017, propõe uma jornada de conhecimento sobre sucessão familiar, impacto das novas tecnologias nos negócios, governança corporativa e gestão empresarial para ajudar a preparar os filhos dos donos dessas transportadoras para assumirem a direção da empresa.

O grupo mais recente a participar da iniciativa, composto por 21 integrantes, acabou de voltar de um encontro no Vale

do Silício, nos Estados Unidos. Por lá, os participantes conheceram empresas inovadoras e de alta tecnologia, e depois foram recepcionados na Scania Brasil, em São Bernardo do Campo (SP), para mais um ciclo de aprendizado.

“Fui com uma expectativa bem grande porque sabia da riqueza do conteúdo em si e da troca com os profissionais envolvidos. E digo que me surpreendi por tanta coisa boa e tanta experiência que pude adquirir para desenvolver ainda mais. Muitos aprendizados vou levar para o meu dia a dia, muitos outros para a minha empresa. Claro, nem tudo se encaixou no meu dia a dia, mas como se diz, é preciso ter a cabeça aberta e pensar fora da caixa porque às vezes uma ferramenta que achamos que não serve tanto, pode ser de bom uso”, comenta Hugo Cipriano Resende, da Agrociro Transportes, que participou pela primeira vez do NXTGen.

Jéssica Cabalero Lopes, da Transportadora TransReal Logística, conta que também se surpreendeu: “A viagem superou minhas expectativas em tudo: o cuidado com a equipe, com o nosso bem-estar, se estávamos gostando e aproveitando, as aulas que tivemos, os lugares que conhecemos. Vimos empresas que estão bem à nossa frente, mas o aprendizado é aplicável. Fizemos networking, tivemos novas ideias. Acho que tem muita coisa que dá para levar para a nossa empresa. Recomendo e voltaria.”



▲ A viagem mais recente da Família Scania reuniu o grupo de consorciados no IberoStar, na Praia do Forte, Bahia.

+

Fique de olho na edição digital da Jornada e nas redes sociais da Scania Brasil para conhecer o ganhador do sorteio da promoção Dreamline!

ENQUANTO O FUTURO NÃO VEM...

[Texto: Simone Leticia Vieira / Foto: Tobias Ohls, Arquivo Scania]

Caminhões movidos a gás e a biometano já são realidade no Brasil. Mas e as outras inovações como veículos elétricos e platooning, quando chegam por aqui? A Jornada ouviu quem entende do assunto e traz as respostas – e tanto outros questionamentos – nesta reportagem.

Portas em automático e lá está você, a bordo da aeronave, no seu assento, já se organizando para ver um filme, ler ou dormir, pois a viagem é internacional e vai ser longa. Você pode até ser do tipo que não quer pensar muito depois que o avião levanta voo. Mas se tem uma pergunta que todo mundo já se fez nessas horas, pelo menos uma vez na vida, é como o avião se mantém tão “paradinho” no ar por horas e horas. O que, afinal, o piloto faz na cabine se existe um modo de voo automático para viagens longas?

Não é mistério, caro (a) leitor (a). É tecnologia! E por mais avançada que ela esteja, sem o piloto para controlar a aeronave enquanto você tranquilamente dorme ou conta as horas, ansioso para chegar ao seu destino, sua viagem dos sonhos não seria possível.

Fazendo um paralelo com o universo do transporte, essa será também uma das possibilidades futuras para o motorista de caminhão. É o chamado platooning, que graças aos avanços da conectividade, permite que os veículos estejam conectados em uma frota não apenas uns aos outros, mas também a um sistema com infraestrutura digital. A ideia é que, aos poucos, os caminhões sejam cada vez mais autônomos e inteligentes e estejam integrados para trazer rentabilidade sem abrir mão da segurança da operação.

Muita gente não sabe, mas no platooning, o motorista segue sendo a peça principal. É o que explica o Gerente de Pré-Vendas da Scania no Brasil, Paulo Genezini: “O platooning não foi pensado para não ter o motorista. Ele está lá, mas não atua na direção, apenas no comando da tecnologia. É exatamente como um piloto de avião. E sem o piloto a gente não viaja. O grande benefício é

melhorar a aerodinâmica. Com um caminhão bem próximo ao outro, eu não estou enfrentando todo o arrasto aerodinâmico no segundo, terceiro ou quarto veículo. É como se fosse um grande trem.”

Embora pareça futurista, essa é uma realidade das pesquisas da Scania para desenvolver um sistema de gestão de frotas e de transporte mais eficiente. Na Europa, os estudos já viraram prática. Por lá, já é possível ver caminhões e ônibus movidos a eletricidade, veículos híbridos, frota automatizada e até estradas elétricas. Por aqui, a situação é bem diferente.

Poderia apostar que você, que ao entrar no avião só pensou na viagem e nem lembrou que o piloto automático, na verdade, demanda a mesma tecnologia que o transporte por terra, muitas vezes sente medo da chegada

dessas novidades no Brasil. Mas calma, pode se tranquilizar que há um longo trajeto a ser percorrido antes que tamanha modernidade aconteça nas estradas brasileiras. “As tecnologias que estão começando a vir nos caminhões são uma preparação para o veículo autônomo. Podemos citar o adaptive cruise control, act cruise, alarme de faixa, freio de emergência, entre muitos outros. São sensores e comandos que vão fazer o caminhão agir por si só e que já existem em operações de alguns clientes nossos no Brasil. Mas, de fato, para viabilizar o veículo autônomo, ainda temos um grande caminho pela frente em regulamentação, em organizar a infraestrutura do País. O governo precisa começar a formalizar algumas questões para que isso vire realidade no transporte do Brasil”, explica Genezini.

Mas, o futuro não é agora?

Veículos autônomos, eletrificação, combustíveis alternativos, estradas elétricas... O que, na prática, virá para o nosso mercado e quando? É a pergunta que não quer calar. “A Scania está conectada com o futuro. Temos hoje toda a tecnologia e trabalhamos com ela como aliada nos três pilares do transporte sustentável: combustíveis alternativos, eficiência energética e transporte inteligente e seguro. Mas ainda estamos começando a difundir os primeiros passos no Brasil, que vão contribuir para a segurança do transporte e o conforto do motorista”, comenta o executivo.

E isso não se aplica somente ao platooning, que ainda não é permitido por aqui. “Quando eu falo de alarme de faixa, por exemplo, é preciso primeiro ter faixa pintada e a gente conhece um monte de estrada que nem isso tem. Então, acho que é só o início de um extenso caminho”, completa.



Se por um lado essas tecnologias ainda demandam infraestrutura e uma série de ajustes nas políticas brasileiras de transporte, por outro já vivenciamos alguns avanços quando o assunto é combustíveis alternativos. Caminhões movidos a gás natural e a biometano já são uma realidade em 2019, como você acabou de ler nesta edição. A chegada dessas novidades pode ser a ponte para o desenvolvimento do Brasil com relação à implementação de outras novas inteligências. “Falar uma data para isso acontecer é mero palpite. Eu acredito que não seja antes de 2030, mas podemos ser surpreendidos. É como o gás. Há bem pouco tempo a gente não falaria que estaríamos trazendo o caminhão a gás este ano”, pontua.

E se a viagem é tão importante quanto o destino, a Scania está no caminho certo. “A empresa está preparada e continua se preparando para quando esse momento chegar. Estamos indo em direção ao futuro e temos algumas tecnologias que estão em prática no presente. Demos os primeiros passos para a condução segura e eficiente e diante disso sabemos que a nossa jornada rumo a um transporte mais sustentável começou”, conclui Genezini. »

...AS PORTAS SEGUEM ABERTAS!

[Texto: 528 Comunicação Com Propósito / Foto: Arquivo Scania]

Conheça a Future Room, a Sala do Futuro da Scania, um espaço virtual que acaba de ser lançado para apresentar visões, ideias e conceitos sobre o amanhã do mundo dos transportes.

Além de ser a parceira líder do cliente na transição para um sistema de transportes mais sustentável, a Scania quer compartilhar sua forma de pensar e sua visão de futuro. E, para mostrar as novas tecnologias que estão sendo estudadas e o que, de fato, a marca tem feito para evoluir e “virar de chave” do setor, a empresa acaba de lançar a Future Room, um espaço em que os próprios especialistas e visionários da Scania se reúnem para trocar informações sobre tendências do segmento com pesquisadores, futuristas, videógrafos e escritores. O objetivo é que esses experts apresentem um desenho do que pode acontecer no futuro do transporte, convidando entusiastas de inovação a participarem da conversa.

“Queremos deixar mais pessoas curiosas sobre a Scania. Tanto para fazer com que aqueles que já nos conhecem vejam lados diferentes de nós, como também para despertar um público entusiasmado com o futuro que ainda nem sabe que deve prestar atenção no que estamos fazendo”, diz Erik Ljungberg, Chefe de Comunicações, Marca e Marketing na Scania. “O ativo mais valioso que temos como empresa são nossos funcionários, nosso talento, e a Future Room é um espaço para eles, assim como também para pessoas de fora da empresa.”

Permanecer na vanguarda durante grandes mudanças tecnológicas, explorar novos modelos de negócios e gerenciar a velocidade dessas transformações traz desafios e grandes oportunidades para

abordagem de comunicação que atraia novas partes interessadas para mais perto da empresa”, afirma Erik Ljungberg.

Na página, é possível conhecer algumas das tecnologias criadas e testadas pela Scania, além de designs do futuro que incorporam recursos de ponta e já estão disponíveis globalmente. É o caso do AXL, um novo conceito de caminhão autônomo sem cabine, pensado para operações mais difíceis, como mineração e grandes canteiros de obras, e totalmente dirigido e monitorado por um sistema de controle inteligente.

Mas, enquanto essa inovação não chega por aqui, o Brasil segue de portas abertas e acompanha bem de perto tudo aquilo que o futuro nos reserva. ●



Conheça a Future Room e acompanhe as inovações da Scania.

VEÍCULOS, SERVIÇOS E MOTORES

ACRE
Rio Branco (Posto de Serviço)
Rovema - Tel. + 55 (68) 3221-6433
rovema@riobranco.com.br

ALAGOAS
Rio Largo (Filial)
Movesa - Tel. + 55 (82) 2126-9100
movesa.alagoas@movesa.com.br

AMAZONAS
Manaus (Matriz)
Supermac - Tel. + 55 (92) 2101-4043
supermac@supermac-am.com.br

AMAPÁ
Macapá (Loja de Peça)
WLM - Itaipu Norte - Tel. + 55 (96) 3251-4899
itaipunorte@itaipunorte.com.br

BAHIA
Salvador (Matriz)
Movesa - Tel. + 55 (71) 2103-9100
movesa.salvador@movesa.com.br

Barreiras (Filial)
Movesa - Tel. + 55 (77) 3611-4361
movesa.barreiras@movesa.com.br

Feira de Santana (Filial)
Movesa - Tel. + 55 (75) 3321-9100
movesa.feira@movesa.com.br

Teixeira de Freitas (Filial)
Movesa - Tel. + 55 (73) 3311-3900
movesa.teixeira@movesa.com.br

Vitória da Conquista (Filial)
Movesa - Tel. + 55 (77) 4009-9100
movesa.conquista@movesa.com.br

Luis Eduardo Magalhães (Posto de Serviço)
Movesa - Tel. + 55 (77) 3628-3341
vinicio.cordeiro@movesa.com.br

CEARÁ
Fortaleza (Matriz)
Conterránea - Tel. + 55 (85) 3307-2222
mykael@carmais.com.br

DISTRITO FEDERAL
Brasília (Matriz)
Varela - Tel. + 55 (61) 2104-5000
robson.coelho@varellaveiculos.com.br

ESPIRITO SANTO
Viana (Matriz)
Venac - Tel. + 55 (27) 2123-7900
sac@venac.com.br

Linhares (Posto de Serviço)
Venac - Tel. + 55 (27) 3264-8700
sac@venac.com.br

GOIÁS
Aparecida de Goiânia (Matriz)
Varela - Tel. + 55 (62) 4006-4000
sac@varellapesados.com.br

Rio Verde (Filial)
Varela - Tel. + 55 (64) 3611-5500
sac@varellapesados.com.br

Itumbiara (Posto de Serviço)
Varela - Tel. + 55 (64) 2103-1050
sergio.mattias@varellapesados.com.br

MARANHÃO
São Luís (Matriz)
Alpha - Tel. + 55 (98) 3214-1919
alpha.slz@alphamaquinas.com.br

Imperatriz (Filial)
Alpha - Tel. + 55 (99) 3529-9400
alpha.imp@alphamaquinas.com.br

MATO GROSSO
Cuiabá (Matriz)
Rota-Oeste - Tel. + 55 (65) 3611-5000
cuiaba@rotaoeste.com.br

Rondonópolis (Filial)
Rota-Oeste - Tel. + 55 (66) 3411-5555
rondonopolis@rotaoeste.com.br

Sinop (Filial)
Rota-Oeste - Tel. + 55 (66) 3511-1500
sinop@rotaoeste.com.br

MATO GROSSO DO SUL
Campo Grande (Filial)
P.B. Lopes - Tel. + 55 (67) 3326-5080
pbl@sercomtel.com.br

Dourados (Filial)
P.B. Lopes - Tel. + 55 (67) 3424-0015
pbl@sercomtel.com.br

Ladário (Posto de Serviço)
P.B. Lopes - Tel. + 55 (67) 3234-6400
pbl@sercomtel.com.br

Uberaba (Loja de Peça)
Escandinávia - Tel. + 55 (34) 3521-9955
escandinavia.ura@escandinavia.com.br

Uberlândia (Filial)
Escandinávia - Tel. + 55 (34) 3233-8000
escandinavia.ud@escandinavia.com.br

Contagem - (Matriz)
WLM - Itaipu - Tel. + 55 (31) 3399-1000
itaipu@itaipumg.com.br

Contagem - (Reformadora)
WLM - Itaipu - Tel. + 55 (31) 3398-0440
itaipuin@itaipumg.com.br

Montes Claros (Filial)
WLM - Itaipu - Tel. + 55 (38) 3213-2200
itaipumc@itaipumg.com.br

Patos de Minas (Loja de Peça)
WLM - Itaipu - Tel. + 55 (34) 3822-5555
itaipupm@itaipumg.com.br

Perdões (Loja de Peça)
WLM - Itaipu - Tel. + 55 (35) 3864-4228
itaipupe@itaipumg.com.br

Juiz de Fora (Filial)
WLM - Itaipu - Tel. + 55 (32) 3223-4455
itaipujf@itaipumg.com.br

São Gonçalo do Rio Abaixo (Posto de Serviço)
WLM - Itaipu - Tel. + 55 (31) 3380-1491
itaipusg@itaipumg.com.br

PARÁ
Marabá (Filial)
WLM - Itaipu Norte - Tel. + 55 (94) 2103-8050
itaipunorte@itaipunorte.com.br

Marituba (Filial)
WLM - Itaipu Norte - Tel. + 55 (91) 4005-2222
itaipunorte@itaipunorte.com.br

Paragominas (Loja de Peça)
WLM - Itaipu Norte - Tel. + 55 (91) 3738-1683
itaipunorte@itaipunorte.com.br

PARAIBA
Campina Grande (Filial)
Movesa - Tel. + 55 (83) 2102-9100
movesa.paraiba@movesa.com.br

PARANÁ
Campo Mourão (Posto de Serviço)
P.B. Lopes - Tel. + 55 (44) 3518-0101
pbl@sercomtel.com.br

Londrina (Matriz)
P.B. Lopes - Tel. + 55 (43) 4009-0780
pbl@sercomtel.com.br

Maringá (Filial)
P.B. Lopes - Tel. + 55 (44) 3228-5757
pbl@sercomtel.com.br

São José dos Pinhais (Matriz)
Cotrasa - Tel. + 55 (41) 3299-7272
lg-cot-sjp@cotrasa.com.br

Cascavel (Filial)
Cotrasa - Tel. + 55 (45) 3333-2300
lg-cot-csv@cotrasa.com.br

Guarapuava (Filial)
Cotrasa - Tel. + 55 (42) 3629-7100
lg-cot-gva@cotrasa.com.br

Pato Branco (Filial)
Cotrasa - Tel. + 55 (46) 3220-8400
lg-cot-ptb@cotrasa.com.br

Ponta Grossa (Filial)
Cotrasa - Tel. + 55 (42) 3239-6600
lg-cot-pgo@cotrasa.com.br

União da Vitória (Filial)
Cotrasa - Tel. + 55 (42) 3524-6675
lg-cot-unv@cotrasa.com.br

PERNAMBUCO
Jaboatão dos Guararapes (Matriz)
Movesa - Tel. + 55 (81) 2101- 9100
administracao.recife@movesa.com.br

PIAUI
Teresina (Filial)
Alpha - Tel. + 55 (86) 3220-6700
alpha.the@alphamaquinas.com.br

RIO DE JANEIRO
Rio de Janeiro (Matriz)
WLM - Tel. + 55 (21) 3974-6550
wlm@wlm.com.br

Rio de Janeiro (Filial)
WLM - Equipos - Tel. + 55 (21) 3452-9600
equipo@equiporj.com.br

Barra Mansa (Posto de Serviço)
WLM - Equipos - Tel. + 55 (24) 3348-3332
equipo.bm@equiporj.com.br

RIO GRANDE DO NORTE
Mossoró (Posto de Serviço)
Conterránea - Tel. + 55 (84) 3422-2400
marcos.dantas@carmais.com.br

Macabá (Filial)
Conterránea - Tel. + 55 (84) 3343-7000
rivaldo.rodrigues@carmais.com.br

RIO GRANDE DO SUL
Eldorado do Sul (Matriz)
Suvesa - Tel. + 55 (51) 3481-5050
eldorado@scania.com

Pelotas (Filial)
Suvesa - Tel. + 55 (53) 3274-3535
pelotas@scania.com

Portão (Filial)
Suvesa - Tel. + 55 (51) 3562-8200
portao@scania.com

Santa Maria (Posto de Serviço)
Suvesa - Tel. + 55 (55) 3211-1909
santamaria@scania.com

Três Cachoeiras (Posto de Serviço)
Suvesa - Tel. + 55 (51) 3667-1030
trescachoeiras@scania.com

Caxias do Sul (Matriz)
Brasdieisel - Tel. + 55 (54) 3463-8800
garibaldi@brasdieisel.com.br

Vacaria (Filial)
Brasdieisel - Tel. + 55 (54) 3231-4600
vacaria@brasdieisel.com.br

Passo Fundo (Filial)
Brasdieisel - Tel. + 55 (54) 3318-7600
passofundo@brasdieisel.com.br

RONDÔNIA
Porto Velho (Matriz)
Rovema - Tel. + 55 (69) 3218-7200
rovema@rovema.com.br

Ji-Paraná (Filial)
Rovema - Tel. + 55 (69) 3411-3150
rovemaji-parana@rovema.com.br

Vilhena (Filial)
Rovema - Tel. + 55 (69) 3316-4080
rovemavilhena@rovema.com.br

RORAIMA
Boa Vista (Posto de Serviço)
Supermac - Tel. + 55 (95) 3198-3400
supermac@supermac-am.com.br

SANTA CATARINA
Piçarras (Matriz)
Mevepi - Tel. + 55 (47) 3267-7200
atendimento@mevepi.com.br

Itajaí (Filial)
Mevepi - Tel. + 55 (47) 3341-0800
atendimento@mevepi.com.br

Joinville (Filial)
Mevepi - Tel. + 55 (47) 3451-0300
atendimento@mevepi.com.br

Rio do Sul (Posto de Serviço)
Mevepi - Tel. + 55 (47) 3520-3500
atendimento@mevepi.com.br

Palmitos (Posto de Serviço)
Cotrasa - Tel. + 55 (49) 3199-5365
palmitos@scania.com

Biguaçu (Matriz)
Cavese - Tel. + 55 (48) 3279-7500
biguacu@scania.com

Concórdia (Filial)
Cavese - Tel. + 55 (49) 3904-5000
concordia@scania.com

Cordilheira Alta (Filial)
Cavese - Tel. + 55 (49) 3358-6100
cordilheira@scania.com

Lages (Filial)
Cavese - Tel. + 55 (49) 3221-3411
lages@scania.com

Tubarão (Filial)
Cavese - Tel. + 55 (48) 3631-6200
tubarao@scania.com

Videira (Filial)
Cavese - Tel. + 55 (49) 3531-3211
videira@scania.com

SÃO PAULO
Guarulhos (Matriz)
Codema - Tel. + 55 (11) 2199-5000
codema.guarulhos@scania.com

Cacapava (Filial)
Codema - Tel. + 55 (12) 3653-1611
codema.cacapava@scania.com

Jundiaí (Filial)
Codema - Tel. + 55 (11) 2136-8750
codema.jundiai@scania.com

Registro (Filial)
Codema - Tel. + 55 (13) 3821-6711
codema.registro@scania.com

Santos (Filial)
Codema - Tel. + 55 (13) 2102-2980
codema.santos@scania.com

São Bernardo do Campo (Filial)
Codema - Tel. + 55 (11) 2176-0000
codema.saobernardo@scania.com

Sorocaba (Filial)
Codema - Tel. + 55 (15) 2102-7850
codema.sorocaba@scania.com

Sumaré (Filial)
WLM - Quinta Roda - Tel. + 55 (19) 3854-8900
quintaroda@quintaroda.com.br

Araçatuba (Filial)
WLM - Quinta Roda - Tel. + 55 (18) 3631-1010
groda.ata@quintaroda.com.br

Bauru (Filial)
WLM - Quinta Roda - Tel. + 55 (14) 2109-3150
quintaroda.bru@quintaroda.com.br

Porto Ferreira (Posto de Serviço)
WLM - Quinta Roda - Tel. + 55 (19) 3581-4144
groda.pf@quintaroda.com.br

Ribeirão Preto (Matriz)
Escandinávia - Tel. + 55 (16) 3969-9900
escandinavia.rp@escandinavia.com.br

ARARAQUARA (Filial)
Escandinávia - Tel. + 55 (16) 2109-1000
araraquara@escandinavia.com.br

São José do Rio Preto (Filial)
Escandinávia - Tel. + 55 (17) 3215-9770
escandinavia.sj@escandinavia.com.br

Regente Feijó (Filial)
P.B. Lopes - Tel. + 55 (18) 3941-1030
pbl@sercomtel.com.br

Salto Grande (Filial)
P.B. Lopes - Tel. + 55 (14) 3378-4115
pbl@sercomtel.com.br

SERGIPE
Nossa Sra. do Socorro (Filial)
Movesa - Tel. + 55 (79) 2104-9100
movesa.sergipe@movesa.com.br

TOCANTINS
Gurupi (Matriz)
MCM - Tel. + 55 (63) 3311-4000
marketing@mcmtocantins.com

Araguaína (Filial)
MCM - Tel. + 55 (63) 3421-3433
marketing@mcmtocantins.com

EXCLUSIVO MOTORES E SERVIÇOS

AMAPÁ
Santana
MOTOMAP - Tel. (96) 3281-3578
motomapsz@netsan.com.br

PARÁ
Santarém
MOTOMAP - Tel. (93) 3523-1109
motomapsz@netsan.com.br

SÃO PAULO
Guarujá
MECMARINE - Tel. (13) 3355-4782
mecmarine@mecmarine.com.br

SCANIA NA AMÉRICA LATINA

ARGENTINA
Buenos Aires
Tel. (00543327) 451000

BOLÍVIA
Santa Cruz de La Sierra
Tel. (005913) 341-1111

CHILE
Santiago
Tel. (00562) 3940-400

COLÔMBIA
Santafé de Bogotá
Tel. (00571) 292-8200

COSTA RICA
San José
Tel. (00560) 290-2255

EQUADOR
Quito
Tel. (00593) 2307-0553

GUATEMALA
Guatemala
Tel. (00502) 2420-4466

MÉXICO
México Querétaro
Tel. (0052442) 227-3000

NICARÁGUA
Manágua
Tel. (005052) 631151/331152 A 331159

PARAGUAI
Asunción
Tel. (0059521) 50-391 A 50-3928 / 50-3720

PERU
Lima
Tel. (00511) 512-1800

REPÚBLICA DOMINICANA
Santo Domingo
Tel. (001809) 372-0455

URUGUAI
Montevideo
Tel. (005982) 924-0433/0435

VENEZUELA
Valencia
Tel. (0058241) 871-8090

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

Scania Assistance

Scania Assistance

Scania Assistance

Scania Assistance

Scania Assistance

Scania Assistance

Scania Assistance

Scania Assistance

Scania Assistance

Scania Assistance

Scania Assistance

Scania Assistance

Scania Assistance



TODA EVOLUÇÃO VEM ACOMPANHADA DE UMA REVOLUÇÃO.

NOVOS CAMINHÕES SCANIA LONGA DISTÂNCIA.

A Scania trouxe até você uma **nova linha de caminhões** feita sob medida para sua operação. Cada caminhão é desenvolvido exatamente de acordo com o que você precisa.

Contam com motores mais potentes e econômicos combinados com uma nova aerodinâmica de cabine, capazes de entregar **até 12% de economia de combustível**, e serviços conectados que reduzem as paradas desnecessárias e os custos de manutenção.

São soluções que **aumentam a disponibilidade** de cada veículo, **a rentabilidade** em cada viagem e a **sustentabilidade** da sua operação como um todo.

Venha conferir as inovações desenvolvidas para o único negócio que importa. O seu.

make.



ATÉ
12%
de economia de
combustível

EFICIÊNCIA ENERGÉTICA
Economia presente em todos os detalhes



**NOVOS
MOTORES**
8%



**NOVA
CABINE**
2%



**PACOTE
AERODINÂMICO**
2%

