



SCANIA BRASIL

JORNADA

[SOLUÇÕES DE TRANSPORTE SUSTENTÁVEL]

[DESTAQUE]

Sustentabilidade aqui e agora

Os esforços da Scania pelo bem do planeta vão desde o lançamento de novas tecnologias à contribuição ativa para uma economia de baixo carbono. Saiba como e por que.

#5 – 2020

SCANIA



+ NOTÍCIAS	
Para transformar o futuro	16
Amor de pai para filha	32
Conheça a nova sede da Cotrasa	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

Um ano ainda mais sustentável

2020, o ano em que estamos dando mais um passo rumo à sustentabilidade no transporte com as entregas dos primeiros caminhões movidos a GNV (gás natural veicular), GNL (gás natural liquefeito) e biometano do Brasil. Para nós, é uma satisfação imensa começar um ano e, junto com ele, dar também início a um novo ciclo em nosso segmento. Felizmente, trata-se de um caminho sem volta. Afinal, o que queremos é de fato transformar o mundo dos transportes.



Mas, não cumprimos esta missão sozinhos. Por isso, fazemos mais um convite a você, nosso cliente, concessionário, motorista e fã da Scania a embarcar nesta jornada conosco. Assim como quando lançamos nossa Nova Geração de caminhões e te demos as boas-vindas a uma nova era, agora é chegado o momento de avançar nesta caminhada tendo você como parceiro.

Muitos já nos deram as mãos: são vários testes de caminhão a gás em todo o Brasil, pedidos de soluções sustentáveis que não param de chegar à nossa fábrica e clientes que confiam em nossa tecnologia e expertise para terem rentabilidade sem comprometer o futuro do planeta. É esse o tema da nossa matéria de capa: mostramos como a economia de baixo carbono e os combustíveis alternativos revolucionam o transporte brasileiro.

Como você também já sabe, a Scania, marca líder em seu segmento e a mais desejada do mercado, é pioneira ao trazer veículos movidos a combustíveis sustentáveis para o Brasil. Nesta edição, vamos tirar todas as suas dúvidas sobre esses novos modelos e mostrar as iniciativas da Scania e de seus clientes por um futuro mais limpo, além de relembrar os reconhecimentos que recebemos em 2019.

Comece, então, a mergulhar neste universo de possibilidades que a sustentabilidade nos traz e a direcionar, junto conosco, o seu olhar para aquele que é um dos propósitos da nossa marca: transformar o mundo em um lugar melhor para todos.

Ótima leitura! ●

Roberto Barral – Vice-Presidente das Operações Comerciais da Scania no Brasil.

É DO BRASIL!

A Scania atingiu, no final de 2019, a marca global de 100 mil chassis ativados do Plano de Manutenção Flexível com a adesão, no Brasil, da Transportadora Nova Santa Rosa. A empresa, que é da cidade de Toledo, no Paraná, tem frota 100% Scania e dez contratos flexíveis em caminhões da Nova Geração, que transportam carga refrigerada.

“Para nós, é um marco na história da Scania, ainda mais com a informação que o número 100 mil é brasileiro. Os Serviços Conectados geram dados para melhorias nas operações e economia aos clientes. É uma maneira inteligente de fazer a gestão da frota e controlar os custos operacionais”, afirma Gustavo Andrade, Gerente de Portfólio de Serviços da Scania Brasil.

Vale lembrar que o Plano de Manutenção Flexível permite reduzir os custos em até 25% e aumentar a disponibilidade dos veículos, seguindo cada perfil de transporte. A manutenção é totalmente customizada para cada veículo individualmente e a cobrança é por quilometragem e de acordo com as faixas de consumo de combustível.



▲ Marcio Endrigo Piccoli de Oliveira (à esquerda), Vendedor de Soluções da Casa Scania Cotrasa Cascavel, no Paraná, acompanha de perto o dia a dia de Rudi Olmiro Pootz (ao centro) e Elói Pootz Filho (à direita), sócios da Transportadora Nova Santa Rosa.

100 MIL

É a marca global - alcançada com a adesão no Brasil da Transportadora Nova Santa Rosa - de chassis ativados dentro do Plano de Manutenção Flexível.

POR FALAR EM PMS FLEXÍVEL...

O Grupo G10, um dos grandes clientes da Scania, acaba de investir em 600 novos Planos de Manutenção Flexível para sua frota. Para Claudio Adamuccio, Presidente do G10 e Diretor Administrativo da Transpanorama, a solução de transporte da marca trouxe ainda mais eficiência para a operação e para a gestão da empresa. “O plano ficou inteligente, dinâmico e chegou dentro do conceito do que eu considero viável, que é pagar pelo que se usa, pelo que se consome. O momento da manutenção é mais ágil. Antes, eu tinha que entender aonde minha frota iria e fazer um planejamento antecipado. Hoje, eu fico livre. Cuido da logística e quando chega a data de fazer a manutenção é só consultar qual é a concessionária mais próxima e pedir para o motorista se dirigir para lá. Essa negociação centralizada e com abrangência em todo o território nacional - e sendo o G10 uma empresa que atua em todo o

território nacional - tornou o processo mais tranquilo porque não preciso mais fazer negócio a negócio, concessionária a concessionária”, explica.

Vale lembrar que a Manutenção com Planos Flexíveis é totalmente customizada para cada veículo individualmente e a cobrança é feita por quilometragem (se não rodou, não paga) e de acordo com as faixas de consumo de combustível (se consumiu menos, paga menos). “Colocamos o mercado de transporte nacional no patamar de personalização da operação, ou seja, conseguimos oferecer serviços individualizados e com pagamento variável de acordo com a necessidade de cada caminhão de cada frota”, explica Gustavo Andrade, Gerente do Portfólio de Serviços da Scania.

“Realmente ele foi feito sob medida. Me deu liberdade de cuidar de outras coisas

ao invés de precisar me envolver em negociações de manutenção. Aderimos há poucos meses, ainda estamos mensurando o impacto na rentabilidade. Mas, por agora, o que posso garantir é que estou contente por ter feito o plano”, finaliza Adamuccio.

+ NÃO RODA, NÃO PAGA
Conheça mais detalhes da Manutenção com Planos Flexíveis e veja as vantagens desse serviço.



DESENHE O CAMINHÃO DOS SEUS SONHOS

São incansáveis os esforços da Scania para deixar cada vez melhor a experiência de compra do cliente. O Configurator chega como mais um exemplo dessa dedicação. Trata-se de uma ferramenta que permite ao cliente configurar a máquina dos sonhos ideal para a sua operação. Totalmente intuitiva, a plataforma está disponível no site da Scania e além de possibilitar a configuração da cabine e do eixo, também facilita o contato com o time da concessionária. “O Configurator não é bem uma ferramenta de vendas, mas ele ajuda tanto o cliente quanto o vendedor, junto com o cliente, é claro, a começar a montar as especificidades da operação. Ele tem um pouquinho da filosofia da oferta guiada e o cliente pode configurar o veículo

da maneira que desejar, de forma bem simples”, explica Paulo Genezini, Gerente de Pré-Vendas da Scania no Brasil.

“Outra novidade é que se o cliente não quer comprar um veículo, mas quer configurar o caminhão dos sonhos e mostrar para um amigo, ele pode criar o veículo do jeito que quer e sempre pensou e compartilhar nas redes sociais - Facebook e Instagram - ou enviar por e-mail”, comenta Vitória do Valle, Analista de Marketing da Scania no Brasil, responsável por implementar a ferramenta no mercado brasileiro.

Que tal experimentar? Acesse o site da Scania em www.scania.com.br.



«Veja mais detalhes desta novidade.»

[DESTAQUE]

PELO BEM DO PLANETA

[Texto: Simone Leticia Vieira / Foto: Wagner Menezes, Luciano Vicioni - WM Photo Studio, Arquivo Scania]

Além dos novos caminhões movidos a gás e biometano, a Scania tem lançado um novo olhar para a sustentabilidade em toda a cadeia de transporte. E você, o que tem feito pelo bem do planeta?

Respire fundo. Sinta o ar que entra e sai do seu corpo. Perceba cada movimento que ele faz enquanto você inspira e expira. Observe a você mesmo, ouça seus pensamentos. Eles vêm e vão. Deixe-os fluir. Converse com seus sentimentos. A cada inspiração, segure o ar por alguns segundos antes de expirá-lo. A cada expiração, visualize eliminar de você todas as energias negativas, o cansaço, as preocupações. Esqueça o mundo lá fora. Faça ciclos desse exercício até que se torne um hábito. No seu tempo, no seu ritmo. Aprofunde a sua experiência, concentre-se na sua respiração e se deixe envolver, cada vez mais, nessa prática. E, sempre que puder, faça isso em um parque, sentado na grama, embaixo de uma árvore.

É da natureza que vem esse ar. É para ela que ele volta, em questão de segundos. É esse ar que renova cada célula do seu corpo, diariamente. Mas o processo é tão natural

que você não se dá conta. Também não percebe que é esse ciclo vivo que te conecta ao planeta. Você pertence a ele. É com o planeta que você segue fazendo a sua troca diária, desde o simples ato de respirar até as ações mais planejadas, como comprar um carro, por exemplo.

Mas, por que você não analisa, da mesma forma como esse exercício de reconexão aqui proposto, qual é a troca feita com o mundo no momento em que consome um produto? O que é que ele te traz de benefício e o que ele oferta de volta ao planeta? Se uma ação natural e involuntária traz essa reflexão, por que não aplicá-la àquilo que se escolhe ter ou fazer?

Felizmente, essa nova visão vem sendo praticada no setor de transportes. Primeiro porque muita gente já entendeu que mudar seus hábitos de consumo faz a economia se movimentar para outra direção. Claro, se você não compra mais desta ou daquela marca por levar em conta o futuro do »

Sustentabilidade é reconexão. Saiba como você pode fazer a sua parte.





“A Scania é uma empresa que, assim como nós, também busca ter um impacto positivo na sociedade.”

Renan Loureiro, Gerente Nacional de Transportes na L'Oréal.

planeta, a demanda diminui, o transportador perde mercado, o produtor precisa se reinventar. Depois porque o segmento vem sendo visto como o principal responsável pelas emissões de CO₂, e isso, aliado à mudança de comportamento do consumidor, tem levado as empresas a repensarem seu processo de reinserção no mercado – e, consequentemente, na natureza.

Evoluir para transformar...

Há quem pense que essa evolução não seja assim tão fácil. Toda mudança requer esforço, é verdade. É preciso quebrar paradigmas, estabelecer uma nova cultura, um novo jeito de se pensar. E se avaliarmos o que o mundo viveu nos séculos passados, fica óbvio que transformá-lo é possível.

Passamos de uma economia movida pelo consumo desenfreado do petróleo – não se esqueça de que praticamente tudo, até o pote da manteiga que você consome no seu café da manhã é derivado do petróleo – para uma era de crise na venda do ativo. Vivenciamos as indústrias em seu auge para depois ver o País em altos e baixos econômicos. Saímos do fax para o e-mail,



[EM NÚMEROS]

86 MIL
TONELADAS DE CO₂

a menos na atmosfera com a chegada da Nova Geração Scania, o que equivale a 516 mil árvores plantadas.

da linha fixa para o celular, da antena parabólica para o satélite e o sinal a cabo. Tudo se conectou e é chegado o momento de você se conectar, desta vez, com o planeta.

“Até então, o petróleo resolvia, baixava o custo, era para todo mundo, tudo era igualzinho. E agora começam a aparecer mil alternativas, que sempre estiveram aí e que ninguém queria olhar. Estamos com mais possibilidade de natureza hoje do que antes”, comenta Mario Mantovani, Diretor de Políticas Públicas da Fundação SOS Mata Atlântica.

E a Scania olhou. Enxergou as possibilidades que a natureza oferece, entendeu também como devolver para ela, de forma mais saudável, parte daquilo que utiliza, pensou no agora e no futuro e se reconectou, enquanto empresa e com o planeta.

Essa reconexão começou quando a marca anunciou a chegada da sua Nova Geração de caminhões, que por consumir até 12% menos combustível, polui menos, traz mais rentabilidade e sustentabilidade para toda a cadeia de negócios. O segundo passo foi dado com o lançamento dos novos caminhões movidos a gás e biometano, que prometem até 90% de redução de emissão de CO₂ quando o abastecimento é feito com esse segundo combustível. E a etapa mais importante tem sido registrada desde esse lançamento, com os parceiros da marca que aderiram a essas soluções para também transformarem as suas operações.

“A Jornada da Scania não pensa somente no hoje, mas no futuro das próximas gerações. Há quase quatro anos, no lançamento da Nova Geração em Paris, assumimos o compromisso de mudar o transporte focados em sustentabilidade. E hoje, aqui no Brasil, nos dá um orgulho imenso ver que nossos clientes e

embarcadores, cada vez mais, estão aderindo e acompanhando essa nossa jornada, totalmente em linha com o nosso propósito”, destaca Roberto Barral, Vice-Presidente das Operações Comerciais da Scania no Brasil.

Outra boa notícia para os incrédulos vem da Agência Internacional de Energia (IEA): as emissões de CO₂ permaneceram estáveis em 2019*, mesmo com o aumento da economia global em 2,9%, o que naturalmente faria com que elas crescessem.

A conectividade certamente impactou nesse resultado. Na Scania, os Serviços Conectados também fizeram essa conta: foram 86 mil toneladas de CO₂ a menos na atmosfera com a chegada da Nova Geração da marca, o que equivale a 516 mil árvores plantadas, segundo estudos da Fundação SOS Mata Atlântica. Ou seja, existe sim um caminho que alia eficiência energética, transporte inteligente e seguro e o uso de alternativas sustentáveis pelo bem do planeta, visão que não é só da Scania. »



“É um caminho sem volta, todos vão precisar migrar para soluções mais sustentáveis e, como a Scania, nós apostamos nisso.”

Rodrigo Navarro, proprietário da RN Logística.



“Pensamos em ser um dos pioneiros, sair na frente desse mercado junto com um cliente nosso, e por isso resolvemos investir.”

Eduardo Garrido, proprietário da Jomed Transportes.

ter com o produto, além da sustentabilidade”, explica Vanderlei Braga Garrido, proprietário da empresa ao lado do filho, Eduardo, que complementa: “Pensamos em ser um dos pioneiros, sair na frente desse mercado junto com um cliente nosso, e por isso resolvemos investir.” Os dois novos R 410 a gás irão transportar cosméticos da L’Oréal em uma rota entre São Paulo e Rio de Janeiro.

Para a L’Oréal, o investimento de seus parceiros faz parte de um processo de alinhamento de objetivos maiores entre embarcador e transportador. “Como líder mundial no mercado de beleza, é nosso dever incentivar soluções que permitam reinventar o negócio, respeitando o meio ambiente. Temos feito um trabalho de educação dos nossos transportadores sobre o conceito de sustentabilidade para elevar a barra de maturidade deles sobre o tema. Consequentemente, à medida em que vamos elevando o nível, começamos a colocar mais exigências. Desde o ano passado, passamos a incluir a sustentabilidade como um pilar muito forte nas avaliações de contratação de novos transportadores. E aí entra idade de frota, redução de energia, modais novos propostos, alternativas mais sustentáveis, avaliação do impacto ambiental das empresas e maturidade em sustentabilidade, que já é um requisito hoje avaliado pela empresa”, explica Renan Loureiro, Gerente Nacional de Transportes na L’Oréal.

...transformar para evoluir

Clientes como RN Logística e Jomed Transportes, por exemplo, foram os primeiros da Scania a apostarem no caminhão a gás da marca. Não só porque os próprios embarcadores passaram a exigir de seus parceiros um olhar mais sustentável para toda a cadeia de negócios, mas também por pensarem que esta é a trajetória para o transportador do futuro.

Rodrigo Navarro, proprietário da RN Logística, foi o responsável pela compra do primeiro modelo a gás, veículo que fará parte da frota que atende a L’Oréal. Para ele, o propósito da Scania se difunde com o da própria empresa. “Temos a proposta de em cinco anos estarmos com a operação 100% verde e queremos ser referência no mercado de logística sustentável”, conta Navarro. A empresa hoje, além dos caminhões movidos a combustíveis alternativos da Scania, opera com outros veículos elétricos e a gás em uma frota menor.

“A RN Logística tem um apelo muito forte na questão ambiental. É um caminho sem volta, todos vão precisar migrar para soluções mais sustentáveis e, como a Scania, nós apostamos nisso. Temos a estimativa de alcançar cerca de 30% em economia com combustível e ainda contribuir com a redução das emissões de CO₂”, completa Navarro.

O mesmo aconteceu com a Jomed. Três razões principais motivaram a decisão de compra: a tendência do mercado, os bons resultados alcançados com a Nova Geração Scania e as exigências dos embarcadores. “O mercado e os embarcadores já estão começando a exigir isso da gente. Então, mais cedo ou mais tarde, temos que procurar esse caminho. Sem falar na economia que vamos

Mas, junto com essa avaliação, é importante fazer a conta fechar. Isso porque de nada adianta tornar a sustentabilidade um valor se a própria logística de compra do veículo ou o processo de transporte não se sustentarem no longo prazo. “Em um ano, a conta não fecha para o transportador. Mas, juntos, achamos a equação de valor que seja viável para ele e para a empresa, já que não é nosso objetivo gastar mais ou fazer a sustentabilidade pagando por isso. O que queremos é fazer alinhado ao que já temos hoje e de forma que o nosso parceiro não seja onerado por isso. Para o pequeno transportador, muitas vezes, investir em um caminhão como este da Scania, uma solução sustentável, é a porta de entrada para uma grande empresa, que vai credenciá-lo depois para fazer venda ou ampliar negócios com outros embarcadores. Então, o que fazemos é encontrar um meio termo de flexibilização de prazo ou de garantia contratual, para que ele tenha retorno ao longo do tempo daquele investimento que fez”, pontua Loureiro.

Por falar em oportunidades...

Um novo processo, com exigências dos embarcadores, novos perfis de consumidores, mais parcerias e investimentos em tecnologia sustentável, trouxe para o mercado um outro jeito de fazer negócios, além de reconexões importantes.

É que se antes as empresas se viam como concorrentes, hoje se aliam em busca do mesmo objetivo, processo natural que o planeta quer da gente. Um sistema em que todo mundo faz, ganha junto e devolve para o mundo os benefícios na mesma proporção que recebeu. Isso é ser sustentável.

“É hora de a gente se unir, porque tudo é novidade para todo mundo, não sabemos qual vai ser o retorno, como o caminhão a gás vai se comportar na operação. Estamos entendendo como podemos, por exemplo, fazer juntos um posto de abastecimento de forma que seja bom para todos os lados e que, logisticamente, esteja



Parceria para atender o mesmo cliente: Eduardo Garrido e Sidnei Alves, da Jomed, e Rodrigo Navarro, da RN Logística estão estudando, juntos, a viabilidade de um posto de abastecimento próprio.

em um lugar estratégico para atender o cliente”, sinaliza Eduardo Garrido.

Para Navarro, este é o caminho ideal. “Essa questão da sinergia do abastecimento é um fator que vai nos afetar. Então, a gente vai conseguir fazer essa união e criar uma forma de rentabilizar para ambas as partes e cumprir com o que o cliente quer”, afirma.

“Estamos buscando essas parcerias, juntando forças com a própria RN para tentar viabilizar e ter o ponto de abastecimento dentro da companhia. O investimento é alto, a operação é complexa, envolve um conjunto de componentes que vamos ter que estudar para ver se o projeto será viável ou não”, adiciona Sidnei Alves, Diretor Financeiro da Jomed.

...é hora de criar novas conexões

Essa é apenas uma das tantas oportunidades que o mercado de transportes tem trazido. Parcerias fazem as empresas respirarem novos ares e se reconectarem, umas com as

outras, e todas com o planeta. Especialmente quando, junto com esse movimento, há o uso de alternativas mais simples, limpas e amplamente disponíveis no Brasil, como o gás natural.

É o que rege a economia de baixo carbono, tão em voga na atualidade, mas tão praticada apenas no discurso por tantas companhias. Para quem não sabe, o termo nada mais é do que um sistema econômico com baixa emissão de CO₂, ou seja, um conjunto de ações que visam o desenvolvimento da economia, das empresas e da sociedade como um todo em que as fontes de energia são renováveis. “Não é só sobre plantar árvores. Faz parte e a gente gosta muito disso. Mas é sobre desenvolver o nosso cliente e o sistema de transportes, devolver investimento para esse sistema, para o nosso cliente e ajudar no desenvolvimento do nosso País”, ressalta Márcio Furlan, Diretor de Comunicação e Marketing da Scania no Brasil.

“Não estamos trabalhando só para um mundo mais sustentável, e sim por um mundo mais sustentável.”

Márcio Furlan, Diretor de Comunicação e Marketing da Scania no Brasil.

“A Scania é uma empresa que, assim como nós, também busca ter um impacto positivo na sociedade. Ela fomenta a vinda de novas tecnologias para o Brasil, buscando parceiros, embarcadores, clientes e vai além do seu negócio direto de compra e venda de veículos. Assim conseguimos fazer uma logística diferente. Um exemplo é a relação com a L’Oréal, que não tem frota própria. Os veículos a gás são uma inovação e põem a Scania à frente de todos os seus concorrentes, desenhando um novo mercado. É uma nova logística que vamos ter no Brasil e isso abre as portas para um futuro em que, mais adiante, mesmo não sabendo qual será a tecnologia, sabemos que certamente a Scania estará na frente”, conclui Loureiro.

É no que a Scania está focada. “Não estamos trabalhando só para um transporte mais sustentável, e sim por um mundo mais sustentável. Para todo mundo que atua com transporte, para as nossas famílias e para a gente mesmo”, lembra Furlan.

E é no que você está focado (a) também. Acredite: se a tão comentada economia de baixo carbono já é uma realidade, aqui e agora, é porque você também tem reavaliado seus hábitos, seus valores, seu comportamento. O que compra, o que come, com o que gasta, onde investe seu tempo e sua energia. O que, assim como a Scania, você está desenvolvendo e devolvendo para a natureza. Afinal, é ao se entender consigo mesmo, que você muda a sua relação com o mundo, com o mercado, com o consumo. E, caso ainda não tenha feito esse exercício, reconecte-se com o que realmente importa. Respire novos ares. O seu corpo e o planeta agradecem. ●



Veja como outros clientes da Scania estão colocando a sustentabilidade em prática:



Fonte: <https://www.iea.org/articles/global-co2-emissions-in-2019>

TUDO O QUE VOCÊ QUERIA SABER (E TINHA VERGONHA DE PERGUNTAR)

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

Caminhão movido a gás: tire todas as dúvidas sobre a novidade da Scania que é o primeiro passo para um sistema de transporte mais sustentável.

Os caminhões movidos a GNV (gás natural veicular) e GNL (gás natural liquefeito) da Scania já são uma realidade no transporte brasileiro. Mas, como tudo que é novo, ainda tem muita gente se perguntando se os modelos são viáveis, econômicos, seguros ou se, de fato, transformam o transporte em um sistema mais sustentável.

Para esclarecer a todas as perguntas que

habitam o seu imaginário, seja você motorista, transportador, embarcador ou apenas um leitor ou leitora interessado (a) no assunto, a Revista Jornada conversou com quem entende do assunto. Paulo Genezini é engenheiro mecânico, já foi Chefe de Produção, Engenheiro e Gerente de Produto na Scania para a América Latina e hoje responde pela área de Pré-Vendas da Scania no Brasil.

Confira o que ele nos contou e tire suas dúvidas: »



ESTRUTURA E DESENVOLVIMENTO

Qual a capacidade do caminhão a gás?
Temos algumas combinações disponíveis de cilindros para o caso de gás comprimido e tanques para gás liquefeito. A quantidade e a capacidade dos cilindros e tanques serão especificadas de acordo com a necessidade de autonomia para cada operação. As capacidades de armazenamento do gás em cilindros disponíveis são de 760, 852 e 944 litros. Para os tanques são de 758 e 1100 litros.

Quanto gás cabe dentro do cilindro?
Isso dependerá da temperatura e da capacidade de pressão do compressor no abastecimento. Para exemplificar, no caso dos cilindros com capacidade de 944 litros, consegue-se colocar entre 200 a 230 metros cúbicos de gás, mas novamente, varia com temperatura e pressão.

O caminhão a gás tem o mesmo torque e potência que um modelo a diesel. Por que isso acontece?
O caminhão a gás da Scania alcança torque bem parecido ao diesel na mesma faixa de potência. Isso ocorre porque o motor a gás da Scania é dedicado para este combustível, não é um motor a diesel transformado. Inclui opera no ciclo Otto, ou seja, com velas de ignição. Dessa maneira, toda a engenharia do motor como taxa de compressão, entrada e saídas de gases, entre outros aspectos, são específicas para o gás, o que permite a excelente performance.

Qual a autonomia do caminhão movido a GNV? E a GNL?
Isso também varia em cada operação, mas na prática temos encontrado no GNV uma autonomia para uma capacidade de cilindros 944 litros ao redor de 500 km (com PBTC* de 53 toneladas) e para o GNL com tanques de 1100 litros ao redor de 1200 km.

Qual a eficiência no consumo de combustível em cada um dos modelos (GNV e GNL)?
Variará com cada aplicação, carga, rota, topografia, etc.

O caminhão a gás é 20% mais silencioso que o modelo a diesel. Por que?
É uma característica do ciclo Otto, muito comum em automóveis e que a Scania utilizou no desenvolvimento deste modelo a gás.

[EM NÚMEROS]

15%

É a redução nas emissões de CO₂ de um modelo a gás em comparação a um caminhão movido a diesel.

Quais as diferenças entre o modelo GNV e o GNL? Somente o tipo de combustível?
O motor é exatamente o mesmo. Até o combustível é o mesmo, apenas apresentado em formas diferentes de armazenamento: gás e líquido.

Sabemos que muitos caminhões acabam sendo convertidos em um modelo a gás, assim como acontece com os carros de passeio. Quais os riscos dessa adaptação?
Na teoria, seguindo as normas, não há riscos na segurança, mas a performance é comprometida pelo que já mencionamos: o motor não foi projetado para este combustível.

O caminhão a gás da Scania já nasce com a tecnologia do gás. Qual a diferença estrutural, então, além do combustível, para um veículo movido a diesel?
Motor, tanques, pneus, sistemas... tudo foi pensado e desenvolvido especificamente para essa aplicação. A diferença está basicamente na câmara de combustão, cabeçotes, entrada e saída de gases e toda a parte de tanques e válvulas.

Tem alguma diferença de desempenho desse modelo na rodovia e no Off Road?
As diferenças nas aplicações são as mesmas encontradas no motor a diesel. No momento, estamos validando o gás nestas aplicações com testes em operações fora de estrada.

Os custos de manutenção são os mesmos que de um modelo a diesel?
Deverão ser um pouco superiores, dadas as diferenças e necessidades específicas do modelo. Porém, a médio e longo prazo, a diferença se paga pela economia.

Por quanto tempo esse modelo ficará no mercado? Há uma expectativa? O modelo a gás vai ficar "obsoleto" quando os elétricos chegarem por aqui?
A Scania acredita que não há uma única solução quando se fala de combustíveis alternativos. O gás é uma delas e veio para



Scania movido a GNV, GNL ou biometano já é realidade no transporte brasileiro.

ficar. No futuro, quando tecnologias como o elétrico chegarem, haverá lugar para o gás, seguindo o nosso conceito de TMA (Taylor Made for Application) especificando o caminhão com o que for melhor para o cliente.



Sustentabilidade

O Scania movido a gás é visto como a melhor opção sustentável para o transporte. Sabe por que? Em emissões, a redução de CO₂ pode chegar a até 15% na comparação ao diesel se o modelo for abastecido a gás e a até 90% se abastecido com biometano.

SEGURANÇA

O caminhão a gás pode explodir? Qual a chance de uma explosão acontecer, se compararmos com um modelo a diesel?
Só há explosão se o gás se expandir muito rapidamente dentro de um confinamento. Para que isso não ocorra, todos os nossos

cilindros são equipados com válvulas de segurança para detectar anomalias na vazão, temperatura e pressão, e nesse caso liberar o gás e evitar explosão. No caso de colisão e possível rompimento do cilindro (o que é realmente muito difícil de ocorrer), o gás será

“A Scania acredita que não há uma única solução quando se fala de combustíveis alternativos. O gás é uma delas e veio para ficar.”

Paulo Genezini, Gerente de Pré-Vendas da Scania no Brasil.

liberado e não haverá explosão. Se fosse um caminhão a diesel, o combustível escorreria e ficaria no chão, podendo se incendiar, o que nunca ocorrerá com o gás. Em muitos anos de experiência na Europa não há relatos de explosões por conta do sistema de gás. Resumindo, o caminhão a gás é pelo menos tão seguro quanto o diesel, senão até mais.

E o liquefeito? Vale o mesmo quando se pensa na segurança do modelo?
O gás liquefeito está à temperatura de -163°C. Em caso de contato com a atmosfera, imediatamente entrará na forma gasosa e vai também para a atmosfera, eliminando qualquer risco de incêndio ou explosão, se não estiver em ambiente muito confinado.

ABASTECIMENTO

O gás que abastece um caminhão é o mesmo que o gás de cozinha?
No caso de gás encaçado sim. O botijão é outro.

No Brasil, ainda há uma questão a ser melhorada que é a do abastecimento. Existem rotas mais seguras e eficientes neste quesito?
A infraestrutura tem que melhorar em alguns lugares do Brasil, sem dúvidas. E já estamos vendo este movimento. É um negócio muito interessante para os fornecedores de gás.

Quais os principais pontos de abastecimento no Brasil?
Praticamente as regiões Sul e Sudeste, as capitais mais importantes, já estão cobertas. Toda a costa brasileira também. Ainda falta a parte mais central do Brasil, mas como comentei já está ocorrendo este movimento.



« São vários os clientes e parceiros da Scania em todos os cantos do Brasil que estão testando a nova solução sustentável da marca. Acompanhe essa série de conteúdos no blog da Revista Jornada.

*PBTC é o Peso Bruto Total Combinado do caminhão, ou seja, a soma do peso do veículo, da carroceria e do reboque com a carga, formando o peso limite que o caminhão pode transmitir para estrada segundo as normas do Sistema Nacional de Trânsito e as resoluções do Conselho Nacional de Trânsito (Contran).



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

Maratona da Inovação, Semana da Responsabilidade nos Negócios, instalação de placas solares para consumo de energia limpa... Conheça essa e outras iniciativas da Scania, dentro e fora de casa, para transformar o futuro.

Que mundo você quer para o futuro? Para quem tem filhos, a resposta passa, principalmente, pelo desejo de deixar um lugar melhor para eles viverem. Para quem não os têm, o anseio é o mesmo, embora o pensamento não esteja tão relacionado a herdeiros.

Para as empresas, em geral o propósito esbarra na vontade de fazer diferente, de transformar o mundo, a sociedade, seja mudando as relações ou os hábitos de consumo, seja para evoluir a sua própria trajetória ou consolidar sua presença de marca no mercado. Para a Scania, a resposta é simples: ser a parceira líder na transformação para um mundo dos transportes mais sustentável.

Agora faça uma breve reflexão sobre o que você acabou de ler. Se necessário, leia novamente o primeiro parágrafo desse texto para entender: o que a Scania tem feito e colocado em prática é por você e para você.

Pensa bem: se o transporte se torna mais sustentável, o meio ambiente é preservado, com redução das emissões de CO₂ e menos impactos climáticos. Se o meio ambiente melhora, a qualidade de vida de todo mundo melhora também. A mobilidade nas cidades dá um salto em eficiência, além da sustentabilidade pelo uso de veículos movidos a combustíveis alternativos. As novas fontes renováveis geram novos negócios para pequenos, médios e grandes empresários. As empresas passam a ter mais rentabilidade e resultados em toda a sua cadeia logística.

E assim por diante. Ganha você, ganha a Scania, os clientes e parceiros. O mundo ganha também. É um ciclo vivo que, com cada um fazendo a sua parte, se torna infinito.

E engana-se quem pensa que estamos aqui para falar somente dos veículos e serviços da Scania. Essas soluções você já conhece – e se ainda não, corre para a página 6 que a matéria de capa é sobre economia de baixo carbono e os lançamentos da Scania em sustentabilidade.

O que queremos te apresentar são as iniciativas da marca, dentro e fora de casa, para transformar o mundo em um lugar muito melhor para se viver. Está preparado?



Embaixadores da Semana da Responsabilidade nos Negócios (acima) também marcaram presença nas palestras realizadas pelo projeto (ao lado).

Maratona da Inovação

Imagine, então, uma maratona de inovação, com o intuito de reunir universitários de todo o Brasil que, juntos, irão pensar em soluções de mobilidade urbana? Este é o conceito do Inovathon, iniciativa que surgiu em 2016 e de lá pra cá vem sendo realizada todos os anos pela Scania Latin America.

São 72 horas de competição e durante este tempo os participantes têm contato com profissionais da Scania, visitam grandes empresas de tecnologia e também do setor de transporte, para criarem soluções que promovam a melhoria da mobilidade urbana nas cidades por meio da sustentabilidade, da inovação e da tecnologia.

A quarta edição da maratona aconteceu no final de 2019 e as equipes vencedoras ganharam uma viagem com a Scania para conhecer a matriz da marca em Södertälje, na Suécia.



Quer conhecer os vencedores e saber tudo sobre o Inovathon? (até porque em 2020 tem mais!)



Semana da Responsabilidade nos Negócios

Nada melhor do que começar dentro de casa o que se propõe para o mundo lá fora. Foi pensando nisso que a Scania desenvolveu a Semana da Responsabilidade nos Negócios como parte de sua rotina anual de atividades para colaboradores. Trata-se de uma semana de debates sobre os mais variados temas, com o intuito de ampliar o conhecimento e o engajamento de quem trabalha na Scania a respeito de questões importantes como cidadania e crescimento sustentável.

“Esta é uma oportunidade para darmos continuidade ao diálogo que iniciamos no ano passado, refletir sobre nossa conduta e o papel na sociedade. Queremos ser”

referência e inspiração”, destaca Ana Paula Verlangieri, Diretora de Legal Affairs da Scania Latin America.

Em 2020, a segunda edição do projeto, que aconteceu em fevereiro, teve como mote “o foco é você”. Foram sete encontros e temas como mudanças climáticas e o papel do Brasil nesta jornada, boas práticas que fazem diferença para um mundo sustentável, diversidade e inclusão, ambiente de trabalho saudável, processos de averiguação da reputação dos parceiros de negócios, conduta concorrencial e benefícios da proteção dos dados pessoais na era digital.

Nomes como Ana Moeri, presidente do Instituto Ekos Brasil; Sérgio Besserman, professor de economia da PUC-RJ; Rubia Ferrão, advogada e professora atuante na advocacia consultiva, preventiva e contenciosa; Roberta Codignoto, executiva Jurídica e de Compliance; Keith Packer, ex-diretor geral comercial da British Airways World Cargo; Guilherme Bara, que já foi Gerente de Diversidade e Inclusão da BASF para a América do Sul; e Antonio Carlos Hencsey, diretor executivo da Fair Job marcaram presença e mostraram a importância da conduta pessoal para tornar cada vez mais prático e tangível o propósito da Scania de deixar o mundo mais sustentável.

Energia limpa

Para a Scania, sustentabilidade é um ciclo que envolve toda a cadeia produtiva. Isso inclui produtos, serviços, logística e processo de produção, seja da própria fábrica ou do cliente. Diz respeito às pessoas, à forma como vivemos e agimos. O que, é claro, abrange a rede de concessionárias, afinal, elas são a porta de chegada dos clientes que se tornam parceiros da marca nesta jornada por um mundo mais sustentável para todos – e para o transporte também.

A Cavese Cordilheira Alta, concessionária Scania em Santa Catarina, no Sul do Brasil, sabe bem o que isso quer dizer e leva a sustentabilidade “ao pé da letra”. Tanto que a Casa foi a primeira da rede no Brasil a investir em um sistema de geração de energia solar, com a instalação de 186 painéis solares em uma área de aproximadamente 390m², no telhado do

prédio da concessionária. As placas irão suprir, em média, 95% do consumo de energia do local.

Alessandra Sara foi a responsável pela implementação do sistema. Ela conta que a ação foi planejada, com base em um projeto de viabilidade técnica e econômica. “Nós, como concessionários Scania, temos a filosofia de melhoria contínua. Entendemos que a mudança para um mundo mais sustentável passa também por nossas atitudes no dia a dia. Foi a partir daí que buscamos implementar esse projeto de geração de energia solar em nossa maior casa. Estamos satisfeitos em contribuir com o futuro e alinhados ao posicionamento da Scania em liderar essa mudança”, afirma.

“E agora estamos com projetos para implementar nas demais filiais Cavese, Codema e Suvesa”, acrescenta Claudio Dias, Gerente Real Estate and Facilities - Captive Dealers da Scania.

A Brasdiesel também apostou nessa tecnologia. “Em 2019, fizemos um ‘upgrade’ em energia renovável, instalando as placas fotovoltaicas na filial de Vacaria. A redução do custo de energia elétrica mensal é impressionante, gerando uma economia de até 92% na conta de luz da filial. No início de 2020, já terminamos de instalar as placas na filial de Lajeado e na Matriz em Caxias do Sul, com *payback*

previsto de 36 meses”, explica Claudio Padilha, Gerente Geral de Pós-Vendas da Brasdiesel.

De acordo com Padilha, nos últimos anos o grupo tem investido cada vez mais em iniciativas que favoreçam a sustentabilidade ambiental, tanto na Matriz como nas demais concessionárias. Além das placas solares, estações de tratamento de água para circuito fechado e evaporador, sistemas de reutilização da água da chuva, aquecimento solar e a utilização de luz natural para a área produtiva das oficinas estão entre as soluções implementadas. ●

[EM NÚMEROS]

95%

do consumo de energia da Cavese Cordilheira Alta será suprido com os 186 painéis solares instalados no telhado da concessionária.



▲ Na foto acima estão as placas solares instaladas na Cavese Cordilheira Alta. Ao lado, a filial da Brasdiesel em Vacaria, que também apostou no consumo de energia limpa com o uso de placas fotovoltaicas.

UM NOVO OLHAR PARA O MUNDO

[Texto: Simone Leticia Vieira / Foto: Arquivo Transpanorama]

Depois de conhecer algumas iniciativas da Scania, entenda por que o propósito da marca para um futuro mais sustentável só se dará com parceiros com o mesmo objetivo.

Eles tiveram suas vidas impactadas e totalmente transformadas. Enfrentaram a crise de seu país de origem, a Venezuela, saíram de lá refugiados e, depois de tudo isso, foram acolhidos no Brasil com direito a emprego, moradia, família por perto e uma nova chance de recomeçar. Pelo menos foi assim para os 38 venezuelanos contratados pela Transpanorama, parceira e cliente da Scania de longa data, por meio do projeto “Missão Acolhida – Um Novo Lar para os Venezuelanos”.

Trata-se de uma ação com dois objetivos: humanitária e contratação de mão de obra. O processo seletivo foi realizado em junho de 2019, em Boa Vista, Roraima, estado vizinho da Venezuela. Quinze dias depois, os profissionais chegaram em Maringá, no Paraná, onde passaram por uma série de treinamentos sobre a legislação de trânsito brasileira, direção defensiva, direção econômica, língua portuguesa, gestão financeira, entre outros temas, e foram contratados pela Transpanorama para atuarem como motoristas folguistas e feristas.

Passado o período de treinamento, foi o momento de receber os familiares dos novos motoristas, que contaram com o suporte da empresa e do Instituto Sendas, que trabalha em prol dos refugiados em Maringá.

É claro que a iniciativa não passou despercebida. Tanto que foi premiada, na categoria Responsabilidade Social, na 5ª edição do Prêmio de Sustentabilidade do



◀ Depois dos treinamentos em um simulador (foto acima), os formandos receberam seus diplomas pelas mãos da Diretoria da empresa (foto ao lado).

mento, de enviar uma equipe multidisciplinar para Roraima com a missão de recrutar motoristas carreteiros venezuelanos, além de termos lançado o olhar pelo próximo para tratar de uma situação mundial que clama por soluções efetivas, a da imigração”, afirma.

E ele ainda completa: “Esta iniciativa convida as outras empresas do segmento de transporte rodoviário de cargas a olharem para o ser humano em sua integridade e a estenderem as mãos aos que precisam.”

Se isto não é tornar o mundo mais sustentável e um lugar melhor para se viver, agora e no futuro, o que mais pode ser? ●

Setcesp (Sindicato das Empresas de Transporte de São Paulo). A premiação reconhece, divulga e dissemina as melhores práticas de sustentabilidade realizadas pelas empresas do transporte rodoviário de cargas.

Para Jean Salgals, Gerente de Recursos Humanos da Transpanorama, receber esse reconhecimento reforça o compromisso da empresa com o futuro do transporte e do mundo também. “Foi uma grande honra ter a nossa iniciativa premiada e poder chamar a atenção para uma causa tão importante. Capacitando os motoristas a dirigirem da melhor maneira possível, com caminhões de última tecnologia, trabalhamos a sustentabilidade no transporte. Fomos a primeira transportadora do Brasil a fazer este movi-



◀ Conheça a história de alguns dos motoristas contratados e emocione-se.

Pensar global, agir local

[Texto: Simone Leticia Vieira / Foto: Luciano Vicioni - WM Photo Studio]

Sustentabilidade de verdade: um bate-papo com Mario Mantovani sobre a relação do tema com a minha, a sua, a nossa vida enquanto cidadãos.



“ Não dá para ficar só de olho no que acontece em Brasília, a gente tem que ver o que pode fazer aqui e agora. É no meu município, na minha rua, na minha coleta seletiva.”

Mario Mantovani, diretor de Políticas Públicas da Fundação SOS Mata Atlântica.

Ele é a voz da sustentabilidade no Brasil, embora não se intitule como tal. Ambientalista, geógrafo e dono de uma generosidade sem fim, Mario Mantovani é diretor de Políticas Públicas na Fundação SOS Mata Atlântica, se podemos ter a liberdade de assim resumir. “Estou sobrevivente. Já se vão 40 anos de meio ambiente, 32 só à frente da SOS Mata Atlântica”, sorri.

Em um bate-papo despretensioso, mas cheio de brilho nos olhos e muito conhecimento de causa, Mario nos conta como é simples praticar a sustentabilidade e ser parte dessa corrente pelo bem do planeta. Porque sim, o problema do mundo parece enorme e de outra pessoa, mas é tão meu, quanto seu, como nosso. E é avaliando as atitudes do dia a dia, os hábitos de consumo e a sua relação, consigo mesmo, com a natureza e com o outro, que você vai poder agir aqui e agora pelo futuro.

Como foi trabalhar com esse tema no início da sua carreira?

Eu comecei em 1973. Nos anos 70, tinha o movimento de contestação. Eram os hippies, dizendo “o mundo de vocês não é o que eu quero, as suas guerras não nos interessam”. A gente tinha um trabalho de paz muito forte. Nessa época eu lutava contra as usinas nucleares, ou melhor, contra a bomba atômica, pois a gente tinha aquele pavor da Guerra Fria. Todo esse contexto foi me levando para esse mundo, me fazendo entender várias coisas e me colocando em vários lugares. Quando vi, em 1972, a Conferência de Estocolmo dizer “pensar global é agir local”, aquilo me impactou. Achava uma mensagem tão forte! Porque às vezes o problema quando é no mundo é tão insolúvel que você pensa: “Eu não vou dar conta, é demais, como vou mudar o clima do planeta?” E para mim a lógica era: “E o que resolve? É plantar uma árvore? Então eu vou fazer”. E isso é passionnal, algo que eu posso fazer. Acho que este passou a ser meu tema pela vida.

De lá para cá, o que mudou?

Depois dos anos 80, criei os conselhos de meio ambiente. O que faço é levar os temas ambientais para os municípios, crio uma associação de municípios e meio ambiente, venho para a SOS Mata Atlântica com essa pegada e depois vou fazer *advocacy* em Brasília, onde fiquei 14 anos lutando pela Lei da Mata Atlântica. E acabei gostando. É uma área de grande desafio na política do Brasil e que cresceu muito. Por meio desse trabalho posso fazer enormes contribuições, mas também trazer perspectivas de ação. Não dá para ficar só de olho no que acontece em Brasília, a gente tem que ver o que pode fazer aqui e agora. É no meu município, na minha rua, na minha coleta seletiva. É lógico que o que vamos buscar lá em Brasília é incentivo, para que aquelas cooperativas possam ter bons frutos. Então a gente vai trabalhando as políticas públicas.

E a Fundação SOS Mata Atlântica?

Uma organização como a SOS Mata Atlântica é genial. Não é um bando de ambientalista, tem cientistas, empresários, comunicadores e também ambientalistas, por que não? A SOS Mata Atlântica é essa diversidade. Temos muitos parceiros, desde grandes companhias a empresas familiares. É como um catalizador das iniciativas de quem está fazendo o bem e cada um tem a sua escala. Por exemplo, um pode plantar 75 mil árvores, eu só posso cinco. Mas já são 75 mil mais cinco. Se tiver mais dez, mais mil, a gente vai avançando. Essa é a ideia que a gente tem como organização. É um jeito legal para se trabalhar. No transporte, por exemplo, quando você está levando mercadorias de um lugar para o outro, quando você está levando gente no ônibus, você tem um alcance muito grande, então qualquer atitude é uma forma de inspirar mais gente a fazer o bem também. Eu me entusiasmo.

Passamos por um período em que sustentabilidade para a empresa era vista como custo ou separação de lixo e plantação de árvores. Agora, as

empresas têm entendido os impactos na rentabilidade. O que você acha que vai acontecer no futuro?

Agora não tem mais papo. Acredito muito mais nesses sinais que vêm de fora da bolha. Às vezes, a gente idealiza um mundo de natureza, mas você tem que estar atento ao que está além. Para citar um exemplo, fui conhecer uma fábrica de chá mate em uma cidade ao lado de Curitiba, junto com um executivo turco. O espaço foi apresentado como a fábrica conceito em sustentabilidade da marca. Tinha geração de energia solar e o site economiza 25% no consumo de energia. Foi o que mais chamou a atenção do executivo. Ele só repetia: “Aqui economiza 25%! Por que a gente não tem isso lá?” O que eu quero dizer com isso é que não sou eu, Mario, dizendo que vale a pena investir em sustentabilidade. Às vezes, você vê o presidente de uma companhia mundial vir para o Brasil para ter uma aula e ver que sustentabilidade é um bom negócio para a empresa. Acho que isso foi tomando proporção e indo para todos os cantos de investimentos. E aí quando a fábrica começa a fazer a primeira iniciativa de reciclar, ela pode ser pequena, mas foi ela que conquistou aquele espaço e depois a empresa entende que pode fazer muito mais. É preciso ter o processo que dispara. Uma atitude que alguém percebe. »

Saiba como o Scania Banco também apoia a SOS Mata Atlântica.





▲ Mario Mantovani está há 32 anos à frente da Fundação SOS Mata Atlântica.

O que você achou do novo caminhão a gás e biometano que a Scania trouxe para o mercado brasileiro?

Eu sou fã dessa história. Até porque a gente aprendeu aqui que a economia do biometano é quatro vezes menor quando se fala em emissão. A engenharia está aí para trazer essas soluções. E era coisa que a gente jogava fora. Ninguém valorizava o biometano. Fui essa semana em uma reunião com uma empresa que é um grupo de energia e eles estão falando de biometano para ser usado em cidade, em larga escala. É o sonho de todo mundo. A gente produz tanto lixo, tanto resíduo. Por que não ter uma solução para um problema que a gente mesmo gera? Acho isso o máximo, mostra que a humanidade não está perdida, tem solução.

Então você é otimista? O mundo tem jeito?

Quem viu os anos 70 como eu, as fábricas poluírem como poluíam, e vê hoje, percebe que nós avançamos muito. As distâncias são estelares! Estamos falando do mesmo País, do mesmo Estado, da mesma cidade, da mesma condição de ser um Brasil independente com tanta riqueza. Acho que a gente avançou absurdamente e quem não entender isso

vai ficar varrido, à mercê do mercado. É um processo civilizatório. Do mesmo jeito que quando inventaram a roda o mundo mudou. Quando descobriram o fogo, também. Talvez a sustentabilidade possa ser essa chave para uma nova virada. É muito evidente. Quando que você pensaria no Arla, em baixa emissão com o gás, em veículos elétricos, em carro que anda sozinho? Estamos em um outro mundo.

Você acha que a tecnologia pode atrapalhar esse movimento de evolução? A velocidade com que ela proporciona o desenvolvimento não te assusta?

Não, pelo contrário. Ela acelerou. O mundo mudou, não tem mais como você sair sem usar um aplicativo de transporte, pedir sua comida pelo celular. Vai chegar o momento em que você vai poder pesquisar onde tem a coleta seletiva do vizinho para utilizar, onde vai poder descartar sua bateria, seu celular velho que não vale mais a pena consertar, tudo com o uso da tecnologia. A própria logística reversa já está se consolidando. Eu sou muito fã de tecnologia para soluções. Penso que é muito mais oportunidade que dificuldade. Não fico com medo, acho genial.

O que tem acontecido ao redor do mundo, além dos debates e acordos que a gente acompanha na mídia? O que é ou será tendência?

O clima é o tema que o mundo escolheu para falar por, pelo menos, pela próxima década. E talvez outra coisa que percebi muito nesses eventos que participo e nas viagens é a questão do consumidor, das nossas escolhas. É aquela coisa: não basta apontar o dedo e dizer que o governo não faz. O produto que eu escolho tem uma origem, é de uma cooperativa, é orgânico, é de produção familiar. Ou a empresa que vai vender alguma coisa vai dizer que você pode comprar porque tem uma reserva legal. Essa é a tendência. As soluções já estão muito visíveis, a gente precisa começar a se apropriar delas e trazer isso para as demandas que são maiores. Como vai ser a questão do clima, por exemplo. Não vai ser a minha emissão que vai piorar o planeta. Então eu vou ter cuidado nas coisas que vou consumir. Imagina a revolução que foi o LED, por exemplo, ninguém mais comprou da outra lâmpada. E ela baixou o custo e hoje todo mundo tem acesso.

Por falar em escolhas, você acredita que os novos hábitos mudarão a

crença que existe hoje de que se a solução é sustentável, ela custa mais caro?

Foi o que aconteceu com o orgânico. Hoje, o produto orgânico cresceu em valor exponencial no Brasil. As pessoas estão preocupadas com a saúde, com o veneno, e o próprio mercado não admite mais. Se tiver resquício de algum produto proibido, não vai ter saída. E é assim que o movimento começa.

Quando se fala de aquecimento global, alguns estudos confirmam o derretimento das geleiras se não tomarmos atitudes drásticas, enquanto outros pesquisadores dizem que isso é balela. Qual sua opinião a respeito?

Eu sou geógrafo. As emissões que o mundo tem hoje são muito violentas, mais do que muitos vulcões. Temos histórias geológicas que mostram que a Terra mudou a partir de vulcões que mataram os grandes répteis do mundo, por exemplo, e existem inúmeros registros disso. O que a gente está fazendo hoje não vai torrar as pessoas como se fosse um forno de micro-ondas. Os sinais são diferentes. Vamos pegar a última chuva forte de Belo Horizonte como exemplo. Você tinha uma chuva com essa intensidade recorrente a cada 100 anos. Depois a cada dois anos. Agora, já é de ano em ano. Então, o clima está realmente mudando. Você tinha momentos em que a Terra ficava fria, depois ultra quente, mas eram os ciclos naturais. Nós estamos rompendo isso. Nós tiramos tudo aquilo que a Terra guardou de petróleo com a questão do carbono e colocamos para fora. Está esgotado. E não é que isso some, isso está aqui. Não é que foi embora para o céu, isso fez um efeito cumulativo ao longo do tempo. É como a gente comer produto com veneno. Não mata agora, mas em algum momento vai aparecer. Nós nunca convivemos com isso. Se estão dizendo que está aquecendo, quais as evidências? O aquecimento do mar? Quais as medidas? Isso permite fazer esse

tipo de avaliação. Se fizermos um estudo profundo, você vai ver uma geleira no Polo Sul, há 5 mil anos, o quanto tinha de CO₂, e pode ver o quanto tem hoje para comparar. Há possibilidade de fazer estudos que são sérios. E quando você vê a maioria dos cientistas do mundo, que são sérios, dizerem que isso é um problema, acho que tem que haver um sinal de alerta. A humanidade ainda tem coisas horríveis, que o mundo não conseguiu superar, mas a própria civilização vai dizer o que não interessa mais. No caso do clima, é violenta a alteração. Acompanho todas as conferências, sempre vem esse questionamento para a gente. Há muitas evidências e são cientificamente comprovadas.

O que é uma economia de baixo carbono? E o que isso faz de diferença na minha vida, na sua, na nossa?

Se você analisar a mudança de clima do planeta, você vai pensar “quem sou eu”? Como eu, no meu dia a dia, consigo fazer impacto no mundo? Você não, mas milhões, bilhões, já muda tudo. Acho que temos que fazer aquela escala do pensar global, agir local. O mundo está entendendo que mudou, mas qual a minha atitude? É a minha separação do lixo, não usar energia em excesso, não desperdiçar água, plantar árvore. Fico imaginando, às vezes, as pessoas cuidarem da árvore que fica em frente à casa delas. Muitas dizem: “cai sujeira”. Mas aquilo não é sujeira, o que cai é folha, faz parte do ciclo, outono, primavera, verão, inverno. Se você não conseguir entender essas coisas mais básicas, esses sinais que a Terra dá, não consegue conviver com a natureza. Então penso que a economia de baixo carbono é aquela em que não há desperdício. Ou de comida, ou de roupa, ou de coisas de que não vou precisar. É saber que você pode viver com menos. É uma reconexão com a natureza. As pessoas não vão mais a parques, a praças, não põem mais pé na grama. E porque isso é uma economia? Porque eu não vou ficar doente, não vou ter estresse, ansiedade, depressão, não vou

“Economia de baixo carbono é aquela em que não há desperdício. Ou de comida, ou de roupa, ou de coisas de que não vou precisar. É saber que você pode viver com menos. É uma reconexão com a natureza.”

Mario Mantovani, diretor de Políticas Públicas da Fundação SOS Mata Atlântica.

tomar remédio. Acho que é essa a história da economia de baixo carbono. Porque ela está trazendo um novo modo de vida. O carbono é um indexador. Em algum momento, poderíamos dizer, que o PIB para o mundo era o indexador da economia e agora o carbono é para a economia e a sustentabilidade.



Dá para fazer essa “conta”?

Sim. Algumas cidades têm muita emissão e você associa isso a problemas de saúde. Então, baixar a emissão nessa cidade pode ser um jeito de melhorar a saúde. Acho que ter o carbono como indicador de qualidade de vida é mais uma oportunidade civilizatória e não só ver o carbono ligado ao petróleo, porque isso também está com os dias contados. Precisamos ver o carbono no lixo, no esgoto, e isso não ser associado a um só problema, mas à qualidade de vida das pessoas. Se eu tenho tratamento de efluentes, eu tenho melhor qualidade de vida, tenho um rio melhor. E olha que interessante, quando você fala que tem um rio, você tem milhões de pessoas que se beneficiam. Isso é o que faz a economia de baixo carbono.

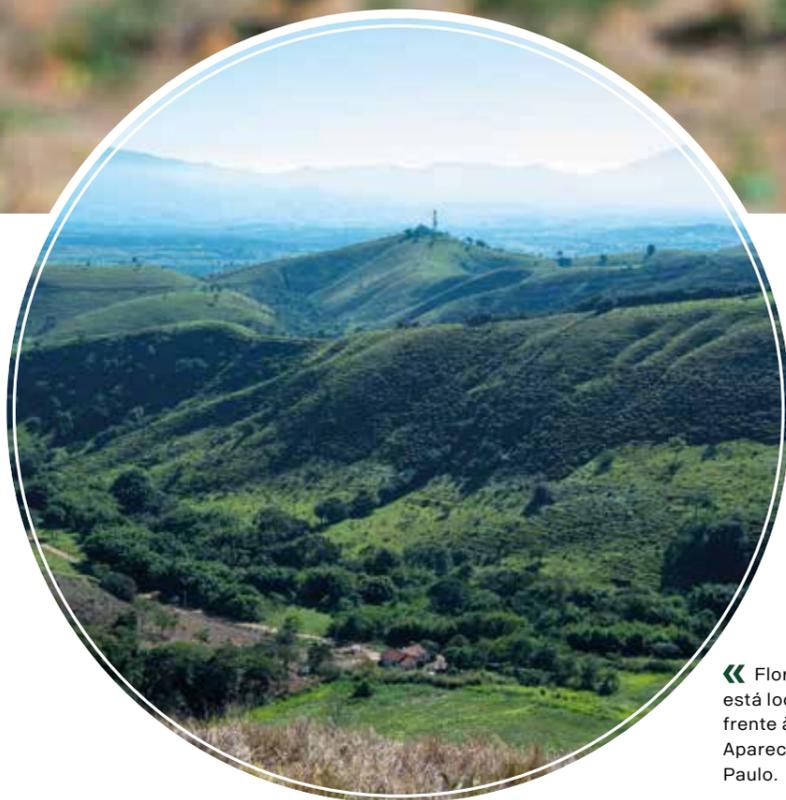
Sustentabilidade é também trabalhar as relações, trabalhar o outro?

Isso o meio ambiente te permite. Não estamos falando do business, mas do coletivo, daquilo que faz sentido e traz melhoria para todo mundo. Você não faz só para você mesmo, mas para o todo. E isso pegou, desde a Greta [Thunberg] que fala “o que vocês estão fazendo para melhorar o planeta que eu amo ver?” até atitudes empresariais que vêm se transformando. Estamos fazendo a nossa parte.

Então essa reconexão com a natureza pode ser capaz de mudar as pessoas e a forma como elas se relacionam?

Acredito que as pessoas vão se reconectar, até mesmo por meio da tecnologia. É um novo mundo. Sou muito otimista. Estamos indo bem, dá para fazer uma boa história. E é isso que me anima. ●

MAIS VERDE, POR FAVOR



« Floresta Scania está localizada em frente à Basílica de Aparecida, em São Paulo.

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

Plantar árvores também faz a diferença quando o assunto é a transformação para um mundo de transportes mais sustentável.

Se você chegou até esta matéria, certamente já leu que a sustentabilidade que de verdade é capaz de mudar o mundo passa também pela mudança das nossas pequenas atitudes dia após dia - desde as mais simples, como fazer a separação adequada do lixo, até as mais enérgicas, como revisar os nossos hábitos de consumo, por exemplo.

Agora, é chegado o momento de você entender que isso também acontece com a Scania. Uma das grandes entregas da marca pensando no futuro do planeta foi o lançamento da Nova Geração de caminhões que, por sua economia de até 12% no consumo de combustível, polui muito menos. Outra ação importante nesta mesma direção foi o pioneirismo em trazer veículos movidos a gás natural veicular, liquefeito e biometano para o mercado brasileiro, combustíveis alternativos ao diesel, mais econômicos para o cliente e saudáveis para o meio ambiente.

Mas, tão importante quanto o lançamento de tecnologias que chegam para tornar o transporte mais sustentável foi a parceria que

a Scania assumiu com a Fundação SOS Mata Atlântica. Isso porque a “Floresta Scania” chegará, em 2020, a quase 75 mil mudas plantadas. E sabe o que isso significa, na prática? É simples: que plantando árvore – uma a cada caminhão, ônibus, motor industrial, marítimo, grupos geradores de energia, financiamentos e cotas de consórcio da marca vendidos – a floresta da empresa será capaz de compensar cerca de 12 mil toneladas de carbono, segundo a própria Fundação. Ou seja, o desejo de reparar uma parte do CO₂ gerado pelo seu processo produtivo na fábrica de São Bernardo do Campo (SP) não ficou apenas no discurso, é uma realidade.

Fazendo as contas

Para se ter uma ideia, em 2018, a “Floresta Scania” recebeu 18 mil mudas, relativas a 15 mil produtos vendidos e 3 mil financiamentos do Scania Banco. Uma compensação de 3 mil toneladas de CO₂. Já em 2019, foram 17,5 mil mudas plantadas pela Scania e outras 4,5 mil pelo Scania Banco. A entrada do Consórcio Scania na parceria com a Fundação também trouxe mais 3 mil mudas, somadas às 3,3

mil árvores da Assobras (Associação das concessionárias da marca). No total, foram 28,3 mil mudas.

“É muito importante contar com o comprometimento da Scania para viabilizar o plantio de milhares de árvores nativas e somar esforços no grande desafio que é restaurar a Mata Atlântica. Com isso, a empresa ainda se coloca como exemplo e referência no seu setor de atuação, podendo estimular que mais empresas colaborem com essa causa”, afirma Marcia Hirota, Diretora-Executiva da Fundação SOS Mata Atlântica.

E tem mais para 2020. A expectativa para o ano é o plantio de quase 25 mil mudas, divididas em 15,3 mil alusivas aos produtos vendidos, 5.100 via financiamentos do Scania Banco e 2,8 mil de cotas de consórcio.

“Portanto, desde 2018 até o fim de 2020 a quantidade plantada será de quase 75 mil mudas. O que vai gerar uma compensação de 12,3 mil toneladas de CO₂”, conta Roberto Barral, Vice-Presidente das Operações Comerciais da Scania no Brasil. “O trabalho da SOS Mata Atlântica é apaixonante. Estamos orgulhosos de compensar uma parte do CO₂ gerado no processo produtivo. Nossa missão estabelecida em liderar a transição para um



“**Estamos orgulhosos de compensar uma parte do CO₂ gerado no processo produtivo.**”

Roberto Barral, Vice-Presidente das Operações Comerciais da Scania no Brasil.

[EM NÚMEROS]

12 MIL TONELADAS DE CARBONO

É o quanto a “Floresta Scania” será capaz de compensar em emissões de CO₂ em 2020 com as quase 75 mudas plantadas no local em parceria com a SOS Mata Atlântica.

sistema de transporte mais sustentável vai ganhando cada vez mais força”, completa.

Parceiros com a mesma visão

Além disso, alguns clientes da Scania também estão junto da marca e da SOS Mata Atlântica nesta missão. “A TransMaroni, um cliente muito especial, conheceu a parceria, se encantou e passou a colaborar. Em 2019, eles plantaram 4,2 mil mudas para compensar o CO₂ de parte de suas operações. É uma jornada que vai ganhar mais componentes ao longo dos anos”, comenta Barral.

“Transportamos tudo com o melhor caminhão. Então, nada mais justo do que aderir a iniciativas como essa para contribuir com o futuro do planeta e evitar ou minimizar os impactos na natureza. Se nós levamos produtos para todo o Brasil, queremos levar mais verde também. Se cada um fizer a sua parte, teremos um amanhã ainda melhor para nossos filhos, netos e também no transporte. E um mundo muito mais verde e mais limpo”, destaca Gustavo Maroni, Diretor Operacional na TransMaroni Transportes.

Segundo Maroni, a ideia é, além da adesão à parceria, reunir os colaboradores do Grupo – são cerca de 1.400 – para que eles conheçam a Floresta e também se inspirem a contribuir. “Imagina se cada um deles plantar uma árvore, mesmo que seja em casa? Ao final de um ano, por exemplo, teremos uma quantidade considerável de verde e ar mais limpo no planeta. Isso também é pensar no amanhã”, completa.

Para a Scania, ver seus clientes e parceiros investirem também nesta solução, além de confiarem em seus produtos e tecnologias para o transporte, é motivo de ainda mais orgulho. “Estamos muito felizes com a “Floresta Scania”. A sustentabilidade faz parte do nosso DNA”, conclui Barral. ●

[JORNADA SCANIA]

PORQUE ELE É O CAMINHÃO DO ANO

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

Um ano depois de desembarcar no Brasil, Nova Geração de Caminhões Scania é eleita pela primeira edição do Truck of the Year em território latino-americano como o 'Caminhão do Ano para 2020'. »



Não bastava ser linda, por dentro e por fora, tinha que ter conteúdo e ser eficiente. Também não era suficiente mostrar-se econômica e consciente de seu papel para um mundo mais sustentável, tinha ainda que trazer rentabilidade e proporcionar conforto a quem trabalha junto com ela. Com tantas qualidades, não é de se assustar que ela seja reconhecida como a melhor do mercado. Sim, estamos falando da Nova Geração de Caminhões Scania, eleita pela primeira edição do International Truck of the Year (IToY) em território latino-americano como o 'Caminhão do Ano para 2020'.

O reconhecimento chegou ainda em 2019, somente um ano após o lançamento da Nova Geração por aqui. Em 2016, a Scania conquistou essa mesma premiação na Europa, quando a Nova Geração foi lançada por lá. O prêmio é concedido aos caminhões que deram a maior contribuição à eficiência no transporte em um período de 12 meses e a escolha foi feita por um júri de 15 editores e jornalistas de revistas especializadas em transporte e logística do Brasil, Argentina, Chile e Peru.

“O Truck of the Year Latin America é um reconhecimento impar para a jornada que iniciamos em direção a um ecossistema de transporte e logística sustentável. Celebramos com ele uma geração que extrapola a condição de ‘produto’ e já nasce sob o conceito de aplicações específicas, revolucionando a forma de pensar soluções em transporte, de posicionar a nossa marca e, mais importante, de nos relacionar comercialmente com o mercado, com nossos clientes”, afirma o Presidente e CEO da Scania Latin America, Christopher Podgorski. Critérios como inovação tecnológica, conforto, segurança, dirigibilidade, economia de combustível, pegada ambiental e custo total de propriedade e operação (TCO) foram avaliados e decisivos para que a Nova Geração conquistasse o topo do pódio.

Muito mais que um troféu

Para a Scania, ter sua Nova Geração liderando o mercado como o Caminhão do Ano não se trata apenas de receber um troféu. É muito mais do que isso. É ver, aqui e agora, uma de suas muitas soluções para a sustentabilidade no transporte transformar o setor de forma prática. Até porque a marca recebeu outros três reconhecimentos que mostram que o foco da empresa não é somente colocar novos produtos no mercado. É oferecer ao cliente soluções de transporte cada vez mais inovadoras e que contribuam com a sustentabilidade em toda a sua cadeia logística.

Essas premissas foram algumas das que trouxeram para a Scania outros títulos. Para quem não sabe, a Scania é a marca mais desejada do mercado, de acordo com a edição do Best Truck 2020, e também tem o Melhor Pós-Vendas e o Melhor Cavalinho Mecânico Pesado com a cabine R.

“A única palavra que a Scania tem é gratidão por esse reconhecimento, que vem de quem mais entende de transporte que é o nosso cliente. A Scania tem o cliente em primeiro lugar como valor, esse é um propósito da marca há muitos anos. Estamos muito felizes e orgulhosos porque em tão pouco tempo a gente fez um convite para nossos clientes, o de transformar o mundo do transporte com a Scania e liderar junto com a gente a mudança para um sistema de transporte mais sustentável. E esse prêmio só vai dar mais gás para continuarmos fazendo essa transição”, pontua Márcio Furlan, Gerente Executivo de Marketing e Comunicação da Scania no Brasil.



PORQUE O NTG É O CAMINHÃO DO ANO DE 2020?

A Nova Geração, mesmo antes de contabilizar quilômetros e quilômetros de estrada percorrida, já tem uma história de sucesso para contar. Se você quer um motivo, a gente te dá 20 – ou pelo menos os principais – para fazer jus ao ano:

- 01** Redução de consumo de combustível de até 12%.
- 02** Combina ergonomia, design e conforto.
- 03** Verdade seja dita: as novas cabines são um espetáculo à parte nas estradas. Mas, mais do que isso, foram desenvolvidas com a mais alta tecnologia disponível no mercado.
- 04** São 19 possibilidades de combinações variantes das novas cabines P, G, R, além da nova S e do pacote XT.
- 05** Os motores foram desenvolvidos com tecnologia de alta pressão de injeção de diesel e com múltiplos pontos para diminuir o consumo e as emissões de CO₂.
- 06** O novo “lay shaft brake”, sistema que freia o eixo secundário, é agora padrão nas caixas Opticruise.
- 07** São 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 1.400 a 1.700Nm); 13 litros (410, 450, 500 e 540cv – com variação de torque de 2.150 a 2.700Nm); e 16 litros (V8 de 620cv e 3.000Nm de torque).
- 08** Opções de ajuste do assento mais generosas para que o motorista encontre uma posição de condução confortável.
- 09** A visibilidade frontal e lateral melhorou graças à posição inicial do motorista, que está mais perto do para-brisas e um pouco mais para a esquerda.
- 10** Os pontos cegos foram otimizados nos pilares A.
- 11** Funções importantes podem ser especificadas com a nova eletrônica embarcada como o sistema ADAS, por exemplo.
- 12** Até o painel de instrumentos é modular, tornando mais fácil a personalização de acordo com necessidade, gostos pessoais e exigências.
- 13** Nova aerodinâmica: cada superfície, na parte da frente, nas laterais e até debaixo do veículo foi otimizada para uma resistência mínima do ar, o que impacta também na redução do consumo de combustível.
- 14** Mais estabilidade ao fazer curvas e sob forte frenagem, sem afetar o conforto do motorista.
- 15** Segurança: primeiro caminhão do mundo com airbags laterais anticapotamento integrados no teto.
- 16** Novos sistemas de climatização que usam menos energia, o que contribui para a diminuição do consumo de combustível.
- 17** O motorista pode decidir como, quando e onde a temperatura deve estar quente, fria ou ideal.
- 18** Conectividade: o caminhão pode ser ligado ao sistema de gestão de frota da empresa de transportes.
- 19** O sistema modular torna o reparo das cabines mais fácil em caso de acidentes.
- 20** É fabricado no Brasil, dentro da fábrica da Scania, em São Bernardo do Campo, São Paulo. Além disso, conta com toda a estrutura de atendimento da marca com as mais de 100 concessionárias da rede distribuídas em todo o País. ●



« A marca mais desejada do mercado: veja os melhores momentos da entrega da premiação.

ÀS MARGENS DA MEMÓRIA

[Texto: Antonio Ferro - Editor da Revista AutoBus / Foto: Arquivo pessoal, Ronaldo Santos]

Considerado uma solução para os problemas da mobilidade urbana, os corredores de ônibus do tipo BRT caíram no esquecimento e raramente são evocados pelo poder público quanto a um desenvolvimento sustentável.

Uma linha de metrô, trem urbano ou mesmo o VLT (Veículo Leve sobre Trilhos) tem a sua importância no contexto das cidades pela durabilidade, funcionalidade, eficiência, em promover rapidez nas viagens e ao se enquadrar no desenvolvimento sustentável. É uma lógica que tem como objetivo contribuir com o desempenho da mobilidade, facilitando o vai e vem da urbe e de seus habitantes, com a capacidade de transportar altos volumes de passageiros.

O modal férreo tem um alto custo operacional, sendo operado por gestores públicos, sejam eles municipais ou estaduais, e privados, necessitando de subvenções dos governos a fim de manter sua regularidade



e qualidade nos serviços. Não se questiona a sua circunstância, bem como os aportes financeiros recebidos. Tudo em nome do bom funcionamento e da imagem positiva que provoca perante à sociedade. Sistemas sobre trilhos são a cereja do bolo de governos e seus projetos de transporte público, envolvendo grandes somas de dinheiro que em muitos casos dão margem para situações e negociações fraudulentas.

Já o primo pobre do modelo metroferroviário, o ônibus, tem que se sustentar sozinho, tendo poucos recursos que, quando aplicados, podem lhe dar certas vantagens operacionais, com ganhos no desempenho em suas funções. O modal é o principal responsável pelo transporte coletivo urbano no País, destacando-se por sua flexibilidade e pela capacidade de se adequar aos nichos de serviços. Entretanto, anda em crise. O setor vem dando, há um bom tempo, sinais de que algo não está em conformidade com o seu papel. Seus clientes não estão nada satisfeitos com a qualidade de sua operação

“ O BRT, que prefiro chamar de Trânsito Rápido de Ônibus e não pela alcunha inglesa, tem a capacidade de requalificar o modal.”

Antonio Ferro, Editor da Revista AutoBus.

e a concorrência, feita pelos aplicativos de transporte e outros modais, como o automóvel, motocicletas, bicicletas e até mesmo a caminhada, está no seu pé, forçando os passageiros a buscarem outras formas de se locomoverem. Junta-se a isso a total falta de sintonia do poder público em valorizar sua praticidade. Em suma, não acompanhou a evolução.

Tal situação poderia ser diferente se o ônibus tivesse prioridade nas áreas urbanas. Para isso há jeito. Por meio de uma sigla com três letrinhas é possível dar a ele um contexto muito próximo ao que é encontrado nos sistemas de trilhos. O BRT, que prefiro chamar de Trânsito Rápido de Ônibus e não pela alcunha inglesa (afinal, foi um brasileiro que teve a ideia de proporcionar condições adequadas à sua eficiência), tem a capacidade de requalificar o modal.

Vejamos suas virtudes. Roda em via própria e pode ter a preferência em interseções, proporcionando viagens bem mais rápidas e acessibilidade; adota estações de passageiros com cobrança antecipada da tarifa; utiliza ônibus modernos, com mais capacidade de transporte; tem integração com outros modais e até mesmo com as linhas alimentadoras de ônibus; oferece mais informação e comunicação entre passageiros e gestores; possibilita o reordenamento do espaço urbano e corrobora com os pilares econômicos e ambientais, pois o ônibus não fica parado no trânsito, queimando combustível, e pode



utilizar as modernas tecnologias limpas de tração, colaborando, conseqüentemente, com a redução das emissões poluentes. Como se vê, são pontos positivos que acompanham o seu ofício. A Scania sabe muito bem sobre isso e dispõe de um portfólio rico em veículos e soluções na promoção do contexto.

Quanto a investimentos, o BRT tem um valor médio de US\$ 12 milhões o quilômetro (com todas as obras necessárias), algo entre 20 e 25 vezes menos que o preço do quilômetro de um sistema de metrô, tendo ainda um tempo de implantação que alcança menos de 50% do modal férreo. Ganhos para as cidades, desempenho ao ônibus e velocidade para os deslocamentos.

Segundo o programa BRT Brasil, há no País 29 cidades que somam 90 projetos com 1.457,4 km de extensão. Ainda, de acordo com a entidade, desse total de empreendimentos, 24 estão em operação, 22 em obras e 44 em fase de projetos que priorizam o transporte urbano por ônibus em sistemas BRT (números de 2018). Grandes cidades como Goiânia (GO), Brasília (DF), Belo Horizonte (MG), Uberlândia (MG), Curitiba (PR), Rio de Janeiro (RJ), São Paulo (SP), Uberaba (MG), Recife (PE) e Belém (PA) já possuem seus sistemas de BRT em operação. Salvador, na Bahia, e a cidade paulista de Sorocaba se destacam na atualidade por optarem pelo modal, com suas obras em andamento.

Mas, mesmo apresentando benefícios, sua implantação e operação requerem cuidados e muita atenção para que seu sucesso não se perca frente à inadvertida gestão. Algumas cidades brasileiras ensaiaram adotar esse conceito para fomentar uma nova mobilidade há alguns anos em decorrência da realização da Copa do Mundo de futebol em 2014. Ele foi saudado, enfatizado e considerado uma solução para os problemas da mobilidade das grandes cidades. Muita divulgação e discurso político marcaram a evidência de sua implantação. Porém, alguns projetos estão, até hoje, para saírem do papel. Outros até se tornaram realidades, mas padecem com a falta de continuidade do ideal de um transporte eficaz. O propósito do BRT continua não tendo grande valor em virtude da falta de recursos públicos municipais e também do desinteresse dos gestores municipais em promoverem projetos modernos de transporte coletivo, condizentes com a realidade do desenvolvimento. ●



AMOR DE PAI PARA FILHA

[Texto: Thalita Battistin, Simone Leticia Vieira / Foto: Arquivo pessoal]

De geração para geração: mecânico trabalha há 32 anos na Codema e agora filha integra equipe da concessionária. Conheça a trajetória dessa família e veja como a história da Scania atravessa gerações para manter vivo o amor pela marca.

Quando você fecha os olhos, qual é a primeira marca que vem à sua mente? Que sentimentos ela te traz? Para muita gente a resposta pode estar relacionada à compra. Pode ser a marca do carro que é seu sonho de consumo ou a marca daquela roupa linda que você viu na vitrine e não consegue tirar da cabeça. É este o desejo de toda marca: ser lembrada, desejada, passar pelo imaginário e pelo sonho do consumidor.

Mas a verdade é que algumas marcas vão além. Despertam mais do que a vontade de aquisição, mas um amor verdadeiramente genuíno. Isso acontece com as empresas que conseguem ultrapassar as barreiras do desejo pelo produto para atingirem outro patamar: o das relações. É um elo que se perpetua por anos a fio. É um ciclo que, não importa a geração, se jovem ou mais madura, naturalmente absorve essa paixão como um sentimento primário, quase instintivo.

Agora, se você notou alguma semelhança entre a marca Scania e a narrativa dessa matéria, você foi devidamente conquistado por esse sentimento que só os amantes do grifo sabem explicar.

É assim com Aine Cardoso da Nóbrega. Ela é apaixonada pela Scania, mas não se trata de uma paixão qualquer. A jovem viu sua relação com a marca começar ainda na infância, por influência do pai, Paulo Frutuoso da Nóbrega.

Mas, a história de Paulo não começou com paixão por caminhões, como comumente acontece. “Antes de entrar na Codema, em



“As minhas memórias mais antigas são na Codema. Lembro de participar das festas da empresa.”

Aine Cardoso da Nóbrega, Analista de Inteligência de Mercado e Marketing da Codema Scania.

1987, eu trabalhava em uma empresa de ônibus. Lá tinha veículo de todas as marcas, mas todo mundo falava que era muito mais fácil trabalhar com Scania. Fui pegando afinidade, conhecendo mais e me apaixonei pelo universo da marca”, relembra.

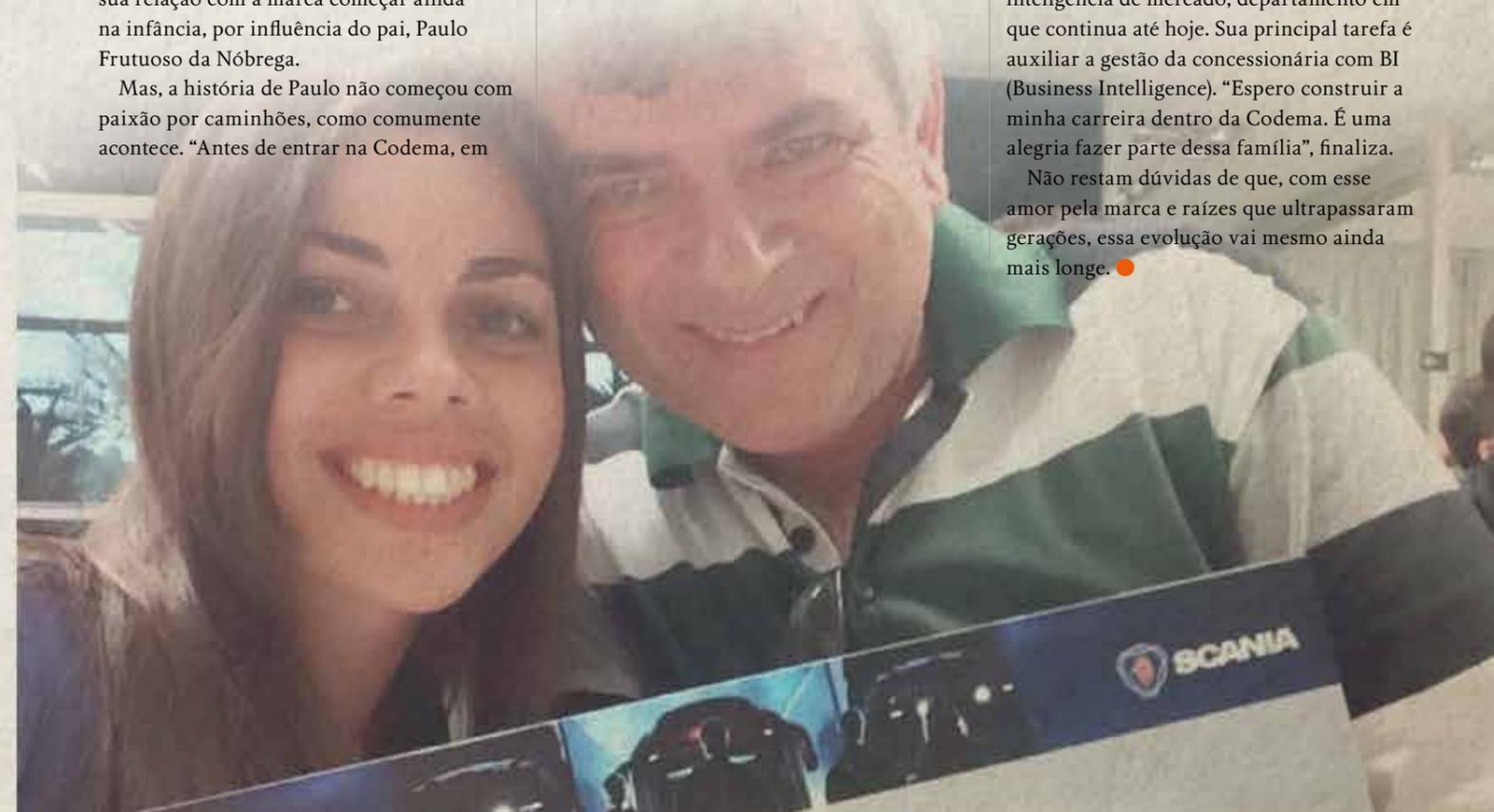
Um ano depois ele foi contratado pela Codema. Começou como aprendiz e meio oficial de manutenção, e viu seu sonho se concretizar. “Quando surgiu a oportunidade, pensei: é a minha realização!”, conta. E, de fato, foi: ele hoje é chefe de oficina na Casa Scania Codema de Guarulhos, em São Paulo, onde segue lado a lado com a marca há 32 anos. “É lindo ver a evolução da Scania neste tempo. Especialmente porque a marca é pioneira em tudo que faz, está sempre um passo à frente no mercado”, comenta Paulo.

Para a filha Aine, o amor pela Scania também evoluiu, em forma de herança. “As minhas memórias mais antigas são na Codema. Lembro de participar das festas da empresa. Meu pai me levava em todas, seja nas festas juninas, dia das crianças ou em confraternização de final de ano”, lembra.

Hoje, aos 24 anos, Aine trabalha na área de Inteligência de Mercado e Marketing da concessionária. Em 2014, quando ela chegou, começou sua própria trajetória na área de pesquisa de satisfação.

Em 2016, foi transferida para o setor de inteligência de mercado, departamento em que continua até hoje. Sua principal tarefa é auxiliar a gestão da concessionária com BI (Business Intelligence). “Espero construir a minha carreira dentro da Codema. É uma alegria fazer parte dessa família”, finaliza.

Não restam dúvidas de que, com esse amor pela marca e raízes que ultrapassaram gerações, essa evolução vai mesmo ainda mais longe. ●



DE CASA NOVA

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

Cotrasa de Ponta Grossa, no Paraná, está de casa nova, mostrando que a capilaridade da Rede Scania, presente em 100% do Brasil, também contribui para a sustentabilidade no transporte.

2020 acabou de começar, é verdade, mas já tem novidade para quem mora ou faz rota de transporte no Sul do Brasil. Trata-se da nova sede da Cotrasa, Casa Scania de Ponta Grossa, no Paraná.

A filial mudou de endereço e ganhou uma estrutura totalmente repaginada, construída dentro dos novos padrões da marca para abraçar atuais e futuras demandas do mercado, com mais agilidade de atendimento.

Foram investidos cerca de R\$6 milhões na nova estrutura, que está localizada às margens da BR 376, KM 510 (sentido Curitiba). Ao todo, o espaço tem 16 mil m² de área total e 2.900 m² de área construída.

“Decidimos ampliar e investir em Ponta Grossa pelo crescimento contínuo e pertinente desta região promissora. Estamos muito empolgados e otimistas com esse novo empreendimento, cujo layout valorizará os acessos e fluxos de veículos e clientes e possibilitará uma maior produtividade e eficiência na execução dos serviços, seguindo os requisitos de padrão



global Scania para os concessionários. O compromisso da Cotrasa de Ponta Grossa é, a partir dessa nova estrutura, melhor receber e atender os clientes da região”, comenta Cristiano Locatelli, Diretor da Cotrasa, e Maurício e Luciano Battistella, acionistas da concessionária, durante a inauguração da Casa.

Quem for à nova Casa Scania encontrará todo o portfólio de serviços e produtos da marca, como veículos novos e peças originais, mecânica e eletrônica, treinamento de motoristas, serviços

conectados como Driver Services e Fleet Care, além das soluções financeiras do Scania Banco e do Consórcio Scania.

A novidade é parte do que a Scania projeta para o ano em sua rede de concessionárias. Serão dez novos pontos de atendimento, sendo três abertos ao público e o restante de Serviços Dedicados (estrutura dentro das instalações do cliente), nos estados do Mato Grosso do Sul, Minas Gerais, Paraná, Pará e São Paulo.

Atualmente, a Rede Scania tem 151 pontos de atendimento (sendo 47 dentro da estrutura dos clientes), que cobrem 100% do território nacional. ●

« Da esquerda para a direita: Cristiano Locatelli, Diretor da Cotrasa, e Maurício e Luciano Battistella, acionistas da concessionária, durante a inauguração da Casa.



VEÍCULOS, SERVIÇOS E MOTORES

ACRE
Rio Branco (Posto de Serviço)
Rovema - Tel. + 55 (68) 3221-6433
rovema@rio Branco.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
wlmitaipunorte@wlmitaipunorte.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
inicio.cordeiro@movesa.com.br

CEARÁ
Fortaleza (Matriz)
Conterrânea - 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
Itumbiera (Posto de Serviço)
Varela - Tel. + 55 (64) 2103-1050
sergio.mattias@varellapesados.com.br

MARANHÃO
São Luís (Matriz)
Alpha - Tel. + 55 (98) 3214-1919
marketing@mcmtocantins.com
Imperatriz (Filial)
Alpha - Tel. + 55 (99) 3529-9400
marketing@mcmtocantins.com

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
sac@pblopes.com.br
Dourados (Filial)
P.B. Lopes - Tel. + 55 (67) 3424-0015
sac@pblopes.com.br
Ladário (Posto de Serviço)
P.B. Lopes - Tel. + 55 (67) 3234-6400
sac@pblopes.com.br

MINAS GERAIS
Pouso Alegre (Filial)
Codema - Tel. + 55 (35) 2102-5600
codema.pousoalegre@scania.com
Governador Valadares (Filial)
Covepe - Tel. + 55 (33) 2101-9700
cleynar.mara@covepe.com.br
Muriá (Matriz)
Covepe - Tel. + 55 (32) 3729-3444
covepe@covepe.com.br

Uberaba (Loja de Peça)
Escandinávia - Tel. + 55 (34) 3521-9955
escandinavia.ura@escandinava.com.br
Uberlândia (Filial)
Escandinávia - Tel. + 55 (34) 3233-8000
escandinavia.udi@escandinava.com.br
Contagem - (Matriz)
WLM - Itaipu - Tel. + 55 (31) 3399-1000
wlmitaipu@wlmitaipu.com.br
Contagem - (Reformadora)
WLM - Itaipu - Tel. + 55 (31) 3398-0440
wlmitaipu@wlmitaipu.com.br
Montes Claros (Filial)
WLM - Itaipu - Tel. + 55 (38) 3213-2200
wlmitaipu@wlmitaipu.com.br
Patos de Minas (Loja de Peça)
WLM - Itaipu - Tel. + 55 (34) 3822-5555
wlmitaipu@wlmitaipu.com.br
Perdões (Loja de Peça)
WLM - Itaipu - Tel. + 55 (35) 3864-4228
wlmitaipu@wlmitaipu.com.br
Juiz de Fora (Filial)
WLM - Itaipu - Tel. + 55 (32) 3223-4455
wlmitaipu@wlmitaipu.com.br
São Gonçalo do Rio Abaixo (Posto de Serviço)
WLM - Itaipu - Tel. + 55 (31) 3380-1491
wlmitaipu@wlmitaipu.com.br

PARÁ
Marabá (Filial)
WLM - Itaipu Norte - Tel. + 55 (94) 2103-8050
wlmitaipunorte@wlmitaipunorte.com.br
Marituba (Filial)
WLM - Itaipu Norte - Tel. + 55 (91) 4005-2222
wlmitaipunorte@wlmitaipunorte.com.br
Paragominas (Loja de Peça)
WLM - Itaipu Norte - Tel. + 55 (91) 3738-1683
wlmitaipunorte@wlmitaipunorte.com.br
Curionópolis (Loja de Peça)
WLM - Itaipu Norte - Tel. + 55 (91) 4005-2222
wlmitaipunorte@wlmitaipunorte.com.br

PARAÍBA
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
sac@pblopes.com.br
Londrina (Matriz)
P.B. Lopes - Tel. + 55 (43) 4009-0780
sac@pblopes.com.br
Maringá (Filial)
P.B. Lopes - Tel. + 55 (44) 3228-5757
sac@pblopes.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
marketing@mcmtocantins.com

RIO DE JANEIRO
Rio de Janeiro (Matriz)
WLM - Tel. + 55 (21) 3974-6550
wlm@wlm.com.br
Rio de Janeiro (Filial)
WLM - Equip - Tel. + 55 (21) 3452-9600
wlmequipo@wlmequipo.com.br
Barra Mansa (Posto de Serviço)
WLM - Equip - Tel. + 55 (24) 3348-3332
wlmequipo@wlmequipo.com.br

RIO GRANDE DO NORTE
Mossoró (Posto de Serviço)
Conterrânea - Tel. + 55 (84) 3422-2400
marcos.dantas@carmais.com.br
Macabá (Filial)
Conterrânea - 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
selotas@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)
Brasdiezel - Tel. + 55 (54) 3463-0900
brasdiezel@brasdiezel.com.br
Ijuí (Filial)
Brasdiezel - Tel. + 55 (55) 3331-0500
iju@brasdiezel.com.br
Lajeado (Filial)
Brasdiezel - Tel. + 55 (51) 3714-7700
lajeado@brasdiezel.com.br
Garibaldi (Posto de Serviço)
Brasdiezel - Tel. + 55 (54) 3463-8800
garibaldi@brasdiezel.com.br
Vacaria (Filial)
Brasdiezel - Tel. + 55 (54) 3231-4600
vacaria@brasdiezel.com.br
Passo Fundo (Filial)
Brasdiezel - Tel. + 55 (54) 3318-7600
passofundo@brasdiezel.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)
Mevepi - 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@wlmquintaroda.com.br
Aracatuba (Filial)
WLM - Quinta Roda - Tel. + 55 (18) 3631-1010
broda.ata@wlmquintaroda.com.br
Bauru (Filial)
WLM - Quinta Roda - Tel. + 55 (14) 2109-3150
quintaroda.bru@wlmquintaroda.com.br
Porto Ferreira (Posto de Serviço)
WLM - Quinta Roda - Tel. + 55 (19) 3581-4144
rodapi@wlmquintaroda.com.br
Ribeirão Preto (Matriz)
Escandinávia - Tel. + 55 (16) 3969-9900
escandinavia.rp@escandinavia.com.br

ARAQUARA (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
sac@pblopes.com.br
Salto Grande (Filial)
P.B. Lopes - Tel. + 55 (14) 3378-4115
sac@pblopes.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
Assunção
Tel. (0059521) 50-391 A 50-3928 / 50-3720

PERU
Lima
Tel. (00511) 512-1800

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

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

VENEZUELA
Valencia
Tel. (0058241) 871-8090

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

SCANIA ELEITA COMO CAMINHÃO DO ANO.

“TRUCK OF THE YEAR” CHEGA À AMÉRICA LATINA E NOVA GERAÇÃO CONQUISTA O PRÊMIO.



Trânsito seguro: eu faço a diferença.

make

A primeira edição do **International Truck of the Year (IToY)** em território latino-americano elegeu a **Nova Geração de Caminhões Scania** como **Caminhão do Ano** para 2020. Uma geração já nascida sob a ótica e o conceito sustentável, provando que rentabilidade e sustentabilidade caminham juntas.

Um prêmio concedido aos caminhões introduzidos no mercado nos últimos 12 meses que contribuem para a eficiência no transporte. Para nós, da Scania, é o reconhecimento à nossa jornada rumo a um mundo dos transportes com soluções mais sustentáveis em termos econômicos, ambientais e sociais, mostrando que estamos no caminho certo de uma revolução que está apenas começando.

Saiba mais em solucoesscania.com.br

SCANIA