



SCANIA BRASIL

JORNADA

[SOLUÇÕES DE TRANSPORTE SUSTENTÁVEL]

[DESTAQUE]

É tempo de travessia

Novos tempos exigem novos olhares: como a Scania e seus clientes e parceiros ajustaram o foco para seguirem juntos a jornada de transformação constante do setor de transportes.

#6 – 2020

SCANIA



24



22



28



38



34



30

Transformar e evoluir

Não é de hoje que o mundo vem passando por uma grande transformação. Mas, todos nós sentimos essa evolução avançar quando, abruptamente, fomos surpreendidos por uma crise global na saúde pública e na economia com a chegada da pandemia causada pelo coronavírus. Uma situação sem precedentes, que alterou nossas rotinas, encheu nossos dias de incertezas e fez com que o nosso dia a dia precisasse de um novo olhar.



Tivemos que rever nossos conceitos e costumes. Paramos para pensar um pouco mais em nossas atitudes e no que iremos deixar para o futuro. Entendemos o caminho e, com um passo de cada vez e uma decisão por dia, seguimos em frente.

Para nós, essa reflexão já vinha sendo feita há alguns anos. Começou quando alinhamos o nosso propósito ao do planeta: o de mudar o mundo e o setor em que atuamos, com o uso da tecnologia para o bem. E teve continuidade com o nosso novo jeito de atender o cliente: ao “calçarmos os sapatos” dele, entendemos as suas reais necessidades e podemos proporcionar a melhor experiência e solução em transporte, com mais eficiência, rentabilidade, consciência ambiental e sem desperdícios. Mais do que isso, permanecemos como parceiros – o que não poderia ser diferente nem mesmo neste momento tão turbulento.

Ao nosso lado, e para o nosso orgulho, pudemos contar com aquele que não para nunca e desafia o Brasil a se movimentar: os motoristas. O trabalho das estradas nos manteve abastecidos e confiantes.

É sobre esse ecossistema que falamos nesta edição. Em nossa matéria de capa, convidamos você a refletir sobre essa reinvenção do mundo e conhecer mais de perto como nós e nossos clientes recriamos hábitos da cadeia logística de transporte. Trazemos ainda um panorama do agronegócio, um dos segmentos que permaneceu ativo durante a crise, além de traçarmos algumas expectativas do que imaginamos que ficará para os tempos pós-normais.

Também contamos tudo sobre o início dos testes no Brasil do primeiro caminhão a gás em uma operação de mineração e celebramos a chegada dos 18 novos caminhões a gás na frota da PepsiCo, duas novidades que reforçam que a nossa jornada de sustentabilidade está se tornando cada vez mais uma realidade.

É talvez essa realidade, de mais empatia, cuidado e consciência, que o mundo tem tentado nos mostrar em meio à turbulência. Ao menos para nós, é esse o verdadeiro sentido de seguirmos fazendo aquilo que sabemos de melhor: transformar e evoluir, sem deixar de colocar em prática o respeito pelo indivíduo e o nosso cliente em primeiro lugar.

Boa leitura! ●

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

+ NOTÍCIAS

- Os bastidores do trabalho remoto **12**
- Novas soluções, mais rentabilidade **16**
- O que esperar para 2021? **18**



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 GÁS PARA O BRASIL

Não é discurso, é prática. Não é desejo, é necessidade. É assim que a Scania vem construindo um sistema de transporte mais sustentável. E agora a marca deu mais um passo marcante nesta jornada e chega ao volume histórico de 50 caminhões movidos a GNV e/ou biometano vendidos no país, apenas um ano após a abertura das encomendas, logo no primeiro dia da 22ª edição do Salão Internacional de Transporte Rodoviário de Cargas (Fenatran) – realizada de 14 a 18 de outubro de 2019, em São Paulo.

“Desde então, a Scania já vendeu 50 modelos. Um marco histórico para o mercado brasileiro, que necessita mudar sua matriz energética para combustíveis mais sustentáveis. Globalmente, a redução das emissões de CO₂ é um compromisso sério da Scania. Sabemos que somos parte do problema e queremos ser parte da

solução”, explica Silvio Munhoz, Diretor de Vendas de Soluções da Scania no Brasil.

Muitas encomendas foram fechadas na pandemia, impulsionadas pela sustentabilidade em um cenário de retomada verde nos negócios. “A pandemia da Covid-19 acelerou a busca por sustentabilidade em diversos ramos da economia em todo o mundo, inclusive no Brasil. Esse cenário também impactou o setor de transporte, pois o modal rodoviário responde por grande parte da cadeia de valor das empresas que estão na dianteira da chamada recuperação verde, e nós da Scania saímos na frente ao oferecer soluções de transporte sustentáveis que apoiam estas organizações a cumprir os compromissos com a redução de emissões de gases poluentes”, afirma Roberto Barral, Vice-Presidente das Operações Comerciais da Scania no Brasil.

A mais recente foi feita pela TransMaroni, que comprou 11 caminhões R 410 6x2 movidos a gás e se tornou a transportadora a adquirir o maior lote até

o momento. “As conversas começaram na Fenatran e amadureceram ao longo dos meses. Trata-se de um grupo com muita visão de futuro e de ações concretas de sustentabilidade. Vale a pena reforçar que a empresa que comprou o maior volume ainda é a PepsiCo, com 18 unidades do G 340 4x2, que terão rotas por todo o país”, salienta Munhoz.

Ao lado da TransMaroni e da PepsiCo estão a RN Express e a Jomed LOG, que foram os primeiros clientes do país a apostar na solução a gás da Scania. O Grupo Charrua foi pioneiro e recebeu o primeiro veículo sustentável do Sul do Brasil. CCL, Coopercarga (SC), Transtassi, Carsten e outras três transportadoras que ainda não autorizaram a divulgação do negócio também entram para a lista de empresas que investiram no novo caminhão movido a gás e/ou biometano.



« Saiba mais sobre esse marco para a Scania e a sustentabilidade do transporte.



« Ao lado, um dos 11 R 410 6x2 adquiridos pela TransMaroni. Acima, os dois primeiros caminhões a gás do Brasil, comprados pela RN Express.



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

PARCERIA RENOVADA

Nem mesmo o novo cenário que se desenhou em 2020 com a crise causada pelo coronavírus foi capaz de desviar os olhares da Scania para aquele que é seu verdadeiro propósito: a sustentabilidade no transporte. É por isso – e por acreditar em uma retomada cada vez mais verde na realidade pós-pandemia – que a marca renovou sua parceria com a Fundação SOS Mata Atlântica. A expectativa é que a “Floresta Scania”, como é conhecida a área localizada em frente ao Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida, em São Paulo, continue crescendo e compense cerca de 12 mil toneladas de carbono, de acordo com o acompanhamento da própria Fundação.

A parceria prevê que a cada caminhão, ônibus, motor industrial, marítimo, grupos geradores de energia, financiamentos e cotas de consórcio vendidos pela Scania seja plantada uma muda de árvore nativa da Mata Atlântica nessa área de reserva. O objetivo é compensar uma parte do CO₂ gerado pelo processo produtivo da empresa em sua fábrica de São Bernardo do Campo (SP).

A TransMaroni, cliente de longa data da Scania, também fez o mesmo e reiterou a parceria com a Fundação. “Iniciaremos o plantio de cerca de 10 mil árvores ainda em 2020. É mais uma maneira de fazer a nossa parte para compensar as emissões causadas pelo setor em que atuamos. Se cada um fizer um pouco e cada dia um pouco mais,

teremos um mundo muito melhor no futuro. Ainda queremos levar nossos colaboradores até a ‘Floresta Scania’ para que conheçam o trabalho da Fundação, plantem uma árvore e se inspirem. Por conta da pandemia, não conseguimos, mas assim que possível, também vamos retomar esta ação”, afirma Gustavo Maroni, Diretor Operacional da TransMaroni Transportes.

Esse movimento, de incentivar a sociedade, as empresas e o mercado, de pensar em alternativas que reduzam as emissões e em ações que compensem aquelas que por



« Gustavo Maroni, Diretor Operacional da TransMaroni Transportes.

ventura ainda existam, é o que a Scania espera e acredita, especialmente com a retomada do setor.

“Já estamos sentindo a retomada do mercado de transportes e temos certeza que será uma retomada mais verde, com os clientes aumentando cada vez mais os investimentos em soluções sustentáveis. Será um grande desafio do mercado. Está em nosso DNA, e sempre estará, tornar o sistema de transporte mais sustentável. Por isso, para este tema não há reduções de custo. Renovar o contrato com a SOS Mata Atlântica define o que queremos para o presente e futuro. E não só dos nossos negócios, mas para inúmeros benefícios para a sociedade. Sabemos que nossas emissões contribuem para o aumento do efeito estufa, mas queremos fazer parte da solução”, destaca Roberto Barral, Vice-Presidente das Operações Comerciais da Scania no Brasil.



« Saiba mais sobre essa parceria.



O QUE O MUNDO QUER DE NÓS?

[Texto: Simone Leticia Vieira / Foto: Arquivos Scania, Contatto, Cavalinho, Soliman Transportes]

Adaptação e reinvenção. Energias gastas somente com o que de fato importa: cuidar de nós e dos nossos. Abraços, presença, coragem e empatia. Esse é o normal, que nem deveria ser novo. Essas sim talvez sejam as respostas que buscamos quando nos perguntamos o que o mundo quer de nós. Um descolorir de realidade, uma reconstrução da estrada. Saiba como isso aconteceu no transporte – e reflita como pode acontecer na sua vida também.

“Numa folha qualquer eu desenho um sol amarelo. E com cinco ou seis retas é fácil fazer um castelo. Corro o lápis em torno da mão e me dou uma luva. E se faço chover com dois riscos tenho um guarda-chuva. Se um pinguinho de tinta cai num pedacinho azul do papel, num instante imagino uma linda gaivota a voar no céu”.

Quando Toquinho gravou essa música, ainda nos anos 80, ele não poderia imaginar o quão atual essa canção seria em qualquer época e em qualquer fase da nossa vida. Embora a composição Aquarela tenha sido inspirada no universo infantil e feito sucesso em muitas propagandas voltadas para esse público, a letra nos ensina aquilo que nunca deveríamos perder de vista: a capacidade, que todos temos – e precisamos ter –, de nos adaptar e reinventar.

Em tempos desafiadores e de muitas dúvidas como os que vivemos neste primeiro semestre de 2020 em função da crise causada pela



pandemia do novo coronavírus, tivemos que resgatar o que a infância tanto tentou nos ensinar: descobrir o novo mesmo com medo, engatinhar, cair, levantar e começar de novo. Repensamos alguns hábitos. Adaptamos o nosso jeito de agir e pensar. Assim como nós, o planeta também precisou de uma ajudinha, uma pausa forçada para se readaptar para que tudo possa viver em harmonia. Será parte do seu próprio processo evolutivo? Talvez seja. Não sabemos ao certo, mas sentimos que o mundo, por alguns meses, desacelerou. Junto com ele, nós também temos aprendido essa lição. >>

“ Agora, mais do que nunca, é preciso pensar no coletivo, todos estamos interligados e tudo começa pela ação individual, consciente e responsável de cada um de nós.”

Fabiana Calif, Gerente de Marketing e Comunicação da Contatto.



“A dificuldade cria uma empresa mais forte.”

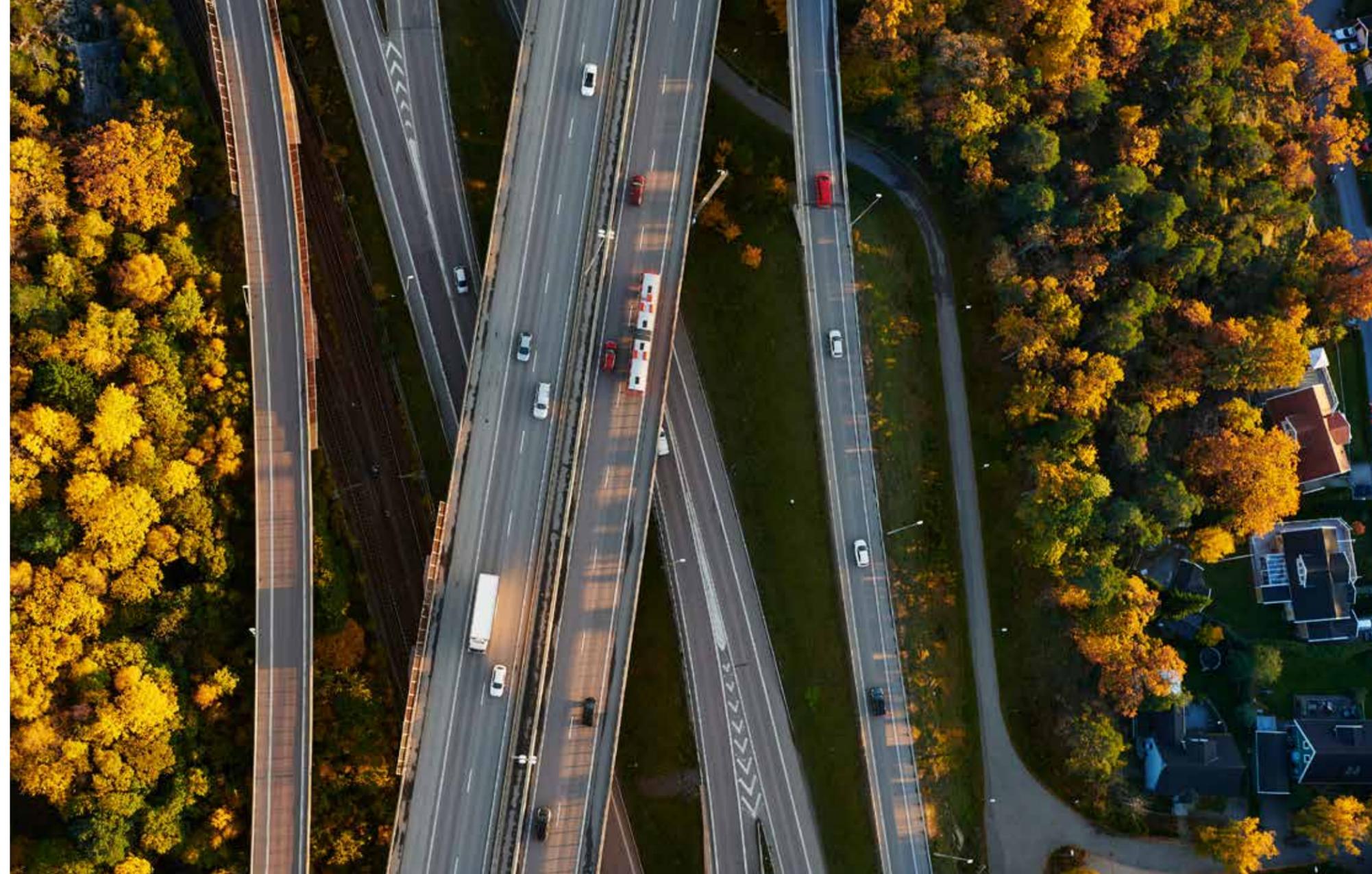
Laudir Antônio Soliman, proprietário da Soliman Transportes.

Novos tempos, novos olhares

Engana-se quem pensa que isso só aconteceu no âmbito pessoal. No mundo dos negócios, o ponto de partida foi o mesmo: sair da inércia, da zona de conforto, atendendo àquilo que o mundo requer e precisa. As empresas revisitaram seus processos, se reinventaram, readequaram equipes, espaços, funções e o modo de trabalhar. Não foi fácil, nem tem sido. Mas foi possível.

Na Scania, o primeiro passo foi cuidar da saúde e integridade física de seus colaboradores. Os que exercem funções administrativas passaram a trabalhar em home office. Por outro lado, lá na ponta, estavam os heróis dentro e fora da estrada, que não deixaram o Brasil parar nem os veículos sem assistência. E para fazer essa roda girar foi preciso cautela e agilidade para as decisões, praticamente diárias.

“Em um primeiro momento dedicamos nossos esforços para dar todo o suporte para nossos colaboradores. Depois instruímos os motoristas e ajudamos os concessionários a se preparem para lidar com o dia a dia, com higiene e segurança, e a assimilarem como entregar isso aos caminhoneiros que nos visitassem nas Casas Scania. Na primeira semana foi muito difícil, até entendermos a situação e desenvolvermos os materiais de apoio. Algumas de nossas concessionárias



ficaram fechadas por alguns dias. Na terceira semana já estávamos com 70% das Casas funcionando e na quarta semana operando com 100% para entregar aos clientes a confiança de que os pontos de serviço da Scania estavam e estão preparados e com ambiente devidamente higienizado para recebê-los”, detalha Silvio Munhoz, Diretor de Vendas de Soluções da Scania no Brasil.

Juntos, mesmo à distância

O contato com o cliente, antes feito de forma presencial, não poderia mais acontecer. “Depois das medidas emergenciais, nossa preocupação foi estar perto do nosso cliente com apoio, mesmo que de forma remota, mas de maneira ativa e próxima. Foram muitos contatos virtuais, fizemos tudo que podíamos

para levar ajuda a ele naquele momento”, comenta Munhoz.

As equipes responsáveis por esse atendimento ao cliente tiveram que aprender a fazer diferente (na página 12, você poderá conhecer mais sobre essa dinâmica). O próprio cliente também passou a se conectar de outra forma.

Na Contatto, por exemplo, várias adaptações foram necessárias. “Agimos logo no início da pandemia no Brasil por meio do comitê de crise, formado pela alta direção e todas as áreas da empresa. Imediatamente implementamos as medidas preventivas para a preservação da saúde de todos os nossos colaboradores, motoristas próprios e agregados, fundamentadas nas orientações do Ministério da Saúde, OMS, de empresas e

institutos internacionais conceituados como McKinsey & Company, Boston Consulting Group, Universidade Johns Hopkins, HME - Institute for Health Metrics and Evaluation da Universidade de Washington, e nacionais como Fiesp, Abiquim, Bradesco. Desde então, os integrantes do comitê se reúnem diariamente, até hoje, para discutir as informações vindas dos órgãos oficiais, analisar o panorama atual da empresa, de suas operações e criar ações de mitigação, proteção e segurança. Além disso, cerca de 50% de nossa equipe administrativa está em home office, fazendo uso da tecnologia para reuniões virtuais. Contratamos também a consultoria de um médico infectologista do Hospital Albert Einstein de São Paulo para atualizar e revisar constantemente nossos

protocolos de enfrentamento da Covid-19, entre outras medidas”, conta Fabiana Calif, Gerente de Marketing e Comunicação da Contatto.

O mesmo aconteceu na Cavalinho, que intensificou os cuidados com seus colaboradores e colocou em prática uma série de ações internas para combater a disseminação do coronavírus. “Como a maioria das empresas, tomamos medidas internas e intensificamos os cuidados, especialmente com os motoristas. Colocamos equipes administrativas em home office, determinamos férias para os profissionais de maior risco, acima de 63 anos, e reforçamos o trabalho de conscientização com os motoristas para o uso do álcool em gel na higienização da cabine, que é o seu ambiente de trabalho”,

comenta Paulo Ossani, Diretor-Presidente da Cavalinho.

A empresa iniciou ainda campanhas internas em todos os setores e levou atividades educativas sobre a Covid-19 para os Diálogos Diários de Segurança (DDS) realizados em todas as suas filiais. Outras ações foram tomadas como a distribuição de kits contendo álcool gel para todos os colaboradores, especialmente os motoristas, e a entrega de máscaras e luvas para aqueles que precisavam ter mais contato com outras pessoas, como os profissionais de limpeza e manutenção.

Essas precauções também foram postas em prática pelas empresas de transporte de passageiros, certamente um dos segmentos mais afetados, especialmente no início da pandemia. O distanciamento social retirou os usuários de ônibus das ruas e dos veículos. Mas, aos poucos, os empresários do setor conseguiram se reorganizar na tentativa de deixar o cliente tranquilo e seguro para viajar. “Seguimos todos os protocolos recomendados em termos de cuidados com os veículos, o motorista e o embarque dos passageiros. Compramos equipamentos, disponibilizamos o álcool em gel, treinamos os nossos motoristas para esse momento e implementamos o uso de máscara como EPI (equipamento de proteção individual) deste profissional, além de outras medidas. Nossos esforços estão em todas as frentes: na empresa, quando ele chega para buscar o veículo; no tráfego; na manutenção; na plataforma de embarque e durante toda a viagem”, afirma Francisco Mazon, proprietário da Viação Santa Cruz.

A estrada não parou

Só uma coisa não mudou: o transporte, que não parou. No Brasil, é este modal o elo entre o campo e a mesa, o porto e tantos pontos de venda. “Nosso setor é fundamental, vamos continuar usando os caminhões para movimentar, no mínimo, a sobrevivência de todos nós brasileiros”, avalia Paulo Ossani.

Essa também foi a prática da Soliman Transportes, mesmo diante dos impactos da crise. “A crise nos afetou em 20%. Mas as equipes seguem trabalhando normalmente. Se uma porta se fecha, tem que haver uma segunda ou uma terceira para abrir. A dificuldade cria uma empresa mais forte. Quando tudo está andando, é fácil. Mas na >>>

hora da crise, a gente tem que se reinventar e pensar: ‘o que está em alta agora?’ É isso que tenho que buscar”, pontua o proprietário, Laudir Antônio Soliman. A empresa atua no transporte de carnes e hortifrúti e atualmente tem 15 funcionários, dos quais 13 são motoristas, que estão na ativa e também se prevenindo. “Nossos motoristas foram bem instruídos. Todos andam com máscara e fazem uso do álcool gel. Quando eles saem, já vão protegidos. E seguem também as orientações e normas dos clientes quando chegam para carregar ou descarregar”, ressalta Soliman.

Por falar neles, os motoristas, foi graças à atividade incessante desses verdadeiros heróis da estrada que muitos profissionais puderam permanecer em casa. Mais do que isso, muitas famílias se mantiveram abastecidas e o Brasil continuou economicamente ativo, ainda que em crise.

Claudio Adamuccio, Diretor-Presidente do G10 e Diretor Administrativo da Transpanorama, acompanhou essa situação bem de perto. “Logo no início, a pandemia causou muito temor. Houve diminuição de oferta de mercado, os clientes não estavam



“Nosso setor é fundamental, vamos continuar usando os caminhões para movimentar, no mínimo, a sobrevivência de todos nós brasileiros.”

Paulo Ossani, Diretor-Presidente da Cavalinho.

demandando muito pelos serviços e os motoristas não queriam trabalhar por medo. Montamos um comitê de crise na empresa para discutir os possíveis riscos e fomos instruindo nossos colaboradores. Os clientes continuaram produzindo, de forma diferente, adaptada à realidade, e com isso o transporte precisava acontecer. Penso que por conta disso houve uma reconstrução da imagem do transportador e do motorista. Era uma categoria que estava desprestigiada na sociedade e que merecidamente recuperou a sua imagem”, destaca.

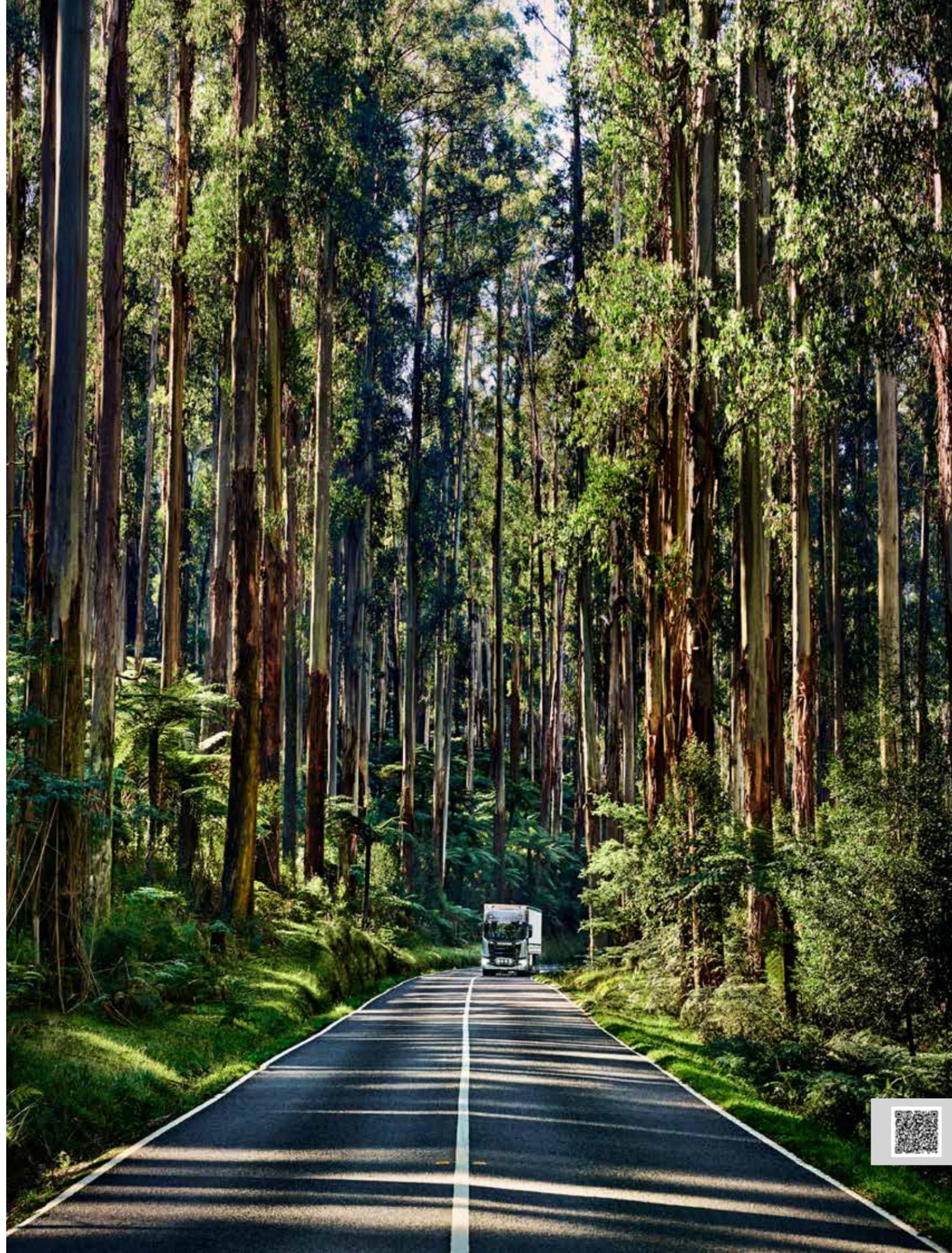
Ajuste o foco

Do outro lado dessa estrada, está quem abriu sua casa e sua vida para abraçar o home office. Para uns, a mesa de jantar já não seria mais unicamente utilizada para as refeições e encontros da família, mas dividiria espaço com o computador, o celular e objetos de trabalho. Para outros, foi o famoso “quartinho da bagunça” que cedeu espaço para uma escrivaninha ou bancada, por vezes até improvisada, mas que atenderia bem o dia a dia de quem agora precisa se acostumar com esse novo formato. E o que parecia distante, foi acelerado pelas necessidades do momento e pode acabar ficando de vez no pós-pandemia.

É no que Fabiana Calif, Gerente de Marketing e Comunicação da Contatto, acredita. “Talvez o modelo home office e o emprego da tecnologia para reuniões virtuais venham para ficar alternadamente ao trabalho no escritório e reuniões presenciais. Cada empresa ditará suas novas regras e novos hábitos de acordo com a sua necessidade e demanda. Agora, mais do que nunca, é preciso pensar no coletivo, todos estamos interligados e tudo começa pela ação individual, consciente e responsável de cada um de nós”, ressalta a executiva.

Quem sabe não seja essa uma das verdadeiras lições que o mundo queira nos deixar: perceber que o foco não está no vírus, está no outro. Sempre esteve. Ainda que essa empatia nas relações precise ser praticada de forma remota por um tempo.

Se antes nos isolávamos pelo uso sem bom senso da tecnologia, hoje trocamos esse comportamento pelo emprego desenfreado da mesma tecnologia na tentativa de minimizar o impacto do isolamento que nos foi ditado



“ Houve uma reconstrução da imagem do transportador e do motorista. Era uma categoria que estava desprestigiada na sociedade e que merecidamente recuperou a sua imagem.”

Claudio Adamuccio, Diretor-Presidente do G10 e Diretor Administrativo da Transpanorama.

pela possibilidade de contágio. Hoje queremos presença, mesmo à distância. Mas vínhamos mantendo a distância, mesmo na presença.

A Scania, sem sequer imaginar que um cenário de pandemia anteciparia condutas de um futuro próximo, já tinha o ser humano como foco desde que assumiu novas diretrizes pensando na necessidade do outro, seja ele cliente, parceiro, concessionário, motorista, colaborador ou fã da marca. Na necessidade do planeta, agora e no futuro. Esse olhar será cada vez mais parte do nosso processo, aqui dentro, no interno da gente, e no mundo lá fora, até que entendamos que estamos juntos em tempos de travessia e que “ali logo em frente, a esperar pela gente, o futuro está”.

Será que você está preparado? ●



“O transporte não pode parar: confira na Jornada digital as histórias de quem abastece e movimenta a economia do Brasil.”

UM NOVO JEITO, A MESMA ESSÊNCIA

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

Perto, ainda que à distância: essa é a essência da Scania. Saiba como a marca reinventou processos, conheça os bastidores das Casas Scania em tempos de trabalho remoto e relembre as boas práticas da empresa mesmo em meio à uma pandemia global.

O caminhão avisou: é hora da manutenção. Sim, com a conectividade, o próprio veículo sinaliza o momento certo de se dirigir à concessionária para checar se está tudo bem. Bastava chegar à Casa Scania, parar o caminhão no box de serviço, cumprimentar a equipe de atendimento e uma xícara de café depois, lá estava o veículo, prontinho para voltar à estrada. Mas, e agora? Como fazer esse serviço em meio a uma pandemia mundial? Como as equipes recebem o caminhão e como o motorista chega à concessionária? E mais: como as equipes de vendas visitam o cliente para

saber se, além da manutenção em dia, está tudo bem com a operação e a frota?

Não teve outra saída, foi preciso reinventar o jeito Scania de receber o cliente e se fazer presente. De repente as visitas, antes presenciais, não podiam mais acontecer, os encontros para apresentar as novas soluções da Scania e celebrar a parceria também não. Mas, se manter distante do cliente não faz parte da essência da Scania. Então, o caminho foi fazer da tecnologia uma aliada para readequar as estratégias. O agendamento e o planejamento das manutenções se tornaram vitais para acomodar a necessidade do atendimento, sem descuidar da saúde – de quem está nas concessionárias trabalhando

e do cliente ou motorista que chega também. A digitalização, que já acontecia desde 2016, quando a marca implementou no Brasil um processo global de padronização de suas concessionárias, se intensificou e também se transformou. As equipes foram, dia após dia, conhecendo novas maneiras de se relacionar e atender os clientes, de maneira personalizada e ágil. Uniram o que já vinha sendo praticado com aquilo que imaginavam viver no futuro.

A Revista Jornada foi entender quais mudanças foram essas e descobriu, nos bastidores, como cada uma das áreas se reinventou para manter o fluxo de trabalho, já que o transporte não parou – nem pode parar! ●



NOSSO SERVIÇO, AO SEU DISPOR

Começamos pela equipe de Serviços. É esse time que auxilia os profissionais que estão lá na ponta, dentro das concessionárias, prontos para executar o trabalho. Todo o contato com as Casas passou a ser feito em reuniões virtuais, realizadas diariamente e, com a situação sob controle no novo contexto, criou-se uma nova rotina.

“A principal estratégia é se fazer presente, mesmo com a distância física. E para isso, realizo encontros diários com os gestores de cada filial.”

Izaías Alexandrino Moraes.

“No início, focamos o contato com a Rede para acompanhar todas as mudanças nos processos de oficina para o atendimento aos clientes. O principal objetivo foi apoiar com informações, orientações, direcionamento, compartilhamento de boas práticas e comercialmente os clientes que tiveram as suas operações totalmente ou parcialmente paralisadas”, explica o Gerente de Vendas de Serviços da Scania, Pietro Nistico.



“Consigo me preparar melhor para reuniões e fone conferências. O desafio de manter a Scania ‘viva’ na ponta só é possível devido às ferramentas digitais que temos hoje.”

Rogério Alexandre Casemiro de Lima.

DAS VIAGENS AOS ENCONTROS VIRTUAIS



O mesmo aconteceu com a equipe de Wagner Tillmann, Gerente de Vendas de Soluções da Scania, que costumava viajar pelas regiões Centro-Oeste, Sudeste, Norte e Nordeste do Brasil para atender clientes e concessionários da marca. De todas as mudanças no trabalho, o time destaca a oportunidade de aproveitar melhor o tempo. “Devido à necessidade de viajar constantemente, despendíamos um tempo significativo em deslocamentos (táxis, aeroportos, voos, ir e vir a cada cliente etc.). E agora, em casa, esse tempo foi direcionado para produzir, fazer contato, analisar tanto informações do mercado como oportunidades de novos negócios”, avalia Tillmann.



“Estou buscando manter a rotina de horários que tinha antes do início da pandemia. Ganhei o tempo de deslocamento entre residência e trabalho para utilizá-lo em tarefas como cursos e treinamentos.”

Bruno D'Angelo.

“Reorganizei minha rotina para manter a produtividade, o foco e a motivação. Mesmo em casa, os entregáveis precisam acontecer.”

Verônica Preda.



LINHA DE FRENTE

Dentro das concessionárias, as adaptações também foram necessárias: a força de vendas passou a trabalhar em modalidade home office e todo o contato com os clientes feito por meio de reuniões virtuais. “A valorização da tecnologia disponível e o domínio sobre ela foi o que facilitou o trabalho nessa hora tão dura pela qual passamos”, comenta Roberto Mota, Diretor da WLM Quinta Roda.



“**Receber o cliente com um sorriso e procurar não tocar no assunto do coronavírus tem sido uma meta. O intuito é sempre atendê-los com a mesma eficiência de uma rotina normal.**”

Beatriz Palaver, Recepcionista técnica da WLM de Marabá, no Pará.

“**Precisamos mostrar que apesar do distanciamento ainda podemos estar próximos e conseguir atender com a excelência que o cliente deseja e merece.**”

Juan Ramos, Analista de Manutenção na WLM ITN.



MANTENDO A SAÚDE DO CAMINHÃO

Na outra ponta, estão os mecânicos, que atuam no atendimento direto aos clientes e aos heróis das estradas, os motoristas. Essa turma não descansou dos cuidados com a saúde – deles mesmos e dos caminhões. Afinal, é o trabalho deles que mantém a concessionária ativa e garante a disponibilidade dos veículos nas estradas.



“**Utilizamos máscaras e luvas o tempo todo e os veículos são higienizados para manutenção e teste de percurso.**”

Péricles Damasceno Santos, Mecânico da WLM Quinta Roda de Sumaré, em São Paulo.

“**Intensificamos as proteções dos veículos, no volante, banco e chão. Vamos continuar trabalhando e garantindo a qualidade e agilidade das assistências.**”

Luis Cesar Giovanella, Eletricista do Grupo Mevepi.



DENTRO DE CASA

De nada adiantaria todo o esforço desses times se não tivesse caminhão, ônibus ou motor pronto para o mercado. É esse o papel dos colaboradores da fábrica: produzir, com o cuidado que o momento requer, os produtos que farão a diferença no setor de transportes. Dentro da Scania, eles também têm descoberto novas formas de trabalhar, seja porque o distanciamento pede ou porque a própria estrutura física da empresa foi remodelada para se adequar às normas atuais de saúde e segurança.



“**É um grande exercício de empatia e coletividade, porque além das normas de segurança que nós já seguimos, temos agora que pensar num bem comum.**”

Marcelo Colaço, da Fábrica de Cabinas.

“**Agora é um mundo completamente diferente, tenho plena consciência que temos que mudar nossos hábitos de higiene, todos devem ter muito cuidado para que o contágio não continue.**”

Flávia Lonel, da Fábrica de Chassis.



“**A gente tem que se reinventar, é uma nova cultura, é uma preocupação em chegar para o trabalho íntegro e chegar em casa da mesma maneira.**”

Raphael Yamasaki, da Fábrica de Chassis



Os bastidores, na íntegra:



BOAS PRÁTICAS EM MEIO AO CAOS

Além das adaptações necessárias, a Scania também se mobilizou para levar energia e esperança a todo o Brasil. Graças ao trabalho do time de Motores as demandas de entrega de grupos geradores de energia para hospitais e supermercados, setores de necessidade básica, puderam ser atendidas, mesmo quando a fábrica ficou fechada, logo no início da pandemia no Brasil. Uma rede de voluntários também se uniu para trabalhar na restauração de 3,6 mil respiradores mecânicos que estavam sem uso e foram devolvidos à rede pública de saúde.



« Conhea os detalhes dessas e de outras ações da Scania.



NA DIREÇÃO CERTA

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

Mesmo diante de um cenário nebuloso, a Scania apresentou novas soluções para o mercado brasileiro: Actcruise, o novo 10x4 para o Off Road, as novidades no Plano de Manutenção e a Edição Especial Heróis da Estrada. Tudo para aumentar a rentabilidade do cliente e valorizar quem faz o transporte acontecer.

É ele quem registra cada movimento da pista, faz a leitura do terreno, sabe a hora certa de acelerar para subir, toma cuidado nas descidas. Ele também se prepara para as viagens, antecipadamente, para encarar da melhor forma as curvas, os períodos de inércia, os aclives e os declives, muito comuns nas estradas brasileiras. Sabe como

ninguém como economizar combustível e tirar o melhor proveito do trecho, sempre com segurança, eficiência e precisão. A conectividade é sua aliada: é com essa tecnologia que ele faz a gestão operacional durante todo o percurso.

Ele acabou de chegar ao Brasil, mas veio para ficar e dividir os holofotes com aquele que é o foco da Scania nas soluções que a marca desenvolve: o motorista. Estamos

falando do Actcruise, o piloto automático de previsão ativa que a partir da linha 2020/2021 passa a ser item de série nos caminhões da marca e adiciona mais 3% de redução de combustível à conta, somando 15% de economia.

Como? Por meio de posicionamento via GPS e um mapa topográfico integrado ao módulo de conectividade, ele é capaz de gravar rotas e aproveitar aclives e declives

de maneira mais eficiente. Isso significa que em uma operação de um caminhão 6x2 que roda cerca de 10mil km/mês, por exemplo, a economia poderá ser de R\$ 20 mil em relação ao mesmo caminhão sem o Actcruise.

“Estamos superando nossa promessa com a Nova Geração de economia de 12% para 15%, no mínimo. Trata-se de ainda mais rentabilidade ao cliente”, salienta Silvio Munhoz, Diretor de Vendas de Soluções da Scania no Brasil.

A novidade chegou em um momento de grandes desafios para o setor de transportes. E o objetivo da Scania ao colocar mais uma tecnologia no mercado foi justamente esse: valorizar aquele que faz a diferença nas estradas do Brasil e trazer ainda mais economia para o transportador diante de um cenário tão desafiador como tem sido 2020.

Fluxo de caixa: a palavra da vez

De mãos dadas com este lançamento, devido ao sucesso da Heróis da Estrada,

a Scania trouxe as condições especiais de compra da Edição Especial para a linha 2020/2021 de caminhões rodoviários até dezembro de 2020. Para começar, são três pacotes com redução progressiva de valores, que pode chegar a 42% de desconto.

O Pacote Estilo traz defletores, saia lateral e pintura customizada no para-lamas, na grade frontal e na saia lateral. Já o Pacote Segurança é composto de airbag lateral de cortina, uma exclusividade no Brasil para proteção do motorista em tombamentos; freio de emergência (AEB); sistema de estabilidade (ESP); assistente de mudança de faixa (LDW) e sensor de chuva. E, por fim, o Pacote Conforto, em que o caminhão sai da fábrica equipado com climatizador, geladeira, volante de couro, painel de instrumentos colorido com 7 polegadas e sistema multimídia com tela de 5 polegadas e Bluetooth.

Quem financiar, poderá pagar a primeira parcela após seis meses. Se a compra for pelo Scania Banco, não terá as intermediárias durante os seis meses de carência até o pagamento da primeira prestação e o seguro ainda pode ser dividido em até 10 vezes sem juros.

O Programa de Manutenção Scania Premium Flexível não ficou de fora: o cliente que optar por essa solução terá desconto de 8% caso a escolha seja de um pacote. A redução no valor sobe para 13% caso sejam adicionados dois ou os três pacotes.

Dentro e fora da estrada

Outra novidade, desta vez para as operações de mineração e construção pesada, foi o lançamento do Heavy Tipper 10x4/6, o único da indústria nacional. Produzido com componentes ainda mais robustos do que os demais membros da linha XT, o G 540 10x4 Heavy Tipper foi desenvolvido para atender as demandas mais severas desses setores. Com capacidade de carga líquida de até 55 toneladas, Opex (despesas operacionais) e Capex (despesas de capital) muito menores, o custo total de operação (TCO) passa a ser muito mais competitivo e, com isso, o modelo traz um grande ganho de produtividade para o cliente e a operação.

“Os concorrentes oferecem no máximo 35 toneladas de carga e 50 t de PBT. A Scania está inovando o mercado mais uma vez e vai superar as expectativas dos clientes”, salienta Fabricio Vieira, Gerente de Soluções Off-Road da Scania no Brasil. “Ainda em comparação aos 8x4 competidores, o Scania 10x4 possibilita até 15% de redução no custo por tonelada, pois são necessários menos veículos para movimentar a mesma carga”, conclui Fabricio.

É com esse quarteto – tecnologia, economia de combustível, condições especiais de compra e novas soluções fora de estrada – que as empresas de transporte podem se movimentar e retomar o mercado e a Scania, mais uma vez, inova e se reinventa, saindo à frente para trazer ainda mais rentabilidade aos seus parceiros e clientes. “Neste momento, o transportador precisa aumentar sua rentabilidade, ou seja, retirar o máximo de dinheiro do veículo. O mercado está começando a ver sinais de retomada e o Brasil vai precisar de muitos caminhões para a recuperação da economia”, reforça Munhoz. ●



« Saiba mais detalhes sobre esses lançamentos na Jornada digital.

O QUE ESPERAR PARA 2021?

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

O mercado começa a dar sinais de melhora e muito do que aconteceu em 2020 com a chegada da pandemia irá refletir ainda no próximo ano. Veja o que vem por aí e o que a Scania já espera para 2021, além de colocar os novos caminhões a gás nas estradas do Brasil.

No Brasil, existe a crença de que o trabalho só começa a engrenar, de verdade, depois do Carnaval. Para a Scania, essa máxima, que ecoa na fala dos brasileiros, já deixou de ser uma verdade há muito tempo. Em 2020, então, nem se fala. Ainda nem tínhamos entrado no ano bissexto e, para a marca, ele já havia começado, tamanho o empenho no desenvolvimento de uma solução de transporte sustentável: o caminhão movido a gás natural ou a biometano.

A expectativa era de crescimento em todos os sentidos - até então, não se falava de coronavírus e quarentena por aqui. Mas, veio a pandemia. Junto com ela, uma crise na saúde e nas finanças públicas e privadas. O comércio e a indústria estagnaram e muitos empresários viveram o que parecia não ter fim. O transporte não parou, mas as adaptações se fizeram necessárias para que a população não ficasse desabastecida.

Com o passar do tempo, a curva de contaminação veio cedendo e o mercado começou a dar sinais de retomada. Ainda tímida, mas bastante válida para quem não quer esperar o próximo Carnaval chegar para ver a economia engrenar outra vez.

Segundo Thiago Angelis, economista do Banco Bradesco, o impacto da pandemia sobre a economia brasileira foi enorme. Em contrapartida, Angelis também vê com bons

olhos o novo momento do mercado. “O varejo, a indústria de transformação e a construção civil estão praticamente nos patamares do início do ano, sendo que, nestes casos, de fato é possível falar que há uma recuperação em V em curso. Já no caso dos setores que ainda operam com restrições, a retomada acontece de forma bem mais gradual. Ainda há um bom caminho pela frente, mas entendemos que os primeiros sinais têm sido promissores: a economia brasileira deve fazer a transição para 2021 em uma recuperação mais intensa do que se imaginava no início da pandemia”, pontua.

Para o economista, isso se deve à combinação de um volume de estímulos fiscais com a reabertura das economias. “Os dois fatores ainda são centrais, tanto em termos da eventual necessidade de manter os estímulos, sobretudo fiscais, quanto em termos de quanto esta reabertura pode estar ameaçada pelo aumento do número de novos casos da Covid-19 enquanto ainda se espera por uma vacina. É justamente o equilíbrio entre estes dois fatores que vêm determinando a dinâmica dos mercados e das expectativas”, completa Angelis.

O novo normal do transporte

Talvez ainda seja cedo para falar novamente de expectativas de vendas. Mas já é possível olhar para o próximo ano com um pouco mais de otimismo. “O setor de transportes é parte relevante da indústria de transformação no

Brasil e certamente contribuirá e seguirá contribuindo para a recuperação. O segmento tem se beneficiado de outros setores que, apesar da pandemia, têm tido desempenho surpreendente em 2020, em especial o agronegócio, que deve registrar mais um excelente ano em 2021”, ressalta Angelis. Porém, este cenário mais construtivo depende também das contas públicas brasileiras. “A sustentabilidade fiscal continua sendo, simultaneamente, um fator de risco relevante e um grande desafio para o cenário prospectivo. Um dos maiores legados da pandemia para a economia brasileira será o grande aumento do endividamento público, e neste contexto, a manutenção efetiva da responsabilidade fiscal permanece como condição necessária tanto para a manutenção da taxa Selic em patamares baixos quanto para uma evolução benigna da economia nos próximos trimestres. Como consequência, a continuidade das reformas fiscais, especialmente aquelas que miram as despesas, se torna essencial”, completa.

Para a Scania, outro exemplo dessa retomada, além do cenário positivo do agro, que também responde por uma fatia de seus negócios, são as entregas dos novos caminhões a gás. Mesmo frente a uma crise global que impactou, inclusive,

a abertura de suas fábricas ao redor de todo o mundo, a marca não deixou de pensar em novas soluções para o mercado de transportes. “Independentemente do momento de crise ou não, a Scania nunca parou de fazer lançamentos e de

acreditar no Brasil. Além de celebrar o que estávamos entregando em economia, seguimos firmes com o propósito da sustentabilidade no transporte, com os nossos veículos a gás. E eles já começaram a chegar nas estradas brasileiras”, destaca Roberto Barral, Vice-Presidente das

Operações Comerciais da Scania no Brasil. É claro que a jornada da Scania também será feita de outros marcos tão importantes como as vendas desses veículos mais sustentáveis. Veja o que vem por aí e o que a empresa já projeta para 2021:



CAMINHÕES

A percepção da Scania e do mercado é que a grande maioria dos segmentos já está em um caminho muito melhor do que estava meses atrás, quando a pandemia começou. “Percebemos isso por alguns indicadores importantes: um deles pelos caminhões conectados e outro pelo grande termômetro que temos que é o trabalho diário com a nossa Rede de concessionárias, que está em contato direto com os clientes. Ainda existem muitas exceções, mas a maioria segue um caminho de retomada, indo para um segundo semestre muito mais positivo que o segundo trimestre deste ano”, comenta Alan Frizeiro, Gerente de Vendas de Soluções da Scania no Brasil.

E a Scania acompanha de perto esse movimento. Tanto que anunciou novidades para

a linha 2020/2021 de caminhões rodoviários, com pacotes e condições especiais que chegam a 42% de desconto, como você leu nas páginas anteriores. “As conversas e negociações começam a acontecer de maneira mais robusta e frequente. E isso mostra que o mercado caminha para um cenário com um horizonte muito mais azul e sem nuvens do que foi o período de abril a junho”, destaca o executivo.

Além disso, já são 50 caminhões movidos a gás natural veicular (GNV) vendidos no Brasil, com resultados que superam as expectativas dos clientes e do mercado. “É a demonstração de que a Scania vai fazer o que estiver ao seu alcance para maximizar o que o cliente vai entregar para o cliente dele, usando para isso uma solução mais limpa e verde”, conclui. »



MOTORES



Assim como o setor de caminhões, as atividades que requerem o uso de motores também prometem movimentar a economia neste segundo semestre. Se por um lado o foco principal durante a pandemia foi atender instalações como hospitais emergenciais e de campanha, além de ajudar no fornecimento de energia elétrica para indústrias alimentícias e regiões mais remotas que não são abastecidas pelos sistemas hidroelétricos, por outro o consumo de energia aumentou com a crise e a necessidade do distanciamento social.

Por isso, a projeção da Scania é manter o ritmo de pedidos de novos motores que chegam à fábrica. “Para o segundo semestre de 2020 esperamos uma continuidade nos pedidos destinados à geração de energia. Adicionamos a isso o trabalho próximo que temos junto ao mercado marítimo tanto de embarcações de trabalho e transporte de passageiro, dois segmentos que têm demonstrado uma melhora em função da necessidade das pessoas de se deslocarem com a flexibilização da quarentena na maioria das cidades brasileiras, como do transporte de insumos nas regiões que são atendidas por rios, como a região Norte do Brasil”, explica Celso Mendonça, Gerente de Vendas de Motores da Scania no Brasil.



De acordo com o executivo, o período foi também marcado pela atuação da indústria da construção civil. “No mês de agosto, percebemos um aumento no número de obras de infraestrutura, o que movimentou as nossas vendas de motores destinados a equipamentos industriais e civis”, destaca.

Outra novidade esperada para o segmento é a ampliação do uso de motores movidos a biogás e biometano ou gás natural. “A Scania assumiu a vanguarda no fornecimento de motores movidos a combustíveis limpos, como o biogás e o biometano ou gás natural. Temos participado de projetos em diferentes segmentos, que terão início no começo de 2021”, comenta Celso.



SERVIÇOS

A conectividade segue sendo a base dos Serviços e Soluções da Scania. É ela que permite transformar dados em conhecimento, informação e ação para fazer avançar cada vez mais a jornada da marca e de seus clientes. “A Scania vem revolucionando as soluções de serviços nos últimos anos e a conectividade associada à digitalização já nos proporcionou ferramentas e produtos de serviços fantásticos. Mas, estamos só começando. Um futuro brilhante e digital nos aguarda”, afirma Marcelo Montanha, Diretor de Serviços da Scania no Brasil.

Esses benefícios podem ser vistos nos 35 mil veículos conectados no Brasil, que já lidera o primeiro lugar no mundo quando se fala de serviços completos de conectividade na Scania. São caminhões e ônibus acompanhados de uma maneira inteligente e com controle dos custos operacionais. E esse trabalho continuará sendo feito pela Scania, por meio das opções oferecidas e exclusivas - pacotes Análise e Desempenho, Programa de Manutenção Premium Flexível, PMS Fleet Care, Serviços Dedicados e Driver Services - para dar cada vez mais apoio para que quem usa os veículos da marca tenha redução de gastos, aumento de disponibilidade da frota e se mantenha ainda mais competitivo para os desafios do mercado.



ÔNIBUS



Analisar o cenário do segmento de ônibus em 2020 é falar de desafios. O setor de transporte de passageiros foi, sem dúvidas, o mais afetado entre os mercados de atuação da Scania neste ano. Segundo Fábio D'Angelo, Gerente de Vendas de Ônibus da Scania no Brasil, a pandemia ocasionou, no mês de abril, 90% de queda na operação dos clientes da marca, o que exigiu cuidados e muita dedicação. “Mesmo no segmento urbano, onde a redução ficou por volta de 60% a 70% no pior momento, o equilíbrio econômico das operações com a redução da demanda de passageiros foi o maior desafio. Diante deste cenário, concentramos nossos esforços em estar junto dos nossos clientes, mesmo que virtualmente, para apoiá-los naquilo que fosse possível naquele momento, bem como para nos prepararmos para o momento da retomada da demanda, até então uma grande incógnita”, pontua.

Esse acompanhamento foi feito de diferentes formas, inclusive com o uso da conectividade presente nos veículos. São os dados dessa tecnologia da Scania que trazem, agora, um olhar mais positivo para o segmento. “Por meio do

acompanhamento da frota conectada, podemos constatar que estamos em uma trajetória positiva de retomada das operações em todo o Brasil. No mês de agosto, por exemplo, a média de quilometragem percorrida já atingiu 54% quando comparada com o mês de janeiro deste ano, período que tradicionalmente reflete o pico do ano. Então, podemos dizer que o segmento de transporte de passageiros está no caminho da recuperação”, analisa Fábio.

Outro indicativo de restabelecimento das atividades e da economia do setor de ônibus é o crescente número de negociações de novos veículos. “Os primeiros lotes já estão sendo confirmados e as entregas acontecerão no segundo semestre deste ano”, destaca. De acordo com Fábio, em 2019 o mercado rodoviário absorveu em torno de quatro mil chassis. Para 2020, mesmo com o grande impacto sofrido pelo setor, ainda há a previsão de que cerca de duas mil unidades sejam emplacadas.

Para o período também é esperada uma grande novidade: o início das vendas do ônibus Scania a gás. “Apesar das dificuldades e incertezas com o

futuro próximo, jamais deixamos de lado nosso compromisso com a sustentabilidade e seguimos trabalhando para o início das vendas do modelo a gás no Brasil ainda no segundo semestre. Estamos vivenciando a mudança no transporte de passageiros, visando um ecossistema de mobilidade com emissão zero, baseado em veículos elétricos. Será o futuro, certamente. Mas, assim como nos principais mercados europeus, a transição até o sistema considerado ideal passará por tecnologias alternativas como é o caso do gás natural e do biometano”, explica.

Por agora, a Scania segue firme no processo de homologação do ônibus movido a GNV e/ou biometano para aplicação rodoviária no país. A homologação depende de três fases: do chassi, da carroceria e do sistema de abastecimento do gás. A etapa do chassi já foi finalizada, inclusive para o modelo a gás de aplicação urbana, que irá oferecer três modelos: K 280 4x2 (de 12,5 a 13,20 metros e capacidade de 86 a 100 passageiros), K 280 6x2 (15 metros, terceiro eixo direcional e capacidade para até 130 passageiros) e o articulado K 320 6x2/2, de 18,6 metros e capacidade para 160 ocupantes.



DEIXANDO A POEIRA PARA TRÁS

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

A visão vem do campo: as perspectivas do mercado para o agronegócio mostram que é tempo de “sacudir a poeira”. Conheça esse panorama e a visão da Scania que, junto com seus clientes desse segmento, mantém o Brasil funcionando.

O dia estava lindo: sol a pino, mar azul, águas calmas, vento fresco. Algumas boas ondas de tempos em tempos, nada mais propício para quem costuma surfar. Nem parecia que as noites anteriores haviam sido de tormenta. Bastava um mergulho e a sensação de energias renovadas viria à tona. E nessa atmosfera, a certeza de que seria uma oportunidade incrível de sorrir para o mundo e de que tudo daria certo.

Mas não deu. A onda foi tão forte que a rasteira foi inevitável. Alguns conseguiram se equilibrar. Outros levaram um grande “caldo”. E também teve quem embalou nas águas turbulentas e demorou a reaparecer depois que a onda passou.

Talvez você já até tenha vivido essa situação que desenhamos aqui. Buscamos esse exemplo porque ele representa bem o que aconteceu na realidade de tantos brasileiros desde o início de 2020, com a crise causada pelo coronavírus.

Achávamos que depois do balançar de 2019, teríamos um ano de calma, de céu azul, de águas tranquilas. Um ano de crescimento. E era para ser. Mas veio a onda e, de tão alta, fomos todos arrastados pela sua intensidade. Uns mais, outros menos. Mas todos impactados de alguma forma.

Em um paralelo com o setor de transportes e toda a cadeia que o envolve, o agronegócio foi aquele que se manteve de pé. O desequilíbrio foi brando, ele passou praticamente ileso por esse mar revolto e

segue muito bem, obrigado. Tão bem que, além de dar as mãos a outros segmentos na tentativa de levá-los dos efeitos da onda, ou melhor, da crise, também contabiliza resultados memoráveis mesmo quando a maré parece insistir em não baixar totalmente.

Os dados da Companhia Nacional de Abastecimento (Conab) não nos deixam mentir. Segundo o órgão, a safra nacional de grãos deve novamente bater mais um recorde: 253,7 milhões de toneladas, o que significa um aumento de 4,8% no comparativo com o que foi produzido na safra anterior. Na linha de frente desses números estão a soja e o milho, que correspondem a quase 90% da produção nacional*.

O estado de Rondônia é um dos que conhece bem essa realidade, já que tem esses grãos como dois dos principais produtos de sua economia. “Rondônia é um dos poucos

estados brasileiros que dá a oportunidade de o produtor fazer duas safras: a safra normal e a que chamamos de ‘safrinha’. Tivemos um aumento de 25% na produção do milho e em 2020 também teremos crescimento”, comenta Evandro Padovani, Secretário de Agricultura de Rondônia.

O agro é pop

Para Evandro, o agronegócio é a grande oportunidade do país, principalmente agora com a retomada da economia. “O agro não parou, graças aos produtores do campo e aos transportadores e caminhoneiros pelos valiosos serviços que prestam à nação, transportando toda a nossa riqueza de leste a oeste”, destaca.

É essa movimentação, de escoamento e transporte da safra brasileira, que Alan Frizeiro, Gerente de Vendas de Soluções da Scania no Brasil, acompanha de perto. “Temos um trabalho no dia a dia com o transportador e percebemos agora um movimento de retomada, uma situação bastante positiva para a grande maioria dos segmentos. O agronegócio se manteve favorável desde o primeiro momento, com pouca oscilação, apenas o esperado para a safra e a entre safra. Na nossa visão, o agro está com operação ou em 100% ou em 80% em algumas regiões, mas essa queda tem mais relação com a questão sazonal do que com o impacto da crise”, explica o executivo.

Alan acredita que a alta demanda do agro é responsável por alavancar outros setores, inclusive o de transporte de cargas. “O agronegócio tem participação fundamental na receita e na produção da empresa, assim como é para toda a indústria de caminhões pesados e extrapesados. Historicamente, o segmento representa de 40 a 44% do mix de vendas totais de caminhões da marca. Diante da situação e da operação dedicada a esse setor, a tendência é chegarmos ao final do ano com uma participação ainda maior entre as vendas da Scania. Fora as notícias de safra recorde de novo, então são várias situações favoráveis para que isso aconteça até o final de 2020. E no momento em que o transportador precisa pensar em qual frota vai colocar para rodar, sem sombra de dúvidas uma frota mais nova é a escolhida pela maximização de rentabilidade, ou seja, ele opta pelo caminhão que de longe entrega

o melhor resultado em quilômetro rodado”, contextualiza.

Atualmente, a Scania tem dois principais modelos pesados direcionados para o agronegócio: o R 500 e o R 540, ambos na configuração 6x4. “A Nova Geração vem se consolidando cada vez mais, os resultados e os clientes estão comprovando isso. A cada dia, confirmamos que o passo que demos com o TMA (Taylor Made for Application), com o caminhão feito sob medida, foi acertado e importante para trazer para o cliente a rentabilidade que ele precisa”, lembra Alan.

Para onde caminha o mercado

Assim como o transporte de grãos, outros segmentos também dão sinais positivos e começam a trilhar um caminho de melhora. “O transporte de contêiner, por exemplo, muito associado a importações e exportações, tem mantido, em sua grande maioria, 75 a 80% do volume de operação”, explica Alan.

O mesmo acontece no setor de combustíveis, que sofreu muito no início da pandemia, já que o abastecimento dos postos foi também impactado. “Mas já falamos em uma retomada em ritmo mais normal de 75 a 80% da operação, mesmo índice se pensarmos no restabelecimento do transporte de tanques de químicos, cuja recuperação aconteceu mais recentemente”, explica o Gerente da Scania.

Estes últimos, aliás, foram puxados pela volta gradual do desempenho da indústria. “Ainda percebemos uma certa instabilidade, com algo entre 50 e 75% do movimento, mas com sinais interessantes e uma tendência de um crescimento gradativo, até mesmo incentivado pelas demandas de transporte de químicos”, comenta. E, na outra ponta, as operações fora de estrada, como mineração, madeira e produção de cana-de-açúcar, seguem como o agronegócio, em um contexto mais estável e favorável.

Agora, diante desse panorama, cabeça erguida e, com a ajuda de quem se manteve de pé ou se equilibrou quando a onda bateu, é chegada a hora de sair desse mar. ●

*Fonte: Companhia Nacional de Abastecimento (Conab): <https://www.conab.gov.br/ultimas-noticias/3549-producao-de-graos-sinaliza-recorde-final-de-253-7-milhoes-de-toneladas>



Com a frota Scania conectada, Terra Master alcançou 4% de redução mensal no consumo de combustível.

QUANDO O AMOR FALA MAIS ALTO

[Texto: Simone Leticia Vieira / Foto: Arquivo Terra Master]

Conheça a história da Terra Master Logística e Transporte, que aliou sua gestão humanizada ao uso da conectividade da Scania para ter mais rentabilidade e melhora na capacitação de seus motoristas.

Você sabe qual é a sua missão no mundo? O que de verdade te move, faz o seu coração pulsar e o seu olho brilhar? Talvez essa seja a dúvida de muita gente, quiçá o maior dos questionamentos da vida. A verdade é que, tendo ou não essa resposta e independente da área em que você trabalha ou sob quais condições você vive, sempre dá para unir o bem ao seu propósito enquanto ser humano. Sempre dá para fazer diferente, ajudar no crescimento de quem está por perto – que aliás, nunca está ali por coincidência –, se encontrar, se descobrir, se reinventar. Se conectar e possibilitar novas conexões. Fazer acontecer. Na vida e no trabalho também.

Fernanda e Thiago Veneziani sabem bem o que isso quer dizer. Vieram do Direito para o transporte, porque o amor pelo setor falou mais alto. Foi do pai que herdaram

a paixão e o dom de transformar a vida de cada um que cruze o caminho desses dois irmãos. É com essa visão que, juntos, eles comandam a Terra Master Logística e Transporte, uma empresa que, embora jovem, possui uma bagagem e tanto quando se fala de desenvolvimento humano, inovação, conectividade e compromisso com um transporte cada vez mais sustentável.

Essa história começou em 2005, na cidade de Santos, no litoral paulista. “Eu trabalhava

[EM NÚMEROS]

**4%
DE REDUÇÃO
MENSAL**

É o quanto a Terra Master economiza de combustível com o uso da conectividade Scania nos caminhões da frota.



“A gente percebeu no Fleet uma forma atrativa, competitiva e sadia de elevar o nível profissional de nossos motoristas.”

Fernanda Veneziani, Diretora da Terra Master.

com o meu pai em uma transportadora e fazia a parte administrativa da empresa. Quando ela foi vendida para dois novos sócios, percebi que os meus valores pessoais não se adaptavam aos valores que passaram a ser praticados. Foi quando saí e surgiu a oportunidade de abrir a Terra Master, a partir da necessidade de entregar aos clientes algo que fosse além do transporte”, explica Thiago Veneziani, Diretor da Terra Master. Assim nasceu a empresa e o nome Terra Master. “Terra porque é um nome forte. Master porque é como queremos ser: master, super, mega, blaster!”, diz o empresário.

No documento e na prática

A chegada da irmã para ajudá-lo a conduzir o time de 31 colaboradores, dos quais 17 são motoristas, aconteceu em 2013. “Na época, vim para a empresa para implementar o Sistema de Avaliação em Saúde, Segurança, Meio Ambiente e Qualidade (SASSMAQ), que hoje é uma metodologia dentro da empresa porque a gente não queria só ter um certificado de parede”, lembra Fernanda, também Diretora da empresa.

Para quem não conhece, esse sistema é um programa voltado para a qualidade e organizado pela Associação Brasileira de Indústrias Químicas (Abiquim). Um dos objetivos é assegurar a qualidade, a segurança e o respeito às legislações de quem atua com itens de indústrias químicas, como é o caso da Terra Master, que transporta sólidos e líquidos, produtos radioativos, químicos e os mais diversos tipos de cargas destinadas à importação e exportação.

As boas práticas certificam a empresa dentro desse sistema. E, mais do que isso, impactam no dia a dia dos colaboradores, que trabalham em um ambiente seguro, saudável, humanizado e cheio de oportunidades de crescimento. Osvaldo da Silva Hilário não nos deixa mentir. “Quando cheguei na Terra Master, trabalhava na área de conferência como técnico de importação. Comecei a aprender mais sobre transporte com o Thiago, sempre fui apaixonado por caminhões e ele viu em mim uma oportunidade de crescimento profissional. Foi aí que entrei na área da manutenção”, conta.

Atualmente ele é o Chefe de Manutenção da empresa e há quase três anos desempenha a função. “Até me emociono de falar, porque eles [Thiago e Fernanda] me abraçaram. A Terra Master é uma família, temos toda a liberdade de entrar na sala dos diretores, conversar, expor o que estamos sentindo, o que está acontecendo no dia a dia. Essa distância entre patrão e empregado aqui não existe. Hoje sou gestor de frotas e cuido de toda a área de compras de peças e manutenção. Acompanho de perto a performance dos caminhões e dos motoristas”, explica Osvaldo.

Investimento contínuo

É do Osvaldo também a missão de gerenciar o Scania Fleet, que não só melhorou os resultados de consumo de combustível e rentabilidade da empresa como também capacitou e fez evoluir o desempenho dos motoristas da Terra Master. “Sempre monitoramos com outros sistemas, mas quando chegou o Fleet, nossa vida mudou para melhor. Eu acompanho todos os dias o que o portal nos oferece, consigo controlar até os abastecimentos fora do”

posto da nossa base e ver a diferença no valor do combustível”, comenta o gestor da frota.

Diferença, diga-se de passagem, bastante considerável: são 4% de redução mensal no consumo de combustível com o uso da conectividade Scania nos caminhões da frota. Ao todo, a empresa tem 15 veículos, dos quais 12 são Scania – quatro P 310, dois P 360, dois R 440 e quatro da Nova Geração (dois G 410 e outros dois R 500). Todos estão conectados, tanto ao propósito da Scania de levar novas soluções de transporte e mais rentabilidade a seus clientes como ao da Terra Master, que constantemente busca inovar sem abrir mão do desenvolvimento de seus profissionais. “Um conceito muito forte que temos é que a empresa não é o que ela ganha, mas o que ela economiza. Por isso, fazemos uma gestão minuciosa dos custos. Mas, acima dessa missão, temos a missão pessoal de fazer pessoas melhores para um mundo melhor. A gente percebeu no Fleet uma forma atrativa, competitiva e sadia de elevar o nível profissional de nossos motoristas. Proporcionamos programas de treinamentos e eles estão cada vez mais se profissionalizando e sendo motoristas melhores porque conseguem acompanhar a evolução deles mesmos de maneira muito prática. E, para a nossa grande alegria, a maior parte se preocupa diariamente com esse aperfeiçoamento”, celebra Fernanda.

Thiago também tem a mesma visão. “Ressaltamos os pontos fortes de cada um, elogiamos em público e cobramos melhoria em particular. Além disso, não penalizamos nossos colaboradores se eles cometem algum erro, mas sim bonificamos os que têm uma melhor performance. Ofertamos treinamentos, para que sejamos cada vez melhores no que fazemos, e estudos, pois sabemos que não podemos parar nunca de aprender. Isso vale para todos os colaboradores, não só os motoristas, inclusive para nós mesmos”, destaca. “Não medimos esforços para o crescimento das pessoas. Nosso propósito não é ter a empresa para ficar milionário. Queremos desenvolver pessoas melhores e entregar o nosso máximo ao mercado. Para muita gente, olhar para isso é um custo, para nós é um investimento. E a Scania tem excelência nisso, tanto que 80% da nossa frota é Scania

Dois P 360 como o da foto ao lado fazem parte da frota composta por 12 Scania. »

porque a equipe de vendas também faz a diferença.”

De mãos dadas

E, embora as mudanças tenham sido significativas, nos números e nas pessoas, para Fernanda a chegada da tecnologia nos caminhões da empresa não foi um divisor de águas. “Não teve antes e depois, entendemos que é um passo a mais para uma melhoria contínua. Para os motoristas, talvez, ajudou a dar um clique de algo que a gente já vinha batendo na tecla há um tempo. Então, estamos andando juntos. Usamos a ferramenta na nossa rotina. Eu mesma, quando estou curiosa, entro lá e dou uma olhada. Esse é o diferencial positivo da Scania. O meu antigo rastreador não mostrava para o motorista o desempenho no dia a dia, eu tinha que extrair relatórios



Queremos desenvolver pessoas melhores e entregar o nosso máximo ao mercado. Para muita gente, olhar para isso é um custo, para nós é um investimento. E a Scania tem excelência nisso.”

Thiago Veneziani, Diretor da Terra Master.



e apresentar para ele. O Fleet está no painel do caminhão e no aplicativo do celular, ele mesmo acompanha a evolução. Eles se desafiam no dia a dia e isso traz um grande ganho, pois eles conseguem saber onde estão errando e ir atrás de forma fácil e rápida, para serem melhores”, afirma Fernanda.

José Robenildo Telmo que o diga! Ele é motorista da Terra Master há seis anos, mas já contabiliza 19 de profissão. Para ele, a novidade só trouxe benefícios e reforçou o cuidado da empresa com seus colaboradores. “Quando a empresa adquiriu essa ferramenta eu gostei muito, tanto para o meu conhecimento, profissional e pessoal, como sei que foi bom para a empresa pela rentabilidade em manutenção e consumo de combustível. A gente acha que sabe dirigir, mas na verdade não sabe. Depois do treinamento com o Cícero, da Codema de Guarulhos, aprendi a usar melhor o caminhão e tive a certeza de que até então eu só sabia conduzir e não dirigir. Ele foi

muito atencioso, paciente e ensinou que, com o Fleet, a gente consegue usar melhor as funções do caminhão. Passei a entender que não é só guiar, trocar de marcha, usar freio a motor para descer a serra, por exemplo. Pude perceber que eu vinha trabalhando de uma forma que achava que era a correta com o Scania. Agora penso que se hoje fui bom, amanhã quero ser ainda melhor. Agradeço muito à Terra Master também por sempre desenvolver e atualizar a gente, com cursos, treinamentos e todos os cuidados que eles têm com os funcionários”, diz Telmo.

A opinião de Wellington dos Santos Silva, recém-chegado à Terra Master, é a mesma. Ele tem somente nove meses de empresa e seu início na transportadora coincidiu com a chegada da conectividade e o uso do Scania Fleet. “Quando entrei, a empresa implantou a conectividade. Foi muito bom para a desenvoltura do caminhão. É minha primeira vez com Scania, então o curso para mim foi essencial. Aprendi muito sobre o

funcionamento do veículo, conheci todas as funções do caminhão e vi que muita coisa que eu deixava de fazer ou fazia achando que estava fazendo certo, na verdade, eu podia melhorar. Foi um desafio, para testar minhas habilidades, consertar alguns erros e tirar os vícios ao volante. Isso ajuda muito a gente a evoluir, e é o que a empresa quer. Crescer e crescer com a gente. Estão sempre inovando, mas permitindo que a gente se atualize para acompanhar a evolução e o mercado”, comenta.

Tudo está conectado

É dessa conexão e de fazer a diferença que falávamos no início desta matéria. É o que a Scania quer para agora e no futuro: conectar para somar, crescer e tornar o transporte ainda mais sustentável. É essa a herança que a Terra Master quer deixar: evoluir e inovar ao mesmo passo que desenvolve as pessoas. “É nossa missão proporcionar qualidade de vida para essas 33 famílias, 31 dos nossos

colaboradores e a nossa própria família também. Temos um discurso bonito e uma gestão voltada para pessoas, na prática. Não existe isso desassociado. É claro, não adianta o CNPJ ter um resultado negativo porque, senão, essas famílias não vão se sustentar. Então isso sim foi um divisor de águas para nós. Poder cuidar de pessoas nos traz uma motivação extra e dá energia para a empresa, e é isso que faz com que ela caminhe para o crescimento constante”, conclui Thiago.

Sem contar o amor que permeia essa relação e sempre falou mais alto. Por serem irmãos, família de trabalho e terem herdado do pai tamanha generosidade de pensar na evolução de todos ao redor. Certamente é ele, inclusive, que segue guiando, na memória, no coração e na alma, dos negócios e das pessoas, o trabalho Master que os filhos têm feito aqui na Terra. Por eles, pelos seus colaboradores e pelo legado que entendem como missão e que também querem deixar para o mundo. ●

O FUTURO DA SUSTENTABILIDADE

[Texto: 528 Comunicação Com Propósito / Foto: Dan Boman]

Metas globais da Scania são aprovadas pelo Science Based Target e representam um marco importante na jornada de sustentabilidade da marca para construir um transporte mais limpo.

Ainda não existia o “novo normal” e a Scania já vivia esse conceito do ponto de vista da sustentabilidade. Ao assumir seu novo propósito, a virada de chave para o novo normal do mundo dos transportes aconteceu. Em 2017, então, a empresa anunciou o compromisso de mudar seus processos para eletricidade e meios

livres de combustíveis fósseis até 2020. Um ano depois, a Nova Geração Scania, que já estava nas estradas da Europa, chegou à América Latina com o objetivo de contribuir para a redução das emissões de CO₂. Claro, são até 12% de economia de combustível, o que faz a sustentabilidade no transporte ser real e eficiente.

Foi neste mesmo ano, em 2018, que a Scania estabeleceu outras duas metas

globais para serem cumpridas até 2025: reduzir pela metade as emissões de CO₂ em suas operações globais e em seus fluxos de logística de transporte terrestre na Europa e na América Latina. E é o que a marca vem cumprindo desde então.

Agora, novos indicadores foram adicionados a essa régua que ajuda a Scania a transformar o mundo dos transportes. E a boa nova é que todos eles foram aprovados

pelo Science Based Target (SBTi), uma iniciativa global que especifica para as empresas o quanto e com que rapidez elas precisam reduzir suas emissões de gases de efeito estufa.

Ter as metas aprovadas pelo Science Based Target (SBTi) significa que os objetivos da Scania em sustentabilidade são fundamentados na ciência e estão de acordo com o nível de descarbonização necessária para que o aumento da temperatura do planeta seja menor que 2°C, conforme prevê o Acordo de Paris.

E é com esses indicadores que a Scania está, de fato, comprometida. Para isso, além de diminuir as emissões de suas próprias

operações em 50%, a marca também irá reduzir as emissões de seus produtos em 20% até 2025.

“Como mais de 90% das emissões de CO₂ geradas em nossos negócios ocorrem depois que os produtos saem de nossas fábricas, é imperativo que também os consideremos. Limitar-nos a reduzir apenas nossas próprias emissões simplesmente não é suficiente. Portanto, trabalharemos em estreita cooperação com nossos clientes para operações de caminhões, ônibus e motores com menos impacto climático”, diz o Presidente e CEO da Scania, Henrik Henriksson. “Independentemente de estarmos ou não em um momento de crise,

não comprometeremos a sustentabilidade. Conduzir a mudança para um sistema de transporte sustentável é o objetivo da Scania e continuamos totalmente comprometidos”, completa.

Esse compromisso é válido para todos os mercados onde a Scania atua, o que inclui o Brasil. Por aqui, os caminhões movidos a gás natural veicular (GNV), gás natural liquefeito (GNL) e/ou biometano, já são realidade nas estradas. Junto da Nova Geração, os modelos cumprem muito bem essa missão de ajudar a Scania a atingir essas metas globais e, mais do que isso, a transformar o transporte em um sistema muito mais sustentável. ●



O momento de agir é agora

Saiba mais sobre o Science Based Target e como esses indicadores estão conectados com os objetivos da marca, que segue fomentando debates sobre a sustentabilidade no setor de transportes e promovendo mudanças no mundo dos negócios para uma economia mais verde.



A JORNADA CONTINUA

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

Novos companheiros de jornada: a parceria da Scania com a PepsiCo para fazer a sustentabilidade no transporte acontecer, aqui e agora.

Era domingo e você não quis acordar muito cedo. Aproveitou para descansar um pouquinho mais, pois a rotina da semana foi puxada. Como o almoço logo estaria pronto, você tomou um copo de leite com TODDY® para “forrar” o estômago, como diriam as avós. Durante a tarde, deu tempo de ver um filme para curtir a preguiça. Para acompanhar, DORITOS®, FANDANGOS® e uma PEPSI®, afinal todo mundo se rende a umas gostosuras vez ou outra. Que delícia de dia!

A semana recomeça e você, que está de home office, aproveita o intervalo entre uma reunião e outra para ouvir um podcast sobre hábitos de consumo. E é aí que a ficha cai: “qual será a origem dos produtos que eu compro? Como será o processo para que o produto chegue ao supermercado e, conseqüentemente, à minha casa?” Certamente essas são algumas das perguntas que você se faria se vivesse, de verdade, essa suposição.

Se a análise for feita com base no que fez parte da sua alimentação na situação fictícia daquele domingo de descanso e sofá, você pode estar certo (a) de que se trata de uma empresa que planeja e vive, na prática, a ótica sustentável em todos os aspectos relacionados aos seus negócios: a PepsiCo.

O exemplo mais recente foi a aquisição de 18 novos caminhões movidos a gás natural veicular (GNV) e/ou biometano – 10 modelos

G 340 4x2 e oito R 410 6x2 – que serão usados no abastecimento de produtos em todo o Brasil. Um reforço e tanto para fazer com que os itens da marca cheguem até você de forma ainda mais sustentável.

“Especialmente no pilar ambiental, podemos dizer que atuamos de ponta

a ponta. Começamos na produção dos insumos agrícolas, na elaboração dos produtos, em controles rigorosos de consumo de energia e água, até chegar na logística, no descarte do produto acabado e na reciclagem”, comenta Eduardo Sacchi, Diretor Sênior de Supply Chain da PepsiCo Brasil.

De acordo com o executivo, a parceria com a Scania para a chegada desses veículos mostra mais uma vez o pioneirismo da empresa em ser ambientalmente responsável. “A PepsiCo foi a primeira do setor a fazer testes com o caminhão movido a gás natural e uma das primeiras a testar

veículos elétricos, o que demonstra a nossa preocupação em liderar a transição para uma alternativa de transporte cada vez mais sustentável”, explica Sacchi.

Dos testes aos números

Esses testes foram feitos em novembro de 2019, quando a Scania disponibilizou um caminhão a gás para demonstração. “O veículo foi colocado à prova nas mais severas condições que sua proposta de atuação promete. Ele atuou na operação real e pudemos, em parceria com a PepsiCo, analisar todas as informações geradas e benefícios práticos do produto”, comenta Roberto Barral, Vice-Presidente das Operações Comerciais da Scania no Brasil.

[EM NÚMEROS]

97%
MENOS NOx

e uma redução de 15% nas emissões de CO₂ foram os resultados obtidos durante a fase de testes da PepsiCo.

“O período de testes foi fundamental para que pudéssemos ter resultados efetivos e uma decisão de compra assertiva. Conseguimos uma redução de 15% nas emissões de CO₂ e 97% nas emissões de NOx. Em consumo de combustível, medimos algo na ordem de 20% de economia. É a prova de que sustentabilidade não está atrelada a aumento de custos, pelo contrário. Para nós, ajuda a melhorar a nossa produtividade. Tenho certeza de que essa parceria continua no futuro”, ressalta Eduardo Sacchi.

Para a Scania, esse resultado é motivo de orgulho. Primeiro por ver a operação de um de seus grandes embarcadores se tornar mais limpa e eficiente. E depois por ter a confirmação de que é com parceiros com a mesma visão que a empresa pode reafirmar e colocar em prática, aqui e agora, o seu propósito de transformar o mundo dos transportes.

“A Scania vem liderando esta transformação. Para nós, não existe apenas um modelo sustentável e cada país adotará as tecnologias que melhor se encaixam em sua realidade. Para o Brasil, o ‘aqui e agora’ é



“ Em consumo de combustível, medimos algo na ordem de 20% de economia. É a prova de que sustentabilidade não está atrelada a aumento de custos, pelo contrário. Para nós, ajuda a melhorar a nossa produtividade.”

Eduardo Sacchi, Diretor Sênior de Supply Chain da PepsiCo Brasil.

o caminhão movido a GNV e/ou biometano”, complementa Barral.

Além do suporte da Scania, a rede de concessionárias também estará pronta para atender esses caminhões por onde quer que passem. Boxes, ferramentas e check-lists especiais estão sendo implementados em todas as Casas Scania, inclusive na Codema, em São Paulo, que foi a responsável pela venda. “Esta frota mais sustentável rodará praticamente todo o Brasil e daremos o suporte necessário na operação do cliente, para manter a manutenção em dia e garantir a disponibilidade dos produtos”, destaca Barral.

Disponibilidade nas estradas e nas mesas, da melhor forma: com sustentabilidade no ir e vir, porque a jornada da Scania e do transporte continua. ●



O GÁS DA MINERAÇÃO

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

Primeiro de muitos: o novo Scania movido a gás natural veicular (GNV) entra em campo, ou melhor, na mina e dá início a uma nova era de sustentabilidade no setor de mineração do Brasil.

Um simples olhar, por alguns minutos, no ambiente em que você está agora e certamente conseguirá encontrar mais de um objeto feito a partir do ferro. Você pode até ter dificuldade nessa observação por direcionar a busca pela forma um pouco, digamos, mais bruta do mineral. Mas, não se esqueça de que tudo que é feito de aço, por exemplo, é também composto por ferro.

O minério de ferro está presente no nosso dia a dia mais do que imaginamos, desde a medicina à construção e engenharia, até o transporte, a pintura e mesmo os cosméticos. E esse metal tem história. Dos tempos coloniais até hoje, na vida moderna, ele

vem moldando inclusive o desenvolvimento econômico do Brasil, sendo uma das práticas mais importantes do país. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Mineração (Ibram), a mineração respondeu por 50% do saldo comercial brasileiro no primeiro semestre de 2020, mesmo diante do cenário turbulento que todos temos acompanhado.

Aliado ao movimento da economia do país, está também a conduta das empresas do setor cada vez mais voltadas para a sustentabilidade – dos negócios e da própria operação. Foi-se o tempo em que essa atividade era vista como uma das mais agressivas ao meio ambiente. Ao contrário, os grandes nomes do mercado da mineração têm buscado soluções cada vez mais limpas »



Tem mais uma novidade da Scania para o setor de mineração: o novo Heavy Tipper 10x4. Confira:



e sustentáveis, de forma que possam unir o bom desempenho a políticas voltadas para o cuidado com o planeta.

O exemplo mais recente veio da Gerdau, que em parceria com a Scania e a Fagundes, colocará em teste o novo caminhão Scania movido a gás natural veicular (GNV) em uma de suas operações de mineração. A iniciativa, inédita no Brasil, deve acontecer por um período de um ano. O G 410 6x4, com caçamba de 16 metros cúbicos, fará o transporte de minério de ferro e estéril franco para a Gerdau, na Mina Várzea do Lopes, localizada em Itabirito, no interior de Minas Gerais. A Fagundes será a operadora responsável pelo veículo. Vale lembrar que as atividades de minério de ferro da Gerdau são utilizadas para abastecimento próprio das usinas de produção de aço da empresa.

“Por se tratar de uma operação inédita para este tipo de equipamento, faremos deste



“**Identificamos na Scania um parceiro para construir este futuro mais sustentável com a solução do caminhão a gás natural. É uma proposta inovadora para o setor de mineração no Brasil.**”

Vinícius Fernandes de Moura, Gerente-geral de Suprimentos da Gerdau.



teste um grande laboratório para avaliar outras aplicações e possibilidades. Vemos esta parceria com a Scania com muito bons olhos. Ela é mais um exemplo na jornada da Gerdau para se tornar uma empresa cada vez mais sustentável e que deixe um legado positivo para a sociedade”, comenta Vinícius Fernandes de Moura, Gerente-geral de Suprimentos da Gerdau.

Preparando o terreno

O executivo conta que para dar este passo, garantindo a segurança da operação e dos colaboradores, foi preciso um período de preparação. “Iniciamos os controles de segurança com treinamento e capacitação de todos os colaboradores envolvidos em nossas operações. Para cada tipo de atividade, existem regras e procedimentos operacionais específicos, que são elaboradas de acordo com normas regulamentadoras e tipos de frota utilizada. Para as atividades de extração e transporte de minério de ferro, por exemplo, vários fatores são levados em consideração, como o controle rigoroso das condições geotécnicas da mina, as condições físicas das vias e dos acessos de circulação de equipamentos, sinalização, tipos de pavimentação, umectação das vias,

nivelamento de pontos de carregamento e basculamento, entre outros”, explica Vinícius.

Foi também por enxergar essas mesmas características na Scania que a empresa optou pelo modelo da marca. “Por ser uma empresa consolidada e tradicional no mercado, a segurança e qualidade foram atributos identificados no veículo a gás”, destaca o gerente da Gerdau.

A Scania segue acompanhando bem de perto esse trabalho com a Gerdau, desde a especificação do caminhão à entrega para o dia a dia da operação. “Queremos levar o menor custo operacional e ganhos importantes para o cliente. Então, tanto a engenharia da Scania Brasil e da Suécia como a Rede de Concessionárias estão apoiando a empresa para que o veículo apresente o máximo de disponibilidade e o menor custo operacional contribuindo com o meio ambiente”, pontua Fabrício Vieira de Paula, Gerente de Vendas de Soluções para Mineração da Scania no Brasil.

Dentro de casa

Durante esta fase de preparação também veio à tona outro assunto muito discutido quando se trata de um veículo a gás: o abastecimento. Para atender as necessidades

do caminhão durante a etapa de testes, a Gerdau construiu uma estação compacta dentro da própria operação, seguindo as normas legais e de segurança. A Logás será a empresa responsável pelo fornecimento do GNV e a estimativa é que o abastecimento ocorra uma vez ao dia, com duração média de 15 minutos.

“A segurança operacional e de nossos colaboradores, seja qual for o tipo de operação da Gerdau, está sempre em primeiro lugar. Sendo assim, para a realização dos abastecimentos de GNV está sendo construído um posto específico para o combustível, atendendo todas as normas legais para este tipo de estrutura. Todos os colaboradores envolvidos neste processo, como frentistas, operadores e equipes de ressuprimento de combustível serão treinados em regras específicas e padrões operacionais exclusivos para o armazenamento, consumo e utilização do gás”, ressalta Vinícius.

A estimativa é que o veículo rode por 24 horas, durante sete dias por semana, tendo em média 250 e 300 km de autonomia. “Quando falamos de mineração, não conseguimos precisar a autonomia do veículo em quilômetros, mas estimamos o que se espera em litros por hora. Neste caso específico, por

ser o primeiro, ainda não sabemos como o caminhão irá se comportar. A expectativa é que ele tenha uma autonomia aproximada de 10 metros cúbicos por hora, que nessa operação seria entre 250 e 300 km, mas é claro que isso ainda precisa ser provado no campo”, afirma Fabrício.

É também neste campo que estará a equipe da Itaipu, a Casa Scania em Minas Gerais que fará a gestão do caminhão em parceria com o cliente, trabalho que, certamente, está só começando. “Identificamos na Scania um parceiro para construir este futuro mais sustentável com a solução do caminhão a gás natural. Estamos a cada dia buscando ser uma empresa mais verde e a oportunidade de testar um veículo movido a GNV, com menor redução de carbono, está diretamente



“**O gás veio para ficar e somos pioneiros ao oferecer essa solução para o segmento Off Road.**”

Fabrício Vieira de Paula, Gerente de Vendas de Soluções para Mineração da Scania no Brasil.

ligada a este propósito e tem sido amplamente discutida por nossas lideranças. O potencial deste modelo é enorme, podendo gerar benefícios para toda a sociedade. É uma proposta inovadora para o setor de mineração no Brasil”, reforça Vinícius.

“O gás veio para ficar e somos pioneiros ao oferecer essa solução para o segmento Off Road. Muito se fala da eletrificação e sabemos que é o futuro. Mas o caminhão a gás é o primeiro passo para um transporte mais limpo e atende, aqui e agora, de forma muito satisfatória, entregando rentabilidade, produtividade, disponibilidade e ganhos ambientais. Somos a única marca a oferecer isso, saímos na frente”, finaliza o Gerente de Vendas da Scania. ●

Mais testes pelo Brasil

Segundo Fabrício Vieira, a demanda pelo caminhão a gás no segmento Off Road não vem somente do setor de mineração. “Todos os segmentos vocacionais, que são os fora de estrada, têm nos procurado para conhecer a nossa solução. Já temos caminhões rodando em usinas de cana no Brasil há mais de um ano, testes já foram iniciados em operações florestais, como indústrias de papel e celulose, por exemplo, e agora chegamos na mineração. Além disso, estamos em conversas avançadas para que o nosso veículo a gás comece a operar nos segmentos da construção e de aplicações especiais, como bombeiros e coleta de lixo”, revela. Acompanhe a Jornada digital para saber mais.



Serviços Scania

Confira os produtos e serviços adquiridos por nossos clientes.

- Financiamento Scania Banco
- Seguro Scania
- Programa de Manutenção
- Serviços Conectados para Caminhões
- Driver Services
- Combustíveis Alternativos
- Consórcio Scania
- Vendas de Ônibus
- Vendas de Caminhões

Fantinato e Fantinato Transportes e Logística

📍 José Bonifácio, São Paulo



Carlos Rogerio Fantinato ampliou a frota de sua empresa com cinco unidades do **R 450 6x2** para o transporte de longa distância de alimentos e produtos de higiene e limpeza. A entrega foi feita na Escandinávia de São José do Rio Preto, em São Paulo. Na foto, Carlos recebe o veículo ao lado de Weslei Fantinato e Everton Almeida.



Indutar Tecno Metal

📍 Ibirubá, Rio Grande do Sul



Airton Stadtlober Junior e Henrique Stadtlober receberam, na concessionária Brasdiesel de Ijuí, seus três novos caminhões Scania. O modelo escolhido foi o **R 450 6x2** da Nova Geração para operação industrial na Indutar.



Transportes Mahler

📍 Rio Grande, Rio Grande do Sul



Dois novos **R 450 6x2** irão atuar no transporte rodoviário de longa distância, com implemento semirreboque, na Transportes Mahler. Os Scania foram entregues pela Brasdiesel de Lajeado à empresa, momento que contou com a presença de Carlos Henrique Mahler e Anderson Limberger.



Transbochnia Transportes

📍 Curitiba, Paraná



Thiago, Thatiane e Paulo, proprietários da Transbochnia; e Marcel, Gerente de Vendas de Veículos Novos da Cotrasa São José dos Pinhais, na entrega dos dois **R 450 6x2** – edição Blue Fun.



Assunção Transportes e Logística

📍 Araçatuba, São Paulo



Rodrigo Lopes Assunção, proprietário da empresa, e seu filho, durante a entrega do **R 450 6x2** na filial de Araçatuba da WLM Quinta Roda.



Renan dos Santos e Cia e Bobig dos Santos e Cia

📍 Telêmaco Borba, Paraná



Paixão de pai para filho: três Scania foram entregues à família Bobig dos Santos – um **R 500 6x2** e duas unidades do **R 500 6x4**. Na foto, Giovani Daniel Roque, Gerente da Cotrasa Ponta Grossa; Toninho e Renan Bobig; e o vendedor Rogério Serrano.



Farina e Cia

📍 Quitandinha, Paraná



O proprietário Bruno Jorge Farina (esq.) recebeu seu novo **R 450 6x2** ao lado de Aline, assistente de vendas da Casa, e Geovane (dir.), na Cotrasa de São José dos Pinhais.



Eccomad Indústria e Comércio de Madeiras

📍 Campo Grande, Mato Grosso do Sul



Rogerio, Vendedor de Soluções, e Giovani, Gerente de Operações da Cotrasa de Ponta Grossa, entregaram o **R 450 6x2** ao motorista da Eccomad, Arilso Betim de Almeida.



A.G.W Transportes

📍 Chapecó, Santa Catarina



Leandro Bolsan (esq.), da A.G.W Transportes, e Adriano (dir.), Chefe de Oficina, durante a entrega do novo **R 500 6x4** na Cotrasa de Pato Branco.



Serra Diesel Transportador Revendedor Retalhista

📍 Caxias do Sul, Rio Grande do Sul



O proprietário Júlio Fagundes (centro) recebe seu novo **P 280 8x2** ao lado de Luis Antônio Araújo (esq.) e Evandro Bertin (dir.) na Brasdiesel Caxias do Sul. O caminhão irá operar com tanque de combustível na Serra Diesel.



R. A. Aardoom e L. J. Aardoom

📍 Carambei, Paraná



O proprietário Leoard Jean Aardoom (dir.) recebe de Rogério, Vendedor de Soluções da Casa Scania Cotrasa, o **R 450 6x2** que chega para complementar a frota de sua empresa. A entrega foi feita na Cotrasa de Ponta Grossa, no Paraná.



Oswaldo Machado Bejes

📍 Castro, Paraná



Da esquerda para a direita: Giovani, Gerente da Cotrasa de Ponta Grossa, entrega o novo **R 450 6x4** à família Machado: Oswaldo e Evando.



Transportadora Primo

📍 Ponta Grossa, Paraná



Foram cinco **R 450 6x2** os escolhidos para fazerem parte da frota da Transportadora Primo. Tony Angeli, Jorge da Silva Sales e Anderson Luis receberam os caminhões da Nova Geração Scania ao lado de Gislainy, da Cotrasa de Ponta Grossa.



Patriasul Transportes

📍 Bento Gonçalves, Rio Grande do Sul



Eliton Dalanhol, Hilário Sfredo e Natan Sfredo durante a entrega, na Brasdiesel de Caxias do Sul, do **P 320 8x2**, que irá operar no transporte de carga geral da empresa.



C. L. Angelo Alimentos

📍 Rebouças, Paraná



A C. L. Angelo Alimentos é dona do mais novo **P 320 6x2** da Nova Geração Scania. A entrega do veículo aconteceu na Casa Scania Cotrasa, em Ponta Grossa. Na foto, o proprietário Cassiano Luis Angelo (dir.) ao lado de Giovani Daniel Roque, Gerente da Cotrasa Ponta Grossa (centro), e Alexandre José Krol (esq.).



Luizinho Transportes e Logística

📍 Dois Córregos, São Paulo



As aquisições mais recentes de Luiz Carlos Altimari e Luis Felipe Altimari foram 21 veículos Scania. Os modelos **R 440 6X2**, **R 440 6X2**, **R 480 6X4**, **R 440 6x2**, e os **R 450 6X2**, **R 500 6X4** e **R 450 6X2** da Nova Geração farão o transporte rodoviário de cargas industriais, sider e carga seca, cimento, celulose e placa MDF. Luis Felipe (esq.) foi à WLM Quinta Roda receber os caminhões pelas mãos do consultor de vendas da Casa, Fabiano V. Macedo (dir.).



Novas entregas

Envie as novas entregas da sua concessionária para contato@jornadascania.com.br

Todas essas entregas aconteceram antes da pandemia causada pelo coronavírus. Por isso, os fotografados estão sem máscara de proteção.

DESAFIOS E OPORTUNIDADES

[Texto: Fernando Honorato Barbosa / Foto: Arquivo Bradesco]

A pandemia de Covid-19 transformou a vida e a rotina de famílias, empresas e governos. Torcemos para que haja uma vacina o mais rápido possível para que essa situação de saúde pública possa se normalizar.

Enquanto isso, no âmbito da economia, a crise sanitária trouxe inúmeras dificuldades iniciais, resultantes do isolamento, como as mudanças logísticas, a queda da demanda, o desemprego, a desorganização de setores relevantes, paralisação de viagens e projetos, entre outros incontáveis efeitos.

Mas, como é comum em situações desafiadoras dessa natureza, há a possibilidade de reflexão, mudanças de comportamento, reinvenção e transformações nos modelos de negócios.

O uso intensivo de novas tecnologias, que talvez levassem décadas para serem plenamente incorporadas, tem produzido inúmeros ganhos de produtividade, aliado à melhora de bem-estar e qualidade de vida das pessoas.

Não há registros na história econômica moderna de processos acelerados de ganhos de produtividade que não tenham sido seguidos de ampliação do emprego, da renda e do crescimento econômico. Produtividade é sinônimo de expansão de oportunidades e de uma economia saudável.

Apoiada por estímulos fiscais e monetários sem precedentes e por essa excepcional capacidade de adaptação, a economia começa a se recuperar rapidamente desses desafios iniciais. O PIB deste segundo semestre deve surpreender positivamente e encerrar o ano 8% acima do encerramento do primeiro semestre.

Parte relevante da retomada terá que vir



Há a possibilidade de reflexão, mudanças de comportamento, reinvenção e transformações nos modelos de negócios.”

da agropecuária e dos investimentos em infraestrutura. O novo marco do saneamento, aprovado, é apenas um exemplo de oportunidade nessa área.

E uma economia com juros baixos – a Selic deve permanecer em 2,25% por um tempo – em que há o crescimento da agropecuária

e dos investimentos, aliada a crédito em expansão, dialoga diretamente com a indústria de veículos pesados. Aliás, o setor de caminhões foi o primeiro a praticamente recuperar o nível de vendas do pré-pandemia, já como reflexo desse cenário.

Ainda será preciso tratar os legados dessa crise. Uma dívida pública próxima a 100% do PIB em conjunto a um endividamento privado e desemprego alto. Mas, com a retomada da agenda de reformas, o país pode equacionar esse legado e voltar a crescer em um ambiente com novas formas de organização da esfera empresarial.

Assim, os desafios são enormes, mas com serenidade, protocolos de segurança contra o vírus, trabalho duro, capacidade de reinvenção e flexibilidade, uso intensivo de novas tecnologias, reformas econômicas e adaptação dos modelos de negócios será possível pensar em um futuro muito mais promissor do que os dias difíceis que temos enfrentado. ●

Fernando Honorato Barbosa é atualmente economista-chefe e diretor do Departamento de Pesquisas e Estudos Econômicos do Bradesco. É também presidente do comitê de macroeconomia da Anbima, membro do conselho superior de economia da Fiesp, da Funcex e membro convidado do G100. Com experiência de 20 anos em análise econômica e artigos publicados em revistas, jornais e livros no Brasil e no exterior, tem mestrado e graduação em Economia pela Universidade de São Paulo (USP) e PMD em gestão pelo IESE. É ainda um participante regular em eventos organizados pelo Banco Central do Brasil, Ministério da Fazenda, Tesouro Nacional e FMI.

VEÍCULOS, SERVIÇOS E MOTORES

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

CEARÁ
Fortaleza (Matriz)
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

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

MARANHÃO
São Luís (Matriz)
MCM - Tel. + 55 (98) 3214-1919
marketing@mcmtocantins.com

Imperatriz (Filial)
MCM - 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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Curionópolis (Loja de Peça)
WLM - Itaipu Norte - Tel. + 55 (91) 4005-2222
wlmaitaipunorte@wlmaitaipunorte.com.br

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

PARANÁ
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
Terestina (Filial)
MCM - 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 - Equipa - Tel. + 55 (21) 3452-9600
wlmequipa@wlmequipa.com.br

Barragem (Posto de Serviço)
WLM - Equipa - Tel. + 55 (24) 3348-3332
wlmequipa@wlmequipa.com.br

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

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

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

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

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

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

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

Caxias do Sul (Matriz)
Brasdieisel - Tel. + 55 (54) 3238-0900
brasdieisel@brasdieisel.com.br

Ijuí (Filial)
Brasdieisel - Tel. + 55 (55) 3331-0500
iju@brasdieisel.com.br

Lajeado (Filial)
Brasdieisel - Tel. + 55 (51) 3714-7700
lajeado@brasdieisel.com.br

Garibaldi (Posto de Serviço)
Brasdieisel - Tel. + 55 (54) 3463-8800
garibaldi@brasdieisel.com.br

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Palmitos (Posto de Serviço)
Cotrasa - Tel. + 55 (41) 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
codemajundiai@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

Araçatuba (Filial)
WLM - Quinta Roda - Tel. + 55 (18) 3631-1010
qroda.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
qrodapf@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. (0054327) 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. (00506) 290-2255

EQUADOR
Quito
Tel. (00593) 2307-0553

GUATEMALA
Guatemala
Tel. (00502) 2420-4466

MÉXICO
México Querétaro
Tel. (0052442) 227-3000

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

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

PERU
Lima
Tel. (00511) 512-1800

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

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

VENEZUELA
Valencia
Tel. (0058241) 871-8090

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



**NOVA GERAÇÃO DE CAMINHÕES
COM ATÉ 15% DE ECONOMIA DE COMBUSTÍVEL
E EM CONDIÇÕES REVOLUCIONÁRIAS PARA VOCÊ.**

**MONTE SEU SCANIA COM PACOTES ESPECIAIS
E DESCONTOS DE ATÉ 4,2%.**



E mais:

- A melhor manutenção por menos com **PMS Premium Flexível**
- **Caminhão inteligente** com Plano Desempenho de Conectividade
- Financiamento com **1ª parcela a partir de Abril de 2021**

ACESSE WWW.SCANIAREVOLUCIONA.COM.BR E SAIBA MAIS

• Condições válidas para a linha de caminhões Scania 20/21 para aquisição até 31 de dezembro de 2020. • Os descontos progressivos e as condições facilitadas de financiamento e de seguro são válidos e aplicados de acordo com a aquisição dos pacotes de opcionais. • Oferta para gratuidade do Pacote Desempenho está condicionada à vigência/permanência no PMS. • Para usufruir dos benefícios da conectividade é preciso ativar o módulo Scania Communicator que já vem instalado da fábrica nos caminhões Scania a partir de maio de 2016. • Financiamento com Scania Banco: compre seu caminhão com 6 meses de carência sem intermediárias. • Sujeito à aprovação de crédito. • Consulte o site www.scaniarevolucionaria.com.br ou sua Concessionária Scania para conhecer todos os termos e condições vigentes para a campanha.

SCANIA