



"Iniciativa, engajamento e parcerias estratégicas são essenciais na área de frotas"

Eduardo Souza, da PepsiCo Brasil

P 4

ENTREVISTA COM GESTORES

P 8



Diogo Rodrigues, coordenador de frota da Sinaf Seguros

AIAFA

P 12



Congresso AIAFA Brasil de Gestores de Frotas e de Mobilidade 2021

MONTADORAS

P 24

Pamela Grazioli, da Stellantis

LOCADORAS/GESTORAS

P 29

Leonardo Castellão Martins, de LeasePlan

GESTÃO

P 32

Gestor de frota: como chegamos até aqui

Associe-se!



REVISTA AIAFANews
A publicação profissional dos gestores de frotas

GUIA FROTAS
O diretório oficial do setor de frotas do Brasil

EVENTOS AIAFA
Encontros sobre gestão de frotas e de mobilidade

Se você é profissional da gestão de frotas ou está relacionado de alguma forma com o setor, associe-se gratuitamente à AIAFA.

Entre no site www.br.aiafa.com e preencha seus dados profissionais no menu "Associe-se".

Associando-se, você receberá exemplares da revista AIAFANews em sua empresa e estará sempre atualizado com notícias do setor de frotas e informações sobre os eventos que a AIAFA realiza.

<http://br.aiafa.com/associe-se/>

Nome	
Sobrenome	
Empresa	
Posto	
Setor de atividade	
Nº de funcionários	
Nº de veículos	
Tempo de experiência administrando frotas	
Endereço	
Cidade, Estado	
CEP	
E-mail	
Telefone	
Celular	
Enviar	

A adesão e o recebimento da revista são gratuitos

AIAFA
Associação Internacional de Administradores de Frotas e de Mobilidade
BRASIL

EDITORIA

Sociedad Iberoamericana de Administradores de Frotas, S.L.
CIF: B61912077
Ap. Correos 6042
08080 Barcelona
T. +34 902 889 004

DIRETOR EDITORIAL

Jaume Verge
jverge@aiafa.com
+34 633 215 532

REPRESENTANTE NO BRASIL

Jordi Solé
jsol@aiafa.com
+55 11 98756 0063

JORNALISTA RESPONSÁVEL

Liana Aguiar
MTB 7324
imprensa@aiafa.com
www.lianaaguiar.com

DESIGNER E DIAGRAMADOR

Guillermo Bejarano
hola@guillermobejarano.com

COLABORARAM NESTA EDIÇÃO

Eduardo Canicoba
Fernando Augusto da Paz
Paula Tomborelli
Roberta Ferreira

FOTOGRAFIA

Júlio César Costa
Lienio Medeiros
Walter Motta

AIAFA

Associação Internacional de Administradores de Frotas e de Mobilidade

BRASIL

Associação Internacional de Administradores de Frotas e de Mobilidade

Ap. Correos 6042
08080 Barcelona
T. +34 902 889 004
info@aiafa.com
www.br.aiafa.com

AIAFANews é a publicação oficial da Associação Internacional de Administradores de Frotas e de Mobilidade.

Esta revista é exclusivamente veiculada por distribuição direta. Para recebê-la gratuitamente, é necessário inscrever-se no site www.br.aiafa.com

As opiniões expressas nos artigos desta edição são exclusivas de seus autores, não correspondendo necessariamente à opinião da **AIAFA**. É proibida a reprodução total ou parcial sem autorização expressa da editora.

Acompanhe nossa agenda de eventos e fique por dentro das novidades na área de gestão de frotas e mobilidade corporativa. Siga-nos no:

www.linkedin.com/company/aiafabrazil/

AIAFA News

Com esta 21ª edição, fechamos mais um ano de atividades dirigidas aos gestores de frotas e de mobilidade, apesar das difíceis circunstâncias com as quais todos nós tivemos de lidar. Às mudanças provocadas pela pandemia e suas consequentes limitações, temos de acrescentar as dificuldades da indústria automotiva e a escassez de fornecimento de veículos para renovar frotas.

No entanto, ficou evidente no **Congresso AIAFA Brasil de Gestores de Frotas e de Mobilidade 2021**, que realizamos em novembro, que há uma grande vontade de superar as adversidades, aproveitar as oportunidades que as mudanças trazem e melhorar a eficiência na gestão da frota e na mobilidade corporativa. Além da excelente resposta que tivemos por parte dos gestores que participaram do evento presencialmente, a transmissão online foi amplamente seguida remotamente. Os conteúdos que pudemos oferecer graças aos palestrantes e panelistas, além das interessantes boas práticas apresentadas pelos patrocinadores, configuraram uma excelente programação, em questões atuais e relevantes relacionadas com a gestão de frotas. Convidamos vocês a lerem a reportagem que trazemos nesta edição.

Também reunimos nesta revista a cobertura dos diferentes **Workshops Online de Gestores de Frotas e de Mobilidade**, realizados neste semestre. Esse modalidade se consolidou e vamos mantê-la no próximo ano, mas esperamos poder complementar nossa agenda com os Workshops tradicionais, para gradativamente retomarmos os eventos presenciais nos quais a interatividade entre participantes é muito mais ativa e enriquecedora para todos.

Além da cobertura dos eventos da **AIAFA**, esta edição traz uma série de entrevistas e artigos sobre tendências e soluções com foco na mobilidade corporativa. E como os gestores de frotas são os protagonistas absolutos da nossa revista, o destaque está nas ótimas entrevistas com os coordenadores das frotas da PepsiCo e da Sinaf Seguros. Vale a pena ler também a interessante entrevista com a gerente nacional de vendas diretas da Stellantis.

Em nome de toda a equipe da **AIAFA Brasil**, desejamos que todos estejam bem, assim como seus familiares e colegas de trabalho. Tenham um excelente e produtivo 2022!



Jaume Verge

ENTREVISTA COM GESTORES

- 4 **Eduardo Souza**, gerente Nacional de Transporte da PepsiCo Brasil
- 8 **Diogo Rodrigues**, coordenador de frota da Sinaf Seguros

AIAFA

- 12 Congresso AIAFA Brasil de Gestores de Frotas e de Mobilidade 2021
- 16 Workshop Online de Gestores de Frotas e de Mobilidade

MONTADORAS

- 24 Entrevista com **Pamela Grazioli**, gerente Nacional de Vendas Diretas da Stellantis

- 28 Fiat Pulse

LOCADORAS / GESTORAS

- 29 Entrevista com **Leonardo Castellão Martins**, diretor de Transformação Digital e Growth da LeasePlan Brasil

GESTÃO

- 32 Gestor de frota: como chegamos até aqui

PRESTADORAS DE SERVIÇOS

- 34 Treinamento é um dos pilares fundamentais na redução de custos e incidentes da frota
- 36 Tecnologia telemática, a aliada na economia de custo de combustível

VEÍCULOS ELÉTRICOS

- 38 O futuro é elétrico
- 40 Breves

BREVES

- 41 Novas tecnologias
- 42 Tendências

Eduardo Souza

GERENTE NACIONAL DE TRANSPORTE DA PEPSICO BRASIL

“Iniciativa, engajamento e parcerias estratégicas são essenciais na área de frotas”



Fotos: Júlio César Costa

Poder “contar com um time interno engajado, parceiros estratégicos e apoio da alta gestão proporcionou realizar o que antes levariam meses, em poucos dias.” É o que explica o gerente Nacional de Transporte da PepsiCo Brasil, Eduardo Souza, em entrevista à **AIAFANews**, ao relatar os desafios da pandemia na companhia. Souza ressalta que um dos maiores legados da área de frotas foi a experiência de “tomar decisões rápidas e poder testá-las em aplicações de pequena escala”.

A PepsiCo é uma das maiores empresas de alimentos e bebidas do mundo. No Brasil há 68 anos, inclui em seu portfólio marcas como Pepsi, Gatorade, Quaker, Lay's, Doritos, Ruffles, Cheetos, Kero Coco, H2Oh!, Toddy, entre outras. Conta

“ Talvez este seja o grande desafio de todos os que trabalham com gestão de frotas: equilibrar segurança, disponibilidade do ativo e custos, não abrindo mão de nenhum desses aspectos ”

com cerca de 12 mil colaboradores, 11 fábricas em oito Estados brasileiros e 71 centros de distribuição.

Há um ano, Souza está à frente da área de frota, composta por mais de 3.000 caminhões e mais de 900 veículos leves, e revela também, nesta entrevista, o caminho percorrido até uma mobilidade cada vez mais sustentável e excelente.

A PepsiCo atua no Brasil desde 1953, e a sede fica em Purchase, Nova York. Existem diretrizes globais de política de frotas entre matriz e filiais, ou a gestão de frotas da PepsiCo Brasil é independente?

Temos um procedimento global de saúde, segurança e sustentabilidade que determina, entre outros, especificações técnicas dos veículos que adquirimos ou locamos, os requisitos mínimos para conduzi-los além das exigências de treinamentos obrigatórios. Porém, a gestão de



frota é independente em cada país onde a PepsiCo atua. Ainda assim, compartilhamos nosso conhecimento local e parceiros estratégicos com todos os demais países em busca de promover a excelência da nossa gestão de frota.

A frota da PepsiCo é própria ou terceirizada? Por que a empresa escolheu essa modalidade de aquisição?

Possuímos um modelo híbrido de frota: temos veículos próprios e locados. Usamos como premissa de decisão variáveis financeiras, disponibilidade do ativo, área de atuação e customização, entre outros.

O senhor trabalha na PepsiCo há 15 anos e assumiu a gerência de transporte há um ano. Poderia destacar alguma conquista desde que está à frente da área de frotas?

Entre as conquistas mais recentes que participei, e que muito me orgulha, está a aquisição de veículos movidos a energias menos poluentes, como é o caso dos caminhões elétricos e a gás natural. Foi um grande passo de um desafio ainda maior que é tornar a PepsiCo net zero em emissão de carbono até 2040, e a nossa frota terá um papel fundamental para essa conquista. Essa meta integra uma transformação global da PepsiCo em toda a sua cadeia de valor, o PepsiCo Positive, que coloca a sustentabilidade no centro do negócio das nossas marcas, com empenho para operarmos dentro dos limites do planeta e inspirar mudanças positivas para o meio ambiente e para as pessoas. Guiados por

esse espírito, temos metas agressivas em cada uma dessas áreas e, na nossa área, estamos contribuindo de diversas maneiras para chegarmos a esses resultados.

“ A frota faz parte do modelo de negócio da PepsiCo, e para isso estamos presentes com nossos veículos em todos os elos da cadeia de distribuição, desde o inbound de matéria-prima até a entrega direta ”

Quais são os maiores desafios da gestão de frotas PepsiCo?

Talvez este seja o grande desafio de todos os que trabalham com gestão de frotas: equilibrar segurança, disponibilidade do ativo e custos, não abrindo mão de nenhum desses aspectos. Para isso, uma boa dose de criatividade e alegria são essenciais!

Quais são os modelos e marcas mais presentes na frota corporativa e de vendas?

Atuamos com parceiros estratégicos em ambas, mas sempre estamos abertos a testar novas marcas e modelos, como fizemos recentemente com a JAC Motors, fabricante de nossos caminhões elétricos.

Temos uma presença forte do grupo Volkswagen e Fiat/Iveco em nossa frota de caminhões e vans de carga, além de uma aliança global com o grupo Renault. Para os automóveis, separamos em dois grupos: veículos executivos e veículos funcionais – com a diferença de que para executivo o usuário do veículo pode escolher a marca e modelo, e para os funcionais trabalhamos em parceria com as locadoras nesta decisão.

Em que outros tipos de serviços os veículos da empresa são empregados?

A frota faz parte do modelo de negócio da PepsiCo, e para isso estamos presentes com nossos veículos em todos os elos da cadeia de distribuição, desde o *inbound* de matéria-prima até a entrega direta em nossos clientes finais. Além disso, nossos automóveis fortalecem a presença de nosso time de gestores, vendedores e promotores em campo.

Dentro das suas atribuições na gestão da frota, é sua responsabilidade também planejar as rotas de pré-venda e otimizar as cargas que serão distribuídas ao pequeno varejo? O que o senhor leva em consideração nessa planificação?

Para essas decisões, a PepsiCo conta com outras duas áreas estratégicas: uma torre de controle logístico, que atua principalmente com transferências entre nossos centros de distribuição e fábricas e entregas a grandes clientes, e a área de estratégia de vendas, que atua nas decisões e roteirizações do pequeno varejo. Para



ambas, a área de frota é fomentadora de dados, entre eles quilometragens percorridas, custos de combustíveis, tempo de deslocamento e tempo de paradas.

Com que frequência a frota é renovada?

Temos uma estratégia distinta para caminhões e automóveis. Para caminhões temos uma expectativa mínima de uso de dez anos, que pode ser antecipada ou postergada por um indicador interno que leva em consideração os custos com manutenção de cada veículo e seu valor venal. Para automóveis, projetamos contratos com intervalos de renovação mínimo de 48 meses.

E como é feita a manutenção dos veículos? Possui oficina própria ou terceiriza esse serviço?

A manutenção de todos os veículos é terceirizada, porém com um único parceiro estratégico que faz a gestão e contratação de todas as oficinas que prestam serviços para a PepsiCo, sejam elas dedicadas à nossa operação ou não.

Como é realizada a aquisição e a gestão de combustível? A empresa usa cartão de abastecimento?

Todos os nossos abastecimentos são realizados em postos de combustíveis credenciados à ANP (Agência Nacional de Petróleo). E para a gestão do pagamento também utilizamos nosso parceiro estratégico, que, além de garantir a melhor negociação de preços com os postos, audita nossos abastecimentos, evitando possíveis erros de uso.

Com foco na mobilidade do futuro, a empresa tem planos para integrar as diferentes modalidades de transporte entre seus usuários?

Já temos estudos para isso. Vemos como uma grande oportunidade para reduzir nossas emissões de carbono e melhorar a experiência de nossos usuários internos.

“Com a pandemia, da noite para o dia tivemos de implementar protocolos. Tomar decisões rápidas e poder testá-las em aplicações de pequena escala se tornou um dos grandes legados da área de frotas”

O senhor acredita que incorporar a mobilidade nas atribuições dos gestores de frotas vai proporcionar crescimento profissional e mais reconhecimento interno?

Tenho a convicção de que a mobilidade será uma das atribuições do profissional de frotas. É fundamental para melhorar a experiência do usuário interno, que consequentemente proporcionará crescimento e reconhecimento a quem estiver disposto a aprender e se dedicar.



Quais são os impactos da pandemia da covid-19 na área de frotas e mobilidade da PepsiCo?

Da noite para o dia tivemos de implementar protocolos que nos desafiaram a encontrar soluções, principalmente para atribuições presenciais de nosso time interno e nossos prestadores de serviço. Porém, contar com um time interno engajado, parceiros estratégicos e apoio da alta gestão nos proporcionou realizar o que antes levaríamos meses, em poucos dias. Tomar decisões rápidas e poder testá-las em aplicações de pequena escala se tornou um dos grandes legados da área de frotas.

O senhor pode dar dicas a outros gestores para uma boa gestão de frota?

Posso apresentar três dicas que me ajudaram na gestão de frota: iniciativa, engajamento com o usuário/cliente e parcerias estratégicas. É muito importante ter iniciativa para procurar coisas novas ou testar coisas que já estão aí; buscar sempre ter engajamento com o usuário/cliente para saber se está no caminho certo – sentir na pele o que eles passam; e estabelecer parcerias estratégicas que te permitam ousar e desafiar. ■

IturanMob, a nova solução para a evolução da mobilidade urbana

A Ituran Brasil marcou presença no IX Congresso AIAFA Brasil de Gestores de Frotas e de Mobilidade, realizado pela AIAFA Brasil em novembro. Dirigido a gestores de frotas e de mobilidade, empresas prestadoras de serviços, locadoras e responsáveis pelas vendas corporativas nas montadoras, a empresa líder global em monitoramento veicular apresentou sua nova solução em mobilidade: a IturanMob.

A plataforma dispõe de tecnologia de hardware e software para oferecer diferentes soluções de mobilidade urbana de carsharing e carpooling ao mercado. O seu desenvolvimento surge a partir parceria estratégica da Ituran Brasil com a startup MobLab, que resultou na criação joint venture IturanMob.



PH – Paulo Henrique Andrade, CEO da IturanMob

Fruto de parceria estratégica da Ituran Brasil com a MobLab, joint venture apresenta plataforma que impulsiona e inova a locação de veículos

“Com a retomada econômica no pós-pandemia, soluções de mobilidade ganharão mais espaço dentro de um novo modelo que ofereça elevado nível de conforto, maximização de ocupação dos veículos e segurança”, destaca o CEO da IturanMob, PH – Paulo Henrique Andrade.

Por meio das soluções da IturanMob, o consumidor poderá fazer todo processo de locação de veículos de maneira digital. Além disso, a tecnologia permite, por exemplo, a abertura e fechamento do veículo de forma digital e muito segura. A solução funcionará a partir de aplicativos para Android e iOS.

Gestão de frota mais eficiente

Já as locadoras e prestadoras de serviços terão ao alcance uma tecnologia capaz de realizar a gestão da frota de forma eficiente e segura. O produto da IturanMob está ancorado dentro de uma tendência de que uma parcela da população evitará o trans-

porte público por um tempo, para fugir de aglomerações.

“O compartilhamento corporativo de veículos se torna cada mais latente, dado ao aumento no ticket médio de locação e na elevação do preço de um OKm. A tecnologia dará impulso à evolução da locação de veículos para pessoa física, com a automação e digitalização de processos que ainda são burocráticos, lentos e com demasiada utilização de papel”, acrescenta PH.

A expectativa é de que o mercado global de aluguel de carros deve crescer a uma taxa anual de 17% até 2024, movimentando uma receita de mais de US\$ 103,75 bilhões no período, segundo dados da consultoria Industry Research.

Para o CEO da IturanMob, o mercado brasileiro tem potencial de avançar muito nesse modelo de negócios por meio da tecnologia e carros elétricos, que facilitam ainda mais a vida do usuário.

“Em 2020, já houve aumento no número de locadoras de veículos (CNAE primário), percentual da frota destinada ao lazer e na frota total do segmento, alcançando 1 milhão de veículos (licenciados). O produto principal da IturanMob visa facilitar o acesso dessas novas locadoras ao mercado de RAC (rent a car), levando a uma experiência totalmente digital”, diz PH.

ituranmob
ituran

Diogo Rodrigues

COORDENADOR DE FROTA DA SINAF SEGUROS

"Gestores de frotas precisam de atuação mais estratégica e menos operacional"



Foto: Walter Motta

Sair da operacionalidade e atuar de forma mais estratégica é uma das dicas de ouro de Diogo Rodrigues, coordenador de frota da Sinaf Seguros. Foi com essa visão mais estratégica que o departamento criou uma política de frota mais eficiente, com a segurança como um de seus pilares.

Desde 2013, Rodrigues coordena a gestão da frota hoje composta por 84 veículos ativos divididos em quatro empresas do grupo Sinaf, além de outros seis modelos inativos, prontos para a venda.

Com aproximadamente 600 colaboradores, o grupo com sede no Rio de Janeiro e filiais em outros municípios, como Nova Iguaçu e São Gonçalo, atua na área de seguros de vida e assistência funeral. Nesta entrevista, o coordenador da frota da Sinaf conta que a frota leve, formada por 37 automóveis e 16 motos, atende a diretoria, áreas de atendimento aos clientes e setores administrativos, e explica as mudanças adotadas a partir da política de frota.

“ Um dos pilares da nossa política de frota é a segurança, pautada em uma gestão eficiente da manutenção dos veículos e que garanta o retorno dos condutores para casa no fim do dia ”

Há quanto tempo o senhor assumiu a coordenação da frota da Sinaf Seguros? Quais são as principais características e desafios dessa área na seguradora?

Assumi a gestão da frota da Sinaf Seguros em agosto de 2013. Na ocasião, entendi que a empresa necessitava de um gestor com atuação mais estratégica e menos operacional. Dessa forma, realizei um mapeamento do cenário, identifiquei os riscos ao qual estávamos expostos, busquei e encontrei os pontos de melhoria na área e elaborei um plano de ação que, dentre as



várias frentes de atuação, tinha a necessidade de criar uma política de frota. Um dos pilares dessa política de frota é a segurança, pautada em uma gestão eficiente da manutenção dos veículos e que garanta, por meio de controles e processos, o retorno dos condutores a seus lares no fim do dia de trabalho.

Que modalidade de aquisição a Sinaf adotou, frota própria ou terceirizada? Quais as vantagens desse modelo?

Existem vantagens e desvantagens em ambos os modelos de aquisição, por isso é importante identificar se a escolha está aderente à estratégia da companhia. Na Sinaf, a aquisição de veículo é precedida de um rigoroso estudo realizado por mim e validado pela diretoria que aponta qual é o melhor modelo de aquisição, compra ou locação de veículo. Nesse estudo, levo sempre em consideração a viabilidade econômica, o resultado econômico da aquisição, o resultado contábil e o resultado econômico da locação. Graças a essa análise, foi possível aproveitar uma excelente oportunidade de mercado para locação de veículos no início da pandemia da covid-19, o que possibilitou um *saving* superior a R\$ 200.000 por ano para o grupo Sinaf.

Quais os critérios na hora de escolher uma marca e um modelo para frota?

Diversos critérios são analisados antes de definir qual o melhor veículo para atender a estratégia da empresa: comparação de preço de modelos concorrentes; disponibilidade de entrega por parte da montadora; disponibilidade de peças de reposição no mercado em caso de manutenção; custo de

“ No início da pandemia, aproveitamos uma excelente oportunidade de mercado para locação de veículos, o que possibilitou um *saving* superior a R\$ 200.000 por ano para o grupo Sinaf ”

manutenção; valor do seguro (em caso de frota própria); e análise do modelo que apresenta a menor desvalorização dentro do ciclo de depreciação total do veículo.

Com que frequência a frota é renovada?

De acordo com a política de frota do grupo Sinaf, o período de troca para veículo utilitário é de quatro anos ou 200.000 km rodados; para veículo de médio e grande porte é de cinco anos ou 150.000 km rodados; e para veículos leves é de três anos ou 200.000 km rodados. O período de utilização do veículo pode ser estendido segundo a avaliação da gestão da frota, levando consideração a condição visual e mecânica.

Como a manutenção dos veículos é realizada?

A manutenção dos veículos é realizada em oficinas cadastradas de acordo com sua especialidade.

A que serviços da Sinaf os veículos estão destinados?

Ônibus, Sprinter e vans são destinados para trabalhos das equipes de vendas. Os veículos de carga Chevrolet Montana, Chevrolet S10 e VW Saveiro são transformados/adaptados para atender ao negócio da empresa – remoção de corpo cadavérico. Modelos Fiorino são utilizados na operação de manutenção predial do grupo, ideal para o transporte de materiais, ferramentas, equipamentos, coroa de flores e mobiliário. Os automóveis Fiat Palio, VW Gol e Ford Ka são utilizados para o atendimento ao cliente interno e externo. E as motocicletas são destinadas para o atendimento ao cliente externo com o objetivo de dar maior celeridade ao serviço.

Como é a gestão do combustível? Usam cartão de abastecimento?

Possuímos uma rigorosa gestão de abastecimento que controla e analisa cada gota de combustível consumida por nossos veículos por meio do uso do cartão de abastecimento. Analisamos na plataforma do nosso parceiro de gestão de abastecimento o valor do litro do combustível, a quantidade de litros abastecidos por veículo, a quantidade de km percorridos entre cada abastecimento, o custo do km rodado e a performance de cada veículo. Com base nesses dados gerados, elaborei indicadores que me auxiliam na tomada de decisão.

A mobilidade tem ampliado as atribuições e a relevância dos gestores de frotas. Na Sinaf, já existem essas novas funções?

Como gestor da frota sempre me preocupei com toda e qualquer questão que esteja



“ Sempre me preocupei com toda e qualquer questão relacionada à melhoria da mobilidade dos colaboradores, estejam eles a caminho do trabalho ou no desempenho de suas funções ”

relacionada à melhoria da mobilidade dos nossos colaboradores, estejam eles a caminho do trabalho ou no desempenho das suas funções. Por conta da pandemia da covid-19, realizamos uma mudança de estratégia na área de atendimento ao cliente, concedendo aos condutores a ida para casa com os veículos da empresa. Tal mudança gerou como benefício um aumento

de produtividade e ganho em mobilidade por parte dos nossos colaboradores. Em contrapartida, alteramos uma parte dos nossos controles de uso dos veículos.

O senhor acha que incorporar a mobilidade nas atribuições dos gestores de frotas vai proporcionar crescimento profissional e mais reconhecimento interno?

Sem dúvida, acredito que a função do gestor de frota dentro das organizações está se tornando a cada dia mais importante, e o envolvimento em questões relacionadas a mobilidade podem, sim, contribuir para o crescimento dos profissionais da área de gestão de frota.

Os colaboradores da Sinaf recebem formação na área de mobilidade e segurança?

Como disse, segurança é dos pilares da minha gestão, e todos os cursos relacionados a esse tema, bem como mobilidade, fazem parte da grade de treinamentos que estabeleci para os condutores do grupo Sinaf.

Quais os impactos da pandemia na área de frotas e mobilidade da Sinaf?

A pandemia da covid-19 veio para quebrar paradigmas e conceitos e possuíamos. Foi necessário encontrar novas formas de superar os desafios impostos. A frota de veículos que atende as unidades de vendas da Sinaf teve suas atividades interrompidas, o que nos obrigou a estar mais atentos com a manutenção e toda a parte estética dos veículos, como preparação para o retorno após um longo período de inatividade.

A Sinaf pretende investir em políticas de mobilidade mais sustentáveis?

É sempre um enorme desafio conseguir atingir sustentabilidade do ponto de vista de mobilidade urbana. Faz parte dos nossos planos incorporar na frota elementos mais sustentáveis que contribuam não só para melhoria da mobilidade urbana como também para a qualidade dos gases lançados na atmosfera por nossos veículos. Porém, existe um limite para alcance das estratégias que nos levam a realmente contribuir com uma mobilidade sustentável. E foi pensando nisso que, de 2016 até 2019, submetemos a nossa frota pesada a uma análise de gases poluentes, que atestou o selo verde aos nossos veículos, garantindo que os níveis de CO2 lançados por nossos veículos na atmosfera não estejam acima dos padrões estabelecidos pelo Inea (Instituto Estadual do Ambiente). Com o retorno das atividades pós-pandemia, estudo a renovação do selo para esses veículos.

Que dicas o senhor daria para outros gestores para uma boa gestão de frotas e de mobilidade?

Busquem sempre por novas capacitações acadêmicas que estejam ou não relacionadas a gestão de frota. Priorizem a todo custo a segurança dos condutores dos veículos. Por fim, saiam da operacionalidade e busquem atuar de forma mais estratégica, trazendo elementos e informações que facilitem a tomada de decisões por parte da diretoria. ■

Mônaco Gestão de Frotas e Fleeting Mobilidade: a aliança que vai fortalecer a gestão de frotas no Brasil

As áreas de frotas das organizações têm passado por inúmeras transformações alavancadas pela constante necessidade de inovação

para tornar a gestão cada vez mais eficiente. Diante desse cenário, a Mônaco Gestão de Frotas concretizou a aquisição de um percentual (não divulgado) da Fleeting Mobilidade como um passo fundamental para que as empresas desenvolvam juntas o mais relevante ecossistema de mobilidade corporativa da América Latina.

Liderada pela fundadora, Sandra Lume Michelin, com o apoio da diretora de Relacionamento, Bruna Valentini, a Mônaco é líder nacional em gestão documental de veículos e condutores para frotas corporativas e tem como missão levar o gestor a tomar as melhores decisões gerenciais, prever riscos, fortalecer o trabalho em equipe, produzir e entregar resultados seguros para suas empresas.

As empresas unem produtos e serviços para criar o mais relevante ecossistema de mobilidade corporativa da América Latina

“A Mônaco já é reconhecida pelos gestores de frotas como uma parceira disposta a buscar soluções personalizadas para seus clientes, sempre com um olhar acolhedor e humano. E esse é mais um passo importante que levará ao mercado a mais completa e consistente entrega de gestão de frotas”, explica Sandra, CEO da Mônaco.

Bruna reforça que “existimos para influenciar positivamente o trânsito brasileiro e gerar prosperidade para as empresas e para as pessoas. Essa parceria nos deixa muito animados e mais próximos ainda do nosso propósito”.

Soluções

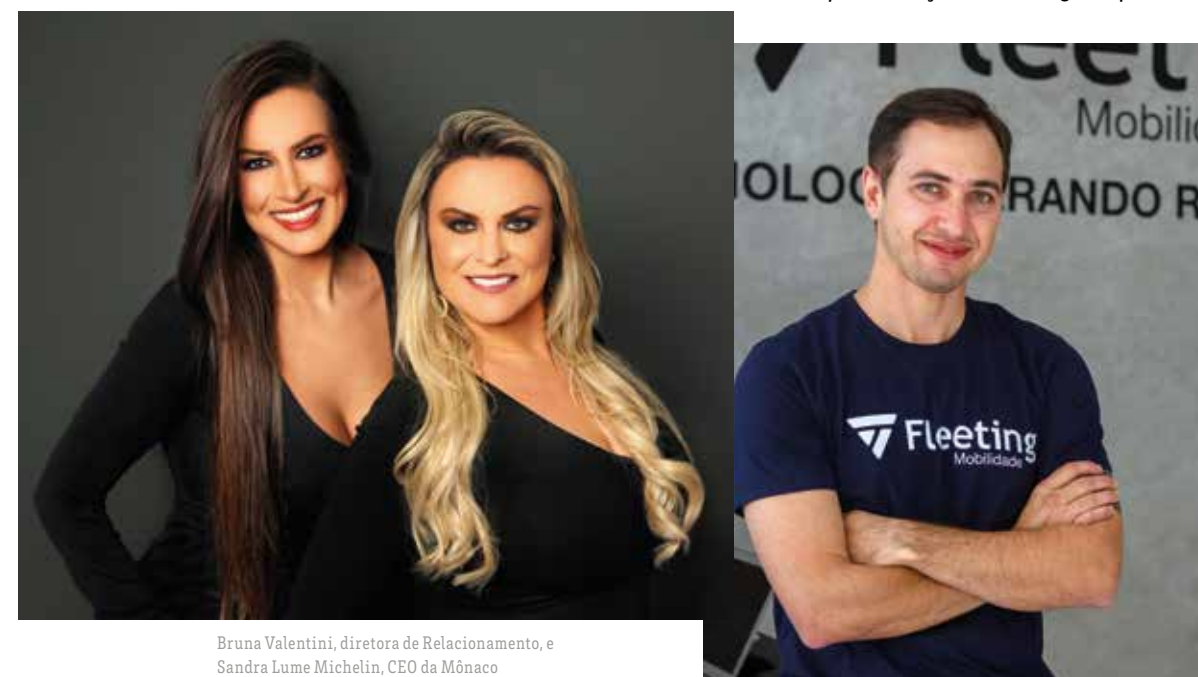
Por sua vez, a Fleeting Mobilidade é uma startup de soluções tecnológicas para mo-

bilidade corporativa fundada em 2018 por sócios com mais de 15 anos de experiência no mercado automotivo. Liderada por Luiz Claudio Souza, a empresa nasceu com o desafio de transformar a realidade do trânsito brasileiro por meio da mobilidade corporativa e ampliar os resultados dos clientes por meio de uma gestão de frotas mais econômica, segura e eficiente.

“Estamos muito felizes com a chegada da Mônaco ao time da Fleeting e super empolgados com a aceleração do nosso plano de expansão para o próximo quinquênio”, afirma. Segundo Luiz, os principais pontos de sinergia que levaram ao acordo foram visão de longo prazo, escalabilidade e, sobretudo, convergência de valores. “Fleeting e Mônaco são duas empresas apaixonadas por cuidar das pessoas”, ressalta o CEO da Fleeting Mobilidade.

As empresas unem seus produtos e serviços como o MasterMobility® (software as a service de gestão de frotas) e do App do Conductor® (aplicativo para condutores com soluções educacionais), integrados aos serviços de gestão tradicionalmente entregues pela Mônaco.

Com essa aliança, a equipe soma atualmente 27 profissionais de tecnologia focados em preparar as soluções que devem levar ainda mais resultados para gestores atentos às principais tendências do mercado.



Bruna Valentini, diretora de Relacionamento, e Sandra Lume Michelin, CEO da Mônaco

Luiz Claudio Souza, CEO da Fleeting Mobilidade



Tendências e soluções em mobilidade corporativa

A AIAFA Brasil realizou o IX Congresso AIAFA Brasil de Gestores de Frotas e de Mobilidade no dia 25 de novembro de 2021, no Espaço Escandinavo, em São Paulo. Uma vez mais, o evento foi organizado em formato híbrido, com participação presencial limitada a 50 gestores, e transmissão simultânea online.

Em sua nona edição, o **Congresso AIAFA Brasil** é um encontro profissional de debate e exposição de soluções de mobilidade corporativa sustentável, uma plataforma imprescindível para os novos serviços e fórmulas de mobilidade nas empresas.

Jaume Verge, vice-presidente executivo da **AIAFA**, e Jordi Solé, diretor da **AIAFA Brasil**, abriram o evento mais importante do ano para a entidade e para o setor de frotas leves.

Pelo segundo ano consecutivo, o principal encontro do setor foi organizado em formato híbrido, com participação presencial limitada a 50 gestores, e transmissão simultânea online



A programação começou com Alexandre Valadão, diretor Comercial e Marketing da ALD Automotive, que falou sobre "Frotas estratégicas e sustentáveis" e convidou Jacqueline Moraes Conceição da Silva, gestora de mobilidade da AstraZeneca, para o case de sucesso.

A primeira mesa de debate do evento mostrou "Como as locadoras ajudam seus clientes", especialmente em um contexto de crise da pandemia e os reflexos da falta de insumos para o setor automotivo.

Leonardo Martins, diretor de Transformação Digital e Growth da LeasePlan, André Scotti, *head* Comercial-Leves da Ouro Verde, e Alexandre Valadão, diretor Comercial e Marketing da ALD Automotive, analisaram o cenário nesse contexto.

A mesa foi moderada por Eladio Paniagua Júnior, presidente do Sindicato das Empresas Locadoras de Veículos Automotores do Estado de São Paulo (SindLoc-SP).

Também no primeiro bloco, a convite da Geotab, Raphael Cyjon, *Latam senior director* da PepsiCo, apresentou o case de sucesso "Pessoas seguem processos que são suportados por tecnologia", com enfoque motivacional e inspirador.

O primeiro bloco foi encerrado com a mesa de debate "Tecnologia e gestão de frotas", mediada por Jaqueline Moreira de Sousa, especialista em Produtos Digitais.

Os painelistas foram PH - Paulo Henrique Andrade, CEO da IturanMob, Claudio Medeiros, gerente de Parcerias da GolSat, e Maíra de Castro Santos, coordenadora de Grandes Contas-Frotas Leves da Sascar.





Segundo bloco

Após a pausa para um café e *networking* no jardim do Espaço Escandinavo, o segundo bloco teve início com Walkyria Leite, gerente comercial da Alelo Frota, que falou sobre “Como otimizar a gestão de frota por meio de uma parceria duradoura” e convidou José Jacintho, diretor de Ativos e Frota da Manserv, para apresentar o *case* de sucesso.

Na sequência, a mesa de debate “Serviços que geram resultados e segurança” reuniu Bruna Valentini, diretora de Relacionamento da Mônaco, Paula Tomborelli, diretora de Produtos da Younder EdTech, e Leandro Ferraz, gerente Regional Comercial da ValeCard. A mesa foi mediada por Aline dos Santos, especialista em Negociações Estratégicas.

Em seguida, Raphael Muller, especialista em gestão de frota da Zoetis, falou sobre a necessidade de mudanças de comportamento no *case* de sucesso “Sustentabilidade na gestão de frota”.

Na palestra “Eletrificação de frotas no Brasil”, Adalberto Maluf, presidente da Associação Brasileira do Veículo Elétrico (ABVE), analisou o crescimento do mercado e ressaltou que é preciso pensar em mobilidade integrando todos os modais.

Mesa de gestores

Um dos pontos alto do Congresso foi a mesa de debate “Desafios atuais para os gestores de frotas e mobilidade”, que teve a participação dos gestores de frotas Marton Kiss, da Diversey Brasil, Elfo Carvalho Neto, da EcoRio Soluções Ambientais, e Mariana Costa, da Syngenta.

No debate moderado por Jaume Verge, vice-presidente executivo da AIAFA, os gestores analisaram como a pandemia muda a gestão de frotas e a mobilidade corporativa e acelera a eletrificação das frotas nas empresas.

O evento foi encerrado com um almoço para os participantes, ocasião para o *networking* entre os gestores de frotas e de mobilidade e os principais fornecedores do setor, entre eles representantes de empresas de tecnologias, prestadoras de serviços e locadoras. ■

Fotos: Lienio Medeiros



A AIAFA Brasil agradece os patrocinadores do Congresso AIAFA Brasil de Gestores de Frotas e de Mobilidade 2021:

GOLD

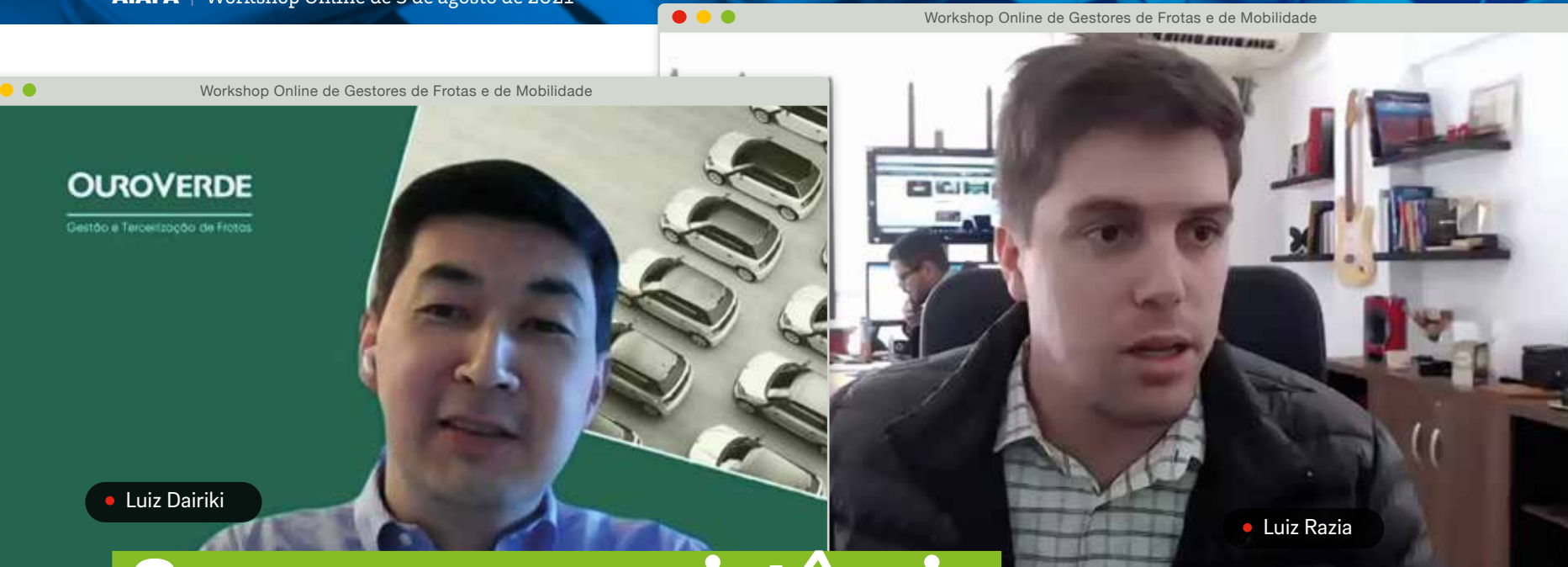


APOIO



SILVER





Segurança e assistência no trânsito

O Workshop Online de Gestores de Frotas e de Mobilidade da AIAFA Brasil, realizado no dia 3 de agosto, trouxe boas práticas e soluções para a segurança e assistência veicular. A quarta edição do evento neste ano contou com a parceria da Ouro Verde e da Bosch.

Na abertura do evento, Jaime Verge, vice-presidente executivo da AIAFA, agradeceu os patrocinadores e explicou que a Associação sempre busca conteúdo interessante para os gestores de frotas e de mobilidade. "Convidamos a todos que continuam participando dos eventos da AIAFA", enfatizou.

"O foco dos Workshops é trazer conteúdo relevante, compartilhar cases de ações que outras empresas acabam aplicando na gestão de frotas, para inspirar vocês no dia a dia, além de facilitar os contatos dos fornecedores do mercado que podem oferecer soluções para as suas frotas", disse Jordi Solé, diretor da AIAFA Brasil, aos participantes.

Segundo o diretor, a entidade está otimista quanto à retomada pós-pandemia. "Temos que seguir tomando medidas preventivas, mas estamos vendo mais perto a ocasião de encontrar vocês, de dar um abraço, de poder trocar cartões de visita, como sempre fizemos em todos os eventos da AIAFA."

Conscientização

Luiz Dairiki, gerente comercial da Ouro Verde, afirmou que a AIAFA sempre traz conteúdo relevante e que há muitos profissionais com boas práticas para compartilhar com os gestores de frotas e de mobilidade.

Dairiki abriu o bloco "Boas práticas para gestores de frotas na conscientização de condutores" e explicou que a Ouro Verde



WORKSHOP ONLINE DE GESTORES DE FROTAS E DE MOBILIDADE

Quarta edição do Workshop Online apresenta boas práticas para gestores de frotas para a conscientização de condutores e soluções tecnológicas em mobilidade corporativa

é uma companhia focada em veículos leves e pesados, máquinas e equipamentos, com mais de 25 mil ativos sob sua gestão. Também destacou o índice de 80% de renovação de contrato. "Temos o orgulho de dizer que temos clientes há décadas conosco."

O gerente comercial apontou os benefícios da terceirização de frotas, entre elas: redução de custos e aumento da disponibilidade decapital, simplificação de documentação, frotas e serviços flexíveis de acordo com o que a empresa precisa, centralização e controle da frota com dados e informações para a melhor tomada de decisão, frotas funcionais adequadas às necessidades do negócio, e mais tempo para a empresa focar em seu próprio negócio.

Dairiki detalhou que, para frotas leves, a Ouro Verde presta consultoria no processo de terceirização, assessoria na elaboração ou revisão da política de frotas, compromisso com a compra e distribuição de veículos, controle das documentações e licenciamento, administração de multas e seguro, administração de manutenção e sinistros, carros reserva, desmobilização e renovação de frotas.

Na área de gestão de frotas, continuou Dairiki, a Ouro Verde tem ferramentas e funcionalidades para trazer sinergia e facilidade para o dia a dia do gestor, como soluções de telemetria, gestão de abastecimento, assistência veicular etc.

E reforçou que os gestores de frotas devem ser agentes de transformação nas companhias e que a segurança é uma premissa.

Luiz Razia, piloto, apresentador da TV Globo e diretor executivo da Rockset, fez uma participação especial no bloco da Ouro Verde, falando sobre sua parceria com a locadora e mostrando dicas de direção consciente.

"O treinamento e a conscientização é uma ferramenta de grandes frotas de veículos. Essa gestão de conscientização é um dos pontos que vem se fortalecendo cada vez mais nos últimos anos. Vemos o aumento de empresas buscando essa conscientização para pessoas que estão no front, que saem com o carro da empresa todo dia", observou.

Para Razia, é muito importante, além das palestras, treinamentos, campanhas de conscientização, contar com os indicadores e um bom serviço de telemetria para interpretá-los e corrigi-los. "Quem faz a gestão de frota começa a olhar esses indicadores e a vê-los como uma medida não só de aumento de segurança, mas de redução de custos também."

Para mudar os altos índices de acidentes, Razia sugeriu que as soluções passam por educação de condutores, políticas de condução, sistemas de gestão de frotas, telemetria, utilizar *bluetooth* e manutenção preventiva.



Assistência veicular

Alexandre Boldrin Ferreira, *head of business services Latin America* da Bosch, apresentou a palestra "Assistência veicular por meio de uma jornada digital". Explicou que a Bosch é uma empresa alemã com 395 mil colaboradores em mais de 60 países cujos negócios estão divididos em quatro grandes setores: soluções para mobilidade, tecnologia industrial, energia e tecnologia predial e bens de consumo.

A divisão que Ferreira representa, Bosch Service Solutions, começou como serviços complementares de soluções tecnológicas e passou a ter atuação global. Ele detalhou como funciona o Roadside Assistance Bosch, serviço bastante

tradicional na Europa, nos Estados Unidos e também em outros mercados, adaptado para a realidade brasileira e conectado com as melhores práticas.

Segundo ele, esse serviço digital atende montadoras, que é o maior público, e também seguradoras, frotistas, locadoras, gestores de frotas e oficinas.

A jornada 100% digital é baseada em três pilares – a expertise de serviços, tecnologia e parceiros. Com isso, explicou Ferreira, oferece toda uma estrutura de serviço de *call center* especializado e um trabalho de gestão de parceiros, plataforma na nuvem e integração técnica.

"Quando falamos de um modelo inovador e de uma jornada 100% digital significa que todos os elos da cadeia estão conectados e integrados dentro dessa plataforma inteligente. Por isso, quando um condutor precisa de uma assistência e tem disponível os mais diversos meios de comunicação para fazer o pedido", afirmou Ferreira.

Isso faz que esse atendimento como um todo tenha uma redução de 40% no tempo, transparência em todas as etapas do processo e redução de 10% a 15% dos custos. "Conseguimos integrar todas as demandas inerentes ao mercado dentro desse modelo que é maximizado e que proporciona essa qualidade maior e redução de custo significativa para o contratante e usuário final." ■

A AIAFA Brasil agradece os patrocinadores do Workshop Online de 3 de agosto de 2021:



BOSCH
Tecnologia para a vida

OUROVERDE



Em 2022, voltamos com os Workshops presenciais!

Maio

São Paulo

Setembro

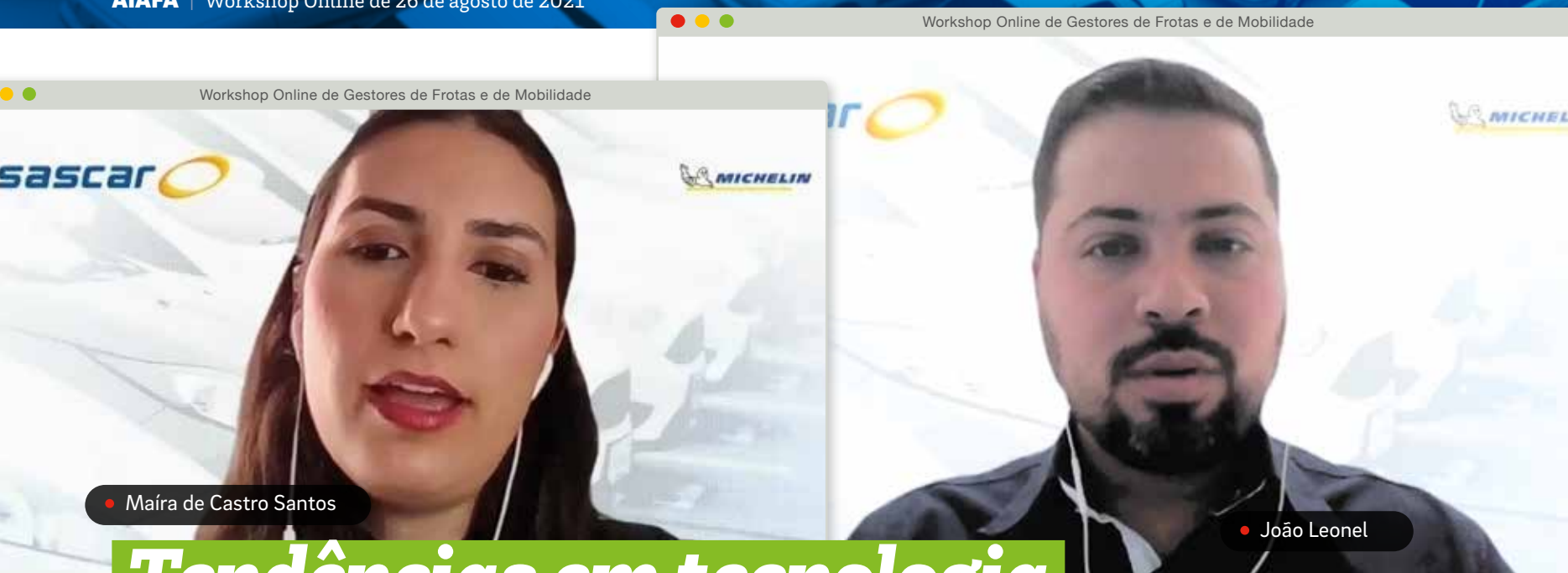
Rio de Janeiro

PARA SABER MAIS:

www.br.aiafa.com



www.linkedin.com/company/aiafabrazil/



Tendências em tecnologia e veículos elétricos

Foi um sucesso o **Workshop Online de Gestores de Frotas e de Mobilidade** do dia 26 de agosto, o quinto de 2021. Realizado pela **AIAFA Brasil** em parceria com a Sascar e a Arval, o evento debateu tendências em tecnologias e frotas mais sustentáveis.

Na abertura, o vice-presidente executivo da **AIAFA**, Jaume Verge, e o diretor da **AIAFA Brasil**, Jordi Solé, agradeceram os patrocinadores e divulgaram os eventos e atividades programadas para este segundo semestre do ano.

Segundo eles, o formato do Workshop Online tem se mostrado um sucesso tanto para os participantes quanto para as empresas apoiadoras, pois o evento traz temas atuais e relevantes em mobilidade corporativa e representa uma oportunidade para os gestores conhecerem melhor os fornecedores de serviços para frotas.

Soluções

No bloco da Sascar, Maíra de Castro Santos, coordenadora comercial de frotas leves, e João Leonel, executivo de vendas, abordaram o tema "Como a tecnologia pode facilitar sua gestão e ainda reduzir custos da frota".

Maíra apresentou a Sascar, empresa do grupo Michelin especializada em tecnologia para gestão de frotas, com 280 mil veículos conectados e presença técnica e comercial no País inteiro. "A empresa conta com duas centrais de inteligência para a recuperação de cargas e veículos roubados", disse. A solução da Sascar, de acordo com Maíra, possibilita a completa gestão da frota ao entender as principais necessidades do cliente, com base em três viés: logística e produtividade; controle de custos; e prevenção de acidentes.

A Sascar convidou a Icovet Nutrição Animal para o case de sucesso. Rodrigo



WORKSHOP ONLINE DE GESTORES DE FROTAS E DE MOBILIDADE

Quinta edição destaca as últimas novidades para facilitar a gestão e reduzir custos e aponta os desafios e oportunidades para a transição a uma frota mais sustentável

Salata, diretor comercial da empresa, e Leonardo Salata, diretor técnico, detalharam como o uso das soluções da Sascar melhorou a produtividade e a economia da frota, composta por 64 veículos.

João conduziu o bate-papo com os diretores da Icovet e lembrou que os principais desafios da frota do cliente eram o custo de combustível, multas e a condução fora do horário.

"Começamos apenas com o sistema de monitoramento quando havia algum problema, mas mudamos a mentalidade, passamos a gerir melhor a nossa frota. Como aumentamos o número de veículos da frota, tivemos de ir mais a fundo e utilizar

todos os benefícios que a plataforma da Sascar nos oferece", narrou Leonardo.

Depois de iniciar as análises das informações da gestão da frota, a empresa conseguiu uma redução de 9% de valor gasto de combustível, índice bem significativo, considerando-se que a frota cresceu em 16%, de 2017 para 2020, e que o preço de combustível também teve reajustes. "Agora conseguimos proporcionar no campo um melhor atendimento, uma visita de qualidade", disse o diretor técnico.

Rodrigo também recomendou o uso da solução da Sascar. "Independentemente do tamanho da frota, a pessoa sem um rastreador não conhece a própria empresa", avaliou.



Frota verde

Já no bloco da Arval, Giovanna Molina Triolo, *account manager* pleno, falou sobre "Frota verde: desafios e oportunidades para a gestão de frotas". A especialista apresentou a empresa, que está presente em mais de 30 países e conta com mais de 3 milhões de veículos no mundo.

Giovanna mostrou dados da pesquisa do Arval Mobility Observatory sobre tendências para o mercado de mobilidade. O levantamento foi realizado em mais de 20 países, com mais de 200 gestores de frotas entrevistados no Brasil.

"Em mobilidade, há uma busca cada vez maior por autonomia, veículos elétricos, conectados, compartilhados e *on-demand*. E tudo isso vem acompanhado de uma grande revolução cultural: antes a prioridade era a posse, agora passa a ser o acesso", analisou.

Segundo os entrevistados, os principais benefícios de adotar um carro elétrico são reduzir os gastos com combustível, diminuir o impacto ambiental e melhorar a imagem da empresa, entre outros.

A pesquisa aponta também os maiores desafios que as empresas encontram para adotarem uma frota 100% elétrica. O principal deles é o preço de compra, maior do que o de um carro a combustão, e o número de pontos de carregamento público também é uma grande preocupação das empresas. O levantamento sugere ainda



que caiu a relutância do funcionário em dirigir veículos elétricos.

Giovanna explicou também que a Arval lançou o Smart Approach, consultoria de eletrificação para a transição sustentável

da frota. "Com uma metodologia exclusiva, criada pela Arval, mapeamos e elaboramos estratégias adaptadas à realidade do cliente para que consiga se movimentar a uma frota mais verde", assinalou. ■

A **AIAFA Brasil** agradece os patrocinadores do Workshop Online de 26 de agosto de 2021:



Os Workshops Online vieram para ficar!

Anote na sua agenda de 2022:

31 de março

28 de abril

23 de junho

25 de agosto

ACOMPANHE AS NOVIDADES NO NOSSO SITE:

www.br.aiafa.com



www.linkedin.com/company/aiafabrasil/

Sua frota,
só que fácil.Tenho todos
os dados de
gestão de frota em
um único lugar!

• Roberta Grillo

• Eduardo Bortotti

• Fabiana Lopes

Soluções tecnológicas e educacionais para frotas

O Workshop Online de Gestores de Frotas e de Mobilidade da AIAFA Brasil chegou à sexta edição do ano com foco em tecnologia. O evento foi realizado no dia 23 de setembro, em parceria com a Ticket Log e a Younder EdTech.

No primeiro bloco do evento, a *head* comercial da Ticket Log, Roberta Grillo, falou sobre "Tecnologia aplicada à gestão de abastecimento". Líder no mercado com soluções de gestão de frotas e de mobilidade, a empresa tem 30 anos de experiência, 30 mil clientes corporativos e administra 1 milhão de veículos.

Roberta apresentou as soluções inteligentes de mobilidade, como o Ticket Fleet, plataforma para abastecimento, manutenção, gestão de frete e gestão de pedágio e estacionamento.

Falou também sobre a Ticket Car, que era uma solução de abastecimento para benefício e agora atende a diferentes necessidades das pessoas, trazendo conexão com parceiros de serviços e mobilidade. "Essa rede é viva, estamos investindo muito porque temos várias formas de fazer a mobilidade, de trabalhar, e queremos trazer mais liberdade para os nossos usuários", disse a gerente comercial.

Roberta citou ainda a inovação do Pagamento Digital. Por meio do app Minha Mobilidade, é possível pagar combustível no posto utilizando apenas o *smartphone*, de forma simples e rápida. Mais de 8 mil postos já estão habilitados.

A convite da Ticket Log, Eduardo Bortotti, *head of facilities management and corporate mobility* da Enel Brasil, apresentou o *case* de sucesso. A empresa de distribuição de energia elétrica tem uma frota de 3.400 veículos leves e pesados, metade própria, metade locada.



WORKSHOP ONLINE DE GESTORES DE FROTAS E DE MOBILIDADE

Sexta edição do ano apresenta inovações aplicadas à gestão de abastecimento e como educação e tecnologia ajudam a reduzir acidentes

Bortotti lembrou que, em 2015 e 2016, o maior desafio era consolidar a gestão dessa frota mista. "Havia 23 pessoas na gestão da frota, com baixa especialização, praticamente nenhum analista, um time bastante focado em operar a frota. No mercado de distribuição de energia, a disponibilidade da frota é o principal indicador que mede a eficiência. Precisávamos mudar o modelo de gestão", relatou. "Também não havia eficiência nas locadoras. Tínhamos o modelo de autogestão, mas queríamos uma gestão mais intensa, de um parceiro realmente especialista no assunto, para que nós ficassemos só com a parte estratégica. E começamos a discutir com a Ticket Log um modelo de gestão que nos atendesse."

Segundo ele, algumas locadoras eram apenas trocadoras de peças, não davam atenção para a gestão de manutenção. "Tiramos mais de R\$ 1 milhão de repasse para a locadora e hoje a Ticket Log já faz a gestão para as locadoras, no modelo que nós desenhamos."

Depois que o grupo Enel trocou fornecedores de abastecimento, em oito meses de operação, obteve o resultado de R\$ 531 mil de *savings*. "É uma satisfação entregar esses resultados e contar com uma parceria nesse nível", ressaltou Bortotti.

Capacitação

No segundo bloco do Workshop Online, Fabiana Lopes, *head* comercial da Younder, apresentou o tema "EdTech: educação e tecnologia para redução de acidentes" e contou *cases* de clientes que utilizam as soluções da empresa. A Younder faz parte do Grupo Tecnowise, com 34 anos de mercado, e é especialista em desenvolver soluções educacionais e tecnológicas para formação, conscientização e capacitação para o trânsito e mobilidade.

"Temos o propósito de, com tecnologia e inovação, desenvolver habilidades e competências dos condutores para uma direção segura e econômica. Porque acreditamos que o motorista bem treinado, além de dirigir de forma preventiva, conduz de forma econômica, tema importante na gestão de frota. Precisamos trabalhar a mudança do comportamento humano, para atingir os KPIs e, o mais importante, preservar vidas no trânsito", disse.

Segundo Fabiana, as soluções para segurança no trânsito e mobilidade são pautadas nas dores dos gestores de frotas. "Como levar um treinamento de forma padronizada quando se tem uma operação tão pulverizada, com pessoas espalhadas em vários lugares, de forma prática, com

redução de custo e logística?", questionou, para logo apresentar quatro produtos.

Ao relatar o *case* da JSL, Fabiana narrou que a empresa da área de logística tinha o desafio de agregar valor aos clientes e buscou treinamento para os condutores. Contratou a solução Academia de Mobilidade, programa de avaliação contínua destinada ao público técnico-operacional, com mais de 50 cursos online. Mais de mil motoristas da JSL participam dessa jornada de aprendizagem, com mais de 3,8 mil cursos concluídos e 5 mil horas de treinamentos.

Com foco em conteúdo personalizado, Fabiana citou o *case* da 99, empresa e aplicativo de transporte individual. A solução Hub Educacional, desenvolvida por uma equipe multidisciplinar, tem

metodologia pautada no aluno como centro do conhecimento. Os conteúdos são interativos – *game learning*, *websérie*, *podcast* – e ajudam a conscientizar os motoristas na tomada de decisão. Nesse projeto, os resultados são mais de oito cursos e mais de 850 mil motoristas de todo o Brasil realizaram os cursos na plataforma digital de educação da Younder.

Outra inovação está nos Treinamentos Presenciais, com instrutores especializados em todo o território nacional. Os

treinamentos teóricos trabalham a resolução de problemas, estudos de caso, dinâmicas interativas, com conceito de aula em que o aluno-condutor é protagonista. O projeto atende toda a frota leve e pesada da Ultraz, distribuidora de gás residencial, com 199 turmas formadas em 21 Estados.

A Younder também possui três modelos de Simuladores de Direção Veicular – de frota pesada, leve e motocicleta. "O grande ganho pedagógico quando utiliza esse tipo de tecnologia é o quanto se consegue simular situações de risco em ambiente seguro e controlado", assinalou Fabiana. Muitas adversidades do trânsito – de clima, do veículo, da carga etc. – não podem ser reproduzidas em via pública. Com essas simulações, é possível capacitar o condutor para tempo de reação e habilidade.

A Coca-Cola, multinacional de bebidas não-alcoólicas, implantou quatro simuladores. "Treinamos 750 motoristas das transportadoras que prestam serviço para a companhia e mais de mais horas de treinamentos. O objetivo era zerar os acidentes fatais, e eles conseguiram: desde 2019 não houve nenhum." ■

A AIAFA Brasil agradece os patrocinadores do Workshop Online de 23 de setembro de 2021:



O futuro da mobilidade é elétrico

ALD ELECTRIC é a solução completa para quem deseja eletrificar sua frota. A ALD indica o modelo de veículo adequado ao seu projeto e identifica os perfis de condutores mais indicados a jornada de eletrificação.

Além disso, a ALD cuida da entrega do veículo e te oferta o próprio carregador e o serviço de instalação.

Consultoria
CompletaFaturamento
do VeículoEstudo da
infraestrutura públicaFornecimento e Instalação
de carregadores

@ALDAutomotiveBR



/ALDAutomotiveBrasil



ALD Automotive Brasil

ALD Electric



Saiba
mais!



KEEP GROWING.

Valter Welter

Leonardo Martins

Lucas Rafael

Vilmar Martins

Inovações para segurança e redução de custos

O **Workshop Online de Gestores de Frotas e de Mobilidade da AIAFA Brasil** do dia 21 de outubro trouxe temas com foco em soluções para reduzir custos e garantir a segurança dos usuários. A sétima e última edição do ano foi realizada em parceria com a LeasePlan e a ValeCard.

Na abertura do evento, Jordi Solé, diretor da **AIAFA Brasil**, reforçou que um das chaves do sucesso dos Workshops é trazer administradores de frotas para os cases. “É para que vocês, gestores, possam se inspirar nos colegas de outras empresas”, pontuou.

No primeiro bloco, o diretor de transformação digital e *growth* da LeasePlan, Leonardo Castellão Martins, falou sobre “Customização de frotas como forma de redução de custos e garantia de segurança”. O diretor explicou que a LeasePlan é fornecedora líder em carro como serviço (CaaS), conduzindo a tendência da propriedade de veículos às soluções de mobilidade baseadas em assinatura.

Leonardo apresentou produtos para frotas e destacou que um dos maiores diferenciais da empresa é a entrega de soluções customizadas ao cliente.

Segundo ele, cada vez há mais a preocupação com segurança. “Quando falamos de customização, falamos de soluções digitais, soluções de segurança, mobilidade com zero emissões.” Para isso, disse, a LeasePlan constrói soluções específicas para frotas de qualquer tamanho.

O diretor apresentou também o aplicativo My LeasePlan, com serviços voltados para o condutor. “O diferencial é que conseguimos fazer um monitoramento para ajudar o usuário a entender comportamentos que geram risco para ele.”

Ainda no bloco da LeasePlan, quem apresentou o primeiro case foi Valter Welter, coordenador de frota da Corteva Agriscience, empresa que nasceu da união de três líderes do mercado agrícola mundial.



WORKSHOP ONLINE DE GESTORES DE FROTAS E DE MOBILIDADE

A última edição do ano debate temas com foco em soluções para garantir a segurança dos usuários, além da importância da gestão integrada de frotas

Segundo o gestor, a empresa com 560 veículos ativos, tem grande preocupação com a capilaridade da rede e a segurança. “Temos uma regra dentro da empresa que os funcionários só podem usar veículos testados pela Latin NCAP [certificação de segurança veicular]. Os veículos que a gente tinha na frota enquadravam na regra.”

Mas, com a pandemia, as locadoras acabaram tendo dificuldades para renovar as frotas. “A LeasePlan nos enviou propostas de modelos 4x4, trouxe opções para substituir veículos que vínhamos usando. E a iniciativa de trazer a montadora para conversar conosco foi inédita”, lembrou Valter, acrescentando que não abriram mão de nada e que o negócio saiu adiante.

A LeasePlan convidou para o segundo case Heloísa Zanete, *global sourcing*

specialist da Agilent, empresa de produtos de instrumentação e biotecnologia presente em 110 países. No Brasil, a frota de 145 veículos está no segundo ciclo de renovação.

De acordo com a especialista, há uma preocupação muito forte com a segurança, por isso a empresa contratou o serviço de telemetria e instalou película antivandalismo, por exemplo, e a redução de custos, evitando receber multas e fazendo análise da quilometragem dos veículos.

“A LeasePlan foi fundamental na pandemia, nos ajudando a recalcular a quilometragem dos carros para evitar multas e a renovar a frota conforme o mercado fosse respondendo. A LeasePlan é uma referência e modelo de como quero que seja a minha relação com todos os meus fornecedores”, declarou Heloísa.



Heloísa Zanete

Gestão integrada

No segundo bloco, Lucas Rafael, especialista em produtos da ValeCard, abordou o tema “Gestão integrada de frotas”. A ValeCard tem 530 mil veículos gerenciados e conta com 25 mil postos de combustíveis e oficinas credenciados em todo o Brasil. São 13 milhões de litros de combustíveis consumidos pelos clientes frotistas ao mês.

Lucas lembrou ainda que a ValeCard está em todo território nacional, conta com um banco digital, telemetria e outros serviços para frotas.

A empresa convidou para apresentar o case de sucesso Vilmar Martins, gestor de frotas do Grupo JR – Comércio e Transportes, empresa do ramo de compra, venda e transporte de grãos. Com sede em

Jataí (GO), a companhia tem uma frota sete veículos leves e 53 pesados.

Vilmar contou que, com o sistema, recebe dados precisos para fazer os comparativos, controlar os abastecimentos e corrigir possíveis desvios. afirmou também que a ValeCard ajudou como intermediária na negociação com postos.

O gestor de frotas relatou ainda que criou uma política de incentivo, premiando os melhores condutores. “Há grande

rotatividade de motoristas na maioria das transportadoras. Tentamos motivá-los a continuarem na empresa, que sejam reconhecidos. A nossa política é motivar o motorista a faturar mais, rodar mais, a zelar pelo equipamento e pela carga”, comentou.

Segundo Vilmar, com a ação, o rendimento dos condutores melhorou. A ideia, disse, é “entregar o mais rápido possível, com o menor custo possível”. ■

A **AIAFA Brasil** agradece os patrocinadores do Workshop Online de 21 de outubro de 2021:



O CONDUTOR LEASEPLAN TEM UM COPILOTO A BORDO!

Chegou o My LeasePlan, único App que cuida da segurança dos seus condutores em suas jornadas.

Uma solução construída sob medida para a sua empresa.

DISPONÍVEL NO Google play | Disponível na App Store

LeasePlan

Acesse leaseplan.com.br e faça parte dessa revolução na maneira de gerenciar frotas. Sua experiência é o que nos move. 🚗

Pamela Grazioli

GERENTE NACIONAL DE VENDAS DIRETAS DA STELLANTIS

"Avançamos rapidamente na eletrificação do nosso portfólio"



A história profissional de Pamela Grazioli na Stellantis se iniciou em 2000, quando começou a trabalhar em uma concessionária da rede Fiat em Porto Alegre (RS). Em 2012, passou a integrar o time da marca Fiat como consultora de Vendas Diretas, no Estado de São Paulo.

Nos últimos anos, Pamela vivenciou a fusão dos grupos Fiat e Chrysler em 2014, que formou a FCA, e em 2021 a fusão da FCA com a PSA, que formou a Stellantis, o quarto maior grupo automotivo do mundo e a maior produtora de automóveis e comerciais leves do Brasil e América Latina.

A gerente nacional de Vendas Diretas da Stellantis afirma que 2021 foi um ano repleto de desafios, mas ao mesmo tempo de resultados incríveis. "O grupo Stellantis está cada vez mais coeso e forte para enfrentar os desafios do mercado automobilístico brasileiro", diz. Veja a entrevista concedida à **AIAFANews**.

A Stellantis intensificou a atuação nas vendas diretas. Como é administrar tantas marcas diferentes para atender as demandas do cliente corporativo?

O cliente corporativo é um cliente que possui demandas específicas, principalmente no que diz respeito a prazos de entrega, suporte técnico e agilidade no atendimento. Ter a disposição um mix de marcas como o da Stellantis, que possui um portfólio extenso e com produtos de qualidade comprovada pelo mercado, ajuda muito nesse cenário na medida em que é possível atender a todos esses requisitos do segmento com uma ampla gama de produtos. E os resultados de mercado mostram a força desse diferencial em vendas diretas: um em cada dois veículos emplacados hoje no Brasil neste segmento é da marca do grupo Stellantis.

Qual a estrutura do departamento de Vendas Diretas da Stellantis?

O Grupo Stellantis possui uma diretoria dedicada ao atendimento do mercado de vendas diretas e veículos comerciais, dirigida pelo Fábio Meira, que atua nesse segmento há mais de 28 anos. A nossa área de Vendas Diretas foi recentemente reestruturada para prestar um atendimento de qualidade a todos os nossos clientes,



“Os resultados de mercado mostram a força do nosso diferencial em vendas diretas: um em cada dois veículos emplacados hoje no Brasil nesse segmento é da marca do grupo Stellantis”

Que modelos das marcas do grupo Stellantis a senhora recomenda para o cliente corporativo?

A Stellantis possui uma ampla gama de produtos dentre diversas marcas disponíveis que atendem às mais diversas necessidades dos clientes corporativos. Um dado que expressa a força desse portfólio é que temos seis modelos entre os dez mais emplacados em vendas diretas no acumulado de outubro de 2021. São vários modelos disponíveis entre SUVs, picapes, *hatchs*, sedãs e veículos utilitários leves – uma gama completa que entrega aos clientes corporativos as mais completas soluções de produto e serviço.

Sobre os próximos lançamentos, quais são as novidades que o cliente corporativo pode aguardar?

Esse é um assunto que tem movimentado bastante a agenda aqui no grupo Stellantis. Só este ano tivemos os lançamentos da nova Fiat Toro, do Fiat 500e, da nova geração do Jeep Compass, do *premium* Jeep Commander e dos Peugeot novo 3008, do e-208 GT e do utilitário Boxer Cargo. Agora, a grande novidade é o Fiat Pulse,

sejam clientes corporativos, sejam pessoas físicas, como clientes taxistas e produtores rurais. Cada marca do grupo conta com um time dedicado de consultores de campo que atuam junto à rede de concessionárias e ao mercado local, implementando ações que respeitam as especificidades de cada marca, mas sempre alinhadas com a estratégia geral de vendas diretas do grupo. O objetivo final é atender as necessidades do mercado de vendas diretas, sem perder de vista os valores e pontos de força de cada marca. Temos também um time de consultores especializados no segmento de veículos comerciais leves e uma estrutura dedicada a trabalhar as licitações em vendas a governo. Essa estrutura está sob a responsabilidade do Paulo Goddard, meu par atualmente dentro do departamento.

O que as vendas corporativas representam entre o total de vendas no Brasil?

As vendas corporativas sempre representam uma parcela significativa no resul-

tado do grupo. Por isso, o grupo sempre teve uma diretoria dedicada a esse segmento e sabe da importância de manter o foco na avaliação das necessidades do mercado, com a oferta sempre de uma gama ampla e que atenda as necessidades de todos os clientes.

E qual é o perfil do cliente corporativo? O que ele mais demanda?

Para o cliente corporativo, o veículo é uma verdadeira ferramenta de trabalho, portanto precisa ser o mais eficiente em termos de TCO (*total cost of ownership*), oferecendo a melhor combinação entre custo de aquisição, custo de manutenção e valor de revenda. Outro ponto é o tipo de atendimento que esse cliente demanda. Para esse perfil de cliente, o atendimento na Stellantis é feito por um time de consultores dedicados, cujo trabalho principal é entender em detalhe todas as suas necessidades para oferecer o melhor pacote de soluções, produtos e serviços.



Rafa Paixão/Stellantis

o primeiro SUV da marca e que já se apresenta como um grande sucesso de vendas. É um projeto que foi desenvolvido com muito empenho e dedicação e que conta com grandes diferenciais, como o motor Turbo 200 Flex, que gera 130 cv de potência máxima abastecido com etanol (125 cv com gasolina) e que entrega também o melhor consumo de combustível do segmento: 13,0 km/l com gasolina em circuito combinado. E tem mais novidades vindo por aí que serão divulgadas a seu tempo!

Recentemente a Stellantis apresentou sua estratégia de eletrificação global e, em linha com essa proposta, lançou o Fiat 500e e o Peugeot e-208 GT. Caminhamos para uma mobilidade mais sustentável?

“ A Stellantis trabalha com o conceito de múltipla matriz energética, aproveitando as vantagens competitivas regionais para tornar a propulsão mais limpa e eficiente ”

Para a Stellantis, a eletrificação é uma iniciativa importante na busca de um sistema de mobilidade mais sustentável e com maior eficiência energética. Atualmente, a Stellantis está bem-posicionada no

mundo com 29 modelos eletrificados disponíveis. A perspectiva é introduzir outros dez veículos até o fim do ano. Assim, estamos avançando rapidamente na eletrificação do nosso portfólio. As inovações já começaram a chegar aos mercados brasileiro e sul-americano, a partir dos lançamentos do Fiat 500e, do Peugeot e-208 GT e dos utilitários Peugeot e-Expert e Citroen e-Jumpy. Outros modelos estão prontos para chegar. Mas é importante destacar que a Stellantis trabalha com o conceito de múltipla matriz energética, aproveitando as vantagens competitivas regionais para tornar a propulsão mais limpa e eficiente. O Brasil tem um forte aliado na redução das emissões de CO₂, que é o etanol. Sua combinação com a eletrificação pode auxiliar a companhia na introdução da eletrificação a preços acessíveis, além da capacidade de a empresa atingir as metas de emissões. A Stellantis também desenvolve o projeto e-Mobility, uma solução integrada global e nacionalmente, para desenvolver e fomentar inovações alinhadas à eletrificação e infraestrutura necessária para a utilização inteligente dessa tecnologia. O e-Mobility visa promover a mobilidade elétrica e sustentável no País, por meio de ações e parcerias.

A Stellantis oferece serviços diferenciados para o cliente corporativo?

Entendemos que os clientes corporativos possuem necessidades específicas e que demandam produtos e soluções customizadas para atendê-las. Na Stellantis, o cliente corporativo tem acesso a condições comerciais exclusivas e ao atendimento do nosso time de consultores especializados, tudo para ajudar o cliente a encontrar o ve-

ículo que melhor atenda às necessidades de cada negócio. O plano Frota é um exemplo de programa ideal para quem tem necessidade de ter um serviço personalizado sem perder todo o cuidado que o carro precisa. Nele, o frotista consegue ter todo o controle das manutenções da sua frota, contribuindo para um melhor TCO e melhor resultado na operação.

Como o grupo tem enfrentado os desafios impostos pela pandemia? No início, as atividades das fábricas chegaram a ser suspensas? Como foi esse período?

Desde o início da pandemia, a Stellantis vem adotando protocolos bastante rígidos de biossegurança e higienização nas fábricas, a fim de criar um ambiente seguro para a produção e em todas as suas instalações. Conciliar as rotinas de produção com protocolos eficazes de proteção das pessoas é o principal desafio, e, por isso, adotamos medidas rigorosas e eficazes de proteção à integridade física das pessoas no trabalho. Isso vai desde um aplicativo através do qual cada um monitora diariamente seu estado de saúde, o controle de temperatura corporal no acesso aos ônibus e às fábricas, novo layout das estações de trabalho, redesenho das áreas comuns para assegurar o distanciamento mínimo recomendado, higienização de todas as áreas comuns, de circulação e de trabalho, entre outras medidas. Na Stellantis, reduzimos o impacto da pandemia nos negócios, mantendo-nos



“ Desde o início da pandemia, a Stellantis adota protocolos rígidos de biossegurança e higienização nas fábricas, para criar um ambiente seguro para a produção e em todas as instalações ”



em contato estreito e permanente com os clientes por meio de todos os canais disponíveis. Aceleramos nossos investimentos em transformação digital e criamos novos canais de atendimento ao consumidor.

Que lições tiraram dessa crise global?

A grande lição que a pandemia reforçou é que o mais importante são as pessoas. Elas requerem sempre sua atenção e seus melhores esforços, sejam empregados, fornecedores, concessionários, clientes ou outros parceiros. Durante todo o tempo e cada vez mais estivemos em contato, dialogando, comunicando-nos e interagindo através de todos os canais.

Como a Stellantis pode contribuir para a mobilidade corporativa?

A Stellantis oferece soluções de mobilidade distintas e sustentáveis para seus clientes, com a adoção de eletrificação, conectividade, direção autônoma e propriedade compartilhada. A eletrificação e a hibridização são importantes pilares para a companhia, que estão sendo trabalhados em seus vários *brands*, tanto em veículos de passeio quanto em veículos comerciais leves. Desse modo, a oferta de veículos e soluções para a mobilidade corporativa vem num crescente, com ampla diversidade e possibilidade de criação de soluções customizadas, que atendam a todas as demandas.

Na sua opinião, que critérios o gestor de frota e de mobilidade deveria ter ao optar por uma marca e um modelo?

O veículo que integra uma frota é um bem de capital, uma ferramenta de trabalho. Por isso, a marca que conseguir entregar os melhores resultados em relação custo de aquisição, a baixo custo operacional e de manutenção, alto valor de revenda, pós-venda de excelência e alta tecnologia embarcada que facilite a gestão da frota, certamente terá a preferência do cliente corporativo. ■

Fiat Pulse: inspiração italiana, sangue brasileiro



Suavidade

Ambas as motorizações do Pulse são acopladas ao inédito câmbio automático CVT com sete marchas. Essa transmissão tem óleo lubrificante "for life", ou seja, não precisa ser trocado durante a vida útil do conjunto, e foi desenvolvida junto à Aisin, uma das mais prestigiadas empresas do segmento de powertrain. Com ela, o Pulse com motor Turbo 200 Flex é capaz de acelerar de 0 a 100 km/h em 9,4 segundos, o melhor desempenho dentre seus principais concorrentes. O câmbio CVT usa duas polias variáveis ligadas por uma correia metálica mergulhada em óleo. Essa solução entrega o máximo de suavidade e conforto para o motorista.

O mais novo lançamento da Fiat acaba de conquistar um dos prêmios mais cobiçados do mercado brasileiro: o "Carro do Ano 2022", reconhecimento da revista Autoesporte

Além disso, o modelo tem o melhor consumo de combustível do segmento, segundo dados homologados pelo Inmetro.

O mais novo lançamento da Fiat acaba de conquistar um dos prêmios mais cobiçados do mercado brasileiro: o "Carro do Ano 2022". O primeiro SUV nacional da marca recebeu o reconhecimento da revista Autoesporte no dia 2 de dezembro. ■



Veículo totalmente desenvolvido no Brasil é o SUV mais moderno, potente, conectado e tecnológico da categoria

Com o Pulse, a Fiat entra na disputa com a nova referência do segmento, um veículo que atinge um novo consumidor aspiracional em busca de inovação, tecnologia e conectividade. Assim, a marca trabalhou intensivamente no desenvolvimento do Pulse sobre os pilares de desenho, performance eficiente, segurança, tecnologia e conectividade para que ele seja o SUV mais desejado de sua categoria.

Com estilo único, o Pulse nasceu do trabalho do time de profissionais com as mais diferentes especialidades no Design Center South America da Stellantis, no Polo Automotivo de Betim. O Pulse foi projetado para expressar um desenho atraente e moderno, destacando sua robustez e elementos tecnológicos em quaisquer ângulos.

A dianteira, alta e imponente, transmite elegância e versatilidade. O para-choque elevado amplia o ângulo de entrada, item crucial para um SUV. A ampla grade frontal estampa o logo Script da marca com a Fiat Flag no canto inferior direito, um lembrete das raízes italianas do modelo projetado por e para brasileiros.

O estilo musculoso do Pulse se mantém na lateral, com grandes arcos em torno dos para-lamas, rack longitudinal no teto e acabamento diferenciado sob os vidros, mostrando que elegância

também combina com robustez. As rodas de liga leve têm desenho exclusivo nas diferentes versões, combinando perfeitamente com a suspensão elevada e o estilo envolvente do SUV.

O estilo italiano da cabine, somado ao toque brasileiro, traz para o interior do Pulse uma identidade própria. Todo o habitáculo é inédito. O novo e exclusivo painel recebe tons prata e cinza com diferentes elementos, trazendo a modernidade esperada de um SUV.

O painel 100% digital entrega a tecnologia cada vez mais buscada pelos consumidores, fazendo a dupla perfeita com a tela flutuante do sistema multimídia, que pode ter 8,4 polegadas ou 10,1 polegadas com conexão via internet 4G.

Performance eficiente

A estreia do SUV Pulse no Brasil não poderia ser mais acelerada. O modelo chega ao mercado com um amplo e moderno catálogo de transmissões e motores, incluindo a chegada do inédito Turbo 200 Flex, o 1.0 sobrealimentado mais potente do Brasil com até 130 cv.

O amplo torque de 200 Nm (20,4 kgf.m), independente do combustível, está disponível entre 1.750 rpm e 3.500 rpm, entregando força máxima na faixa de maior uso dos motoristas no dia a dia.

Além do Turbo 200 Flex, o Pulse recebe o conhecido motor 1.3 Firefly, que gera 107 cv de potência com etanol a 6.250 rpm e 134 Nm (13,7 kgf.m) a 4.000 rpm, números competitivos oferecidos no mercado e alinhados com o ótimo custo-benefício do conjunto.

Fiat Pulse Drive Turbo 200 Flex Automática

PREÇO SUGERIDO:

a partir de R\$ 101.990

CILINDRADA:

999 cm³

POTÊNCIA MÁXIMA:

125 cv (G) / 130 cv (E)

a 5.750 rpm

VELOCIDADE MÁXIMA:

187 km/h (G) / 189 km/h (E)

COMPRIMENTO / LARGURA / ALTURA:

4.099 / 1.774 / 1.577 mm

TANQUE DE COMBUSTÍVEL:

47 litros



Leonardo Castellão Martins

DIRETOR DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E GROWTH DA LEASEPLAN BRASIL

"Nosso diferencial está em customizar o serviço para o cliente"

Atuar muito próximo do cliente, customizar o serviço e entregar soluções de fato diferenciadas. Essa é a grande marca da LeasePlan Brasil, na opinião de Leonardo Castellão Martins, diretor de Transformação Digital e Growth da empresa.

Com uma frota de mais 1,8 milhão em 29 países, a LeasePlan atende todas as regiões do Brasil. A empresa com sede em Amsterdam, na Holanda, e escritório no Brasil em Alphaville, São Paulo, conta com mais de 7 mil colaboradores globalmente e está entre as dez maiores locadoras do País.

Nesta entrevista, Martins analisa o novo panorama do setor de terceirização de frotas, explica as particularidades dos serviços da LeasePlan e ainda anuncia o lançamento de um aplicativo inovador, o My LeasePlan, que mapeia o comportamento dos usuários. Leia a seguir.

“O nosso diferencial é estar muito próximo do cliente, entender a necessidade, construir as soluções com ele e desenvolver o processo da gestão de frota junto com os desafios internos da empresa”

O senhor trabalha na LeasePlan há três anos, e há um ano como responsável pelo time comercial. Como o senhor viu crescer a área gestão e terceirização de frotas leves dentro da empresa?

O mercado de mobilidade está passando por uma transformação, um momento de disrupção. Nos próximos dez anos, vai haver uma mudança completa no segmento. Nestes últimos três anos, nosso foco foi na parte de serviços: melhorar, simplificar, digitalizar experiências e soluções para os clientes. A LeasePlan mais que triplicou o principal indicador, que é a avaliação do usuário. Agora na pandemia, houve um crescimento muito forte da parte de comerciais leves, principalmente com serviços de delivery, e-commerce,

Fotos: Liemio Medeiros





entregas. Outra área que começa a crescer é o modelo de carro por assinatura. E a eletrificação também se intensificou no último ano, uma mudança latente e forte. Prestamos muitas consultorias para empresas que querem fazer essa migração, visando continuar a gestão da frota, mas também reduzir a emissão de carbono.

Quais são os maiores desafios para incentivar a eletrificação das frotas?

Existe um movimento inicial, principalmente nas empresas globais. A Europa já está em um processo de migração muito forte para a eletrificação, alguns países da Ásia e Estados Unidos também. Em empresas multinacionais, já chegam demandas para começar esse movimento no Brasil. O primeiro passo é entender o que significa essa mudança, ver a viabilidade da eletrificação, e o cliente começa a fechar a conta da utilização do veículo elétrico. Estamos oferecendo consultoria sobre como aplicar soluções de ponta a ponta, desde a opção de pontos de recarga até o melhor modelo e manutenção do veículo elétrico.

O que diferencia a LeasePlan da concorrência?

No Brasil, temos um modelo de atuação no qual não focamos em segmentos de clientes como governos, que têm frotas bastante grandes e dão uma dimensão maior às locadoras. Customizamos muito o serviço para os clientes, para entender de fato a necessidade deles e construir soluções

específicas para cada um deles. O nosso diferencial é estar muito próximo do cliente, entender a necessidade, construir as soluções com ele e desenvolver o processo da gestão de frota junto com os desafios internos da empresa. Esta é grande marca da LeasePlan no Brasil: fazer essa customização, atuar muito próximo do cliente, entregar soluções de fato diferenciadas.

“ Estamos lançando o aplicativo My LeasePlan, que, de forma lúdica, com jogos e gamificação, consegue entender o comportamento do usuário e ajudá-lo a ter uma direção mais segura ”

Por que terceirizar a frota?

Há um benefício latente que é o custo. Temos negociações com toda a rede de fornecedores para conseguir os melhores preços e administrar a qualidade desses serviços. Somos um *player* global, com acesso a uma frota muito grande, necessidades muito diferentes globalmente, conseguimos trazer o que tem de mais novo em tecnologia, tendências de mercado, boas práticas globais que fazem sentido no Brasil. Os benefícios vão em várias vertentes.

O que a LeasePlan oferece na área de segurança para reduzir os riscos nas frotas?

Depois dos custos, o segundo item que mais preocupa os gestores de frotas é a segurança. O que oferecemos? Conteúdos específicos, programas de comunicação na empresa, canais com dicas rápidas para os usuários, palestras, jogos, brincadeiras com muito aprendizado em atividades próprias da empresa, treinamentos customizados e interativos. Estamos lançando o aplicativo My LeasePlan, que consegue mapear o comportamento do usuário. De forma lúdica, com jogos e gamificação, a solução consegue trabalhar a mudança de comportamento do usuário para ter uma direção mais segura, o que traz redução de custos para as empresas, ganho de produtividade e eficiência e, o mais importante, protege a vida das pessoas.

A LeasePlan trabalha com todas as marcas de veículos? Quais são os modelos mais solicitados para frotas corporativas?

Este é um ponto bastante importante na LeasePlan. O cliente tem acesso a um volume de modelos de todas as marcas, inclusive elétricos, de novos *players* que surgem e são muito eficientes no mercado também. Temos negociações com todas as montadoras, com descontos diferenciados para os clientes. É difícil falar de modelos, mas entre categorias de veículos, para frotas operacionais, são muito utilizados sedãs médios, picapes e *hatches*. Já para frotas executivas, oferecemos uma

personalização completa, desde veículos importados a nacionais. Como exemplo, posso citar que o VW Virtus e Chevrolet Onix são bastante solicitados, os dois modelos oferecem muita segurança. Entre as picapes, tivemos muitas entregas da Fiat Strada e Renault Oroch.

Seguindo a tendência da mobilidade corporativa, que novos serviços têm sido mais demandados pelas empresas?

As empresas demandam muito frotas compartilhadas. Quando os usuários não têm necessidade de utilizar o veículo todos os dias, querem otimizar o veículo para vários usuários. Essa é uma demanda mais forte do que a de modais com *last mile*.

Que dicas o senhor daria para o gestor de frotas e de mobilidade que ainda não terceiriza esse serviço? Como encontrar as melhores condições e serviços para reduzir custos da frota?

A primeira dica é: procure a LeasePlan, que temos muitas soluções de mercado! O gestor com frota própria que quer encontrar soluções de frota e de mobilidade tem uma visão muito clara da necessidade da empresa dele, o perfil de uso, as regiões que o veículo circula. O foco inicial das empresas é a redução de custos, mas não é só essa. É preciso considerar as novas tecnologias, identificar as soluções de segurança e a experiência da empresa no segmento. Existe muita customização, cada empresa traz questões muito específicas. Por isso, realizamos um estudo grande para buscar as melhores soluções.

Com a pandemia e a crise de escassez dos semicondutores, aumentou a demanda das empresas por terceirizar as frotas? Quais os desafios para que o setor de locadoras atenda a essas demandas?

Depois do congelamento natural das atividades das empresas e de começarmos a entender os impactos da pandemia, conseguimos nos adequar. Descobrimos um novo jeito de trabalhar, ao mesmo tempo que entendemos que faz muita falta a proximidade, o olho no olho, o cafezinho. Essa necessidade do físico não desaparece, mas se adapta, se ajusta e combina com o modelo digital. O que fizemos com os clientes, quando se intensificou a crise na indústria automobilística, foi antecipar demandas, ajustar contratos, direcionar para suas prioridades. Também se intensificou a manutenção proativa para evitar desgastes.

Quais são as suas expectativas para o setor de terceirização de frotas para depois da pandemia e como a LeasePlan vai se encaixar nesse novo panorama?

Temos de entender até onde vai essa escassez da indústria, com a previsão de 2022 ainda vivermos a situação de prazos muito longos, dificuldade de produção de modelos e limitação das políticas de frota nas montadoras. Temos muito aprendiza-



“ O gestor de frota e de mobilidade é uma pessoa que olha para um assunto muito importante para as empresas, que é atender os condutores e reter os maiores talentos. Estamos aqui para ajudar esse gestor ”

do sobre as novas formas das empresas trabalharem, das pessoas se locomoverem, para entender esses novos perfis e buscar as soluções. É preciso estudar

de novo as necessidades das empresas. A indústria deu um salto de custo muito grande, isso foi global, e no Brasil houve o agravante da desvalorização do real. O desafio agora é conseguir reequilibrar os orçamentos das empresas.

Um recado final para os gestores de frotas e de mobilidade.

O gestor de frota e de mobilidade é uma pessoa que olha para um assunto muito importante para as empresas, que é atender os condutores e reter os maiores talentos. Estamos sempre aqui para ajudar esse gestor a levar essas soluções para suas empresas. À vezes, se foca muito nos problemas do dia a dia e se esquece de olhar para essas novas soluções, essas experiências e essa entrega. E a experiência do usuário final é um ponto muito importante. ■

Gestor de frota: como chegamos até aqui

Se antes, com menos acesso a conteúdo específico para gestão de frotas e dificuldade de conectividade, estávamos determinados a evoluir, agora nada pode nos impedir de avançarmos ainda mais.

Quando iniciei minha carreira há cerca de 20 anos, o gestor de frota muitas vezes era um profissional transferido de outra área da empresa e, na nova posição, deveria: reduzir os custos, controlar manutenções e multas e coordenar a equipe que, em alguns casos, não tinha qualificação adequada e estava sem treinamento ou desmotivada por não vislumbrar crescimento profissional. Qual gestor de frotas não conhece um exemplo como esse ou não tenha vivenciado essa situação diretamente?

Nesse cenário, quase tudo era interpretado como custo desnecessário, e as ferramentas e *frameworks* não eram tão acessíveis como hoje. Entretanto, resiliência era nosso sobrenome – antes mesmo dessa palavra ganhar tanto significado como atualmente. Com garra, coragem e muita vontade, arregaçamos as mangas e partimos rumo à transformação do conceito de gestão de frotas.

Era essencial olharmos para fora dos nossos muros para avançarmos, mas sem nos esquecer que havia um propósito em nossas atitudes – e mais, que temos convicção de que a capacidade de mudar essa história estava em nós.

“Nosso maior medo não deve ser o fracasso, mas ser bem-sucedidos em algo que não importa”

Francis Chan

Nada na vida é por acaso, e, por mais que esse propósito parecesse distante ou inalcançável, nossa árvore começou a dar frutos. Mesmo que em alguns momentos o desânimo estivesse no banco do carona, nós conduzíamos esse veículo e estávamos abrindo um caminho para os novos tempos. Sim, é isto mesmo: por muito tempo vivemos às escuras e desempenhamos o papel de figurante nas empresas, mas nossa voz enfim chegou ao nível estratégico das companhias.

Continuamos a buscar melhorias para nossas frotas, mas estamos mais atentos a tecnologias inovadoras e debatemos políticas de segurança com foco na preservação de vidas

A diretoria enxergou o gestor de frota com outros olhos, e é evidente que nossa participação tornou-se muito maior. Por meio das novas tecnologias e ferramentas mais dinâmicas, conseguimos implementar com muita responsabilidade, ao longo destes anos, uma transformação do nosso setor. Na última década, com o crescimento da economia, de novos modelos de negócio e da meteórica mudança na relação de consumo de bens e serviços, o mercado percebeu a necessidade de mais profissionais preparados e em constante aprendizado.

Formação contínua

Com o alvoreço de tantos acontecimentos, os gestores de frotas estreitaram ainda mais a ponte da comunicação e da troca de experiências através de encontros, palestras e congressos com cada vez mais participantes e cada vez mais ativos. Não se trata apenas de comparecer a uma feira de negócios, mas sim de expor os anseios, as críticas e contribuir com os fornecedores para o desenvolvimento como um todo.

O segmento de ensino também percebeu a nossa busca por melhoria contínua, e temos hoje cursos, palestras e muito material relevante – contamos até com especialização em Gestão de Frotas. Que revolução! Em um passado não muito distante, era no pátio das empresas e na condição “tentativa e erro” que aprimorávamos nossos métodos, mas agora temos a oportunidade de nos qualificarmos para participar ativamente na tomada de decisões mais assertivas.

Mais criteriosos e exigentes, nós, gestores, continuamos buscando melhoria de processos e controles para nossas frotas, mas agora estamos atentos a tecnologias

Os desafios serão inúmeros, mas vamos vencer, pois temos certeza de que, dentro de nós, há um coração que bate pela gestão de frota, vida e mobilidade

inovadoras para veículos cada vez mais conectados e seguros. E, acima de tudo, debatemos políticas de segurança com foco na preservação de vidas. Com essa nova realidade e um olhar cirúrgico para dentro do setor, podemos nos orgulhar de sermos gestores de vidas e mobilidade. E agora, quais serão os próximos passos?

Se antes, com menos acesso a conteúdo específico para gestão de frotas e dificuldade de conectividade, estávamos determinados a evoluir, agora nada pode nos impedir de avançarmos ainda mais. Com a tecnologia em amplo desenvolvimento, a comunicação e integração entre gestores não se restringe mais exclusivamente aos eventos e congressos, surgiram então outros movimentos menores, porém não menos importante: os Comitês de Gestão de Frotas. Assim, nos mantemos unidos no dia a dia em busca de maior representatividade.

Nossa preocupação vai além dos veículos e das demandas que gerenciamos, com todo empenho e dedicação, demonstramos para nossas equipes – por meio de

nossas atitudes – a importância de atender as exigências da empresa e de estarmos em conformidade com suas normas, mas principalmente que o compromisso com a segurança e a vida é responsabilidade de todos.

Há muito caminho pela frente, e queremos mais, muito mais. É essa paixão que nos impulsiona a fazermos o nosso melhor e a nos superarmos a cada dia. Os desafios serão inúmeros: carros elétricos, autônomos, mobilidade e muitos outros. Mas vamos vencer, pois temos certeza de que, dentro de nós, há um coração que bate pela gestão de frota, vida e mobilidade. ■



Fernando Augusto da Paz
Idealizador e fundador do Comitê Corporativo de Gestores de Mobilidade





Treinamento é um dos pilares fundamentais na redução de custos e incidentes da frota

Conscientizar o motorista sobre a importância do seu papel na cultura de segurança é um grande desafio, que necessita de atenção constante. A estratégia educacional é a âncora para o sucesso desse desafio

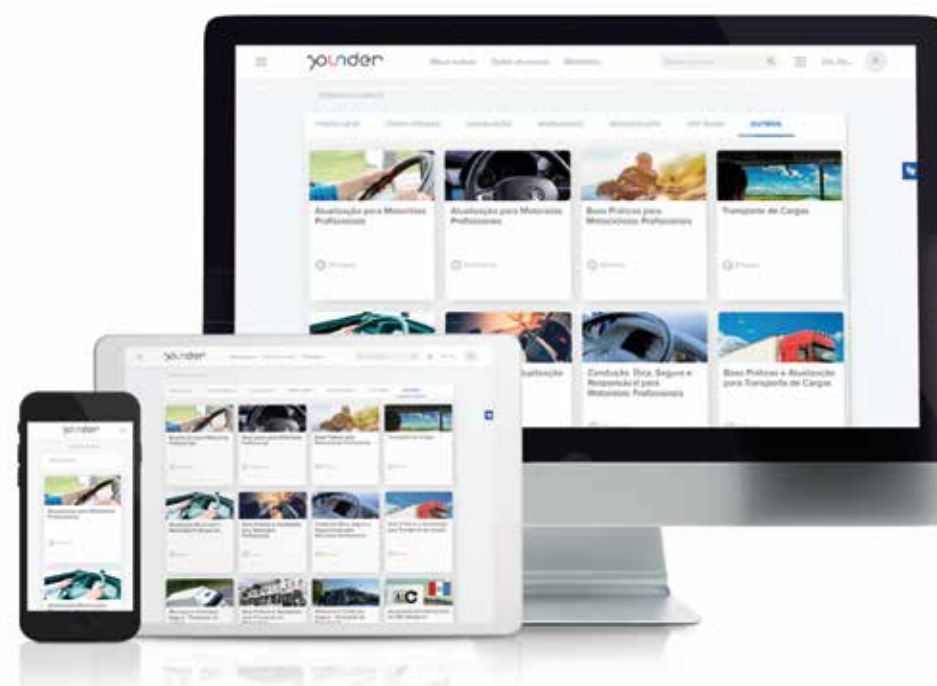
Criar metodologias ativas, que busquem o protagonismo contínuo do motorista, estimular a autonomia e a prática são as estratégias que a Younder utiliza no planejamento de suas soluções. Assim, busca equilibrar soluções com instruções *online*, presencial em salas de treinamento ou práticas em veículos ou simuladores de direção.

Como solução, a Younder desenvolve o perfil de risco do motorista, com uma jornada de treinamento que passa pelo diagnóstico do motorista e definição da persona, treinamento *online*, reforço do treinamento teórico e prática no veículo ou simulador. Através dessa jornada, a Younder traça o perfil de Tomador de Risco, que avalia o quanto os motoristas aceitam correr riscos e expor a empresa a níveis de probabilidade de acidentalidade e fatalidades.

O perfil é composto por análises de comportamento (por meio de um diagnóstico

prévio, de conhecimento), da avaliação de conhecimento nos treinamentos teóricos, e de desempenho (que é obtido pela avaliação do instrutor sobre o aluno, nas etapas teóricas).

Cada nível avaliado do motorista possui uma metodologia de cálculo específica, que adapta os resultados obtidos nas avaliações, transformado na análise dos dados no Perfil de Tomador de Risco.



O “pulo do gato” é apresentar ao gestor de frota o *range* de motoristas que apresentam o maior grau de exposição à acidentes possivelmente fatais e qual estratégia educacional adotar para que seja possível controlar os ofensores.

O motorista, o colaborador e o liderado devem se empoderar de suas responsabilidades no trânsito, na empresa e no objetivo principal: salvar vidas

Estratégia educacional

É possível definir as práticas e procedimentos necessários, assim como os principais temas a serem trabalhados com o grupo de motoristas analisados, e qual a estratégia educacional, com materiais de sustentação e pílulas de conhecimento.

Outro ponto importante para a definição da estratégia educacional é incluir as lideranças nos processos de treinamento e reforço, de modo a tornar o líder e a gestão partes integrantes do sucesso e dos resultados obtidos, a fim de que cada gestor

deve se sentir pertencente e guardião dos resultados e performance dos seus liderados. Assim temos a “cereja do bolo” do sucesso para a redução de custos e de acidentes, durante a implantação da cultura de treinamento.

E é claro, treinamentos são processos contínuos, cujos resultados são medidos a médio e longo prazo, com mudanças de comportamento, nas quais o motorista, o colaborador e o liderado se tornam empoderados de suas responsabilidades no trânsito, na empresa e no objetivo principal: salvar vidas! ■



Paula Tomborelli
Head de Produtos Younder

younder



Tecnologia telemática, a aliada na economia de custo de combustível

Ferramentas inovadoras ajudam as empresas de logística e transporte a navegarem melhor pela “nova normalidade”, com melhor uso mais eficiente de combustível e mais cuidado e atenção ao comportamento dos condutores

Os gestores de frota entendem a importância da economia de combustível, especialmente em um momento tão incerto para muitas indústrias brasileiras, enquanto tentam navegar na “nova normalidade”. No entanto, pode ser difícil identificar as etapas necessárias para atingir a eficiência do combustível a fim de economizar dinheiro no longo prazo. A pandemia afetou os preços desde o petróleo bruto até os produtos de petróleo refinados, como o diesel, fazendo com que os preços do petróleo inicialmente caíssem abruptamente devido às medidas de isolamento e depois subissem em disparada novamente com o aumento da demanda. A tecnologia telemática pode ser uma grande aliada para as empresas brasileiras de logística e transporte, ajudando-as a navegar melhor pela “nova normalidade” por meio do melhor entendimento do uso de combustível de seus veículos e dos comportamentos dos motoristas, os quais podem impactar diretamente na economia de combustível.

A Geotab, líder global em IoT e transporte conectado, desenvolveu soluções telemáticas para monitorar o uso de combustível, que podem ser usadas para ajudar as frotas a reduzir seus custos. Com os dados fornecidos por essa tecnologia, os gestores de frota não apenas podem medir quais aspectos de suas frotas estão consumindo mais combustível, mas também podem gerenciar e utilizar as informações coletadas para tomar decisões embasadas sobre seus veículos.

A localização em tempo real e a análise dos dados da frota ajudam as empresas a melhorar a visibilidade geral, permitindo-lhes tomar uma série de ações

Para implementar medidas eficazes de economia de combustível, os gestores de frota devem saber a quantidade exata de combustível consumido pelos motoristas. A tecnologia telemática processa dados de veículos conectados, fornecendo informações em tempo real sobre o comportamento dos motoristas, como velocidade, frenagem brusca e marcha lenta, que podem ter um impacto potencial no uso de combustível do veículo. Ao adotar uma plataforma telemática abrangente, os usuários são capazes de entender, identificar e melhorar esses hábitos, permitindo que seus motoristas reduzam o consumo de combustível e aumentem a eficiência geral, reduzindo custos.

Indo além, a localização em tempo real e a análise dos dados da frota fornecidos ajudam as empresas a melhorar a visibilidade geral, permitindo-lhes tomar uma série de ações, como adotar as medidas de proteção mais eficazes para a segurança dos motoristas, traçar rotas mais eficientes e alertar sobre problemas de infraestrutura na estrada, novamente

ajudando na redução da quantidade de combustível usado e custos de frete.

À medida que empresas e governos em todo o mundo buscam eletrificar as frotas para se tornarem mais ecologicamente corretos, reduzir as emissões de CO₂ e economizar dinheiro, tudo ao mesmo tempo, fica claro que uma transição para veículos elétricos (VEs) exigirá acesso a certas ferramentas e dados necessários para tomar essas decisões importantes. Ao conectar os veículos atuais com motor de combustão interna (ICE) via telemática, os gestores de frota podem medir com confiança as rotas dos veículos e determinar se os VEs podem completar essas viagens com uma única carga de bateria. Essas mesmas informações também ajudam a definir a ordem em que os veículos ICE são substituídos pelos VEs. Além disso, os dados atuais de quilometragem e uso de combustível do ICE ajudam a fornecer a base para calcular a redução de emissão de CO₂, o que é vital para apoiar os argumentos ambientais em favor de veículos movidos à bateria.

Metas de sustentabilidade

Organizações em todo o mundo têm utilizado a telemática para ajudar a cumprir as metas de sustentabilidade de suas frotas. Por exemplo, em agosto de 2020, a empresa de controle de pragas Orkin procurou reduzir o tempo que suas frotas ficavam paradas, a fim de oferecer benefícios ambientais, bem como maior economia de custos. Para enfrentar esse desafio, a Orkin lançou um concurso de frota inovador para incentivar os motoristas a reduzir a marcha lenta do veículo o máximo possível. Utilizando a plataforma telemática da Geotab, a empresa foi capaz de gameficar o desafio, monitorando a quantidade total de tempo ocioso dos motoristas, em vez de ociosidade baseada em exceção.

As soluções telemáticas ajudam a fornecer às frotas as ferramentas de que precisam para operar da melhor forma e ajudar a navegar nestes tempos incertos

Essa competição, com a ajuda da telemática da Geotab, permitiu que a Orkin conseguisse reduzir a ociosidade em 8,4% em um período de três meses. Por meio da telemática, a empresa foi capaz de realizar economias significativas relacionadas à redução do uso de combustível.

Agora, mais do que nunca, o setor de transporte na América Latina está passando por uma transformação exponencial e a atual pandemia da covid-19 continuará a impactar o preço da gasolina no Brasil. As soluções telemáticas são uma grande aliada para ajudar a fornecer às frotas as ferramentas de que precisam para operar da melhor forma e ajudar a navegar nestes tempos incertos. Ao adotar uma plataforma telemática abrangente, as empresas podem começar a processar os dados de sua frota por meio de práticas de gerenciamento sustentáveis, identificar o tamanho correto da frota, melhorar a otimização da rota, iniciar políticas de ociosidade e melhorar o comportamento de direção para reduzir efetivamente os custos de combustível e economizar dinheiro. ■



Eduardo Canicoba

Managing director Brasil e líder de Desenvolvimento de Negócios Latam da Geotab

GEOTAB



O futuro é elétrico

A crescente demanda por veículos movidos à eletricidade torna a tendência das frotas elétricas uma realidade

Carros elétricos já estão entre nós. Eles já passeiam pelas ruas de algumas de nossas cidades. Temos consciência de que há muito pela frente a ser construído, mas vários dados já nos mostram o quanto estamos avançando com a eletrificação em nosso País.

- Existem mais de 60 mil veículos eletrificados rodando no Brasil em 2021.
- Atualmente o País tem mais de 700 eletropostos (semi e totalmente públicos).

Há, inclusive, alguns benefícios para os chamados *early adopters*, ou seja, aqueles usuários que estão a frente da maioria dos consumidores e topam testar ou ter os produtos antes que estes cheguem a *hype*.

Donos de carros híbridos e elétricos já têm direito à isenção total do IPVA em oito Estados brasileiros. São eles: Ceará, Maranhão, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte e Rio Grande do Sul. Hoje em dia, em São Paulo, carros elétricos estão livres de aderir ao rodízio de placas.

Há uma série de boas razões para optar pela eletromobilidade: além da consciência ambiental (elétricos não emitem dióxido de carbono como veículos regulares), a flutuação dos preços dos combustíveis desempenha um papel importante na decisão do gestor de frota.

Além da consciência ambiental, a flutuação dos preços dos combustíveis desempenha um papel importante na decisão do gestor de frota

Impactos no TCO

Em termos de Custo Total de Propriedade (TCO), a eletricidade impacta positivamente o valor dos custos de abastecimento da frota a longo prazo, pois os gastos de



abastecer eletricamente um veículo representa uma economia significativa entre 50% e 70% em comparação com os combustíveis fósseis tradicionais. E ainda, hoje no Brasil não há cobrança da carga elétrica que chega até o carro quando a utilização ocorre em um eletroposto público.

Os custos de serviço também se comparam de maneira extremamente favorável. A manutenção reduzida exigida por veículos elétricos pode estender significativamente o ciclo de vida de cada modelo da frota.

Existe também a facilidade dos condutores carregarem seus veículos em suas próprias casas. Essa experiência economiza o tempo que potencialmente perdemos quando abastecemos nossos carros e pagamos pelo serviço.

Transição da frota

Reduzir a emissão de carbono é um tema em foco para muitas empresas. No entanto, fazer a mudança para uma frota elétrica, com energia mais sustentável, é mais que apenas substituir os carros com motor de combustão interna por elétricos.

Várias reflexões precisam ser feitas e analisadas antes de se fazer a transição. Tudo depende do propósito de seus veículos, para onde precisam ir, quem são os condutores e como eles usam os carros. É necessário considerar que as principais barreiras para a mudança da frota convencional para elétrica atualmente são:

- Oferta de modelos (veículos);
- Custo de aquisição do veículo;
- Infraestrutura de carregamento.



A oferta de carregadores elétricos cresce, mais ainda é um dos grandes desafios para o desenvolvimento sustentável dessa linha de negócios no Brasil

A oferta de carregadores elétricos está crescendo, porém ainda é um dos grandes desafios para o desenvolvimento sustentável dessa importante linha de negócios no Brasil. As estações de carregamento atualmente estão concentradas nos grandes centros, o que exige de muitas empresas criar sua própria estação no local de trabalho ou implantar na casa de seus colaboradores o carregador.

A política de sua frota é outro elemento vital – exige reflexão prévia sobre como as mudanças afetarão sua empresa. Se você oferecer aos seus motoristas um cartão de combustível, por exemplo, como vai reembolsá-los quando se trata de eletricidade?

Vale lembrar também que a educação interna dos seus condutores é crítica para o sucesso — seus motoristas potencialmente nunca dirigiram um elétrico.

Futuro mais sustentável

De acordo com a Corporate Knights, dentre as 100 companhias mais sustentáveis do mundo estão algumas empresas brasileiras. Em um País de dimensões continentais, isso é de grande relevância, pois mostra que o cuidado com o meio ambiente é benéfico a todos.

Quando uma empresa demonstra esse zelo, isso ajuda a conquistar clientes, visto que é uma das características procuradas pelos consumidores, além da qualidade e preço justo dos produtos e serviços.

Um estudo da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos Automotores (Anfavea) mostra que, até 2035, os veículos eletrificados poderão representar até 62% da frota de carros do Brasil.

Seja qual for a sua configuração de frota, é preciso entender qual a melhor estratégia para começar o *switch on*, ou seja, o momento de trocar os veículos de motor a combustão para veículos elétricos. ■



Roberta Ferreira

Gerente de Produtos e Inovação da ALD Automotive Brasil



Renault entrega veículos para a frota da Americanas



A Renault do Brasil entregou 100 Renault Kangoo E-Tech Electric que serão incorporadas à frota da Americanas S.A., gigante nascida a partir da combinação das operações da Lojas Americanas e B2W Digital. Os veículos serão utilizados para as entregas do tipo *last mile*, ou seja, do centro de distribuição para o consumidor.

Os 100 novos veículos serão distribuídos em nove cidades brasileiras, espalhadas em sete Estados, oferecendo mais conforto, segurança e praticidade para os motoristas entregadores, bem como contribuindo para as metas de descarbonização do *e-commerce*. “A Renault possui dez anos de

experiência no desenvolvimento, fabricação e comercialização de veículos elétricos. Esse pioneirismo nos permite oferecer soluções para empresas que têm objetivos de redução do impacto ambiental, por meio da eletrificação da frota”, afirma Ricardo Gondo, presidente da Renault do Brasil.

Para a Unidas, empresa responsável pela terceirização dessa frota, essa importante operação reforça o pioneirismo da empresa na estruturação de frotas 100% elétricas para empresas. Com a entrega dos 100 novos utilitários, a Americanas contará com mais de 500 modelos em sua frota ecoeficiente. ■

Fonte: Imprensa Renault do Brasil

Vendas do Nissan Leaf chegam ao Centro-Oeste



Modelo pioneiro na massificação dos veículos 100% elétricos, o Nissan Leaf já está disponível para os consumidores da região Centro-Oeste. A comercialização é parte da segunda fase do plano de eletrificação da marca no País, anunciada recentemente pela fabricante japonesa para dar continuidade e consistência ao caminho que começou a percorrer em 2019, quando foi lançada a primeira fase.

Com a ampliação das concessionárias que vendem o modelo, a Nissan passou das sete concessionárias em cinco Estados e no Distrito Federal, em três regiões do País, para 44 lojas, que estarão distribuídas por 15 Estados e o Distrito Federal, em todas as regiões.

No Centro-Oeste serão cinco concessionárias habilitadas para vender e dar assistência técnica ao Nissan Leaf: Goiânia, Cuiabá, Rondonópolis, Sinop e Brasília.

Ainda na segunda fase do plano de eletrificação, a Nissan está preparando novas ações para reforçar a mobilidade elétrica no País. Além da expansão das concessionárias credenciadas para a venda do Leaf, o projeto conta com três outros pilares:

contribuir com a rede de infraestrutura de recarga, desmistificar dúvidas sobre a utilização e funcionamento dos carros elétricos e formar novas parcerias para permitir que o Brasil desenvolva conhecimento e tecnologia ligados à eletrificação. ■

Fonte: Imprensa Nissan Brasil

Ford E-Transit inicia testes com frotistas



A Ford iniciou um programa de testes da E-Transit, versão elétrica da Transit, nos Estados Unidos, em parceria com grandes frotistas que vão rodar com unidades de pré-produção do veículo antes da sua chegada ao mercado local, no início de 2022. Iniciativa semelhante está sendo desenvolvida também na Europa.

As empresas participantes são de diferentes segmentos, desde locação, entregas, serviços e manutenção até telecomunicação e concessionárias. Além de testar o desempenho da van elétrica, elas poderão identificar as melhores rotas e experimentar as soluções de

carregamento e gerenciamento da frota desenvolvidos pela Ford Pro, nova divisão de veículos comerciais da marca, que este ano iniciou suas operações também no Brasil.

“Nossos clientes estão nos dizendo que têm objetivos ambiciosos de sustentabilidade e redução das emissões de carbono na sua frota com a integração de veículos elétricos”, disse Ted Cannis, CEO da Ford Pro. “A E-Transit e o ecossistema Ford Pro, especialmente as soluções de carregamento, têm um papel chave na conquista desses objetivos sem atrapalhar os resultados dos seus negócios.” ■

Fonte: Imprensa Ford

Stellantis apresenta os mais recentes elétricos



A Stellantis foi uma das empresas que esteve presente no Electric Experience, no Haras Tuiuti, na cidade de Tuiuti, interior de São Paulo. O evento foi realizado de 30 de novembro a 5 de dezembro, com *test-drives* e uma série de conteúdos sobre o universo da eletrificação. A Stellantis participou com quatro veículos elétricos das marcas Fiat, Peugeot e Citroën.

Os recém-lançados furgões elétricos Peugeot e-Expert e Citroën e-Jumpy estiveram pela primeira vez no Brasil em um evento público. Na pista de *test-drive*, foi possível experimentar a condução dos mo-

delos e conhecer as particularidades de cada um.

Já o Peugeot e-208GT foi uma das atrações entre os veículos de passeio no evento. O modelo alia esportividade, força, tecnologia e eletrificação para agradar todos os gostos e preferências de condução. Também estava disponível para testes o Fiat 500e, o primeiro veículo elétrico das marcas do grupo a chegar ao Brasil, em agosto de 2021. Clássico e charmoso, o modelo traz uma série de tecnologias que transportam o condutor para o futuro. ■

Fonte: Stellantis Press

Mercedes-Benz lança agendamento online



A partir de dezembro, os clientes de automóveis Mercedes-Benz terão uma jornada virtual ampliada com a chegada de um pacote de agendamento de serviços de manutenção totalmente integrado ao site oficial da marca e conectado com a rede de concessionários. Em um processo simples e intuitivo, os clientes da marca terão acesso direto a múltiplas possibilidades de agendamento, reduzindo o fluxo e facilitando o processo de manutenção, seja ela preventiva ou corretiva.

No site institucional da marca, estarão disponíveis opções como primeira revisão, pequenos reparos

de pintura/funilaria, ação de *recall* ou uma oferta de contrato de manutenção por exemplo.

“Nosso objetivo é sempre tornar a jornada de nossos clientes em um momento único e marcante, desde o momento da compra até a manutenção. A pandemia acelerou todos os processos de digitalização e seguimos trabalhando firmes em oferecer para nossos clientes e fãs as melhores experiências, sejam em nossos *showrooms* e oficinas físicas ou virtuais”, afirmou o *head* de Pós-Venda da Mercedes-Benz Cars & Vans Brasil, Dirlei Dias. ■

Fonte: Imprensa Mercedes-Benz

VW anuncia atualizações remotas de software



A Volkswagen dá um grande passo rumo a tornar-se uma provedora de mobilidade orientada por *software* com sua estratégia Accelerate. A partir de agora, todos os modelos ID. começarão a receber imediatamente atualizações de *software* regulares por meio de transferência móvel de dados. Anteriormente, essas atualizações estavam disponíveis apenas como parte de uma fase de testes para os clientes registrados no “ID. First Movers Club”. A versão “ID. Software 2.3” disponibiliza novas funções e otimiza as já existentes. A conexão em rede toda a frota ID. permitirá à Volkswagen criar uma base para novos modelos de negócios voltados ao cliente.

“A disponibilidade total de nossos Over-the-Air Updates – atualizações remotas – reforça a capacidade de inovação da Volkswagen e cria a base de uma experiência digital completamente nova para o cliente”, afirmou o CEO da Volkswagen, Ralf Brandstätter.

No futuro, a empresa planeja entregar aos seus clientes um *software* gratuito a cada 12 semanas, mantendo seus veículos atualizados e aperfeiçoando a experiência de uso dos produtos. A Volkswagen também quer manter-se em contato com seus clientes após a venda ou locação do carro para fornecer serviços digitais. ■

Fonte: Imprensa VW do Brasil

Ford testa veículos com tecnologias dos games



A Ford sempre teve uma ligação forte com o mundo dos games, trabalhando em parceria com desenvolvedores para que os carros sejam vistos com máximo realismo nas telas. Agora, a empresa faz o caminho inverso e aplica os recursos aprendidos nos games para revolucionar o processo de desenho e teste de seus veículos.

Esse aprendizado foi aprimorado com o desenvolvimento do Team Fordzilla P1, o primeiro carro da história criado em parceria com gamers, que saiu das telas e se tornou um modelo em escala real.

Na Europa, os engenheiros criaram um curto *videogame online*

para saber se os consumidores preferiam acionar o estacionamento automático apertando o botão apenas uma vez ou o mantendo pressionado até o final. No total, 88% preferiram apertar o botão só uma vez, trazendo informações valiosas para aprimorar o sistema. O jogo mostrava também uma vaca atravessando na frente do veículo para testar a rapidez de resposta dos participantes e ajudar a definir a melhor velocidade da manobra. Os testes virtuais permitem conhecer melhor as preferências dos clientes para incorporá-las no desenvolvimento do veículo. ■

Fonte: Imprensa Ford

Apps da BMW permitem agendar manutenções



Os aplicativos My BMW APP e o Mini APP permitirão que o cliente agende o serviço desejado na concessionária de preferência. E os clientes da BMW e MINI Serviços Financeiros agora podem acessar o Portal do Cliente com poucos toques no *smartphone*. Por meio do portal, é possível acompanhar o financiamento, emitir segunda via de boleto, simular antecipação de parcelas e valor para liquidação do contrato. Caso o cliente prefira, também é possível fazer todos os processos via *site*.

A BMW é líder em conectividade e tem mais de 65 mil veículos

conectados no mercado brasileiro. O BMW ConnectedDrive e o Mini Connected fornecem diversas funcionalidades, como chamada de emergência inteligente, informações de trânsito em tempo real e concierge.

Todos os dados disponíveis são comunicados pelo próprio carro, tudo sem usar o celular do cliente, o próprio veículo tem o seu próprio SIM Card. É possível acionar vários componentes do carro a distância, saber a autonomia de combustível, acessar as câmeras 360 e 3D remotamente, entre outros serviços. ■

Fonte: Imprensa BMW Group

GM vai reduzir em até 43% emissão de carros no Brasil



A GM é uma das empresas que mais investe em desenvolvimento de produtos e tecnologias inovadoras no País. Tanto que os carros da Chevrolet foram os que mais avançaram em eficiência energética durante o programa Inovar-Auto (22%). Agora, para a próxima fase do Programa de Controle da Poluição do Ar por Veículos Automotores (Proconve), o L7, a marca dá outro salto evolutivo, chegando a 43% de redução média dos gases por modelo.

"A GM anunciou seu compromisso de se tornar uma empresa neutra em carbono até 2040, e estamos avançando globalmente neste sentido. Parte importante

desse processo é tornar cada vez mais sustentáveis nossos veículos a combustão até a migração do mercado para os carros 100% elétricos, os únicos zero emissão", disse Santiago Chamorro, presidente da GM América do Sul.

Para o Proconve L7, a empresa investiu desde pesquisa e desenvolvimento de produto até na atualização da linha de montagem, já que há mudanças importantes em sistemas de veículos, como o de exaustão e de armazenamento e distribuição de combustível. Outra alteração está na inteligência dos softwares que gerenciam motor e câmbio. ■

Fonte: Imprensa GM do Brasil

Nissan e ZMatch firmam parceria de carsharing



A Nissan e a ZMatch se uniram para disseminar a cultura da mobilidade elétrica e da energia limpa no Brasil. A parceria foi anunciada durante o Electric Experience, evento focado em *test-drives* em pista com carros 100% elétricos realizado de 30 de novembro a 5 de dezembro em Tuiuti, São Paulo.

O primeiro resultado dessa parceria será a utilização de sete modelos 100% elétricos Nissan Leaf no programa de compartilhamento e experiência de carros (*carsharing*) que está sendo implementando na cidade de São Paulo pela ZMatch – uma plataforma que oferece um

novo conceito para cuidar, comprar e vender carros. Com isso, tanto a Nissan quanto a ZMatch avançam na mesma direção de disponibilizar os carros elétricos para mais brasileiros, proporcionando o conhecimento da mobilidade inteligente na prática.

Inicialmente, os Nissan LEAF estarão disponíveis em aproximadamente 20 "estações" na capital paulista para associados da ZMatch, colaboradores das empresas envolvidas e convidados. Gradativamente, o objetivo é aumentar os locais de retirada e devolução dos carros e abrir para outros públicos. ■

Fonte: Imprensa Nissan Brasil

Ford testa entrega de encomendas no veículo



A Ford iniciou um projeto piloto em parceria com a Hermes, uma das maiores empresas de encomendas do Reino Unido, que usa o veículo do cliente como ponto de entrega. Optando pela "Entrega Segura no Veículo", os pacotes são depositados diretamente no porta-malas do carro, que é aberto e fechado por meio do aplicativo FordPass.

O objetivo é oferecer mais conveniência nas compras *online*, que continuam crescendo e já respondem por 30% das vendas no varejo no Reino Unido. Além de facilitar a vida das pessoas que retornaram

ao trabalho presencial e não estão mais em casa para receber as encomendas, o sistema atende quem está em *home office* e não quer ser interrompido para atender a porta. A novidade agiliza também o trabalho dos entregadores, que ficam livres de tocar campanhas, subir escadas ou encontrar um vizinho para receber o pacote quando ninguém atende. O novo serviço permite entregas em veículos estacionados a até 300 metros do endereço residencial do cliente, excluindo estacionamentos de vários andares ou fechados. ■

Fonte: Imprensa Ford

Renault e Copel abrem programa de locação



A Renault do Brasil, em parceria com a Companhia Paranaense de Energia (Copel), amplia as operações do serviço de *carsharing* e locação de curta duração para os colaboradores da geradora e distribuidora de energia paranaense. Nesse novo projeto de mobilidade, serão disponibilizados dois veículos Zoe, 100% elétricos, que poderão ser utilizados para fins profissionais e particulares, por cerca de 2,5 mil funcionários da sede da Copel, em Curitiba.

O agendamento é realizado por meio do aplicativo Mobilize Share, que permite aos colaboradores da Copel visualizarem a disponibilidade dos veículos e fazerem a reserva,

na modalidade de *carsharing*, com até 23 horas de uso, ou locação de curta duração, com cobrança por dia, em períodos de dias ou semanas.

A iniciativa na Copel se une a outras soluções de mobilidade da Renault. Exemplos disso são a adoção pioneira do sistema Mobilize Share, dentro do Complexo Industrial Ayrton Senna, para os colaboradores Renault. O Mobilize Share também é utilizado nas parcerias de *carsharing* e locação de curta duração instaladas na Federação das Indústrias do Estado do Paraná (Fiep), Lactec, Casa LIDE e na concessionária Globo, em Curitiba. ■

Fonte: Imprensa Renault

AACD teleton 2021

GEOVANNA,
PACIENTE DA AACD.

Cada **DOAÇÃO** é um movimento.
Todo movimento é **INCLUSÃO**.

#Movimentoéinclusão

DOAÇÕES DE TELEFONE FIXO E PÓS-PAGO*:

0500 12345 05 - para doar R\$ 5*

0500 12345 20 - para doar R\$ 20*

0500 12345 40 - para doar R\$ 40*

*Telefone fixo: R\$ 0,39/minuto + impostos
Telefone móvel: R\$ 0,71/minuto + impostos

Doar faz bem para você também!

Acesse teleton.org.br,
faça um pix para
doeteleton@aacd.org.br
ou leia o QR Code:



Veloe também é



A ROTA MAIS INTELIGENTE PARA SUA FROTA

Veloe conta com a solução completa para um controle mais eficiente da sua frota.

Além de caminho livre em pedágios, estacionamentos e Vale-Pedágio, é possível, através do Alelo Frota, realizar toda a gestão de abastecimento e incluir serviços como gestão de manutenção, assistência 24h e telemetria.

Economia e praticidade para sua carga chegar com mais segurança e agilidade aonde precisa.

Saiba mais em:



veloe