

REI DA ESTRADA

ANO XIII N: 61



SETEMBRO OUTUBRO 1995

P93



O NOVO CAMINHÃO DA SCANIA

editorial



Hans Hedlund
Presidente da
Scania do Brasil

UM NOVO MARCO

Estamos vivendo mais um importante nas atividades da Scania no Brasil, com a introdução no mercado brasileiro de um novo caminhão: o P93.

Tradicionalmente, o nosso conceito é de trabalharmos na faixa dos pesados e dos extra-pesados, o que consolidou a Scania como um dos mais importantes e avançados fabricantes de caminhões pesados, no Brasil e no mundo.

E nesse aspecto, o P 93 é uma grande novidade para nossas operações no Brasil. É um caminhão com motor de 9 litros e 252 cavalos de potência, com o qual inauguramos uma nova faixa de atuação no mercado brasileiro: a de caminhões com capacidade para até 33 toneladas de carga, destinados à ampla gama de operações de transporte, como coleta e distribuição urbana de mercadorias, construção civil, mineração ou mesmo cargas rodoviárias.

Esta é uma faixa de mercado expressiva no Brasil, com uma demanda da ordem de 6 mil caminhões por ano. E a Scania, com este produto, deverá participar ativamente deste segmento.

O novo caminhão representa, também, mais um passo na integração industrial e das operações da Scania na América Latina. É um veículo concebido e produzido dentro do espírito do Mercosul e do nosso sistema integrado de produção entre Brasil e Argentina.

Este novo veículo é também mais uma afirmação da nossa crença e confiança no mercado brasileiro de veículos de transporte.

É esta crença e esta confiança que nos tomam determinados a seguir investindo continuamente capitais e tecnologias no Brasil e na América Latina, aqui fabricando produtos que sejam soluções de transporte e que possam, efetivamente, contribuir para dotar a região de um moderno e eficiente sistema de transporte rodoviário de carga e passageiros.

índice

4

P 93

Com capacidade para até 33 toneladas e equipado com um motor de 252 cv, o P 93 reúne a melhor solução para coleta e distribuição urbana de mercadorias além de também ser uma interessante opção para a carga rodoviária e movimentação de materiais em obras civis.



10 14

CERVEJA

De baixo teor alcoólico, a
cerveja é a bebida preferida
dos brasileiros.
Conheça um pouco mais
sobre sua fabricação e
transporte.

CABINAS

A nova fábrica de cabinas reúne
o que há de mais moderno em
tecnologia ambiental e de
pintura de cabinas.

18

CCE

Única empresa de áudio e
vídeo de capital nacional, a
CCE tem capacidade para
produzir mais de 10 milhões
de aparelhos eletrônicos por
ano. Para escoar esta
produção a empresa está
padronizando sua frota com os
caminhões da linha R.

REI DA ESTRADA

Publicação bimestral da
Scania do Brasil Ltda.
Editada pela Divisão de
Assuntos Legais e Institucionais

Diretor:
Mauro Marcondes Machado

*Gerente de Comunicação
Social:*
Ademar Cantero

Editor Responsável:
Márcio Siqueira Stéfani
(Mtb 18.644)

Redator:
Mauro Cassane
(Mtb 19.786)

Colaborador:
Marcos Rozenkwiat

Diagramação:
Multimagem

Edição Eletrônica:
Grupo M3

Foto capa:
Emanuel A. P.

Correspondência: Av. José Odorizzi, 151
São Bernardo do Campo - SP - CEP
09810-902

É autorizada a reprodução de qualquer
matéria editorial, desde que citada
a fonte.

Tiragem desta edição:
60.000 exemplares.

Durante a última Brasil Transpo, que aconteceu em outubro, em São Paulo, a Scania apresentou oficialmente ao mercado brasileiro seu novo caminhão. Trata-se do P 93, equipado com motor de 9 litros e potência de 252 CV e que atenderá à faixa de mercado de veículos de transporte destinados igualmente à coleta e distribuição urbana de mercadorias, cargas rodoviárias e movimentação de materiais em obras civis.

P93

UMA NOVA OPÇÃO ATÉ 33 TONELADAS



reportagem

A Scania aproveitou a realização da Brasil Transpo, em outubro, em São Paulo, para apresentar ao mercado brasileiro o novo caminhão da marca que marcará a sua entrada em uma nova faixa de mercado: a de veículos destinados para operar igualmente em serviços de coleta e distribuição urbana de mercadorias, cargas rodoviárias e movimentação de materiais em obras civis.

Trata-se do modelo P 93, um caminhão de cabina avançada (cara-chata), equipado com motor de 9 litros, de 6 cilindros em linha e potência de 252 CV (alto-torque), caixa de câmbio de 8 velocidades e capacidade máxima de tração de 33 toneladas.

O P 93 sintetiza os avanços tecnológicos da Scania num veículo ágil, potente e confiável, equipado com um chassi robusto e flexível. Além disso, é um caminhão confortável, de fácil condução e muito econômico. Todas estas características, aliadas à sua equilibrada relação entre potência, peso e dimensões, lhe permitem ser rápido na estrada e ágil no trânsito urbano.

Adequação perfeita

O conceito de construção modular da Scania permite que o Scania P 93 seja equipado com uma cabina mais baixa, aliando o já conhecido nível de conforto, design, ergonomia e segurança dos veículos da marca a uma maior facilidade de entrada e saída para o motorista, característica que o torna especialmente adequado para os serviços de coleta e distribuição de produtos, tornando-o igualmente adequado a aplicações rodoviárias, pois o conforto na cabina é um dos fatores determinantes na produtividade.

Nesse sentido, o acesso à cabina se dá através de degraus ergonomicamente colocados, aliados ao amplo vão de entrada e ao grande ângulo de abertura das portas.

A altura da cabina e a posição do motorista (mais baixa e avançada) também



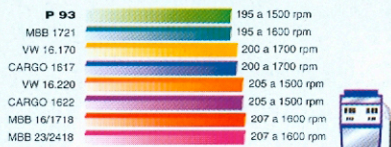
Com o P93, a Scania passa a comercializar no Brasil sua linha completa de caminhões: 93, 113 e 143.

Foto: Emanuel A. P.

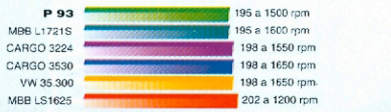


Consumo Específico Mínimo de Combustível (g/kWh)

Caminhões 6x2

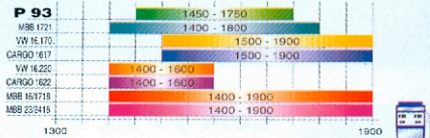


Cavalos-mecânicos 4x2

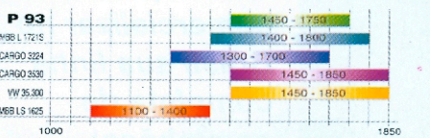


Faixa Econômica de Utilização (rpm)⁽¹⁾

Caminhões 6x2



Cavalos-mecânicos 4x2



Velocidade na Faixa Econômica do motor.⁽²⁾

Caminhões 6x2



Cavalos-mecânicos 4x2



O mesmo conforto, segurança e ergonomia já tradicionais dos caminhões Scania ...

foram especialmente estudadas de forma a favorecer plenamente a visibilidade no trânsito e em trajetos com esquinas e conversões. E como o aspecto visibilidade é fundamental para operações em perímetros urbanos e rodoviárias, o P 93 oferece, ainda, a mesma área envidraçada e amplitude de visão pelos retrovisores já característicos dos demais caminhões Scania.

Internamente, a cabina do P 93 também conta com a mesma ergonomia já tradicional de todos os caminhões Scania. O sistema de ventilação e de aquecimento tem capacidade para renova-

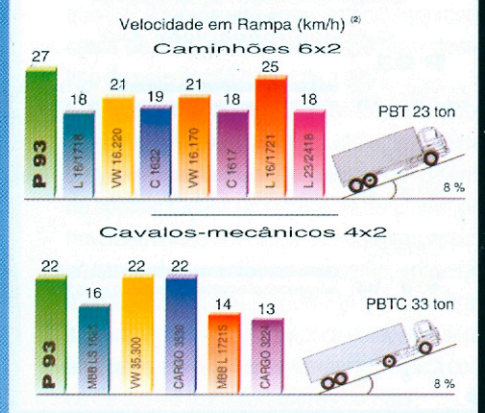
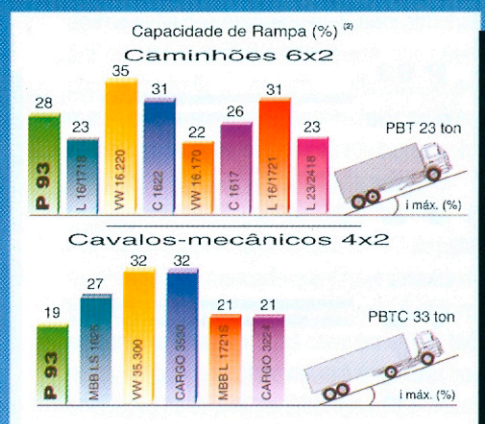
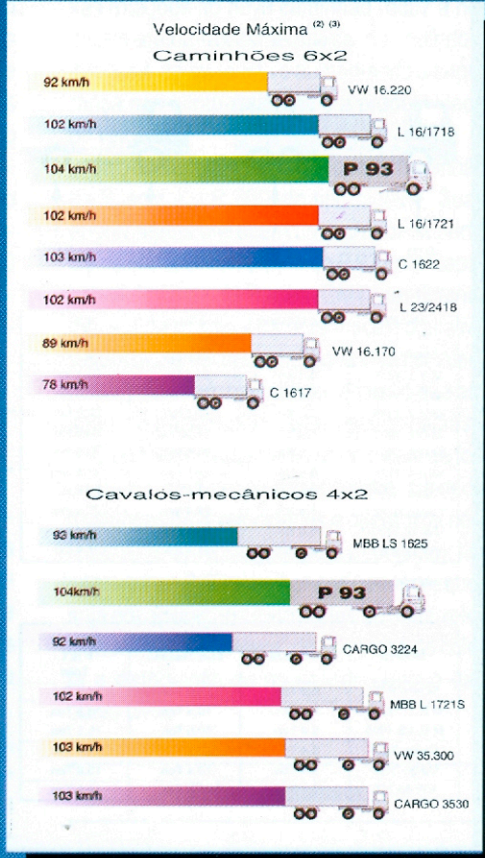


Fotos: Emanuel A. P.

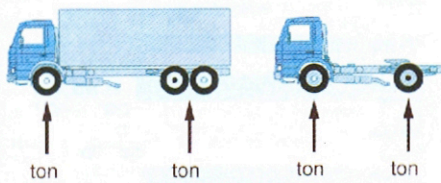
ção do ar em apenas 40 segundos; o painel envolvente permite fácil leitura e operação dos comandos; todos os símbolos e indicadores são de fácil compreensão; e as luzes e as cores dos instrumentos foram projetadas para que a visualização seja perfeita a qualquer hora do dia ou da noite.

Além disso, é o único caminhão no seu segmento de mercado que oferece duas opções de cabina: simples (CP 13) ou leito (CP 19), esta última equipada com uma cama de 70 centímetros de largura, ambas oferecendo um bom espaço interno para o motorista e seu acompanhante. Isto permite ao transportador perfeita adequação do veículo às suas neces

... fazem do P93 um veículo adequado tanto para aplicações urbanas quanto rodoviárias.



Capacidade Técnica dos Eixos



Caminhões 6x2

Modelo	Eixo Dianteiro	Eixo Traseiro (3º eixo adapt.)	P.B.T. Total
Scania P 93	6,5 ton.	22,0 ton.	28,5 ton.
M.B. L 1616	5,0 ton.	21,5 ton.	26,5 ton.
M.B. L 1718	6,0 ton.	21,5 ton.	27,5 ton.
M.B. L 2318	5,0 ton.	17,5 ton.	22,5 ton.
M.B. L 2418	6,0 ton.	17,5 ton.	23,5 ton.
M.B. L 1621	5,0 ton.	21,5 ton.	26,5 ton.
M.B. L 1721	6,0 ton.	21,5 ton.	27,5 ton.
Cargo 1617	6,0 ton.	21,4 ton.	27,4 ton.
Cargo 1622	6,0 ton.	21,4 ton.	27,4 ton.
VW 16.170 BT	6,0 ton.	21,4 ton.	27,4 ton.
VW 16.200	6,0 ton.	21,4 ton.	27,4 ton.

* Considerando 11 ton. como capacidade técnica do 3º eixo adaptado.

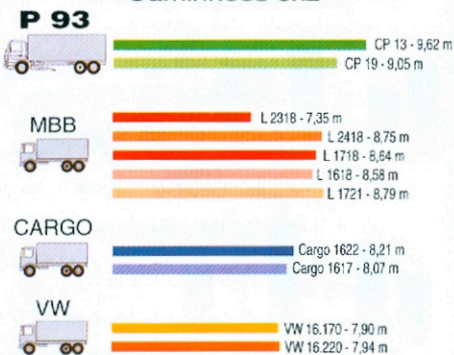
Cavalos-mecânicos 4x2

Modelo	Eixo Dianteiro	Eixo Traseiro	P.B.T. Total
Scania P 93	6,5 Ton.	11,0 Ton.	17,5 Ton.
M.B. L 1721S	6,0 Ton.	10,5 Ton.	16,5 Ton.
M.B. LS 1625	5,0 Ton.	10,5 Ton.	15,5 Ton.
Cargo 3224	5,4 Ton.	10,4 Ton.	15,8 Ton.
Cargo 3530	5,4 Ton.	10,4 Ton.	15,8 Ton.
VW 35.300	5,4 Ton.	10,4 Ton.	15,8 Ton.



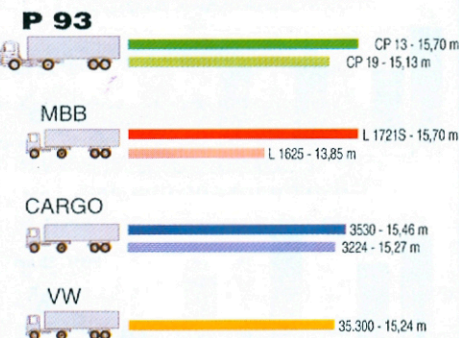
Comprimento Máximo de Carroceria ⁽⁴⁾

Caminhões 6x2



Comprimento Máximo de Semi-reboque ⁽⁴⁾
(Composição 18,15 m)

Cavalos-mecânicos 4x2



Motor de 9 litros e 252 CV:
um dos mais recentes
projetos da
marca, possui
potência
adequada para o
transporte de até
33 toneladas.



sidades e preferências, seja em aplicações urbanas, rodoviárias ou de movimentação em obras civis.

Última geração tecnológica

Com relação à motorização, o novo motor DSC 9, turboalimentado com Intercooler, que equipa o caminhão P 93 é um dos mais recentes desenvolvimentos da Scania. Nele, um regime de baixas rotações permite um funcionamento silencioso, longa vida útil e baixa emissão de gases, com otimização do consumo. Os cabeçotes dos cilindros são individuais, permitindo um ajuste perfeito.

Este novo motor possui 252 CV (185 kW) de potência máxima a 2.200 rpm, torque máximo de 101 Kgfm (995 Nm) a 1.200 rpm e um consumo específico de 195 gkW/h a 1.500 rpm. A rotação de potência máxima de 2.200 rpm dá ao motor a necessária elasticidade e o alto torque, a 1.200 rpm, permite melhor sustentação da marcha e retomada de velocidade que, combinado ao baixo consumo em rotações normais de trabalho, determina alta produtividade e economia.

Além disso, o motor DSC 9 foi concebido a partir de um conceito revolucionário, onde todos os componentes que podem operar em bai-

tas temperaturas estão localizados em um lado, enquanto os demais foram agrupados do lado oposto. Dessa maneira, o sistema de injeção está salvo do excessivo calor e das variações de temperatura, proporcionando melhor controle da injeção e alto rendimento.

Em termos de meio ambiente, este novo motor da Scania possui nível de emissões ideais, atendendo plenamente às normas EURO 1 de emissões de legislação ambiental, vigente na Europa, que requer grande avanço tecnológico.

Operação simplificada

O P 93 está equipado com uma caixa de mudanças totalmente sincronizada, única em sua categoria, do tipo GR 801, de 8 marchas divididas em dois setores (4 + 4), um de alta e um de baixa. Suas principais características são a ampla faixa de relações de redução e a troca de marchas suave e fácil de executar.

A primeira marcha tem uma relação curta, oferecendo força suficiente para partidas suaves, especialmente em subidas. A oitava marcha — direta — reduz ao mínimo as perdas na velocidade de cruzeiro e diminui, assim, o consumo de combustível e os custos da operação. Além disso, o alto torque a bai-

xas rotações do novo caminhão reduz a necessidade de trocas de marca, diminuindo o desgaste do motorista e aumentando a segurança nas ultrapassagens e a produtividade do veículo.

Já o diferencial que equipa o novo caminhão da Scania é o R 660, do tipo hipóide. Suas engrenagens oferecem uma grande superfície de contato, conferindo ao P 93 uma Capacidade Máxima de Tração (CMT) de 33 toneladas. Sua principal característica é a alta resistência, permitindo uma longa vida útil. Além disso, possui um mecanismo de trava que assegura a tração sobre pistas escorregadias.

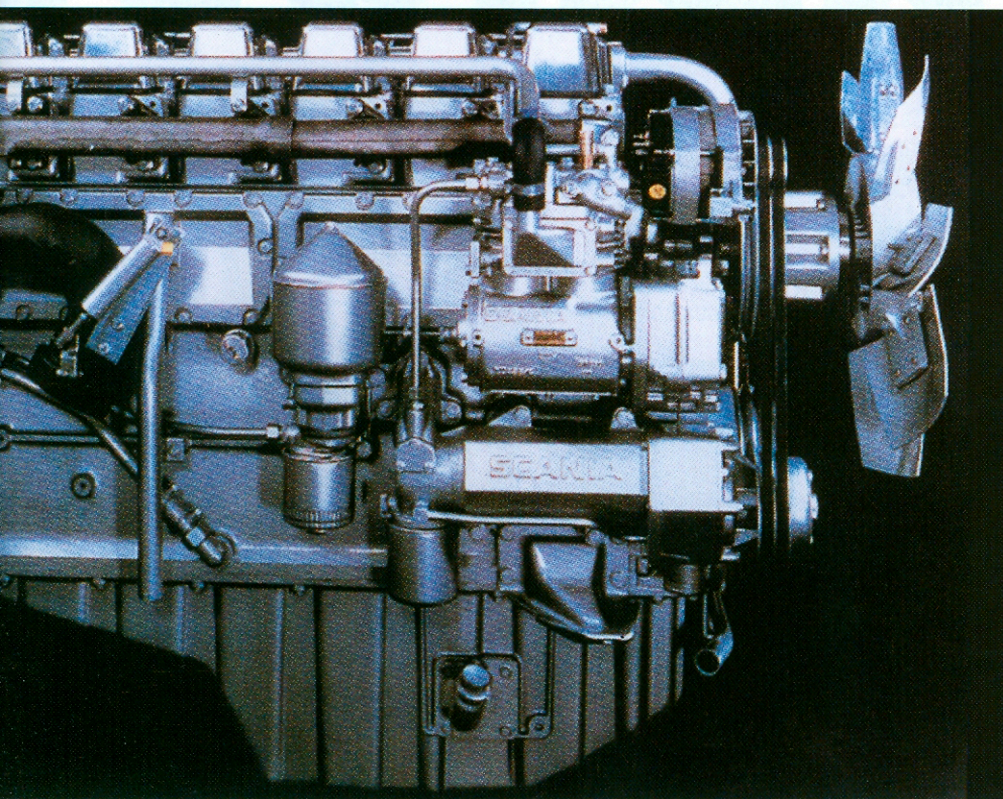
O perfeito entrosamento entre o trem de força (motor de alta potência e torque, caixa de mudanças de 8 velocidades e diferencial perfeitamente dimensionado para o conjunto), asseguram ao P 93 a melhor performance, quer seja em aplicações rodoviárias de altas velocidades, no "anda-para" dos serviços de coleta e distribuição ou no serviço pesado das obras civis.

Futuro promissor

Todas estas características fazem do P 93 um veículo extremamente avançado e superior aos seus concorrentes diretos em praticamente todos os itens de comparação. É um caminhão ágil na cidade e rápido na estrada, que opera com economia e conforto, constituindo em mais um exemplo da filosofia da Scania em oferecer aos seus clientes as melhores soluções possíveis em veículos de transporte.

Segundo avaliação do departamento de marketing da Scania do Brasil, o P 93 disputará uma faixa de mercado que é hoje calculada em cerca de 6 mil unidades anuais. A empresa acredita que, por suas características técnicas, o novo caminhão deverá encontrar boa aceitação junto aos transportadores brasileiros. A expectativa da Scania, inclusive, é de que o P 93 já deverá estar participando com cerca de 10% do mercado específico deste tipo de veículo até o final de 1996.

A apresentação do P 93 aos transportadores brasileiros se estenderá até o final deste ano. Isto porque a Scania realizará uma série de apresentações técnicas e "tests-drives" do novo caminhão em várias de suas concessionárias. Estes eventos acontecerão, primeiramente, nas regiões Centro-Sul e Sul do Brasil, quando a empresa espera estar apresentando seu novo lançamento diretamente a cerca de 3,5 mil transportadores do País. ●



fatos

inaugurada no final do primeiro semestre, na unidade industrial de São Bernardo do Campo, em São Paulo, a nova fábrica de cabinas está utilizando processos de produção ainda inéditos na América Latina. Com investimentos da ordem de US\$ 20 milhões, esta unidade produzirá cabinas para atender às fábricas da marca no Brasil, Argentina e México, além de também fornecer componentes para a Europa

Segundo Hans Hedlund, presidente da Scania do Brasil, esta nova fábrica é de estratégica importância para a integração da produção da Scania na América Latina e para a estratégia de globalização da produção da empresa a nível mundial. "Este é mais um passo decisivo para a implantação efetiva da Scania Latin America, criada em fins do ano passado, objetivando a coordenação de nossas atividades na região", afirmou.

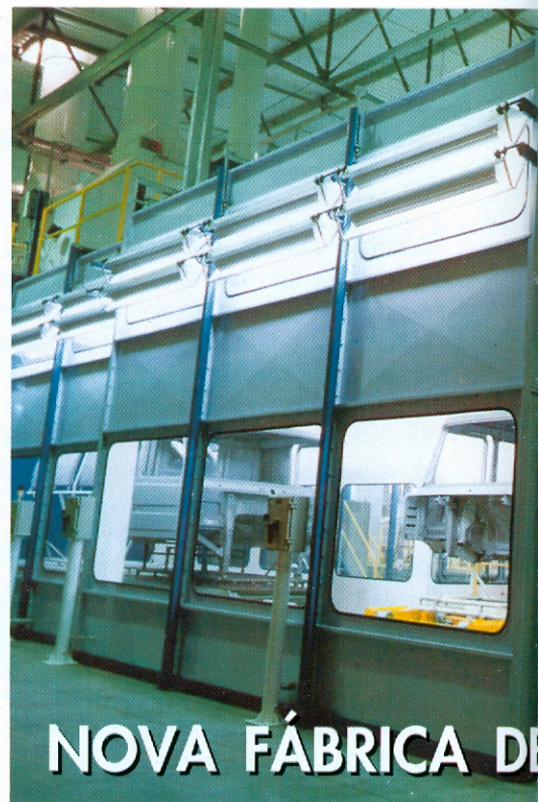
Instalada em uma área de 9 mil metros quadrados dentro do complexo industrial da Scania do Brasil e empregando cerca de 100 pessoas em dois turnos de trabalho, a fábrica está projetada para uma capacidade total de produção de 75 cabinas/dia, devendo fabricar 30 unidades/dia numa primeira fase.

Esta nova fábrica introduz, no Brasil e na América Latina, uma nova tecnologia de pintura a pó e de tratamento das chapas contra a corrosão, resultando em produtos com alta qualidade de acabamento.

A nova planta foi especialmente projetada e construída para receber os equipamentos de tratamento e pintura de cabinas fornecidos pela Asea Brow-Boveri (ABB), da Suécia. É um dos mais modernos sistemas do mundo e que, até hoje, só foram instalados na Suécia e nos Estados Unidos.

"A escolha do Brasil para sediar a nova fábrica de cabinas deve-se ao fato do País

A nova fábrica de cabinas é equipada com um dos mais modernos sistemas de pintura do mundo e está produzindo cabinas para atender as fábricas da marca no Brasil, Argentina e México, dentro da estratégia de integração da produção da Scania na América Latina.



SHOW DE T





CABINAS DÁ UM

Foto: Emanuel A. P.

ECNOLOGIA

ser o maior mercado da Scania e com potencial futuro de expansão, além de já existir na região de São Paulo uma desenvolvida estrutura de produção, com ampla rede de fornecedores de componentes”, afirma Hedlund.

Controle estratégico

A partir de agora, a Scania passa a ter o controle total da produção de suas cabinas dentro da sua própria fábrica. “A cabina é um componente estratégico e, por essa razão, controlaremos o seu desenvolvimento e a sua produção”, afirmou Hakan Samuelsson, diretor industrial da Scania do Brasil. Segundo ele, o conceito de qualidade de produto da Scania, sua filosofia ambiental e de maior produtividade exigem altos investimentos e economia de escala, daí a decisão de se concentrar a produção de cabinas em um único país na América

Latina, no caso o Brasil.

Até aqui, a Scania recebia as cabinas já montadas, com solda completa e pintura “primer” (uma espécie de tinta protetora que é aplicada antes da pintura final). A partir de agora, a empresa passa a receber os componentes em separado para soldagem, tratamento e pintura, tudo isto com maior agilidade e melhor qualidade, principalmente no que se refere à pintura. “Com este novo sistema, a Scania passa a ter no Brasil um padrão de qualidade de Primeiro Mundo, idêntico ao que a empresa utiliza na Europa”, disse o diretor industrial da empresa.

Tecnologia de ponta

O equipamento de preparação e pintura de cabinas que foi instalado pela Asea Brow Boveri na nova fábrica de cabinas da Scania, incorpora uma das mais modernas tecnologias do mundo para este tipo de ser-

O processo de pintura “primer” é com tinta em pó, e não líquida, como normalmente se utiliza. Por isso, esse sistema é revolucionário e inédito na América Latina e um dos mais avançados do mundo. Nele, a cabina, após sofrer vários tratamentos de limpeza, recebe o primer em pó através de eletrostática, ou seja, a tinta em pó é atraída magneticamente para suas paredes. Praticamente todo o processo de pintura é realizado por robôs comandados automaticamente por computadores.

Este novo sistema de pintura resulta em um aumento da camada de tinta, alta resistência na superfície metálica da chapa tratada e, também, melhor acabamento final após pintura, tudo isto possibilitando uma maior vida útil da cabina e, conseqüentemente, do próprio veículo.

Preservação do Meio-ambiente

A nova fábrica de cabinas da Scania foi projetada segundo a filosofia mundial da Scania de preservação ambiental. Este novo sistema de pintura a pó elimina os solventes que antes eram misturados à tinta, e as águas servidas com os resíduos químicos utilizados na preparação da cabina são tratadas na própria fábrica antes de serem devolvidas ao meio-ambiente.

Além disso, a exemplo do que hoje já acontece nas fábricas da marca na Europa, este sistema elimina a utilização do cromo no processo de fosfatização, usando resinas orgânicas, livres de ferro e eliminando, assim, a agressão ao meio-ambiente. ●





Preferência Nacional

O brasileiro gosta de saborear uma “cervejinha”. De baixo teor alcoólico, a bebida, que deve ser servida gelada, conquista, a cada ano, mais e mais adeptos. As grandes produtoras sabem disso e investem pesado nesse segmento que, entre outros segredos, necessita de um transporte dinâmico e eficiente durante todo o ano.

A cerveja é uma bebida usada para confraternizar. A "loira gelada" tem empatia com o estilo brasileiro. Ela se "enturma" e é barata. Um dos assuntos mais discutidos nas mesas dos bares brasileiros é qual é a melhor. Alguns preferem a "número um", outros, a "paixão nacional" e outros, a do "baixinho". Tem os que gostam de fazer charme e pedem as importadas e aqueles que preferem aquelas mais regionais como Bohemia, por exemplo.

A história da cerveja se perde no tempo. Os mais antigos vestígios históricos da bebida recuam 8.000 anos atrás. Presume-se que o homem tenha começado a produzir cerveja desde que conheceu o milho, a cevada e o centeio. Trata-se, portanto, da mais antiga das bebidas alcóolicas.

As primeiras referências explícitas à cerveja datam de 3.000 a.C. e figuram em documentos sumérios encontrados na região mesopotâmica de Sikaru. Dois milênios atrás, na Babilônia, um dos 282 artigos do Código de Hamurabi já prescrevia punições severas a taberneiros desonestos ao servir a bebida. A partir dos sumérios e babilônicos, a cerveja chegou a Europa.

Como é feita

Hoje uma tecnologia sofisticada orienta a produção da cerveja, a começar pelo cultivo da cevada e o tratamento da água. A união das duas dá início à germinação da cevada, interrompida antes que se complete. O cereal semigerminado passa então pela secagem com ar quente e desse ponto em diante muda de nome, transformando-se no malte que vai compor o mosto da etapa seguinte.

Posto para ferver, o mosto recebe o lúpulo, responsável pelo aroma e o sabor do produto final. (Boa parte das cervejas modernas tem também o arroz entre seus ingredientes). Na sequência vem a fermentação, procedimento que evoluiu a partir das pesquisas de Louis Pasteur, o grande cientista francês.

Depois vem a maturação -a cerveja fermentada é transportada para tanques de maturação (adegas), onde ficam a zero grau durante uma a duas semanas. Neste período, aprimoram-se as características de aroma e sabor da cerveja. Finalmente a filtragem -após o término da maturação, a

cerveja é filtrada para adquirir sua limpidez e aspecto brilhante. Depois da carbonatação, a cerveja passa pela adega para checagem de todas as suas características de qualidade e em seguida é envasada.

A cerveja, como qualquer bebida que se queira degustar, exige alguns requintes indispensáveis. Qual a temperatura ideal? O bom senso diz que o importante é o gosto individual, mas a unanimidade afirma que no nosso clima, o ideal é em torno de oito graus Celsius. Não tem sentido tomá-la "estupidamente gelada", pois assim perde grande parcela de seu sabor característico, além de reprimir o paladar.

Com ou sem espuma? Os gostos variam muito, mas cerveja sem espuma não é

quilo de peso, o que corresponde aproximadamente a um litro de cerveja por dia.

Consumo e produção

No mundo existem hoje cerca de 5.000 fábricas de cerveja, abrangendo aproximadamente 15 mil marcas.

No Brasil, apesar da cerveja ser muito apreciada, o consumo é considerado pequeno. Pelo menos pelos cervejeiros. O consumo "per capita" é de 45 litros por ano. O consumo total do país é de 65 bilhões de litros anuais, embora o setor cervejeiro esteja apostando em um consumo entre 80 e 90 bilhões de litros neste ano, em função da estabilidade econômica.



Fotos: Emanuel A. P.

cerveja. Dois dedos de espuma são indispensáveis para manter a conservação do aroma e do sabor, afirmam os mestres cervejeiros.

A cerveja possui grande valor nutritivo, sendo um alimento facilmente assimilado pelo organismo. Um litro de cerveja fornece ao organismo 450 calorias. É uma rica fonte de vitaminas, principalmente do complexo B, e é também uma fonte de proteínas.

Pesquisas mostram que a cerveja pura, tomada em doses moderadas, só tem efeitos positivos no organismo: melhora da capacidade física, redução do stress, da pressão alta e dos riscos de infarto.

Mas é bom lembrar que moderação significa, no máximo, um grama de álcool por

Mas na Venezuela, cuja população é bem menor que a do Brasil, o consumo "per capita" é de 60 litros por ano. Nos Estados Unidos, o consumo "per capita" atinge 160 litros. A Alemanha, embora tenha um inverno rigoroso, lidera o consumo mundial e alcança os 180 litros anuais.

Mas na produção, o Brasil está bem colocado e figura na lista dos vinte maiores produtores de cerveja do mundo, liderada pelos Estados Unidos, Alemanha e Grã-Bretanha. A produção brasileira é de 70 bilhões de litros.

Neste ano, as vendas brasileiras estão ultrapassando as expectativas. Tomando como base o mês de junho, a comercialização deve crescer 40% em



1995, diz Carlos Eduardo Jardim, vice-presidente do Sindicato Nacional da Cerveja. O faturamento do setor estimado para este ano é de US\$ 6 bilhões.

Contamos com a "número 1", a Brahma, líder do mercado brasileiro, com uma produção de 3,6 bilhões de litros de cerveja, 15 fábricas no Brasil, uma na Argentina e outra na Venezuela, empregando 9 mil trabalhadores. A empresa poderia ter vendido 20% mais no ano passado se tivesse produção suficiente. A Brahma investe anualmente cerca de US\$ 40 milhões apenas na área de marketing. Desse total, US\$ 25 milhões só no segmento de cerveja.

Temos ainda a "paixão nacional", a Cia Antarctica, segunda no ranking brasileiro, também se posiciona como uma das maiores fabricantes de cerveja do mundo, com 23 fábricas de cerveja, além de 14 unidades de embotalhamento de chopp, com uma capacidade instalada de 37 milhões de hectolitros por ano (inclui cerveja e refrigerantes). A empresa não divulga a produção só de cerveja por questões estratégicas). A Antarctica detém aproximadamente 34%

do mercado brasileiro de cervejas, tem um faturamento em torno dos US\$ 2,6 bilhões e 16.500 funcionários. No mercado externo, a Antarctica obteve, em 1994, um crescimento de 36% do volume de exportações, passando de US\$ 11 milhões em 1993 para US\$ 15 milhões.

Nos últimos cinco anos, a empresa investiu cerca de US\$ 100 milhões por ano em modernização de sua produção e ampliação do parque produtivo, com criação de novas unidades. No ano passado, a empresa destinou US\$ 80 milhões para novos investimentos nessa área, entre eles, as fábricas de Natal e Cuiabá.

A Kaiser, que detém 15% do mercado e vem aumentando sua participação ano a ano, tem uma produção que deve atingir 1,4 bilhão de litros em 1995, contra 1 bilhão em 1994. A empresa faturou US\$ 500 milhões no ano passado.

Transporte e distribuição

As cervejarias utilizam os caminhões pesados para o transporte da matéria-prima. Geralmente cada unidade fabril con-





trata sua transportadora, para carregar principalmente o malte, diz Jardim, também vice-presidente da Kaiser.

O produto é importado da Europa e sai dos portos direto para as fábricas em caminhões pesados, normalmente com câmbias, para ganhar tempo. Todas as cervejarias têm um esquema eficiente de transporte da matéria-prima. Porém, como o transporte é fracionado e cada unidade contrata sua transportadora, os responsáveis pela área de transporte dessas empresas não sabem quantificar a frota. Mas o transporte da matéria-prima conta com dezenas de transportadoras especializadas e mais algumas dezenas de autônomos.

O transporte do malte é feito o ano todo. O caminhão pesado faz com que se ganhe tempo no transporte da matéria-prima e é uma peça-chave da produção, dizem, unânimes, os diretores de logística das cervejarias. Como o malte é um dos principais produtos da empresa, as transportadoras credenciadas têm que oferecer caminhões que tenham condições mínimas de segurança. Além disso, o caminhão, que transporta cerca de 25 toneladas por vez, passa por uma inspeção visual, pois não podem ter qualquer resíduo químico para não afetar o malte.

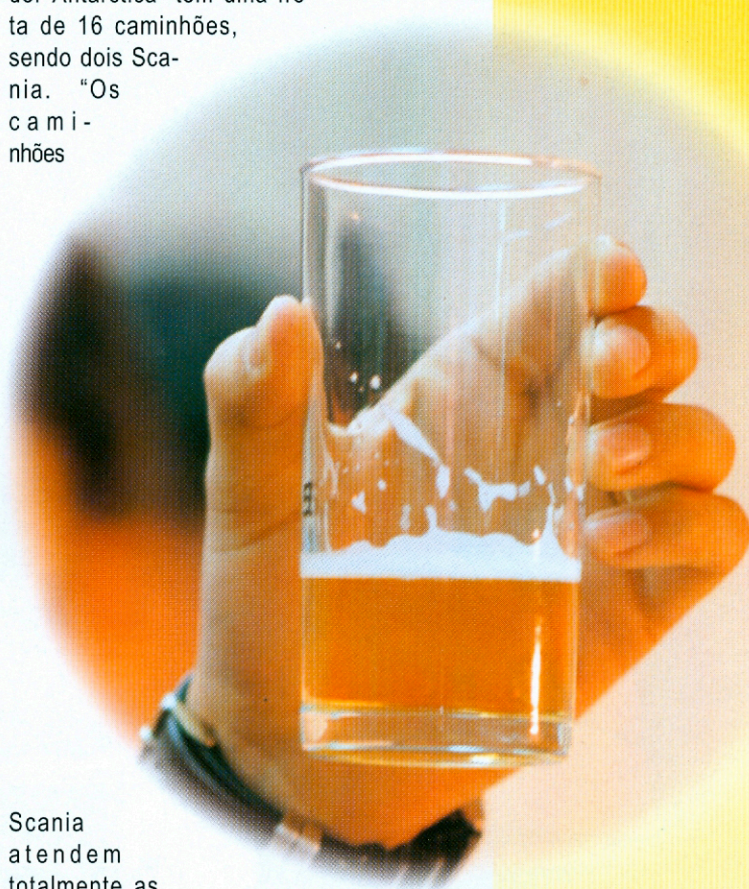
Além do transporte da matéria-prima, o caminhão, é utilizado em larga escala, também na distribuição da cerveja já pronta. A cerveja é vendida na porta da fábrica para as distribuidoras, que têm sua frota de caminhões, pesados e leves. O esquema de distribuição é eficiente e os caminhões têm um papel fundamental nesta atividade. A entrega é feita por região da cidade e as distribuidoras fazem um roteiro que seja econômico.

Os distribuidores da Antarctica criaram a Abradisa (Associação Brasileira das Distribuidoras Antarctica). São mais de mil distribuidores em todo o país. Neste ano, investiram US\$ 150 milhões só na renovação da frota, diz Ataíde Gil Guerreiro, presidente da associação. O faturamento das distribuidoras Antarctica, que empregam 10 mil trabalhadores, atingiu US\$ 2 bilhões no ano passado. A frota total é de cerca de 14 mil caminhões (pesados e leves).

Guerreiro explica que a cidade de São

Paulo, por exemplo, foi dividida em 22 regiões para a distribuição da cerveja Antarctica. Cada distribuidora é dona de uma região, que, por sua vez, é subdividida em regiões pequenas. São Paulo conta com 22 distribuidores da cerveja Antarctica. Ao todo, são 130 caminhões, diz Guerreiro.

Valter Muller Júnior, da Monte Ita Distribuidora de Bebidas Litoral -distribuidor Antarctica- tem uma frota de 16 caminhões, sendo dois Scania. "Os c a m i - nhões



Scania atendem totalmente as nossas necessidades. Eles têm muita durabilidade e baixo custo de manutenção. Temos um T 113 e o 143. Ficamos surpresos em constatar que o Scania 143 tem um consumo muito menor que os outros", diz o empresário.

A estratégia das distribuidoras é buscar o produto na fábrica mais próxima. A entrega dentro das cidades é feita em caminhões leves, que geralmente carregam entre 800 a 1.000 dúzias de cerveja por dia.

E com essa distribuição estratégica, o brasileiro sempre pode contar com um trio exclusivo que rima entre si e o difere de outros países: futebol, carnaval e cerveja. ●

Os monges católicos, na Idade Média, garantiram a preservação da qualidade da cerveja. Eles passaram a escrever as receitas dos três tipos de cerveja que produziam: suave para os viajantes, forte para consumo próprio e especial, para os visitantes ilustres. A existência de receitas escritas propiciou o aperfeiçoamento constante na indústria da cerveja.

SCANIA ASSUME DISTRIBUIÇÃO DE VEÍCULOS NO CHILE

A partir de setembro, a Scania passou a ser o distribuidor exclusivo de seus caminhões pesados, ônibus e motores no mercado chileno, substituindo a empresa Kleinkopf Autos S.A., que até agora era o importador oficial da marca no Chile.

Dessa forma, a recém-criada Scania Chile S.A., subsidiária da Scania do Brasil é, a partir de agora, a responsável direta pela importação e distribuição de veículos, motores e peças e prestação de serviços de pós-venda aos produtos da marca naquele mercado.

As mudanças nas operações da Scania no Chile fazem parte do processo de integração das operações da empresa na América Latina, adotado com a criação da Scania Latin America, no segundo semestre do ano passado.

Para a presidência da Scania Chile foi indicado Tore Johansson, atualmente na presidência da Scania del Peru S.A.. Em seu lugar, está assumindo a presidência da Scania del Peru o atual responsável pelas operações da marca na Tanzânia, Per Holmstron.

Mercado Tradicional

O Chile é um dos mais tradicionais mercados de exportação da Scania na América Latina. Os produtos da marca são comercializados naquele país desde 1975, para onde são exportados mais de 200 caminhões e ônibus Scania por ano. No período janeiro/julho deste ano já foram exportados 101 veículos para o mercado chileno e a expectativa é de ultrapassar a média dos últimos anos.

A Scania é uma das maiores fabricantes de veículos pesados da América Latina. Com unidades de produção em três países da região (Brasil, Argentina e México), além de empresas próprias de distribuição e prestação de serviços no Peru e, agora, também no Chile, emprega 4.500 pessoas nos países latino-americanos. Em 1994, as vendas da marca na região foram de cerca de 10 mil veículos, com um faturamento da ordem de US\$ 1 bilhão. Esse resultado representou mais de 30% dos negócios mundiais da marca Scania no ano passado.

fatos

ÔNIBUS: SCANIA BATE RECORDE E CRESCE MAIS QUE O MERCADO NO BRASIL



A Scania registrou, em agosto, um novo recorde histórico de vendas de ônibus no mercado doméstico brasileiro, fechando o mês com a comercialização de 250 unidades e superando o recorde anterior de 246 veículos verificado em abril último. Desse total, 145 unidades foram ônibus rodoviários e 105 destinaram-se ao segmento de urbanos.

No acumulado do ano, nos primeiros sete meses, a Scania vendeu 1.080 ônibus no Brasil (760 rodoviários e 320 urbanos), apresentando um crescimento de 103% sobre o período janeiro/agosto de 1994, quando foram co-

mercializados 532 veículos e já ultrapassando em mais de 40% o total de ônibus vendidos pela marca no País em todo o ano passado (770 unidades).

Este crescimento da Scania, inclusive, foi maior do que o apresentado pelo mercado brasileiro de ônibus como um todo no período, que foi de 85,8% (12.108 unidades em 95, contra 6.515 dos primeiros sete meses de 94).

De acordo com Roberto Cury, gerente de vendas de ônibus da Unidade Comercial Brasil da Scania, este crescimento do mercado deveu-se, em grande parte, à melhora da atividade econômica brasileira verificada após a implantação do Plano Real. "Principalmente ao que se refere à Scania isto é uma realidade, uma vez que o nosso crescimento aconteceu com maior intensidade no segmento de veículos destinados ao transporte rodoviário de passageiros, com o País apresentando um aumento do índice de passageiros transportados a partir do segundo semestre do ano passado", explicou.

BARRICHELLO E SCANIA JUNTOS NA FÓRMULA 1



A equipe de Rubens Barrichello na Fórmula 1, a Jordan, adquiriu recentemente na Inglaterra dois caminhões Scania R143. Pintados na cor especial "Verde Jordan", os modelos acompanham a velocidade e a tecnologia da F1: além dos motores de 500 CV de potência e das cabinas Streamline, são os primeiros a rodar naquele país com o "Scania Opticruise", um novo sistema de câmbio totalmente computadorizado.

"Se nossos carros atingirem o nível da Scania quanto ao rendimento e confiabilidade, podemos ter certeza que teremos muito êxito nas temporadas da Fórmula 1", disse Eddie Jordan, dono da equipe. Os caminhões farão o transporte dos três carros de competição e do material técnico e de manutenção da equipe por toda a Europa, devendo rodar somente neste ano cerca de 40.000 kms.

clientes

TRANSPORTE



Fotos: Emanuel A. P.

Para escoar com maior agilidade seus produtos eletrônicos e permitir uma melhor otimização de seu transporte, a CCE está padronizando sua frota com com Scania da linha R.



Uma das maiores fabricantes de áudio e vídeo do Brasil é a CCE. Fundada em 1964, quando importava e comercializava peças para equipamentos eletrônicos, a empresa, genuinamente brasileira, começou a produzir em 1971. Naquela época, a CCE fabricava rádios portáteis, uma verdadeira mania nacional, principalmente depois da conquista do tri-campeonato mundial de futebol. O brasileiro ia e voltava do trabalho com o ouvido colado no famoso "radinho".

Anos mais tarde, a CCE já estava produzindo rádio-gravadores, rádio-relógios, toca-discos, tape-decks e conjuntos de som. Nos anos 80, com a marca já consolidada no País, começou a produzir televisores e seus próprios componentes eletrônicos. Num mercado dominado por gigantes multinacionais, a CCE, em menos de três décadas, passou a liderar o segmento de áudio no Brasil.

Atualmente, a CCE mantém fábricas em

“HIGH TECH”

São Paulo, Itu, Campinas e Manaus. Somando-se tudo, são 281 mil metros quadrados de área construída, 8 mil funcionários e capacidade para produzir aproximadamente 42 mil equipamentos eletrônicos por dia, o equivalente a 10,23 milhões de aparelhos de áudio e vídeo por ano.

Sete dias de viagem

A principal unidade fabril da empresa fica em Manaus. Lá são fabricados todos os aparelhos de áudio e vídeo comercializados no Brasil. E é de Manaus, que é separada do resto do País pela imensidão do rio Amazonas, que começa a epopéia dos produtos eletrônicos da CCE. Diariamente, uma média de 10 a 15 carretas carregadas com produtos eletrônicos prontos deixa a fábrica e são embarcadas no porto de Manaus que fica a aproximadamente oito quilômetros da empresa. “As carretas são deslocadas por caminhões Scania mais antigos, devido à curta distância”, explica Gil Cohen, diretor de transporte da CCE.

De Manaus a Belém são sete dias de viagem em média nas barcas cuja maioria utilizam propulsão de engenhos Scania. “Só embarcamos nossas carretas, os cavalos mecânicos são acionados no trajeto



de Belém aos principais centros consumidores do País”, afirma Cohen. Para que essa gigantesca logística de transporte funcione, a CCE conta com uma frota própria de 600 carretas e 60 caminhões. “Em determinadas épocas do ano, quando o consumo normalmente aquece, utilizamos, também, caminhões de terceiros. Mas fazemos uma série de exigências técnicas com relação ao veículo e ao próprio moto-

rista”, conta Cohen.

Para permitir um melhor programa de manutenção e buscando sempre a otimização do transporte, a CCE, há mais de cinco anos, resolveu padronizar completamente sua frota com veículos Scania. “Essa decisão foi tomada, levando-se em consideração a economia, a agilidade e a robustez dos veículos da marca além, é claro, de acatar a sugestão da maioria de nossos motoristas”, diz Cohen. De agora em diante, segundo o diretor da empresa, a padronização será ainda mais profissional: “visando a nossa necessidade de otimização do transporte, estamos trabalhando para equipar nossa frota com os caminhões da linha R”.

Segundo Cohen, esses veículos permitem um maior aproveitamento da carga útil do caminhão, devido a cabine ser avançada. O passo mais importante da empresa nesse sentido foi a aquisição, em meados de junho, de um lote de 28 R 113 H 360 que já estão operando a plena carga numa das mais longas e complicadas rotas de transporte do Brasil: Belém/São Paulo. ●





A Transportadora Indianense encomendou mais 10 Scania; estes 7 já foram entregues.



Este T113 é o primeiro de Valter Afonso, à esquerda na foto.



A paisagem de Fortaleza/CE vai ficar ainda melhor com este T113 da Florêncio.



A Irma Irrg. e Máquinas, também de Fortaleza/CE, recebe as chaves de seu novo Scania.



Testado e aprovado. José C. Branco adquiriu mais um caminhão através do Consórcio Nacional Scania.

clientes



A alegria da família Galli (esq./centro) é fácil de entender: estão recebendo seu primeiro T113 Top Line.



A cidade de Lindóia do Sul/SC tem mais um Scania: é o da Madesul Móveis Ltda.



Estes 2R113 fazem parte de um pedido de 5 unidades da Mesquita S/A, de Santos/SP.



O primeiro TopLine de Tarcizo Hellinger foi entregue pela Transcam, de Bauru/SP.



Papa Léguas Transportes, de Limeira/SP, recebe seu R143.



Mais um T113 para o Luiz Provin, de Pato Branco/RS.



Minas Gerais também marca sua presença: este já é o 4o. Scania de Célio A. Nunes (camisa escura), da cidade de Contagem.



Durante a assembléia do Consórcio Nacional Scania, Waldemar Tomasi, de São Gabriel D'Oeste/MS, recebeu seu caminhão sorteado.



A Transtiguera adquiriu mais 2 T113, que vão operar na rota Curitiba-Porto Alegre transportando móveis.



A G.T. Sul Transportes, do Rio de Janeiro, escolheu bem seu primeiro pesado: um T113.



A família Henriques, de Quirinópolis/GO, toda reunida para comemorar a aquisição de seu novo T113.



Este R113, da RJU Com. Frutas Ltda., de Pato Branco/PR, teve uma adaptação toda especial no pára-choque dianteiro.



Scania na cabeça. Os proprietários da TWO Transportes, de Pirassununga/SP, colocaram até o boné da marca na entrega de seus 3 novos caminhões.



Romildo Becchi, de Pato Branco/PR, orgulhoso ao lado de seu recém-adquirido T113.



Outro contemplado no Consórcio Nacional Scania: é o Sr. Sobrera, de Araçatuba/SP.



Pai e filho juntos na entrega das chaves do T113 da Expresso Zanini, de Concórdia/SC.



A Transcam, de Araçatuba/SP, é a concessionária preferida de Aristides Mendes, de Guaraçuá, onde adquiriu mais um R113.



Marcos A. Matheus, de Sorocaba/SP, recebe seu novo Scania T113 TopLine.



Este já é o sétimo Scania de José Andrade, de Fátima do Sul/MS.



O R113 personalizado da H.R. Transportes, da cidade de Rio Grande/RS.



Mais um R113 entregue pela Suvesa - Pelotas: é o do Expresso Rodoviário Ongaratto Ltda.



Transportes G. Santos recebe seu novo T113H.



Este T113 da Ehler Transportes vai rodar pelas estradas do sul do País.



São Lourenço do Sul (RS) é o destino do T113 de Décio Strelow.

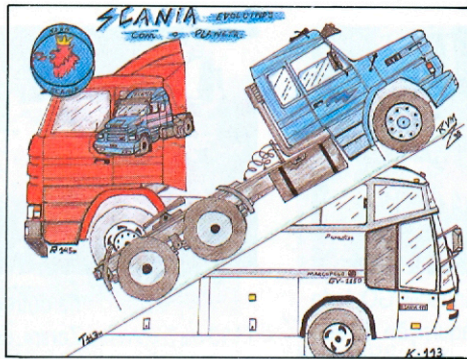


O orgulho e a satisfação na entrega do R113 da Transportes Schmalfluss.

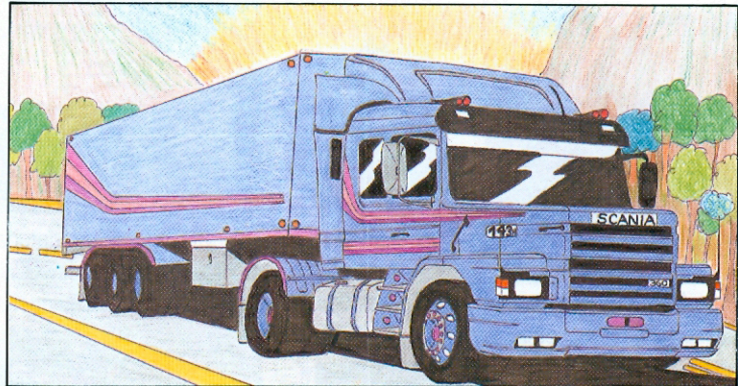
clube do rei



Sidney F. Freitas, de Manhuaçu (MG), fez questão de desenhar um ônibus "Flecha Azul" da Viação Cometa.



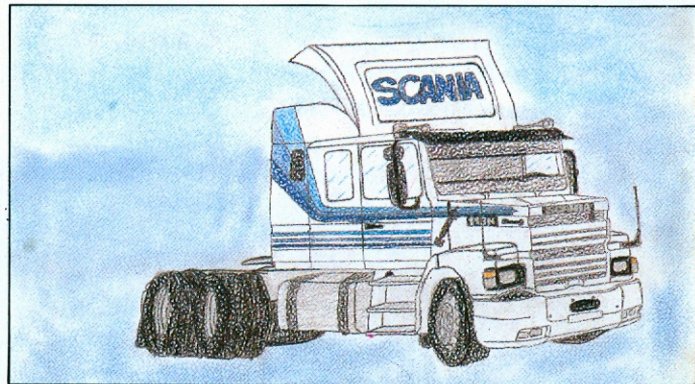
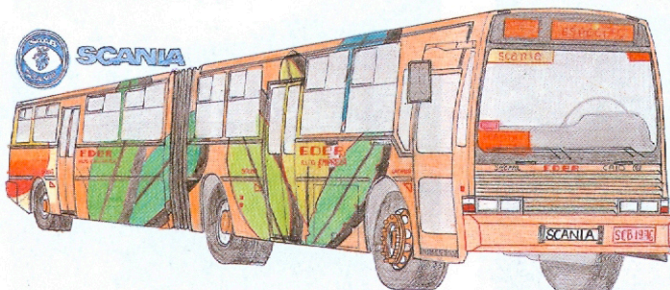
O ensaio "Scania Anos 90", publicado na última edição do Rei da Estrada, serviu de inspiração para Rodrigo V. Meirelles, de Minas Gerais, soltar a arte e a criatividade.



Mais um artista do interior de São Paulo: é Luciano R. Hergert, de Limeira, que caprichou no traço para desenhar este T 143H.

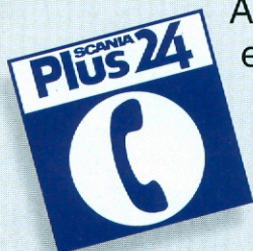
Parece difícil de acreditar, mas o Scania da foto é, na verdade, uma miniatura, de escala 1/10. Como se a perfeição nas formas e detalhes não fosse suficiente, ela ainda funciona por controle remoto, tanto na versão 6x2 como 6x4. O autor desta obra-prima é Mário A. Albertini, de Regente Feijó (SP). Parabéns!

"Scania: se um é bom, dois então..." foi o título que Éder R. Souza, de Sumaré, São Paulo, deu para este belo desenho de um ônibus urbano articulado.



Este T113 já viajou milhares de quilômetros: veio diretamente do México. O autor do desenho é o garoto Rafael Vega, de 13 anos, cujo pai dirige um dos primeiros Scania fabricados por lá. Saludos, amigos!

SCANIA PLUS 24. ATENDIMENTO DE EMERGÊNCIA 24 HORAS POR DIA/365 DIAS POR ANO.



A importância de rapidez máxima no atendimento de emergência não precisa ser enfatizada. Índices de produtividade mais elevados têm relação direta com o menor tempo do veículo parado.

Com a finalidade de obter maior eficiência de seu Scania, colocamos agora à sua disposição um novo serviço em todo o Brasil: Scania Plus 24 - Atendimento de Emergência. Este serviço funciona 24 horas por dia/365 dias por ano, através de uma simples ligação telefônica gratuita. Desejamos sinceramente que você rode tranquilo e nunca precise utilizar este serviço. Mas, se e quando precisar, o Scania Plus 24 estará à postos para atendê-lo o mais rapidamente possível. Boa viagem.

0800 19-4224



SCANIA

S E M P R E J U N T O D O C L I E N T E