

# transporte

Todos os modais MODERNO



7ª FEIRA  
TRANSNIO

12, 13 e 14 de novembro de 2008

ETM

Ano 45 - n° 427 - R\$ 15,00

## MONTADORAS EMBALADAS

**Volvo cresce  
no semipesado**

**Iveco conquista  
market share**

**Mercedes resiste  
às investidas**

**VW aumenta  
o ritmo da linha**

**Ford mais forte  
na coleta de lixo**



RODOVIÁRIO

**Economia aquecida  
favorece o Nordeste**

MARÍTIMO

**Dow reduz custo  
com cabotagem**

INTERNACIONAL

**Rodovia do Ártico impõe  
desafios aos caminhões**

FERROVIÁRIO

**Transnordestina  
abre fronteiras**

AÉREO

**Gol amplia  
nicho de carga**

ÔNIBUS

**Marcopolo/Tata  
estréia com  
dois veículos**

HIDROVIÁRIO

**Tietê-Paraná  
busca o etanol**

ENTREVISTA

**Roberto Rodrigues**  
Presidente do grupo TNT/Mercúrio

**Tração motorizada  
faz 100 anos no País**

TURISMO **Eike Batista investe em iate para o lazer**

**ESPECIAL CAXIAS DO SUL - Serra gaúcha consolida pólo metal-mecânico**

**E MAIS: • LOGÍSTICA • INTERNACIONAL • TECNOLOGIA • PUBLICAÇÕES • INDICADORES**

# **Dalçoquio.** **A vida em movimento.**

*Desde 1968, a Dalçoquio percorre os caminhos deste imenso Brasil e do Mercosul com a responsabilidade de transportar, armazenar e distribuir sonhos. Sonhos que fazem o mundo girar, transformam vidas e constroem um futuro melhor.*



[www.dalcoquio.com.br](http://www.dalcoquio.com.br)



TRANSPORTES

POSTOS

PORTOS

**DALÇOQUIO**



A vida em movimento.

# Revista com novo conteúdo e visual

A pouco meses de completar 45 anos de existência, Transporte Moderno passa por uma reformulação para atender melhor quem nos privilegia com sua preferência, o nosso público-leitor.

A procura de aperfeiçoamento contínuo sempre foi nosso lema. A busca de inovação para acompanhar a evolução do mundo da informação tornou-se prioridade para a revista.

Para cumprir essa missão, optamos por ampliar nosso foco para assuntos que anteriormente não recebiam a merecida atenção. No mundo globalizado, as novidades internacionais ganham destaque na revista a partir de agora.

Transporte Moderno também mantém a cobertura de todos os modos de transporte – rodoviário, ferroviário, aéreo, marítimo e fluvial – como vem fazendo desde sua criação em 1963, na época publicada pela Editora Abril. Sob a égide da OTM Editora desde 1995, a revista manteve o cardápio

original de conteúdo e, agora, o ampliou em sintonia com o crescente apetite dos nossos leitores por informações nestes tempos de comunicação veloz.

Além das mudanças gráficas, novas seções fixas estão sendo introduzidas.

Tudo isso exige um grande esforço, ao qual uma equipe de redatores experientes, agora reforçada – além de jornalistas correspondentes nas principais cidades – se dedicará plenamente.

Como sempre fizemos, nosso compromisso é levar aos leitores uma revista que, mesmo sendo tradicional, se inova a cada momento e é recheada de matérias apetitosas, as mais imparciais possíveis e com a seriedade que foi nossa marca registrada.

Continuaremos abertos às opiniões dos nossos leitores e dos nossos anunciantes para nos orientar na nossa trajetória.



*Equipe da redação de Transporte Moderno (a partir da esq.): Sônia Crespo, Marcelo Fontana, diretor da OTM Editora (sentados); Ariverson Feltrin, Marcia Pinna, Vicente Vilaradaga, Eduardo Gragnani, Eduardo Chau Ribeiro e Raimundo de Oliveira (em pé).*

**Eduardo Chau Ribeiro**

*Editor*

Prezado Leitor:

Éis **TRANSPORTE MODERNO**. Para nós, editores até hoje de revistas para a grande pública (**QUATRO RODAS**, **CLAUDIA**, **MANEQUIM**, **INTERVALO**, **CAPRICHIO** e sete outras), esta primeira publicação técnico-especializada representa um importante passo numo nova direção.

O enorme desenvolvimento industrial do nosso país criou um vácuo no setor de informações. Acreditamos que haja campo — e necessidade — para dezenas de novas revistas especializadas dentro de cada setor industrial. Mas para início de conversa, resolvemos alicor uma área comum a todas as indústrias do país: métodos e equipamentos para o transporte de mercadorias.

Mensalmente, a partir deste mês, vinte e três mil dirigentes brasileiros recebem **TRANSPORTE MODERNO**. Procuramos incluir entre nossos assinantes todos os homens importantes ligados ao setor de transporte industrial no país: gerentes de fábrica, frotilistas, diretores de linhas aéreas, ferrovias e linhas marítimas, atacadistas e grandes varejistas, fabricantes de veículos e equipamentos especializados, homens-chave no governo... enfim, uma lista que representa quase um ano de trabalho e um dos maiores levantamentos industriais jamais realizados no Brasil.

Trataremos em profundidade dos setores básicos de transporte: rodoviário, marítimo, ferroviário, aéreo e transporte de materiais dentro da fábrica. Nosso roteiro terá início nas fontes de matéria-prima e terminará no momento da entrega do produto ao usuário ou consumidor final. Nesta edição já demonstramos quais são nossas intenções. Veja, por exemplo, a inédita seção "SERVIÇO DE CONSULTA" à página 65. Todas as fatos, novidades e anúncios da revista são numerados. Se desejar qualquer informação adicional a respeito de qualquer item, é só marcar o número correspondente no cartão-resposta, anexo, e colocar no correio. Nós pagaremos o selo e forneceremos os dados solicitados. Experimente!

Em suma, **TRANSPORTE MODERNO** será uma revista moderna, objetiva, interessante e — principalmente — útil. Aguardamos com interesse os seus comentários a respeito.

*Victor Civita*

Editor e Diretor

## Ao leitor

A reformulação de Transporte Moderno, que está em curso, nos remete à mensagem de Victor Civita — criador da revista — quando do lançamento da publicação em agosto de 1963. Nas suas palavras, "o desenvolvimento industrial do nosso país criou um vácuo no setor", o que já não aconteceria mais. Dezenas de publicações ocuparam esse espaço. Algumas se diferenciavam por sua seriedade.

Transporte Moderno tem como missão retratar com fidelidade o mundo dos negócios de transportes. Como disse Victor Civita na época, TM "será uma revista moderna, objetiva, interessante e, principalmente, útil".

Cumprir essa meta sempre foi e é nosso desafio. Para que o leitor tenha em mãos uma revista de leitura prazerosa, além de útil.

## SUMÁRIO

### Entrevista

Roberto Rodrigues, presidente da TNT/Mercúrio, fala sobre o desafio de aprimorar o serviço de transporte de carga e anuncia, para breve, nova marca do grupo

8

### Rodoviário

Nordeste desponta como novo pólo econômico brasileiro e atrai para a região investimentos de grandes empresas de transportes, como a Ramos

14

Ao ampliar a frota e comprar a DM Transportes, a Gafor larga na frente e se consolida como uma das mais importantes transportadoras do País

18

Ao comemorar 40 anos, Dalçoquio quer se tornar referência no mercado de transporte e logística na América Latina

20

A rotina eficiente no transporte de cargas realizada em bagageiros de ônibus pelo Grupo Gardênia definiram a criação da empresa Gardênia Express

22

### Montadoras

**VOLVO**

Com 7,9 mil caminhões vendidos em 2007, montadora registrou crescimento de 50% em relação ao ano anterior

24

**MERCEDES-BENZ**

Tradicional cliente da Mercedes, a Casas Bahia adquire lote de 1.050 caminhões da marca para ampliação e renovação da frota

26

**VOLKSWAGEN**

O VW Delivery 8.150 conquista a posição de caminhão mais vendido no Brasil enquanto o Constellation mantém a liderança nos extrapesados

28

**IVECO**

Empresa tem o melhor desempenho no mercado de caminhões com um crescimento de 119% nas vendas e prevê manter o ritmo de expansão em 2008

30

**FORD**

Após fechar o ano com 19,2 mil caminhões comercializados, a montadora amplia vendas para o setor de limpeza pública

32

### Comerciais leves



A montadora Mahindra, de origem indiana, inicia a produção de três modelos de veículos utilitários em Manaus, em parceria com a fabricante Bramont

34

### Especial

**PÓLO AUTOMOTIVO DE CAXIAS DO SUL**

A região concentra importantes grupos de fabricantes de chassis, carrocerias e implementos rodoviários, cujas fronteiras já alcançam o mundo



36

### Internacional



Construída sobre lagos congelados no norte do Canadá, Rodovia do Ártico é a única via terrestre para chegar às minas de diamante no inverno

44



A China ingressa no clube dos fabricantes de trem-bala e inicia a ampliação da linha de Maglev que hoje liga o aeroporto ao centro da cidade de Xangai

46

**VW Delivery 8-150.**



## SUMÁRIO

### Ferrovário

Com a construção da Nova Transnordestina, que terá avançada tecnologia, o cerrado brasileiro vislumbra uma nova perspectiva econômica

48

A GE do Brasil começará a produzir este ano locomotivas de até 6 mil hp, o dobro da potência dos equipamentos até então fabricados no País

50

Trem-bala, que ligará os municípios de São Paulo e Rio de Janeiro, passa a ser uma das obras prioritárias do Programa de Aceleração do Crescimento

52

### Aéreo

Depois do tímido início nas operações de transporte de cargas, a Gol Log investe em novos sistemas e projeta para este ano crescimento de 76%

54

TAM apresenta novo logotipo ao mercado e alcança a posição de primeira companhia aérea do Hemisfério Sul em volume de operações e passageiros

55

### Marítimo

Três navios para graneis líquidos e terminais ao longo da costa garantem à Dow Química eficiência e custos reduzidos nas operações de transporte

56

### Portos

Nas comemorações dos 200 anos da abertura dos portos brasileiros, o País aproveita para traçar novos planos de melhorias em sua estrutura portuária

58

### Fluvial

Já estão em andamento as obras estruturais do projeto que transformará a Hidrovia Tietê-Paraná em corredor de exportação de combustíveis

60

### Implementos

Em 2007 o Grupo Randon obteve receita recorde com a produção de 20.325 de reboques e semi-reboques, volume que representou 43% do total fabricado no País

62

### Motores

A Cummins começa a produzir a partir de março motores que podem utilizar mistura de 20% de biodiesel ao óleo diesel

64

### Logística

Transportadora oficial do McDonald's no Brasil há cerca de 30 anos, a Martin-Brower assume as operações da MBB FoodService, da qual era sócia da Bunge Alimentos

65

### Tecnologia

Em busca de mais agilidade e segurança para desenvolver o seu negócio, a MRS Logística utiliza avançadas ferramentas de tecnologia da informação

66

### Carrocerias

A Marcopolo apresenta dois modelos de Starbus, um micro e outro de piso baixo, produzidos em parceria com a montadora Tata para o mercado indiano

68

### Transporte urbano

Há um século começou a funcionar no Rio de Janeiro, então capital federal, o primeiro ônibus com tração mecânica, feito que marca a modernização da cidade

70

### Turismo

O empresário Eike Batista anuncia a compra de mais dois iates semelhantes ao Pink Fleet, que hoje faz passeios turísticos pela Baía da Guanabara

74

### Matérias-primas

O aço de alta resistência, que reduz em até 20% o peso dos veículos, ganha cada vez mais adeptos entre os fabricantes de implementos rodoviários

78

### Sindisan

Sindicato dos transportadores rodoviários da Baixada Santista e OTM Editora realizam, a partir de fevereiro, série de seminários sobre logística portuária

82

## SEÇÕES

Editorial 3 Novas 42 Publicações 76 Custos 79 Indicadores 80

#### DIRETOR

Marcelo Ricardo Fontana  
marcelofontana@otmeditora.com.br

#### SECRETÁRIA EXECUTIVA

Maria Penha da Silva  
mariapenha@otmeditora.com.br

#### FINANCEIRO

Vidal Rodrigues  
vidal@otmeditora.com.br

#### SEMINÁRIOS E CURSOS

Sabrina Baialardi  
sabrina@otmeditora.com.br

#### MARKETING

Maira de Castro  
maira@otmeditora.com.br

#### REDAÇÃO

##### Editor

Eduardo Alberto Chau Ribeiro  
ecribeiro@otmeditora.com.br

##### Colaboradores

Sonia Crespo  
soniacrespo@otmeditora.com.br

##### Raimundo Oliveira

raimundo.oliveira@otmeditora.com.br

##### Vicente Vilaridaga

vicente@otmeditora.com.br

##### Projeto Gráfico

Artworks Comunicação  
www.artworks.com.br

##### EXECUTIVOS DE CONTAS

Carlos A. Criscuolo  
carlos@otmeditora.com.br

##### Vito Cardaci Neto

vito@otmeditora.com.br

##### Gustavo Feltrin

gustavofeltrin@otmeditora.com.br

##### Alessandra Amadei

alessandra@otmeditora.com.br

##### Alcindo Fontana

fontal@otmeditora.com.br

##### CIRCULAÇÃO

Tania Nascimento  
tania@otmeditora.com.br

Representante Paraná e Santa Catarina

Gilberto A. Paulin

João Mário

Tel.: (41) 3027-5565

spala@spalamkt.com.br

Tiragem e distribuição  
10.000 exemplares

Auditado por

**PRICEWATERHOUSECOOPERS**

Assinatura Anual: R\$ 140,00 (seis edições e quatro Anuários).  
Pagamento à vista: através de boleto bancário, depósito em  
conta-corrente, cartão de crédito Visa ou cheque nominal à  
OTM Editora Ltda. Em estoque apenas as últimas edições.

As opiniões expressas nos artigos e pelos  
entrevistados não são necessariamente as mesmas da OTM  
Editora.



**Redação, Administração, Publicidade  
e Correspondência:**

Av. Vereador José Diniz, 3.300 - 7º andar, cj. 707 Campo Belo  
CEP 04604-006 - São Paulo, SP

Tel./Fax: (11) 5096-8104 (seqüencial)

**Atendimento ao assinante:**

0800 702 8104

otmeditora@otmeditora.com.br

Filiada a: **anatec**  
www.anatec.org.br

Circula no mês subsequente ao de capa

## VW Delivery 8-150.



## O caminhão mais vendido do Brasil.

A Volkswagen já é a marca líder do mercado de caminhões há 5 anos e agora, pela primeira vez, tem um modelo de caminhão no topo do ranking de vendas: o VW Delivery 8-150. Um caminhão de pequeno porte, que suporta até 5 toneladas de carga e é feito sob medida para pequenas entregas. Isso mostra que não é apenas para andar dentro da cidade que o Delivery é ágil e rápido, mas também para alcançar o primeiro lugar entre os mais vendidos do Brasil.



# Competência em dobro

## NOVA MARCA DO GRUPO TNT EXPRESS/EXPRESSO MERCÚRIO SERÁ LANÇADA NO MERCADO AINDA NO PRIMEIRO SEMESTRE DESTA ANO

O Grupo TNT/Mercúrio, como é conhecido atualmente no mercado nacional, assumiu o desafio de criar o mais arrojado serviço de transporte de cargas do País. Prevê-se lançar ainda no primeiro semestre deste ano a marca que consolidará as duas empresas, a TNT Express, especializada no movimento de transporte de cargas courier por via aérea, e a Expresso Mercúrio. Uma das líderes brasileiras do transporte rodoviário de cargas em geral, ampliarão o leque de serviços já oferecidos, introduzindo no Brasil avançadas ferramentas tecnológicas que hoje são utilizadas pelas demais filiais da TNT na Europa e nos Estados Unidos. No comando da unificação e ocupando a função de diretor-presidente do grupo está o administrador de empresas Roberto Rodrigues, que faz questão de frisar que o que está sendo concebido não é um novo modelo de operador logístico, e sim uma sólida e bem-estruturada empresa de transportes. "Novas aquisições são uma tendência mundial que reflete a necessidade de crescimento das empresas", salienta o executivo de 39 anos. Para este ano, ele anuncia investimentos de R\$ 60 milhões no grupo.

**TM** – O Grupo TNT Express/Expresso Mercúrio está completando um ano. Nesse período, o que mudou na área operacional e que metas sig-



**Roberto Rodrigues:** "Toda a gestão é feita por brasileiros".

nificativas a empresa tem para os próximos anos?

**Roberto Rodrigues** – Teremos um novo posicionamento de marca ainda no primeiro semestre deste ano, que definirá o nome do grupo que se originou da junção destas duas empresas. É praticamente certo que o nome Mercúrio, pela força que representa, será mantido. Em termos estruturais ainda estamos no começo da adequação, uma vez que a TNT é uma empresa de capital aberto com ações na bolsa de valores, e devemos satisfações administrativas a nossos acionistas. A segunda questão é que a TNT e a Mercúrio são empresas bem distintas: não há nenhuma grande sobreposição entre as duas, mas a necessidade de equilibrar a forma de atendimento de acordo com as oportunidades. Estamos estudando a melhor forma de facilitar a vida dos clientes, da maneira mais prática possível e acreditamos que estaremos em plena forma até o próximo ano. Temos planos bastante agressivos de expansão. Estimamos para os próximos cin-

co anos crescimento na casa de dois dígitos. Esse crescimento virá a partir do aumento da área de cobertura, da oferta de novos produtos e do incremento dos negócios internacionais – como resultados previstos das ações que serão implementadas nos próximos anos.

**TM** – Como é a tarefa de equilibrar as relações entre uma empresa essencialmente rodoviária e outra tradicionalmente aérea?

**Roberto Rodrigues** – Não é uma tarefa simples, mas desafiadora. Toda a gestão da empresa é formada por brasileiros que vieram de várias áreas do mercado. Isso faz com que exista um bom equilíbrio de conhecimento e experiências e temos procurado reportar isso para a matriz. Todos os negócios que a TNT tem ao redor do mundo são de transporte de cargas. E movimentar cargas no Brasil, na China, ou na Índia ou em Portugal são operações que não apresentam muitas diferenças. Um dos nossos desafios é o idioma: temos que garantir a boa comunicação para que os nossos funcionários consigam reportar à nossa matriz, de maneira adequada, o que está sendo feito no Brasil.

**TM** – Qual foi o crescimento operacional da Mercúrio em 2007?

**Roberto Rodrigues** – Em 2007 a Mercúrio cresceu em linha com o mercado, algo em torno de 15%, mas acima do resultado projetado quando a empresa foi adquirida. Estamos muito otimistas para 2008, com previsão de crescimento entre 13% e 15%, devido a alguns grandes negócios já engatilhados.

**TM** – Qual é a principal meta de ação do Grupo TNT/Mercúrio?



**Roberto Rodrigues** – O que existe hoje no mercado brasileiro é a oportunidade de criar novos produtos. Nossa estratégia principal é mapear esse mercado e avaliar como poderemos criar novos serviços para o cliente, atendendo desde cargas pequenas até grandes volumes. Usando, por exemplo, a expertise da TNT no que diz respeito a prazos e urgências, aplicando-a a cargas maiores. Com a expertise da TNT, rastreamento e ferramentas operacionais de ponta poderemos atender convenientemente cada cliente, partindo de diversas possibilidades.

**TM** – *Isso não geraria uma concorrência direta com os operadores logísticos?*

**Roberto Rodrigues** – Não e vou explicar o porquê. Os grandes operadores têm foco no atendimento dirigido à cadeia produtiva do fabricante: abastecimento da linha de montagem, transferência de mercadorias entre plantas e estocagem. Já o nosso foco é a distribuição do produto acabado. Acho que existe espaço definido para cada um. Hoje o Grupo TNT/Mercúrio tem parcerias com grandes operadores logísticos para efetuar essa etapa de transporte de mercadorias. Os operadores focam na primeira parcela do processo e, na ponta, eles fazem parceria com os transportadores. Esse modelo, até o momento, tem funcionado muito bem no nosso país.

**TM** – *O grupo tem planos futuros de realizar novos processos de fusões ou aquisições no Brasil?*

**Roberto Rodrigues** – Nós entendemos que precisamos continuar crescendo. Para continuar crescendo existem algumas alternativas, como expandir organicamente ou realizar novas parcerias e fazer novas aquisições. Todas estas opções são viáveis aqui no Brasil. Neste momento nossa prioridade é fazer com que o negócio TNT/Mercúrio atinja os resultados projetados.

**TM** – *Por que a TNT Express optou por comprar, inicialmente, uma empresa de transporte rodoviário de cargas e não uma empresa de transporte aéreo de cargas?*

**Roberto Rodrigues** – Na realidade a Thomas Nationwide Transportations (TNT) surgiu em 1946, na Austrália, fundada pelo próprio sr. Thomas, e prevalece no mercado há 61 anos. Começou como uma empresa de transporte rodoviário, com dois veículos, que cresceu para dois caminhões,

---

“Estimamos para os próximos cinco anos crescimento na casa de dois dígitos. Esse crescimento virá, acreditamos, do aumento da área de cobertura, da oferta de novos produtos e do incremento dos negócios internacionais”

---

depois para vinte carretas e assim por diante. Nos anos 70 foi para a Europa e daí em diante expandiu-se pelo mundo. Aqui, no Brasil, pela extensão territorial, entendemos que o ideal como primeiro passo seria a compra de uma transportadora rodoviária. Daqui para a frente não está descartada a hipótese de o grupo adquirir uma empresa de transporte aéreo de cargas.

**TM** – *A TNT Express também vem realizando aquisições de empresas de transporte em outros países, a exemplo do que praticou no Brasil?*

**Roberto Rodrigues** – Quando se instalou na Europa, em 1970, a TNT fez grandes aquisições. As empresas que consideram a capacidade de expansão sempre avaliam a possibilidade de realizar novas aquisições. É uma maneira de crescer mais rapidamente do que pelo processo orgânico. Na sua recente incursão pelos países emergentes, a TNT tem adotado estratégias bem arrojadas. As aquisições também aconteceram na Índia e na China e até o momento têm se mostrado como um passo certo. Aqui no Brasil, com a compra da Mercúrio, a TNT passou a ser a líder de mercado no transporte rodoviário – um passo bastante arrojado e diferente do que os demais players desse mercado vêm fazendo.

**TM** – *Você acredita que as tradicionais empresas de transporte rodoviário de cargas têm seus dias contados devido à ação dos operadores logísticos?*

**Roberto Rodrigues** – Muito pelo contrário, por vários motivos. O primeiro deles é a necessidade permanente que o operador tem e terá, sempre, do transportador para a etapa de distribuição. A segunda é que, à medida que a economia vai bem, os pequenos e médios fabricantes, principais clientes das transportadoras, aumentarão sua produção e demandarão mais serviços de transporte.

**TM** – *Como se ganha a concorrência para conseguir um grande cliente, hoje?*

**Roberto Rodrigues** – Hoje em dia a informação é mais importante que a entrega em si, é o que garante a qualidade do serviço e consolida a marca no mercado. É fundamental manter o cliente informado do que está acontecendo com sua encomenda. Acredito que a tecnologia de informação no transporte de carga ainda precisa ser bastante desenvolvida aqui no Brasil. A TNT dispõe de inúmeras ferramen-



tas que podem ser agregadas ao processo de transporte rodoviário adotado pela Mercúrio e trazer bons resultados. A Mercúrio presta serviços de qualidade, mas ainda são essencialmente básicos dentro do que ainda podemos fazer. Vamos implantar mais sistemas de informações, novos controles sobre os processos e mais mecanismos de rastreabilidade. É lógico que isso não se faz de um dia para o outro. Há um longo trabalho de ajuste para realizar essas implantações. O processo está em andamento. Primeiramente todos os 6.500 funcionários do grupo têm de ser treinados sobre os novos fluxos operacionais. A fase seguinte é a implementação dessa tecnologia avançada. Acreditamos que nos próximos 24 meses todos esses sistemas estarão disponíveis e proporcionarão grandes progressos no atendimento. Por enquanto, avançamos bem na parte financeira e na parte de vendas já estamos oferecendo unificações para grandes clientes. A integração operacional é a mais lenta e a que envolve a maior parte de funcionários, exigindo um trabalho mais longo e detalhado nas 102 unidades da Mercúrio e nas 33 da TNT espalhadas pelo Brasil.

**TM** – *Existe algum novo nicho de mercado em que o grupo venha realizando prospecções para aumentar as exportações?*

**Roberto Rodrigues** – Sim. Estamos trabalhando em um projeto grande: exportações e importações no segmento de laboratórios, para transporte de material biológico e de pesquisas. O Brasil tem grandes laboratórios que participam dessas pesquisas. Quando um produto vai ser lançado ele precisa ser testado primeiramente em várias partes do mundo. A operação seleciona países e empresas que transportarão os resultados levantados para análise. O volume destas atividades tem crescido significativamente nos últimos anos, entre 30% e 40%. Os laboratórios têm trabalhado muito com o aumento de doenças

no mundo. O transporte envolve, por exemplo, exames de sangue, exame de urina, e processos de desenvolvimento de novos produtos – os chamados clinical trials, além de distribuição de kits para coleta de material. Os EUA são o grande ponto concêntrico para esse nicho. Tudo passa por um grande vínculo com os EUA. A TNT do Bra-

“ O que existe hoje no mercado brasileiro é a oportunidade de criar novos produtos. Nossa estratégia principal é mapear esse mercado e avaliar como poderemos criar novos serviços para o cliente ”

sil está com grandes projetos para desenvolver soluções nessa área, que movimentam um material delicado e que não pode ser perdido.

**TM** – *Quais são os planos do Grupo Mercúrio/TNT para a América Latina?*

**Roberto Rodrigues** – Hoje já podemos oferecer aos nossos clientes nacionais e internacionais uma operação rodoviária internacional mais incrementada, que abrange Argentina, Chile e Uruguai, tanto para importação como para exportação. É uma alternativa interessante, pois é possível fazer uma carga entre São Paulo e Buenos Aires em três dias, a um preço bastante atraente. É claro que dependemos muito da liberação alfandegária, que varia

de caso para caso. Afinal, os dias de a fan- çega podem ser muitos também no aeroporto, dependendo da pendência que apresentar. Nos últimos doze meses nossas operações não registraram grandes demoras.

**TM** – *Qual é o atual share de mercado da TNT Express?*

**Roberto Rodrigues** – A TNT/Mercúrio tem algo em torno de 15% do mercado doméstico. Já o share internacional está entre 10% e 12%. No âmbito latino-americano o percentual não foge muito do share internacional.

**TM** – *A Expresso Mercúrio adquiriu, recentemente, 210 novos veículos. A compra destes ativos se destina à renovação ou à ampliação da frota?*

**Roberto Rodrigues** – Compramos 97 carretas e o restante foram veículos pequenos e médios (vans médias). Desse volume, 70% destinam-se à renovação e 30% dos veículos irão expandir a capacidade operacional de nossa frota, hoje com 1.400 veículos. Em 2007 investimos R\$ 40 milhões em renovações e para 2008 estimamos investir 50% a mais desse volume, chegando aos R\$ 60 milhões. Este investimento também se destinará à aquisição de dois novos CDs, um em Fortaleza (CE) e outro em Recife (PE), para fortalecer nosso atendimento na região. O Nordeste é um de nossos novos focos regionais, porque é um mercado em expansão que alcançou crescimento bastante expressivo em 2007.

**TM** – *Que tipo de mercadorias o Grupo Mercúrio/TNT transporta hoje?*

**Roberto Rodrigues** – Transportamos desde documentos até grandes cargas. Nas operações aéreas domésticas utilizamos apenas aviões comerciais. Temos parcerias com as companhias aéreas, que nos dão garantia de espaço no porão. Hoje a quantidade de opções de vôos é muito grande, o que nos dá grande flexibilidade. Isso não quer dizer que no futuro, se as chegadas e saídas de carga forem mais

# AS MELHORES OPORTUNIDADES E SOLUÇÕES EM COMÉRCIO EXTERIOR ESTÃO AQUI



## INTERMODAL SOUTH AMERICA 2008

PARA SUA EMPRESA FAZER ÓTIMOS NEGÓCIOS!

NA INTERMODAL VOCÊ ENCONTRA:

- **Mais de 400 empresas** nacionais e internacionais com o que há de mais atual em serviços para o setor
- **Ambiente exclusivo** de negócios e oportunidades
- **40.000 visitantes** diretamente responsáveis por 95% da pauta de exportação/importação do país
- **Encontro Intermodal de Comércio Exterior** em parceria com a FIESP, FGV e entidades setoriais trazendo tendências e cases de sucesso do setor
- **Primeira feira brasileira** a adotar um Programa de Gestão Ambiental

**15 a 17 de Abril de 2008**  
**Transamérica Expo Center**  
**São Paulo - SP**



Participe do maior e mais importante ponto de encontro de Comércio Exterior, Logística e Transporte Internacional da América Latina.

NOVO TELEFONE

PARA INFORMAÇÕES SOBRE COMO EXPOR OU COMO VISITAR:

Tel.: (55 11) 4689-1935

INFO@INTERMODAL.COM.BR

[WWW.INTERMODAL.COM.BR](http://WWW.INTERMODAL.COM.BR)

Realização

**INTERMODAL EVENTOS**

Patrocínio da Feira



**MARIMEX**  
METALURGIA PARTIDAS NAU INDUSTRIAIS

**TAM**  
CARGO

**TANKPOOL**  
Além do Brasil

Patrocínio das Conferências



Cia. Aérea Oficial

**TAM**

Apoio



equilibradas, poderemos ter aviões nas linhas aéreas.

**TM** – *Qual é o volume de negócios do grupo voltado para o mercado doméstico e para o exterior?*

**Roberto Rodrigues** – Hoje 10% do negócio estão voltados para o internacional e 90% voltados para o doméstico. Tende a crescer o internacional em ritmo mais acelerado que o doméstico, mas não a superá-lo. Os melhores mercados para TNT hoje são os EUA, a Argentina e Alemanha e Inglaterra. Essa demanda está diretamente ligada aos principais parceiros comerciais internacionais do Brasil. Um dos mercados internacionais que mais vem crescendo é a China.

**TM** – *A infra-estrutura logística do País acompanha as expectativas de crescimento que a empresa tem para os próximos anos?*

**Roberto Rodrigues** – Em termos logísticos o Brasil tem muito a melhorar em estrutura logística. Vale tanto para estradas como aeroportos. Há grandes entraves estruturais: pela dimensão do Brasil nos negócios internacionais, o País deveria ter mais vôos e oferecer mais capacidade logística, para que se possa exportar mais. Essas dificuldades não são uma surpresa para a TNT, pois estamos acostumados a lidar com mercados difíceis, que também apresentam infra-estrutura logística adversa, como a Índia e a China. É claro que se houvesse investimento na infra-estrutura haveria mais crescimento, novos negócios e um grande benefício para o Brasil. A questão alfandegária é uma das mais sensíveis em todo o processo: uma carga tem a possibilidade de chegar do outro lado do mundo em 24 horas, mas, por questões burocráticas e fiscais, pode ficar até três dias na alfândega brasileira.

**TM** – *O que o Programa Planet Me, lançado pela TNT Express e voltado para a preservação ambiental, preten-*

*de implantar na Expresso Mercúrio?*

**Roberto Rodrigues** – Estamos implementando uma série de iniciativas no grupo. A primeira delas é que na compra dos novos veículos, selecionamos 60 unidades a gás natural. É uma das primeiras ações. Na frota de pesados da Mercúrio estamos estudando a implantação do biodiesel B5, como parte do processo de utilização do biodiesel B20. Outra medida é o reaproveitamento da chuva para a lavagem de veículos. Também desenvolvemos um programa de conscientização para nossos 6.500 funcionários, que ensina como ecc-

“Hoje em dia a informação é mais importante que a entrega em si, é o que garante a qualidade do serviço e consolida a marca no mercado”

nomizar água, papel e energia elétrica em suas casas. As medidas do Planet Me fazem parte de um programa mundial que está sendo replicado em todos os países onde está presente a TNT.

**TM** – *Com a globalização, são exigidos cada vez mais recursos logísticos nas operações de transporte intercontinental. Por que razão o Grupo TNT abriu mão do braço TNT Logistics e manteve apenas suas duas outras divisões, a TNT Express e a TNT Post?*

**Roberto Rodrigues** – Esta foi um reposicionamento estratégico da multinacional, que definiu seu novo foco no que chamamos de networks, priorizando assim a manutenção das estruturas de atendi-

mento da rede expressa e da rede postal, que possibilitam um atendimento capitalizado e abrangente, e abrindo mão da logística por tratar-se de um serviço customizado, que requer uma estratégia diferenciada de acordo com o cliente. O foco em networks prioriza recursos e investimentos para atender um volume maior de clientes, por ser mais estruturado, usando os mesmos sistemas e os mesmos produtos, e isso traz maior transparência para o cliente.

**TM** – *A TNT Express foi a escolhida para unir-se à Expresso Mercúrio por significar, em resultados financeiros, o maior volume de faturamento do Grupo TNT?*

**Roberto Rodrigues** – Em 2006 o Grupo TNT mundial faturou 10 bilhões de euros e a TNT Express representou 60% desse volume de faturamento. O restante representou o resultado das operações do correio (Post). Quando existia o braço Logistics, seu faturamento representava algo como 35% do resultado total. Na verdade, o serviço Express veio crescendo significativamente nos últimos dez anos e apresentando uma performance muito significativa. Aqui no Brasil a TNT Express mantém operações desde 1973, só que nos últimos anos as atividades da empresa estavam voltadas essencialmente ao mercado internacional. Hoje, estima-se que o mercado brasileiro seja dez vezes maior que o internacional, e essa foi uma das razões que levou a empresa a voltar os olhos para nosso país. Atualmente o Grupo TNT é líder de mercado na Europa, concentrando ali perto de 75% de todo seu faturamento. A liderança concentrada na Europa foi outro motivo que levou a empresa a lançar-se estrategicamente em novos mercados – mais especificamente os emergentes. No caso do Brasil optou-se pela aquisição da Expresso Mercúrio como parceria ideal para consolidar a expansão da TNT Express na América do Su-

>APROXIMAR VOCÊ DOS MAIORES CLIENTES DO PAÍS  
É O NOSSO COMPROMISSO.

>O SEU, É FECHAR GRANDES NEGÓCIOS. |



IX FEIRA DE PRODUTOS,  
SERVIÇOS E SOLUÇÕES  
PARA LOGÍSTICA

Encurte a distância entre seus produtos, serviços e tecnologias e os profissionais com alto poder de decisão que buscam soluções para a gestão de suas cadeias de suprimentos.

Garanta o seu espaço na Expo Logística - Feira de Produtos, Serviços e Soluções para Logística e no Fórum Internacional de Logística e incremento:

- >rede de **RELACIONAMENTOS**,
- >troca de **CONHECIMENTOS** e
- >fluxo de **NEGÓCIOS**. |

**11 a 13** | InterContinental  
de agosto de 2008 | Rio de Janeiro - RJ

>PATROCÍNIO



PAMCARY

>REALIZAÇÃO



Centro de Estudos em Logística

>PROMOÇÃO E ORGANIZAÇÃO



>INFORMAÇÕES E VENDAS

(21) 3521-1500

(11) 3044-4410

explogistica@fagga.com.br

[www.explogistica.com.br](http://www.explogistica.com.br)

# Cargas crescem no Nordeste

**Economia em ebulição e aumento do consumo fazem grandes empresas como a Ramos Transportes abrir novas unidades de atendimento na região para disputar novos clientes e serviços**

SONIA CRESPO



*A migração de fábricas para o Nordeste e a crescente regionalização das entregas estimulam a demanda de caminhões na região*

A ARRANCADA QUE A INDÚSTRIA NACIONAL deu a partir do segundo semestre do ano passado fortaleceu a economia e proporcionou aos brasileiros um crescimento real

da renda. O reflexo disso nas atividades de transporte também foi bastante positivo: o mercado doméstico demandou 100 mil novos caminhões durante 2007, prati-

camente 30% a mais que no ano anterior. E uma das regiões que mais vem atraindo novas indústrias e, consequentemente, mais serviços de transporte, graças às facilidades fiscais oferecidas, é o Nordeste. Além do aumento das viagens com destino para o Sul e Sudeste, a localidade também registrou alta na movimentação intraregional, o que significa que o nordestino está comprando mais.

"O que está acontecendo aqui é uma verdadeira revolução. É o resultado da dinâmica da economia local. E o Estado de Pernambuco, em particular, é o centro logístico do Nordeste", comenta o assessor técnico da Federação das Empresas de Transporte de Cargas do Nordeste (Fetracan), Jorge do Carmo Ramos. Ele estima que o aumento das operações de transporte rodoviário de cargas na região tenha chegado a 6% em 2007 — praticamente o dobro dos 3% esperados para o período. Carmo diz que essa ebulição aumentará ainda mais nos próximos anos, principalmente na área portuária: "A Refinaria Abreu de Lima começará a operar até 2011, no porto de Suape. Também nas redondezas do porto o novo Pólo de Poliéster, com quatro fábricas instaladas, acaba de iniciar a produção. Só estes dois empreendimentos demandarão um grande volume de caminhões", prevê.

A Fetracan engloba os sindicatos de sete estados do Nordeste (Alagoas, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Cea-

rá, Piauí e Maranhão). Conforme dados da Agência Nacional de Transportes Terrestres (ANTT), nestes estados estão registrados 78.587 empresas de transporte, autônomos e cooperativas, que movimentam juntos 133,3 mil caminhões. O assessor técnico da federação comenta que a tendência do setor rodoviário de cargas é cada vez mais regionalizar as entregas. "Aceitar fazer qualquer frete que passe de 400 quilômetros é praticamente certo que a empresa vai operar no vermelho, à exceção de pouquíssimos casos", exemplifica.

Uma das empresas que mais expandiu suas operações no Nordeste durante o ano passado foi a Transportadora Ramos, registrando faturamento de R\$ 335 milhões, 17% superior ao de 2006 e excedendo a expectativa inicial de expansão, que era de 13%. O vice-presidente da empresa, Jacinto Júnior, diz que novos nichos econômicos típicos da região Sul, por exemplo, migraram recentemente para a área, como a indústria calçadista, que escolheu o Ceará e a Bahia para instalar novas plantas. Da mesma forma, a indústria farmacêutica, que estava centralizada na região Sudeste, deslocou-se para as regiões Centro-Oeste – mais especificamente em Anápolis (GO) – e Nordeste. "Tudo isso é componente do crescimento. Com a explosão da economia nacional aumenta também a movimentação das fábricas pelo País, em busca de novos mercados", comenta Jacinto Junior. Ele salienta, no entanto, que as regiões Sul e Sudeste ainda são soberanas como centros produtivos.

**SERTÃO RENOVARADO** – O aumento do poder aquisitivo intensificou as vendas principalmente nos centros comerciais da região. Jacinto Júnior diz que as transportadoras têm de achar um meio termo para estabelecer o preço de alguns fretes, já que o número de viagens para abastecimento, entre as fábricas e os centros comerciais, aumenta e, com isso, aumenta também a ociosidade do caminhão no re-

torno ao ponto de abastecimento. "É um risco que deve ser corrido e tem sido compensado pelo aumento significativo do volume de viagens. Para o embarcador ainda é uma vantagem", diz. A Transportadora Ramos trabalha hoje com 56 centros de distribuição em todo o país. Os estados mais abastecidos de unidades de atendimento são a Bahia e Minas Gerais. A matriz da empresa está sediada na cidade mineira de Teófilo Otoni, que fica a 450 quilômetros de Belo Horizonte.



**Jacinto Júnior, da Transportadora Ramos: nichos econômicos migraram das regiões Sul e Sudeste para o Nordeste.**

Quando começou suas atividades, há 70 anos, a Ramos inaugurou sua primeira rota entre Aracaju (SE) e Ilhéus (BA), transportando basicamente gêneros alimentícios. Hoje a empresa é especialista em carga fracionada, com destaque para nichos de eletroeletrônicos, e-commerce e produtos farmacêuticos – só estes três setores respondem por 30% do faturamento anual. A transportadora opera com 1.200 caminhões, sendo 500 próprios e 700 agregados. Planos para ampliar a frota, diz o vice-presidente, não estão descartados, mas indefinidos, por enquanto. A companhia está com novos prédios em Aracaju (SE), Fortaleza (CE), Juazeiro do Norte (CE), Cuiabá (MT), Manaus (AM) e acaba de abrir

uma unidade em Rio Branco (AC), onde ainda não estava presente. Este ano a empresa tem planos de construir mais quatro CDs nas regiões Norte e Nordeste, onde realiza diariamente cerca de 7 mil entregas. "Estamos em todas as regiões do Brasil e, desta forma, entendemos como consolidado nosso atendimento nacional. Ainda assim estamos alertas para novas áreas em expansão", diz.

A concorrência no Nordeste, comenta Jacinto Júnior, chega a ser predatória. "É muito difícil criar e manter uma empresa com a estrutura adequada para atender grandes clientes", comenta o executivo da Ramos. Ele diz que no País existem, no máximo, 300 empresas de transporte que têm o nível de exigência que o mercado vai requerer. A empresa movimenta 39 mil toneladas por mês, que somam 470 mil toneladas/ano. Uma das distâncias mais longas percorridas pelos caminhões da Ramos é entre Porto Alegre (RS) e Manaus (AM), de 5.800 quilômetros. "Todas as nossas filiais mandam veículos para Manaus e trazem mercadorias de lá", comenta o executivo. O trajeto entre Belém (PA) e Manaus (AM) é feita através do percurso de 1.850 quilômetros de balsa.

As estradas das regiões Nordeste, Norte e Centro-Oeste são um problema sério, eternamente discutido e pouco resolvido, segundo comentário do vice-presidente da Ramos: "O PAC é anunciado e a situação precária das pistas continua. Em algumas estradas do Rio Grande do Norte, por exemplo, são vistas máquinas em movimento nas pistas, mas ainda há muito o que fazer". Acostumada a conviver com esses percalços ao longo do caminho, a transportadora mantém uma expectativa permanente de crescimento, de três vezes o PIB do ano anterior. Para 2008, projeta crescimento de 15%. "Prendemos intensificar nossa atuação nestes três segmentos da indústria: e-commerce, eletroeletrônicos e farmacêuticos", finaliza.



www.fordcaminhoes.com.br  
0800-703 FORD  
3673

**QUEM DIRIGE O CAMINHÃO DIZ QUE É PAU-PRA-TODA-OBRA.  
QUEM DIRIGE A EMPRESA DIZ QUE É LUCRO-EM-TODA-ENTREGA.**



JWT.COM.BR

**FORD CARGO 2422 E 2428 6X2 ELETRÔNICOS. O MELHOR RESULTADO EM QUALQUER APLICAÇÃO.** Quem dirige o próprio negócio está sempre correndo atrás do lucro. Por isso precisa de um caminhão potente e confiável como os Ford Cargo 6x2. Eles são robustos e confiáveis. Nunca dão dor de cabeça. E esbanjam versatilidade. Afinal, quem vive correndo atrás do lucro não pode dispensar trabalho.