



transporte

Todos os modais

MODERNO



Ano 46 - nº 433 - R\$ 15,00

Com Jovem renova valores empresariais

Pedras capixabas: exportações demandam nova logística

Volvo lança o caminhão mais potente do mundo

Azul, a nova opção para voos econômicos

Graneleiros em compasso de espera

Mercado de caminhões: ano 2008 foi generoso



TRANSPORTADORES PRESERVAM OTIMISMO DIANTE DO IMPASSE ECONÔMICO

3º SEMINÁRIO NACIONAL DE GESTÃO DE FROTAS
28 E 29 | SETEMBRO | 2009










TRANSPÚBLICO 2009

TRANSAMERICA EXPO CENTER
14, 15 E 16 DE JULHO DE 2009 - SÃO PAULO/SP

**QUANDO VOCÊ TRABALHA FELIZ,
OS RESULTADOS APARECEM.
QUANDO OS RESULTADOS APARECEM, VOCÊ FICA FELIZ.
ISSO QUE É CAPITAL DE GIRO.**

CHEGOU A FORD TRANSIT.

Itens de série:

-  **CONTROLE ELETRÔNICO DE ESTABILIDADE**
-  **ASSISTÊNCIA DE PARTIDA EM RAMPAS**
-  **TRAVAS, VIDROS E RETROVISORES ELÉTRICOS**
-  **AR-CONDICIONADO**
-  **FREIOS ABS E AIR BAG**
-  **TRAÇÃO TRASEIRA**
-  **VERSÕES PARA CARGA E PASSAGEIROS**



www.ford.com.br



0800-703 FORD
3 6 7 3



FORD TRANSIT.
QUEM TRABALHA FELIZ,
TRABALHA MELHOR.

Venda exclusiva pela Rede Ford Caminhões.





A TRANSPÚBLICO ESTÁ DE VOLTA.

E pronta para repetir o sucesso da estreia!

Depois do sucesso da estreia em 2007, a feira volta a ser realizada no Transamerica ExpoCenter recheada de novidades.

A principal delas é a união das entidades que congregam o transporte urbano de passageiros, transporte rodoviário de passageiros, transporte por fretamento e turismo e as encarregadoras – NTU, ABRATI, ANTTUR e FABUS – na realização e apoio do evento.

O evento servirá também de palco para a comemoração do cinquentenário da FABUS – realizadora da feira ao lado da NTU – e será prestigiada pela Indústria de Chassis, Distribuidores de Petróleo e Derivados, Desenvolvedores de Sistemas de Gestão, Sistemas de Bilhetagem Eletrônica, entre outros.

Marque na sua agenda:

dias 14, 15 e 16 de Julho de 2009 no Transamerica ExpoCenter.



TRANS PÚBLICO 2009

TRANSAMERICA EXPO CENTER
14, 15 E 16 DE JULHO DE 2009 - SÃO PAULO [SP]

Realização:



Patrocínio:



Confederação Nacional do Transporte



Apoio institucional:



Organização:



Apoio editorial:



COMERCIALIZAÇÃO:

Marcelo Fontana Promoções e Eventos: Fone/Fax: 11-5096-8104

otmeditora@otmeditora.com.br - www.revistatransportemoderno.com.br - www.revistatechnibus.com.br

Dribla mais essa, Brasil!

O ano de 2009 se apresenta como período de grandes desafios diante de um turbulento panorama mundial que, em efeito dominó, vem derrubando castelos empresariais que aparentavam solidez inabalável.

Transporte Moderno, que inaugura com esta edição o ano 46 de sua trajetória desde sua criação, em 1963, acompanhou nessas quase cinco décadas vários abalos econômicos principalmente por ser editada no Brasil, um país acostumado a andar na corda bamba, a desafiar frequentemente perigos.

Como o Brasil, Transporte Moderno, ao longo dessas 433 edições tem superado desafios graças à renovação da forma, sem abrir mão de indispensável conteúdo jornalístico e credibilidade das informações.

Na presente edição, por exemplo, temos entre os vários temas três deles que particularmente merecem destaque.

Uma das reportagens, de forte conteúdo, trata da Comjovem, a comissão dos jovens empresários que, paralelamente ao cotidiano das transportadoras de suas famílias, vivem enfiados com temas que dizem respeito às questões institucionais, políticas e técnicas do transporte rodoviário de carga.

A Comjovem, ao longo de sua existência, tem servido para conscientizar empresários de que sua missão, embora desafiadora, não se resume ao espaço do negócio familiar.

Outro destaque desta edição é o candente depoimento de Raul Randon, criador de uma das maiores indústrias de implementos rodoviários do mundo. Com liderança e respeito conquistados pelo histórico de realizações, Raul, com proverbial franqueza, faz críticas a governos e governantes que, na questão de infraestrutura de transportes, por exemplo, têm insistido em permanecer no palanque.

Não poderia faltar nesse cardápio de assuntos uma análise da crise, seus efeitos e saídas a partir da visão de um time de 11 empresários do setor de transporte de cargas e logística.

O momento, como o leitor verá ao longo da reportagem que começa na página 14, é particularmente difícil. Mas, como diz um dos entrevistados, nada que não possa ser encarado e superado.

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

Márcia Pinna Raspanti
marcia.pinna@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 Batista A. Silva
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)

otmeditora@otmeditora.com.br

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

Circula no mês subsequente ao de capa

SUMÁRIO

ENTREVISTA: COMJOVEM

André Ferreira, da Rápido 900; Tayguara Helou, da Braspress, e Roberto Mira, da Mira Transportes, formam a coordenação da Comissão Nacional dos Jovens Empresários da NTC **8**

TRANSPORTADORAS

Os empresários do setor de transporte mantêm a disposição de realizar investimentos, mesmo sabendo que o PIB deve crescer, no máximo, 3% **14**

CAMINHÕES

A produção de 2008 atingiu 167 mil veículos, dos quais 40 mil foram exportados e a Iveco figurou pela primeira vez entre as quatro maiores fabricantes **22**

INTERNACIONAL

Volvo Trucks lança na Europa o Volvo FH16 de 700 cavalos, o caminhão fabricado em série mais potente do mundo e dentro das exigências do Euro 5 **24**

MERCEDES-BENZ

Sistema on line implantado pela montadora na sua rede de concessionárias permite agilizar a escolha do caminhão pelo comprador **26**

RODOVIÁRIO

O transporte de rochas ornamentais, setor responsável por 7% do PIB capixaba, será beneficiado por novas obras rodoviárias e terá fiscalização mais rigorosa **28**

MARÍTIMO

Graneleiros sofrem com a crise mundial, que reduziu o volume transportado de commodities, e a esperança volta-se para o crescimento da demanda asiática **34**

RANDON 60 ANOS

O Grupo Randon, que cresceu 23% ao ano nos últimos anos, comemora o 60º aniversário com lançamentos de produto e de novo sistema de pintura **38**

PIONEIROS

Em entrevista a Transporte Moderno, Raul Anselmo Randon, fundador do Grupo Randon, deixa transparecer sua insatisfação com os rumos do País **44**

IMPLEMENTOS

O setor de implementos rodoviários cresceu 25% e produziu 138,2 mil unidades em 2008, tendo o melhor resultado de sua história **46**

PIRELLI 80 ANOS

Estratégia da empresa para manter posição no mercado é voltada para o desenvolvimento de medidas diferenciadas para nichos específicos **48**

AÉREO

A Azul escolheu como base principal de operações o aeroporto de Viracopos, em Campinas, e já tem planos de expansão que dependem da aprovação da Anac **52**

LOGÍSTICA

Na avaliação de Paulo Fleury, do Instituto de Logística e Supply Chain, o setor portuário é o que tem maiores perspectivas de evolução em processos logísticos **54**

TECNOLOGIA

O sistema RFID, que utiliza ondas de rádio para acessar dados em etiquetas eletrônicas, tem como vantagem oferecer visibilidade na cadeia de suprimentos **58**

MARKETING

Calendário Pirelli 2009 traz cenário de Botsuana, fotografado por Peter Beard, um dos maiores intérpretes do charme da África **62**

TRANSPORTE ESCOLAR

Os vencedores da mais recente licitação de ônibus escolares do programa federal Caminho da Escola foram a Iveco, Volkswagen, Marcopolo e Induscar-Caio **64**

FERROVIÁRIO DE PASSAGEIROS

Com o foco no turismo ecológico, Serra Verde Express investe em novos roteiros para passageiros, como a linha do Pantanal, a ser inaugurada em maio **66**

HIDROVIAS

Carbocloro elabora um projeto para uso de via hidroviária, em vez do modo rodoviário, no transporte de sa entre o porto de Santos e a fábrica de Cubatão **68**

FÓRMULA TRUCK

A Ford apresentou sua nova equipe de pilotos para campeonato de 2009, formada por Djalma Fogaça; Urubatan Helou Jr., Cláudio Roda e Yuri Alves **7**

SEÇÕES

Editorial - 5 Novas - 70 Custos Operacionais - 73

Foi dada a largada...



5^a MARATONA

Supply & Demand
Chain Management

06 e 07
MAIO.09
WTC HOTEL - SP

*Guarde seu fôlego para o maior congresso de
Logística & Supply Chain da América Latina*

Raia 1
L'Oréal

Raia 2
Syngenta

Raia 3
Unilever

Raia 4
Volvo

Raia 5
Whirlpool

e muito mais...

www.inbrasc.org.br/maratona


PATROCÍNIO

 **accera**
Supply Chain Solutions

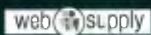
 **AXIA**
consulting

 **DEX LOG**
Otimização Logística

 **NeoGrid**
Your Product On-Demand

 **Sargas**
COMPETÊNCIA EM LOGÍSTICA

 **webb**

 **webSupply**


inbrasc
Um instituto da febracorp

REALIZAÇÃO



Uma nova safra empresarial

André Ferreira, diretor de Vendas e Marketing da Transportadora Rápido 900, tem 33 anos, é casado e tem uma filha de cinco meses. Tayguara Helou, controler do grupo que reúne as empresas Braspress, Aeropress e a Ar Minas Linhas Aéreas, também casado, com uma filha de um ano e meio e outra a caminho, tem 28. Roberto Mira, diretor de Compras e Suprimentos da Mira Transportes, está com 31. Além de exercerem uma exaustiva rotina diária em cargos de direção dentro de suas companhias, coman-

dam, juntos, as atividades da Comissão de Jovens Empresários do Transporte de Cargas da Associação Nacional do Transporte de Cargas e Logística (NTC), o ComJovem Nacional: André é coordenador da comissão; Tayguara e Roberto são vices. Em entrevista exclusiva para a revista Transporte Moderno, eles relatam o desafio de congregar todas as ComJovens estaduais e seus principais objetivos para 2009. Por motivo de saúde, Roberto Mira não esteve presente à entrevista.

TM – A primeira ComJovem do país surgiu há quase vinte anos. Vocês seriam a ComJovem II, o Retorno?

André – (risos). Na verdade a primeira ComJovem brasileira surgiu em 1991, no Sindicato das Empresas de Transporte de Cargas do Estado de São Paulo (Setcesp), comandada por jovens empresários da época, como Carlos Mira e Adalberto Panzan Júnior, entre outros. A partir de 1996 esta comissão deu uma esfriada. A questão é que os então jovens daquela época foram ficando mais velhos e não apareceram novos jovens para substituí-los. Em 2004, o então presidente do Setcesp, Urubatan Helou (pai de Tayguara), decidiu reativar esta comissão através de um comunicado geral para todas as empresas associadas ao sindicato, convocando os jovens empresários do setor. Na primeira reunião de retorno da ComJovem de São Paulo apareceram 16 empresários – entre eles estávamos eu, o Tayguara Helou e o Urubatan Helou Filho e outros. Na ocasião nos explicaram como atuava a primeira comissão e nos sugeriram sua reativação. Decidimos assumir esse compromisso. De 2004 para cá, muitas coisas aconteceram e a comissão se fortaleceu. Eu fui escolhido para ser o primeiro coordenador da comis-



André Ferreira, Roberto Mira e Tayguara Helou, juntos comandam a Comissão de Jovens Empresários da NTC

são, tendo como vices o Urubatan Helou Filho (da Braspress) e o Robson Granero (da Transportes Granero). Fiquei à frente da comissão entre 2004 e 2005. Em 2006 o Tayguara assumiu a coordenação. Em 2007 foi a vez de Tiberic Ramos (da Ramcs Trans-

portes) e em 2008 o cargo foi ocupado por Roberto Mira.

Tayguara –No ressurgimento da ComJovem paulista optamos por manter o coordenador apenas um ano, dando assim oportunidade para todos os empresários que integram a comissão e evitar, com isso, o que aconteceu na década de 90, quando apenas um pequeno grupo se manteve à frente da comissão durante longo tempo. A ComJovem paulista começou com 16 empresários, passou para 50 integrantes em 2005 e hoje temos 108 jovens, com idade entre 18 e 35 anos. Nossa preocupação é dar oportunidade para todos, sempre considerando o envolvimento e o conhecimento do empresário sobre as atividades no setor. Aqueles que exercem a função de coordenação passam a integrar um conselho e, assim, permanecem constantemente em contato com os novos dirigentes. No Brasil temos hoje nove comissões regionais: Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Rio de Janeiro, Espírito Santo, Bahia, Minas Gerais e Goiás.

TM – E para quê foi criada a ComJovem Nacional?

André – Em 2008 o presidente da NTC, Flávio Benatti, me procurou com essa proposta. Como temos uma rotina muito corrida nas nossas empresas, sugeri que formássemos um núcleo, a exemplo das ComJovens estaduais: eu seria o coordenador e o Taiguara e o Roberto Mira Júnior seriam vice-coordenadores e me ajudariam na nova empreitada. Já em 2008 percorremos o Brasil para fundar núcleos regionais da comissão. Hoje contamos com 348 jovens associados, em todo o país. A troca de conhecimentos entre nós passou a ser fundamental para nosso desempenho profissional. Desde 2004 abrimos a ComJovem também para jovens executivos que atuam nas empresas de transporte, mas a grande maioria da comissão é formada por jovens herdeiros. O que acabamos vendo nas nossas reuniões é uma grande mescla de profissionais: jovens que estão começando em suas empresas, jovens que já são sócios das companhias, jovens que nos trazem ótimos ensinamentos e jovens dispostos a apreenderem o que os mais velhos têm a ensinar. Essa integração é muito bacana.

Tayguara – Só na cidade de Paulo, onde a ComJovem tem 108 associados, todos participantes trabalham ativamente nas suas respectivas empresas e demonstram grande interesse pelos negócios da família. O número fala por si só. A missão número um da ComJovem Nacional é buscar recursos que possibilitem a melhor capacitação desses jovens empresários, promover a integração de executivos do setor de transportes de cargas e, mais que nada, difundir novos métodos nos processos de sucessão. Formamos um grupo bem unido e participativo e queremos estar cada vez mais preparados para o amanhã. Mesmo que, teoricamente, todos sejamos concorrentes não quer dizer que tenhamos de ser necessariamente inimigos. A concorrência, para nós, é saudável. Queremos criar uma nova identidade empresarial no País, já que a própria NTC nos concedeu a missão de mudar a imagem do setor. Este

ano vamos encabeçar uma campanha nacional do segmento cujo slogan será "Encurtar distâncias aproximando realidades".

TM – *Mas e os velhos empresários, que ainda estão na ativa, lidam bem com essa nova integração empresarial?*

Tayguara – Nossos antecessores foram e são grandes empreendedores. Passaram por diversos pacotes econômicos e inúmeras adversidades. De uma certa forma essa condição leva a uma briga de mercado bem forte, mas não necessariamente a uma inimizade. Eu diria que sim, os grandes empreendedores têm, hoje, uma grande integração entre eles. Essa união talvez não aconteça com um grupo muito reduzido de empresários do transporte de cargas.

André – Os empresários mais antigos, como meu pai (Ferreirão), o pai do Tayguara (Uurubatan) e o pai do Roberto Mira Júnior (Roberto Mira) – jovens daquela época – começaram muito cedo dirigindo caminhão e conseguiram estruturar suas empresas ao longo do tempo. Já os jovens de hoje vivem outra realidade: conseguiram se preparar, ter estudo. É uma realidade bem diversa. Muitos dos empresários mais velhos apenas se conheceram com mais de 40 anos. Nossa proposta é possibilitar essa aproximação o mais cedo possível. E esse convívio, para mim, por exemplo, tem sido extremamente positivo, pois hoje meus melhores amigos são deste meio.

TM – *Quando vocês se conheceram?*

Tayguara – Pode parecer curioso mas antes de 2004 nenhum de nós três se conhecia. Eu comecei a trabalhar na Braspress em 2003 em diversos setores e nós não tínhamos nenhum tipo de contato.

André – Em 2004 eu pouco vinha às reuniões do Setcesp. Quando participava, sempre me deparava com dificuldades e situações vividas pelos executivos mais experientes totalmente diferentes das minhas. Mas a partir de 2004 eu comecei a conhecer pessoas que conviviam com problemas

semelhantes aos meus. A ComJovem cresceu a partir desse pequeno grupo de jovens que se uniu de tal forma a ponto de hoje viajarmos, sairmos juntos para jantar e até sermos padrinhos de casamento uns dos outros. Além da comissão de trabalho somos um grande grupo de amigos.

TM – *Como vocês articulam os trabalhos da ComJovem dentro da NTC?*

André – A ComJovem Nacional é uma realidade bastante recente. Em fevereiro de 2008 fizemos o lançamento oficial da comissão. Flávio Benatti (presidente da NTC) sugeriu que cada unidade estadual mandasse para a primeira reunião um jovem representante. Depois disso participamos do roadshow da NTC, para apresentar o ComJovem pelo Brasil, que representou um grande desafio para nós. Neste evento, tivemos a oportunidade de divulgar nosso trabalho e estimular a participação de mais jovens na comissão. E já no final do ano passado realizamos nosso primeiro encontro nacional, que aconteceu no Costão do Santinho, em Santa Catarina. Lá estiveram presentes cerca de 200 participantes. Atualmente participamos das reuniões de diretoria da NTC, assim como nas reuniões do Setcesp. Quando o atual presidente do sindicato estadual paulista, Francisco Pelúcio, assumiu, ele já reservou duas cadeiras para o grupo da ComJovem.

Tayguara – A ComJovem, acima de tudo isso, é a porta de entrada para nossas entidades de classe, para que a gente possa renovar e reoxigenar as nossas entidades representativas. Para nós, a iniciativa de Francisco Pelúcio foi brilhante.

TM – *Profissionalmente vocês costumam divergir das decisões de trabalho tomadas por seus pais?*

Tayguara – No caso específico da Braspress, hoje somos uma empresa totalmente profissionalizada. Quando terminei meu curso de Administração de Empresas, na Austrália, cheguei pronto para



trabalhar na gestão da empresa e meu pai disse: "Negativo. Primeiro você terá de conquistar seus caminhos. Minha primeira ideia foi criar uma empresa prestadora de serviços para a Braspress, chamada THTex, que realizava transferência de cargas entre as filiais da transportadora. Com o passar do tempo fui apontando potenciais melhorias nos processos internos e clientes. Finalmente, depois de um ano e meio de trabalho, fui escalado para cuidar da controladoria do grupo. Em virtude dessa trajetória, quando tenho algum assunto para tratar com meu pai, tenho claro na minha mente que na realidade estou discutindo com o presidente da empresa. O caminho inverso também é verdadeiro: quando ele me chama, está procurando o parecer do controller do grupo. Mantemos dentro da companhia uma relação extremamente profissional.

TM – *Como reagem quando vocês surgem com idéias inovadoras totalmente diferentes das adotadas por eles?*

André – Eventualmente temos momentos de tensão, mas por bons motivos. Com esse convívio originado entre os jovens, através da ComJovem, estreitamos muito nosso relacionamento e temos por hábito nos visitarmos nas empresas. Com a prática, eventualmente eu acabo descobrindo inovações que são introduzidas em algumas transportadoras e tento trazê-las para a Rápido 900. Às vezes tenho que lutar muito para convencer meu pai de que aquela medida seria adequada para nós. Mas como estou trabalhando na empresa há 17 anos já tenho um certo crédito na hora de apresentar minhas sugestões.

Tayguara – No meu caso, a tensão gerada no relacionamento profissional com meu pai é igual à ocasionada quando qualquer outro jovem executivo de nossa empresa apresenta uma nova sugestão. Se for uma boa ideia, o presidente não relutará em implementá-la.

TM – *O convívio entre vocês originado pela ComJovem gerou que tipo de benefício profissional para suas empresas, individualmente?*

Tayguara – Chegamos a um nível de entrosamento tão grande dentro da comissão regional de São Paulo que hoje a gente tira vantagem disso. Por exemplo: nos jurtamos quando vamos negociar a compra de caminhões, de pneus. Fazemos excelentes negócios juntos. Também trocamos figurinhas pelo telefone: comparamos preços praticados pelos fornecedores e batalhamos pelos melhores valores, sempre mantendo muito cuidado em preservar a ética na negociação, é claro. Afinal estamos todos no mercado para desenvolver nossos negócios e gerar resultados.

TM – *Disso os pais de vocês gostam?*

André – Adoram! (risos).

TM – *Vocês acreditam que uma empresa de transportes bem estruturada, com um longo histórico de atividades, possa falir?*

Tayguara – Acho que mesmo uma empresa de transportes de grande porte, que tenha alcançado uma grande profundidade de mercado e possua uma marca conceituada, se cometer um deslize poderá fechar suas portas em menos de uma semana. O mercado é volátil e temos de estar preparados e atentos o tempo todo. Qualquer empresa em atividade, hoje, está sujeita à falência. Quem não se lembra da Tresmaiese, da Kwikasair e da Dom Vital?

André – Eu acredito que uma empresa de grande porte leve alguns anos para quebrar. Quando as coisas não começam a dar certo eu suponho que a companhia ainda tenha mais uns três anos de fôlego, até entregar os pontos.

TM – *Existem empresários jovens abrindo novas transportadoras?*

André – Até existem, mas são muito poucos. Na ComJovem, por exemplo, a grande

maioria dos associados é descendente dos fundadores das transportadoras.

TM – *Por que o segmento de transporte de cargas não atrai novos empreendedores, a exemplo de outros ramos de atividade no setor de serviços?*

Tayguara – Talvez por ser uma atividade que só apresenta resultados a longo prazo, além de ser muito sofrida. A gente enfrenta grandes adversidades pelo caminho e a prestação desse serviço tem margens de lucro muito baixas. Também temos que conviver com uma pesada carga tributária. Tudo isso afasta o jovem empreendedor. Eu, por exemplo, sei que a Braspress é o meu futuro. Se eu dispusesse de uma verba para investir em algum negócio, primeiramente eu estudaria a possibilidade de investi-la na transportadora. Mas se a transportadora não necessitasse daquele aporte, naquele momento, e eu tivesse uma oportunidade clara de um novo negócio, é claro que iria agarrá-la. O empresário tem de estar aberto às boas oportunidades lá fora.

André – Eu, o Tayguara e o Roberto estamos sempre buscando novas possibilidades de ganhar dinheiro. Acho que a idade e a cabeça ajudam.

TM – *O que vocês consideram hoje o maior problema no universo de transporte de cargas e que solução os jovens empresários veem para isso?*

Tayguara – Eu aponto dois os maiores problemas da atualidade: a carga tributária e o monopólio dos insumos, como pneus, combustível e caminhões. Além disso, temos a cadeia burocrática e o famoso custo Brasil que vem por trás dela, que segura muito o desenvolvimento das empresas brasileiras, coibindo o empreendedorismo do brasileiro, que é fantástico. A melhor forma de enfrentar estas adversidades é dentro desta casa (Setcesp e NTC). Também mantemos um ótimo relacionamento com os integrantes do Comitê de Jovens Empresários (CJE) da Federação das

Indústrias do Estado de São Paulo (Fiesp), como o Ronaldo Colozzuk e o André Scaf, filho do Paulo Scaf (presidente da entidade). Acreditamos que através da união das entidades de classe de diversos setores da economia encontraremos um caminho para a solução de nossos problemas.

TM – *Que propostas tem a ComJovem Nacional para este ano?*

André – Ainda não realizamos (em janeiro) a primeira reunião de 2009, mas posso adiantar que um dos principais focos será expandir a atuação da ComJovem no País, incentivando a criação de novas ComJovens regionais. Em breve teremos comissões nas regiões onde há demanda para isso, como na Baixada Santista, em Limeira e em São José do Rio Preto, no estado de São Paulo, e no Triângulo Mineiro, em Minas Gerais, por exemplo. A ComJovem Nacional tem como princípio fomentar as atividades das comissões regionais.

TM – *Como é cronograma de reuniões das comissões regionais?*

André – Nas ComJovens regionais realizamos uma reunião mensal, no sindicato local, que é aberta por um convidado palestrante para falar sobre o tema escolhido do mês. Este tema costuma tratar de sucessão familiar, novos sistemas de tecnologia ou outro assunto apontado pela maioria dos integrantes da comissão como de interesse geral. Após a palestra é realizada a reunião com os componentes da comissão. O encontro mensal também costuma ter agendada uma visita técnica a um fornecedor ou a uma feira de produtos ou serviços para o setor. Algumas comissões estão em processo de consolidação mais lento e outras estão em processo de atuação mais acelerado. O sucesso da ComJovem de São Paulo, que serviu de modelo para o Brasil inteiro, despertou o interesse até da Associação Nacional das Empresas de Transportes Urbanos (NTU), que agora também quer montar sua co-

missão de jovens empresários do segmento. O presidente da entidade (Otávio Vieira da Cunha) nos convidou, no ano passado, para participar do encontro nacional da entidade, que aconteceu em Natal (RN), para apresentar aos associados as propostas da ComJovem.

Tayguara – Hoje a Comissão Nacional de Jovens Empresários conta ainda com o apoio da Confederação Nacional do Transporte (CNT), através de seu presidente Clésio Andrade, que irá promover este ano um evento na sua entidade para reunir todas as ComJovens regionais.

TM – *O que se destacou no primeiro encontro nacional da ComJovem?*

Tayguara – A nossa proposta principal era reunir pela primeira vez, em nível nacional, todas as comissões regionais. A missão foi um sucesso. Na ocasião, lançamos a revista da entidade, chamada Jovens Empresários, que terá edição semestral, com 80 páginas. Aproveitamos o evento para apresentar o portal oficial da ComJovem Nacional, com tecnologia web de dois pontos (esta tecnologia possibilita a participação de todas as regiões simultaneamente, online).

TM – *A palavra "sinergia" é hoje muito usada no universo de jovens executivos. Vocês acreditam que possa haver sinergia entre jovens herdeiros e velhos empresários?*

Tayguara – Total! Na verdade nós não significamos a troca e sim a continuidade. Acho que nenhum negócio de família terá seguimento se não houver o elo entre a velha e a nova guarda. Sem essa conexão não há sequência. Hoje nosso convívio é muito interessante: acredito que nós conseguimos rejuvenescer nosso país. Antigamente, quando se falava em sucessão, a primeira palavra que vinha à mente era morte, fim de uma era. Hoje, não: a palavra mais apropriada é continuidade. E a boa condução da continuidade pode gerar empreendimentos seculares de transpor-

tes, como a UPS, por exemplo, que no mês passado comemorou os 105 anos de seu principal terminal de cargas.

TM – *É mais fácil comandar um grupo de jovens profissionais ou um grupo de velhos empresários?*

Tayguara – Acho que competência não tem idade. Existem situações extremas dos dois lados. Existem tanto jovens quanto velhos difíceis. No meu ambiente de trabalho, por exemplo, meu convívio com profissionais mais experientes requer muito traquejo. Lembro de quando participei da primeira reunião de diretoria da empresa. Eu quase não dormi na noite anterior. Mas tudo é uma questão de tempo e convívio e a ComJovem me ajudou muito nesse processo.

André – O profissional ideal para se comandar seria aquele "meio termo": que não seja muito velho, dono da verdade, nem o jovem arreatado e inconseqüente. Eu também respeito o profissional que tem décadas de atuação na empresa porque, afinal de contas, se ele não fosse essencial já estaria fora da companhia há muito tempo.

TM – *Que preocupação vocês têm com relação à crise econômica?*

Tayguara – A crise econômica vende bastante mídia, está nos jornais e noticiários diários, mas eu estou completamente fora dela. Continuo trabalhando muito forte. Nosso setor logo poderá sentir o tremor, mas precisamos estar preparados para isso. Na Braspress continuamos expandindo nossas atividades, investindo em novas tecnologias, comunicação, e ampliando o leque comercial. Crescemos 13,4% em 2008.

André – É claro que estamos preocupados com a crise. Mas a Rápido 900 ainda não sentiu nenhuma queda no movimento operacional. Em 2008 crescemos 14%. Esperamos que tudo continue como está. Mesmo assim, ainda ontem todos os diretores e gerentes da matriz de São Paulo se reuniram o dia inteiro para tratar de redução de custos, apenas como medida de precaução.



Pense em uma companhia toda por você. Toda presente, toda preparada, toda disponível. Que coloca Gente, Produtos e Serviços em um movimento que nunca para. Nem as pessoas, nem o veículo, nem seu negócio. Na Scania é assim. A disponibilidade presente o tempo todo, em todos os momentos. Aumentando a Eficiência. Diminuindo o Custo Operacional.

Gente > Profissionais altamente qualificados, motoristas treinados, equipe técnica preparada: **Clientes Satisfeitos.**

Produtos > Veículos com aplicações específicas para cada segmento, referência de qualidade e tecnologia, maior robustez e confiabilidade, maior capacidade de carga e passageiros **Menor Custo Operacional e Maior Valor de Revenda.**

Serviços > Maior disponibilidade em Peças e Serviços do mercado, Contratos de Serviço sob medida de acordo com sua necessidade, atendimento em qualquer lugar e a qualquer hora: **Maior Disponibilidade** para tudo o que você, cliente, precisar.



Gente, Produtos
e Serviços.
O **GPS** da Scania.



SCANIA

www.scania.com.br

RINO



Tudo em nome da sobrevivência

Após os sobressaltos iniciais provocados pela crise internacional, a expectativa dos empresários das maiores empresas de transporte é saber até onde ela vai

■ SÔNIA CRESPO E ARIVERSON FELTRIN

NO INÍCIO DE JANEIRO DE 2009, A AVENIDA Paulista – centro econômico da maior cidade da América Latina – estava às moscas. Empresários de importantes segmentos financeiros, industriais e de serviços saíram de cena, estrategicamente, observando, à distância, os efeitos da crise anunciada. Mas o mês de janeiro se passou e, pelo menos no Brasil, o medo dos efeitos da crise parece maior que o estrago propriamente dito. Demissões consecutivas,

ainda que isoladas, chegaram a assustar empresários em seus refúgios, conforme confessaram posteriormente alguns deles. De acordo com analistas econômicos do mercado, com um pouco de sorte e boa administração a recessão que está por vir poderá ser apenas consequência de um crescimento industrial menor e um saldo da balança comercial mais enxuto.

Na área de transportes, especificamente, os executivos não acreditam que a tem-

pestade financeira que varreu dólares nos Estados Unidos detonará a economia brasileira nos próximos meses. Ao contrário: estes empresários mantêm a mesma postura e disposição de realizar investimentos diante da possibilidade de fechar novos negócios – mesmo conscientes de que a previsão do crescimento do PIB para 2009 é de, no máximo, 3%.

Nas transportadoras que oferecem atendimento diversificado, os efeitos da crise

aparecem, a princípio, em apenas alguns segmentos. É o caso da Binotto, que opera em cinco setores diferentes: logística industrial, distribuição urbana, transporte florestal, carga geral e bioenergia. "Os clientes exportadores foram os primeiros a serem afetados com a crise. A seguir, notamos que a indústria automobilística também sofreu um baque na produção. Nestes dois segmentos contabilizamos uma redução de cerca de 20% nas operações dos últimos dois meses," avalia o diretor comercial da transportadora, Edilson Sérgio Binotto, filho do fundador da empresa, Emílio Binotto. O empresário enfatiza que a retração na distribuição de automóveis não foi maior graças à ação rápida do governo federal, que reduziu para zero o imposto sobre produtos industrializados (IPI).

Edilson Binotto diz que mesmo diante de um quadro econômico nebuloso a empresa não cancelará nenhum projeto e manterá a conduta administrativa adotada em 2008. No ano passado, por exemplo, a transportadora renovou 100 caminhões da frota e adquiriu 200 novos veículos, expandindo a frota de 1 mil para 1,2 mil caminhões. Ao todo, a transportadora movimentou 2,7 mil equipamentos, entre cavalos-mecânicos, empilhadeiras rebo-



Edilson Binotto: empresa não cancelará nenhum projeto previsto e manterá a conduta administrativa adotada em 2008



André Ferreira: "Talvez não tenhamos um crescimento expressivo mas certamente teremos um movimento razoável"

ques e semi-reboques. No período, a Binotto registrou crescimento de 15% no volume de faturamento. Para 2009, os executivos da transportadora estão atentos ao surgimento de novos serviços. Há quatro décadas e meia no mercado brasileiro e tendo vivenciado muitas outras crises, a Binotto mantém a esperança de que a retração econômica não afetará profundamente os negócios da área. "Acredito que sempre haverá oportunidades", enfatiza Edilson Binotto.

Cauteloso, o executivo destaca que ainda estamos no início do ano e é preciso esperar alguns meses para ver o comportamento da demanda. "O que notamos nos últimos tempos é que os clientes estão substituindo os pequenos prestadores de serviços de transporte por fornecedores de grande porte. Para nós, esta tendência de mercado representa novas oportunidades", observa. Uma ampliação na gama de segmentos atendidos atualmente é, a princípio, descartada por Binotto como paliativo para minimizar os efeitos nocivos da crise. "Isso não quer dizer, necessariamente, que não estudemos propostas. A questão é que para cada novo segmento temos de criar uma nova expertise. Mas, se for necessário, trabalharemos nisso", ressalta. A Binotto aten-

de atualmente todo o território brasileiro e dispõe de três CDs próprios localizados em Minas Gerais, São Paulo e Santa Catarina.

MOVIMENTO RAZOÁVEL — Os possíveis efeitos prejudiciais da crise ainda não foram percebidos pelas empresas que mantêm contratos consolidados por longos períodos, como acontece com a Transportadora Rápido 900, que completa 50 anos de atuação em 2009 e opera nas regiões Sudeste, Nordeste, e nos estados de Goiás, Tocantins e Rio Grande do Sul, além do Distrito Federal. A atual frota de caminhões da empresa é de 517 equipamentos e 450 agregados. "Por enquanto ainda não sentimos esses efeitos. Mantemos clientes de diversos segmentos e um acaba compensando o volume do outro. Além disso, temos contratos de longo prazo com grandes indústrias já há muitos anos", comenta o diretor geral da empresa, André Ferreira. Também presidente do grupo de jovens executivos do setor de transportes denominado ComJovem, André Ferreira acredita que ainda é bastante difícil fazer uma previsão dos efeitos da crise mundial que serão sentidos no Brasil. "Mas não acreditamos que deverá ser afetada a economia de uma forma tão contundente quanto nos Estados Unidos e na Europa. Talvez não tenhamos um crescimento expressivo mas certamente teremos um movimento razoável", destaca.

A demanda aquecida que caracterizou o primeiro semestre de 2008 incentivou a Rápido 900 a investir R\$ 11,8 milhões na ampliação da frota e na aquisição de sistemas de rastreamento. "Ao todo, adquirimos 78 novos equipamentos, entre cavalos-mecânicos, carretas, trucks e VUCs", acrescenta. André Ferreira diz ainda que o CD de Vitória (ES) está em obras para ampliar sua capacidade em 80%. A reforma prevê acomodar o aumento na movimentação de carga registrada pela Rápido 900, que subiu 14% em 2008, saltando de 920



mil toneladas em 2007 para 1 milhão de toneladas no ano passado.

Apesar das incertezas, André Ferreira acredita que a crise poderá beneficiar o setor como um todo, pois muitas empresas do setor buscarão novos caminhos e oportunidades de crescimento. "O foco da Rápido 900 é explorar, cada vez mais, os segmentos em que já temos uma atuação, principalmente o de produtos químicos embalados, no qual temos uma experiência de mais de 30 anos. Também queremos ampliar o volume de carga transportada dentro dos clientes atuais", revela. A transportadora trabalha atualmente para indústrias do segmento químico, de higiene e limpeza, alimentício e de autopeças. Com matriz na cidade de São Paulo, dispõe de 20 filiais e centros de distribuição nas cidades do Rio de Janeiro, Recife, Brasília e Goiânia.

TEMPOS INCERTOS – Paire no ar das empresas do setor a incerteza quanto à dimensão da recessão. Para alguns, como a Atlas Transportes e Logística, os primeiros sinais de que será um período duro apareceram logo nos últimos meses de 2008. "Sem dúvida, o primeiro efeito foi a redução do volume de carga transportada especialmente nos últimos meses do ano. Mas, além disso, houve ainda um impacto



Lauro Felipe Megale: pequenos ajustes para compatibilizar a retração da demanda à nova realidade do mercado



Américo Pereira Filho: em 2009 a empresa quer explorar novas possibilidades de negócios nas regiões Sul e Sudeste

da inadimplência em determinados clientes que passaram a enfrentar problemas com fluxo de caixa. Já percebemos, no entanto, um aquecimento a ponto de recuperarmos o mesmo volume de carga em janeiro de 2009, em comparação ao mesmo período do ano passado, o que certamente é um sinal muito positivo para o equilíbrio da economia", comenta o diretor de Planejamento e Marketing da empresa, Lauro Felipe Megale.

Ainda assim, diz o executivo, não houve alterações significativas em termos de planejamento estratégico, já que os investimentos estavam focados na expansão de centros de distribuição, tecnologia da informação e frota – recursos imprescindíveis para atender com qualidade os clientes. "Evidentemente que foram feitos alguns ajustes visando compatibilizar a retração do movimento à nova realidade do mercado. Numa perspectiva de médio e longo prazo pretendemos aumentar nossa participação no mercado, portanto, precisávamos manter um plano sustentável de investimentos", justifica.

A rotina de investimentos da Atlas segue o modelo das grandes transportadoras nacionais, que investem anualmente em suas unidades operacionais e renova-

ção de frota. "Em termos de CDs ampliamos a filial de Cachoeirinha (RS), localizada na região metropolitana de Porto Alegre, e inauguramos as unidades de Guarulhos (SP) e Contagem (MG), o que representou um investimento de aproximadamente R\$ 15 milhões. Para a frota, nosso objetivo é manter a idade média dos veículos de cinco anos. Em 2008 priorizamos a frota de transferência entre filiais, composta por carretas, e adquirimos 140 equipamentos que foram entregues ao longo do ano num investimento total de R\$ 10 milhões, relata Megale. A Atlas, que possui 1.600 veículos dedicados a operação de coleta, transferência e distribuição, registrou um acréscimo na ordem de 11% na tonelage movimentada entre 2007 e 2008, quando foram transportadas 380.839 toneladas. "Para 2009 esperamos um aumento nesta mesma proporção. Pretendemos realizar um plano mais agressivo em termos de política de vendas e marketing. Nosso objetivo é ampliar a participação nos clientes atuais oferecendo novas soluções e serviços. Também pretendemos conquistar novas contas, tanto para o transporte de carga rodoviária e aérea quanto em contratos de operações logísticas", adianta.

Para Megale, a indústria de um modo



Edgar Poletto: aposta em soluções logísticas customizadas e no envio de remessas para pesquisas clínicas