

ALINHANDO-SE COM A LOGÍSTICA LATINO-AMERICANA

por Joseph O'Reilly
e Kathleen Hickey

Bem-vindo à nossa seção especial de Logística Latino-Americana, trazida a você pela revista Inbound Logistics em cooperação com NEI e Supermercado Moderno.

Para a edição digital:
www.inboundlogistics.com/digital

Com todo o foco existente no extremo oriente e na costa ocidental, e em menor grau no oriente próximo (Europa Oriental), os consignatários e transportadores dos Estados Unidos necessitam apenas olhar em direção ao sul para encontrar um dos mercados emergentes do mundo de comércio, manufatura terceirizada e logística. Em termos de desenvolvimento geográfico e logístico, a América Latina encontra-se na periferia das redes de distribuição dos Estados Unidos - e nas mentes de executivos de pensamento progressista de cadeias de fornecedores globais.

Race to the Border: ALINHANDO-SE COM A LOGÍSTICA LATINO-AMERICANA

Dada a proximidade da América Latina com o mercado dos Estados Unidos; das dificuldades institucionalizadas no transporte de cargas de origem asiática através dos portos congestionados da costa ocidental; do contínuo desenvolvimento de infraestruturas de transporte e logística na região, graças em parte à penetração de 3PLs; e do crescente investimento direto estrangeiro dos Estados Unidos e outros,

as duas principais economias da região – México e Brasil – estão concentrando esforços para transformar a América Latina em um centro emergente de logística.

A convergência da logística e das fun-

ções de conformidade comercial está se tornando atividade corriqueira e as companhias estão encontrando locais acessíveis para instalar suas operações no Brasil e no México, diz Alvaro Quintana, líder de negócios das operações de comércio e logística da JPMorgan Chase Vastara no México. Estas instalações centralizadas estão elevando os padrões gerais de logística dos países latino-americanos e companhias assemelhadas.

Além da localização, os baixos custos de manufatura e a capacidade de desenvolvimento de transportes, fazem do México uma excelente opção a ser considerada para a instalação de operações logísticas e cadeias de fornecimento. Historicamente, o México tem sido passivo em relação a investimentos e ao crescimento de suas conexões de transportes, porém novas lideranças governamentais estão impondo um enfoque mais progressista e comprometido para melhorar a infraestrutura de transportes e estabelecer parcerias e acordos comerciais com os Estados Unidos e outras economias líderes do mundo.

“O presidente mexicano Felipe Calderón disse recentemente, que devemos incentivar a abertura de fronteiras. Este não é um pronunciamento típico de um presidente. É bastante encorajador,” observa Quintana.

A Dança Continua

Também a economia do Brasil está dançando a batida do rápido crescimento econômico, ancorada por um forte mercado de exportação de commodities que totalizou 138 bilhões de dólares em 2006. O volume de exportações deve crescer em função da moeda forte do Brasil comparada ao dólar dos Estados Unidos, e dos baixos custos de mão de obra, diz Carlos Gonzalez, diretor da SEKO Brasil, uma filial da companhia de logística global SEKO.

Este crescimento potencial deu ao governo e ao setor privado mais razões para desenvolver infraestruturas de transporte para atender a pulsante demanda.

Enquanto as empresas dos Estados Unidos continuam sua busca por fornecedores globais e locais de manufatura terceirizada mais econômicos e confiáveis, o México e o Brasil têm gradualmente alcançando outros mercados emergen-

México

Rastreamento do Comércio

PIB: 742 bilhões de dólares

Investimento Direto Estrangeiro dos E.U.A. em 2005:
71 bilhões de dólares

Exportações 2006: **249 bilhões de dólares** (bens manufaturados, óleo e produtos de óleo, prata, frutas, vegetais, café e algodão)

Exportações para os E.U.A.:
85,7%

Importações 2006: **253 bilhões de dólares** (máquinas de metalurgia, produtos para moinhos de aço, máquinas agrícolas, equipamentos elétricos, peças automotivas para montagem, peças de reposição para veículos motorizados, aeronaves e peças de aeronaves)

Importações dos E.U.A.:
53,4%

DADOS DA INFRAESTRUTURA: Aeroporto Internacional Benito Juarez (Cidade do México)

VOLUME DE CARGA (2006)	PISTAS DE POUSO E DECOLAGEM	
380.397 toneladas	05R/23L: 3.899,9 m	05L/23R: 3.952 m

COMPANHIAS AÉREAS ATENDIDAS: Aero California, Aeromexico, Air Canada, Air France-KLM, Alaska Airlines, American, British Airways, Continental, Delta, Grupo Taca, Japan Airlines, LAN Airlines, Lufthansa, Mexicana, Swiss International, United, US Airways, Varig.

VOCÊ SABIA? O Aeroporto da Cidade do México é o maior aeroporto do México, ocupando o 44º lugar no mundo em tonelagem total. O aeroporto interliga a capital do México a 48 cidades de âmbito nacional e a 55 cidades no exterior.

DADOS DA INFRAESTRUTURA: Porto de Manzanillo

Profundidade do Canal Principal: até 14 m **Volume de Contêineres (2006): 1,3 milhão de TEUs**

FACILIDADES DE CARGA: Recursos especializados para manuseio de grãos, vegetais, cimento e materiais brutos; recursos de refrigeração para manuseio, transporte e armazenamento de produtos perecíveis; recursos de múltiplo uso para manuseio e armazenamento de cargas gerais e de contêineres.

VOCÊ SABIA? O Porto de Manzanillo é o único porto do México capaz de carregar pilhas duplas de contêineres em carros sobre trilhos.

Fontes: CIA World Fact book; AAPA; Airports Council International; U.S. Bureau of Economic Analysis; U.S. Direct Investment Abroad; World Aero Data



“Eu vou reduzir custos... assim que souber onde.”

Reduzir custos na cadeia logística é um negócio arriscado. Corte a coisa errada, na hora errada, e as perdas podem rapidamente superar os ganhos... e ir muito além. O desafio: soluções para cadeias logísticas totalmente integradas em tempo real.

As pessoas, os processos e a tecnologia da Menlo Worldwide respondem ao chamado. Alguns dos desafios logísticos mais difíceis e

complexos do mundo são vencidos com a ajuda de soluções personalizadas – projetadas, instaladas e gerenciadas pela Menlo Worldwide.

Quando chegar o momento de cortar custos e eliminar ineficiências em sua cadeia logística, lembre-se da Menlo Worldwide. Para saber mais, acesse o nosso site www.menloworldwide.com/il2d

Con-way®

MENLO®
WORLDWIDE

Con-way®
FREIGHT
Con-way®
TRUCKLOAD SERVICES

Race to the Border:

ALINHANDO-SE COM A LOGÍSTICA LATINO-AMERICANA

tes de logística e distribuição. Políticas progressivas de comércio, os crescentes investimentos estrangeiros, as melhorias na infraestrutura de transportes e um mercado 3PL crescente, têm levado muitas companhias dos Estados Unidos a considerar uma operação fora de suas fronteiras.

O PRIMEIRO PASSO: Liberando o Comércio Americano

Acordos de livre comércio modificaram dramaticamente a paisagem logística da América Latina e abriram as portas para um maior comércio dentro da região e com outros países, especialmente com os Estados Unidos, diz Al Benki, vice-presidente sênior de serviços internacionais da Ozburn-Hessey (OH Logistics), um fornecedor terceirizado de logística baseado em Brentwood, Tennessee.

“As mudanças em andamento na política comercial em toda a América Latina estão

mudando o comércio de restritivo para aberto,” complementa ele. Estes acordos de livre comércio continuarão a acelerar a maturação das potencialidades logísticas da América Latina.

O comércio na América Latina continuará a crescer nos próximos cinco a 10 anos, estimulado não apenas por políticas de livre comércio mas também pela maior estabilidade política e pelos investimentos continuados em infraestrutura, prenuncia Benki.

Por exemplo, o Acordo de Livre Comércio Norte-Americano (NAFTA), que regulamente o comércio entre Canadá, Estados Unidos e México, aumentou dramaticamente o volume do frete. De 1993 a 2005, o comércio entre as nações do NAFTA cresceu 173 por cento, diz J. Anthony Hardenburgh, vice-presidente de comércio global da Management Dynamics, um fornecedor global de sof-

ware baseado em East Rutherford, N.J.

As Américas podem mesmo transformar-se em um bloco próprio de negociações – operando de modo similar à União Européia – nos próximos 10 anos, diz Hardenburgh.

“Acordos de livre comércio entre as Américas ajudarão a região a competir plenamente com a União Européia,” ele afirma.

Outros importantes acordos de livre comércio que impactam a América Latina incluem o Mercosul e o Acordo de Livre Comércio da América Central da República Dominicana, geralmente denominado DR-CAFTA. O Mercosul é um acordo de comércio regional fundado em 1991 entre Brasil, Argentina, Uruguai, Venezuela e Paraguai. Bolívia, Chile, Colômbia, Equador e Peru apresentaram atualmente a condição de membros associados.

Parcerias públicas-privadas com o propósito de criar e interconectar facilidades logísticas norte-americanas e mexicanas, são as chaves para aumentar a eficiência do comércio transfronteiras. Uma parceria recentemente anunciada entre o Estado de Nuevo Leon, México, e o fomentador dos Estados Unidos The Allen Group, ligará o centro de logística de Dallas (abaixo) com uma facilidade intermodal em Monterrey-Salttillo, México. A facilidade de Dallas incluirá terminais intermodais da BNSF e Union Pacific, acesso a estradas chave e pontos de acesso ao aeroporto.





MORE PLANES MORE PLACES MORE CARGO

With our unprecedented international expansion continuing throughout 2007, it's easier than ever to send your cargo to more of the places you need to ship to and expand your own business globally.



DELTA

CARGO

for more information, visit us at deltacargo.com



O acordo DR-CAFTA abrange o comércio entre os Estados Unidos, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicarágua e República Dominicana. Ele representa o segundo maior mercado de exportação dos Estados Unidos na América Latina, atrás do México, e é atualmente o maior acordo de livre comércio da região.

“Um acordo de livre comércio pode ser o fator que decide se uma companhia se estabelece em um determinado país, ou se ela importa/exporta a outros países que fazem

parte do acordo,” diz Hardenburgh.

Como resultado destes acordos, os investimentos diretos dos Estados Unidos no México especificamente, e na América Latina em geral, aceleraram. Desde que o NAFTA foi ratificado em 1994, o desembolso dos Estados Unidos para o México aumentou de 17 bilhões para 71 bilhões de dólares em 2005, de acordo com U.S. Bureau of Economic Analysis. Na América Latina, os investimentos dos Estados Unidos mais do que triplicaram,

de 117 bilhões em 1994 para 353 bilhões de dólares em 2005. Os países da América Central estão otimistas que a legislação de 2005 do CAFTA terá um impacto similar nos investimentos estrangeiros.

Mesmo que estes acordos de livre comércio representem um benefício para importadores e exportadores, as companhias necessitam ainda assim desenvolver mecanismos para obter total vantagem e estar em conformidade com estas políticas, diz Quintana.

3PLs Indicam o Caminho

Em Maio de 2007 a Reading, uma empresa Penske Logistics baseada na Pensilvânia, estabeleceu uma parceria com o despachante de frete belga ABX, criando uma companhia comum para fornecer serviços internacionais de gerência de frete às companhias no Brasil. O empreendimento ABX-Penske Air & Sea reflete a crescente maturidade dos mercados da América latina e a demanda por habilidades logísticas complementares para atender os desafios mutantes das companhias da região.

A entrada da Penske na América Latina começou nos anos 80 quando ela seguiu seus clientes fabricantes automotivos ao sul da fronteira com México. Nas duas décadas seguintes, o 3PL expandiu sua presença no

México, enquanto estabelecia parcerias de logística e aquisições para consolidar sua presença no Brasil.

A Inbound Logistics conversou com
◀ Joe Gallick, vice-presidente sênior de vendas da Penske Logistics, para analisar os diferentes contextos relacionados a fazer negócios no México e no Brasil, o crescente mercado de logística terceirizada, e os desafios que enfrentam as companhias que estabelecem manufaturas e competências de distribuição na região.

IL: Como tem a Penske Logistics aumentado seus negócios no Brasil e no México para atender os clientes dos Estados Unidos e os clientes globais?

JG: Os negócios da Penske no México e no Brasil evoluíram por diferentes razões. No México, nós operamos seis facilidades que servem a sete clientes. Muito desta atividade se originou no nordeste do México quando alguns clientes manufatureiros para lá migraram em meados de 1980. Assim, nós naturalmente os seguimos ao México.

Em função da proximidade do México com os Estados Unidos, as estratégias de negócios dos nossos clientes foram determinadas principalmente pelos interesses dos Estados Unidos – exportar capital intelectual e recursos de gerenciamento, e então casá-los com as

necessidades de trabalho no México.

A Penske entrou no mercado brasileiro em meados de 1990, através de uma joint venture com a Cotia Trading S.A., então a maior companhia brasileira independente de comércio. Nós entramos nesta parceria para alavancar o conhecimento e a experiência da Cotia em atender o crescente mercado consumidor brasileiro, e também para obter acesso a outros parceiros comerciais negociando na região. Desde então, a Penske comprou a Cotia e duplicou seus negócios no Brasil.

Como as oportunidades de negócios e as necessidades no Brasil são domésticas e mais orientadas à distribuição, alavancar o conhecimento de mercado da Cotia e compreender questões relacionadas a impostos em diferentes áreas, têm sido vital. Quando a Penske entrou em parceria com a ABX Logistics, a nossa base de clientes requereu que desenvolvêssemos maior competência no gerenciamento intercontinental de movimentação de produtos, de tal forma que as suas potencialidades de despacho de frete complementassem a nossa experiência logística contratada. Do mesmo modo, a ABX Logistics procurava uma contrapartida logística para o seu negócio de despacho. Esta joint venture brasileira trouxe potencialidades especializadas para ambas as companhias quando entramos no mercado.

IL: Que tipo de clientes e que empresas estão alavancando os recursos da Penske visando o mercado da América Latina de manufatura, distribuição e atividade logística?

JG: A indústria automotiva levou a Penske ao México; desde então temos expandido nossa presença também na manufatura vertical de caminhões. A Penske também pôde mover-se com sucesso na base de fornecimento da indústria automotiva, e horizontalmente na manufatura mais diversificada de bens industriais e duráveis. A escala e o volume do setor automotivo da América do Norte requerem que fornecedores de serviços de logística projetem redes eficazes de fluxo de materiais, e que adaptem seus sistemas de tecnologia de informação para suportar os processos de manufatura enxuta de OEMs. A Penske tem transferido esta experiência para outras cadeias de fornecedores verticais.

O Brasil tem uma certa sobreposição em seu setor automotivo. Por exemplo, a Penske gerencia movimentos inbound de 50 fornecido-



Race to the Border:

ALINHANDO-SE COM A LOGÍSTICA LATINO-AMERICANA

Muitos importadores e exportadores enfrentam dificuldades iniciais com as autoridades do comércio, quando confrontados com acordos de livre comércio novos e potencialmente estranhos, relata Quintana. Estas questões são em parte abrandadas pelas estruturas similares dos tratados dos últimos 10 ou 15 anos, muitas das quais baseadas na linguagem do NAFTA.

Ainda assim, reforçar estes tratados pode ser uma tarefa desafiadora, e sem

reforço os benefícios são mínimos, diz John Price, presidente e diretor do comércio, da competitividade e da prática de investimentos da InfoAmericas, um consultor de logística baseado em Coral Gables, Fla.

“Um caminhão na Colômbia pode transportar mercadorias para o Equador mas não pode mover mercadorias do Equador para a Columbia,” ele afirma. “Sem reforço as companhias não obtém a consolidação regional, e o mercado perma-

nece fragmentado com pequenas empresas que não conseguem investir em recursos modernos de logística.”

Como as políticas de comércio mais liberais estão se tornando regras padrão em contratos, os países da América Latina terão ainda maior incentivo para investir na infraestrutura necessária de transportes e em facilidades modernas de logística, para acomodar maiores volumes e atrair empresas estrangeiras adicionais. No México e no Brasil, a corrida já começou.

res automotivos da General Motors. Em outros lugares muitos clientes necessitam foco na distribuição doméstica, e a Penske tem criado bases seguras no mercado da eletrônica de consumo para companhias tais como Sony e Samsung.

IL: Quais são as vantagens logísticas e de transporte para companhias que fazem negócios no Brasil e no México?

JG: A capacidade de manufatura do México e a sua proximidade com os Estados Unidos são vantagens óbvias. Sua maior demanda de consumo ainda está nos Estados Unidos, mas à medida que a economia se fortalece, ela cria mais oportunidades também para o mercado doméstico. O crescimento explosivo do consumo no Brasil e a sua posição como economia mais progressista da América do Sul, criaram um espaço para que fornecedores e companhias de serviços de logística nele se instalem e ajudem a transformá-lo em um centro principal de manufatura. Como o crescimento econômico se move lentamente para outros países sul-americanos, as companhias poderão entender também estes mercados a partir do Brasil.

IL: Quais áreas necessitam ser abordadas?

JG: Melhorias na infraestrutura são interesses compartilhados pelo Brasil e o México. As companhias no Brasil não estão importando produtos apenas para o mercado de revenda, mas estão começando a estabelecer operações de manufatura em regiões tais como Manaus, uma cidade portuária na margem do Amazonas, que conta com transporte fluvial para entregar os produtos nos maiores mercados de consumo do Brasil. Opções mais eficientes de transporte são necessárias para atender a crescente demanda doméstica. No México estão sendo tomadas medidas para desenvolver a infraestrutura necessária, visando diminuir o congestionamento portuário e facilitar o transporte seguro através das fronteiras.

IL: O senhor espera ver mais companhias encontrando facilidades de distribuição no México para evitar os congestionamentos dos portos da costa ocidental norte-americana e facilitar a distri-



Através de aquisições e parcerias complementares de logística, a Penske Logistics consolidou sua presença no Brasil. De seus armazéns, a Penske atende corporações globais tais como a GM e a Sony

buição interna para os Estados Unidos?

JG: A Penske está incentivando os clientes para que olhem para algumas opções intermodais emergentes. Em Kansas City, por exemplo, trazemos produtos inbound da Ásia para o Porto de Manzanillo, e o Porto de Tampico pode acomodar volumes de frete europeus e brasileiros. A Penske gerencia estes fretes dos portos, utilizando trens para o transporte até Kansas City, onde então podem ser descarregados e desconsolidados para redistribuição nos Estados Unidos. Esta opção faz sentido para determinados tipos de fabricantes.

IL: Estão o Brasil, o México e os governos dos Estados Unidos conversando e trabalhando com empresas privadas para apoiar iniciativas de crescimento na América Latina?

JG: Eu vejo atividades que indicam conversações em andamento na comunidade política e de negócios. Fóruns acadêmicos e políticos fomentam muito este diálogo. Se este discurso se reduz ao nível regional e local, eu não sei. As discussões em andamento sobre oscilações no fluxo mundial do comércio e os desafios de se fazer negócios globalmente, são significativos. Por último, discussões deste tipo estão começando a criar raízes, permitindo que empresas no Brasil e no México continuem a investir e a crescer com seus negócios.

Race to the Border:

ALINHANDO-SE COM A LOGÍSTICA LATINO-AMERICANA

MÉXICO: Fazendo Incursões e Definindo Rotas

Atualmente, 70 por cento do comércio do México com os Estados Unidos é transportado via terrestre, e 37 por cento dele passa através de Laredo, Texas. Porém, se os atuais volumes de fretes NAFTA e fretes inbound asiáticos representam qualquer indicação, o potencial do México como centro logístico está igualmente atribuído de capacidades abrangentes de transporte dos portos às auto-estradas, e em todas as modalidades entre elas existentes.

Com diversos portos globalmente competitivos, um centro de carga aérea top-50 na Cidade do México, 26.000 km de ferrovias, quatro corredores intermodais, 100.000 km de rodovias de pista dupla e

fios, incluindo aspectos de infraestrutura – principalmente da sua rede de ferrovias – e dos atrasos alfandegários. De acordo com o relatório do CSCMP, atualmente os atrasos nos portos do México são duas vezes maiores que os estabelecidos em padrões internacionais.

Apesar destas deficiências, os portos do México representam um componente essencial para a sua cadeia de fornecedores potenciais. As autoridades do transporte estão criando as bases para melhorar as conexões intermodais e a infraestrutura, visando acomodar o excesso de volume de origem asiática cada vez mais desviado da costa ocidental dos Estados Unidos.

“O México precisa continuar a investir em infraestrutura e aumentar seus por-

que está desenvolvendo um porto interno e uma facilidade de manufatura, e o The Allen Group, arquiteto do Centro de Logística de 6.000 acres em Dallas, Texas, assinaram um memorando de cooperação para criar um novo corredor de comércio entre o México e os Estados Unidos.

Na Zona

O acordo inclui o estabelecimento de uma zona de pré-desembarço para o desenvolvimento de sistemas integrados de logística, interligando a facilidade intermodal do Interpuerto de Monterrey-Saltito no México com o Centro de Logística de Dallas. O objetivo compartilhado entre as partes é o de aumentar a eficiência do transporte transfronteiras e de melhorar a competitividade comercial entre as empresas situadas em ambas as áreas.

“O pré-desembarço alfandegário é importante para ambas as partes, porque ele acelera o fluxo das mercadorias entre Nuevo Leon e o Texas e oferece segurança adicional para as empresas que operam nestas facilidades,” diz o Embaixador Francisco Javier-Alejo, coordenador executivo de Nuevo Leon.

O Centro de Logística de Dallas está localizado junto às rodovias interestaduais 35, 45 e 20, e próximo do Aeroporto Internacional de Dallas/Fort Worth. Os planos atuais da BNSF e Union Pacific, de construir e operar facilidades intermodais dentro e próximo do centro, oferecerão a consignatários e transportadores dos Estados Unidos um leque completo de recursos intermodais para movimentar cargas para e a partir do México.

Por outro lado, o SmartPort de Kansas City, um porto interno suportado por setores públicos e privados, criou um corredor ferroviário com a Kansas City Southern Railroad interligando o Porto de Cardenas na costa ocidental do México ao coração do meio oeste americano. Com a comodidade de uma facilidade alfandegária mexicana no local, os consignatários locais podem desembarcar os bens movimentados através do porto mexicano na cidade de Kansas, dinamizando o trânsito e evitando os portos congestionados dos Estados Unidos.



Embarques do porto mexicano de Cardenas podem ser entregues diretamente no Kansas City SmartPort, na área central da América, através do corredor ferroviário sul de Kansas City.

mais de 10.000 km de rodovias de quatro pistas, o México está capacitado para o crescimento da cadeia de fornecedores, de acordo com um relatório recente do Council of Supply Chain Management Professionals (CSCMP).

Entretanto, para competir com as operações logísticas das nações desenvolvidas, o México deve superar diversos desa-

tos marítimos e passagens de fronteira,” observa Quintana.

Atualmente, os setores públicos e privados dos Estados Unidos e do México estão colaborando para melhorar as operações de comércio transfronteiras, e interligando os portos do México com os portos internos dos Estados Unidos. Em Maio, por exemplo, o Estado de Nuevo Leon, México,

Prudential Real Estate Investors



Look no further...

Proven experience in Mexico since 2003
Industrial space for rent throughout Mexico

...a team you can Trust!

Salvador Magaña
salvador.magana@prudential.com
(52) 55 5093 2795

Juan José Méndez León
juan.mendez@prudential.com
(52) 55 5093 2785

Paola Cruz
paola.cruz@prudential.com
(52) 55 5093 2784

Prudential  **Financial**

Andres Bello 10, 4th Floor, México D.F. México 11560

Acquisition

Sale Lease-Back

Build-to-Suit

Development

Race to the Border: ALINHANDO-SE COM A LOGÍSTICA LATINO-AMERICANA

Estes projetos de desenvolvimento também devem ajudar a aumentar a eficiência do frete motorizado. A maior parte da rede de transportes rodoviários do México consiste atualmente de operadores individuais, reduzindo a eficiência e expondo preocupações com segurança e roubos.

“As condições difíceis de tráfego no México geram preocupações com o roteamento e a segurança. Seqüestros de caminhões, por exemplo, são comuns na América Latina,” diz Nancy Troutman, vice-presidente de distribuição e logística da Neoris, uma empresa de consultoria baseada em Miami.

Mas estes pontos negativos estão diminuindo, pois transportadores rodoviários dos Estados Unidos tais como Schneider National, Roadway, CFI e Swift Transportation ingressam no mercado mexicano, levando com eles equipamentos modernos e recursos de TI que otimizam os serviços dos clientes e aumentam as expectativas de transporte para o comércio mexicano.

De sua parte, a capacidade de transporte e logística do México é complementada por iniciativas em andamento que minimizam os desafios para consignatários e transportadores, bem como, pelo projeto transfronteiras Free and Secure Trade (FAST), implementado por autoridades mexicanas e dos Estados Unidos para reduzir atrasos alfandegários entre os dois países.

BRASIL: Juntando-se ao Palco Global

Do Rio Amazonas no noroeste às cidades litorâneas de São Paulo e Rio de Janeiro no sudeste, o Brasil reivindica o rápido desenvolvimento de uma rede de facilidades portuárias. Tubarão, Itaquí, Santos e Sepetiba se situam entre os 50 maiores portos do mundo em termos de tonelage de carga. Os esforços atuais para melhorar a interconexão dos portos e desenvolver a rede de estradas de ferro em expansão no Brasil, ajudarão a reduzir os custos de logística e a melhorar a competitividade do país no palco global.

“O Brasil ainda é um mercado jovem

na logística mundial,” diz Gonzalez da SEKO Brasil. “Ele está se afastando da categoria de subdesenvolvido.”

O setor de carga aérea do Brasil encontra-se em rápida ascensão. São Paulo é o centro de carga aérea número um da América Latina, transportando 475.182 toneladas em 2006 – um aumento de 8,3 por cento em relação a 2005. Os transportadores aéreos globais estão atentos.

A Delta Air Lines, por exemplo, iniciou suas operações latino-americanas em 1998. Ela começou com cinco vôos diários para a América Central e do Sul, em grande parte com aviões de pequeno porte, relata



Brasil

Rastreando o Comércio

PIB: 943,6 bilhões de dólares

Investimento Direto Estrangeiro dos E.U.A. em 2005:
32 bilhões de dólares

Exportações 138 bilhões de dólares (equipamentos de transporte, minério de ferro, soja, calçados, café, automóveis)

Exportações para os E.U.A.:
19,2%

Importações 91 bilhões de dólares (maquinário, equipamentos elétricos e de transporte, produtos químicos, óleo, peças automotivas, eletrônicos)

Importações dos E.U.A.:
17,5%

DADOS DA INFRAESTRUTURA: Aeroporto Internacional São Paulo/Guarulhos

VOLUME DE CARGA (2006)

475.182 toneladas

PISTAS DE POUSO E DECOLAGEM

Pista 09R/27L: 3.000,1 m

Pista 09L/27L: 3.700,2 m

FACILIDADES DE CARGA: Cinco terminais de carga; porto/zona de livre comércio estrangeiro; armazéns refrigerados; inspeção de carne fresca; transporte de animais; equipamentos de raios-X; manipulação de produtos perigosos e radioativos; cargas volumosas e pesadas

COMPANHIAS AÉREAS ATENDIDAS: ABSA Cargo Airline, Aerolineas Argentinas, Aeromexpress, Air Canada, Air France-KLM, Alitalia, American, British Airways, Continental, Delta, FedEx, Iberia, Korean Air, Lufthansa, Nippon Express, Panalpina, Polar Air Cargo, South African Airways, Tap Air Portugal, Tristar Air, United

VOCÊ SABIA? São Paulo ocupa o 36º lugar no mundo em tonelage total.

DADOS DA INFRAESTRUTURA: Porto de Santos

Profundidade do Canal Principal: até 13,4 m

Volume de Contêineres (2005): 2,3 milhões de TEUs

FACILIDADES DE CARGA: Armazéns especiais para inspeção e classificação de café; facilidades para manuseio de cereais a granel, açúcar embalado, açúcar a granel, trigo a granel e algodão; armazém refrigerado; três silos para armazenamento de trigo; 101 tanques para líquidos inflamáveis.

VOCÊ SABIA? O Porto de Santos ocupa o 44º lugar no mundo em tonelage total e é o maior porto da América do Sul.

Fontes: CIA World Fact book; AAPA; Airports Council International; U.S. Bureau of Economic Analysis; U.S. Direct Investment Abroad; World Aero Data



Intramerica provides strategic locations and excellent working environments in Mexico for more than 200 blue-chip tenants, ranging from Fortune 100 and multinational corporations to smaller global and regional firms.

With 12 million square feet of prime industrial property under management in 11 central locations, Intramerica is one of the region's foremost real estate owners and managers.

Our locations

North West: Tijuana, Nogales, Los Mochis.

Northeast: Nuevo Laredo, Reynosa, Matamoros, Monterrey, Saltillo.

Central Mexico: Querétaro, Mexico City, Puebla.

Intramerica Real Estate Group
Av. de la Industria 555 B, 2°. Piso
Valle del Campestre, Garza García, N.L.
66267, México.

www.intramerica.com.mx
011 52 (81) 8153 6430

Race to the Border:

ALINHANDO-SE COM A LOGÍSTICA LATINO-AMERICANA

Abimael Ortiz, diretor regional de venda de cargas da Delta na América Latina, Caribe e Ásia. Suas operações de carga continuam crescendo, particularmente no transporte de perecíveis. Atualmente, a Delta opera um Boeing 757 para médias e longas distâncias em Lima, Peru, para atender o crescente comércio de exportação de perecíveis do país.

A Delta transporta perecíveis mundialmente, incluindo plantas, flores, peixes e vegetais da América Latina. Também transporta aparelhos, peças automotivas e equipamentos elétricos para um grande número de clientes na América Latina, incluído despachantes de frete e companhias locais e internacionais.

Em função da sua proximidade com os Estados Unidos, a América Latina representa a localização ideal a partir da qual empresas podem enviar cargas U.S.-bound perecíveis e sensíveis ao tempo. “Contrastando com a Ásia e a Europa, transportadores podem movimentar mercadorias do Brasil para dentro dos Estados Unidos dentro de quatro a seis horas,” complementa Ortiz.

Mudanças dos Consumidores

Movendo-se em frente, o rápido crescimento do mercado consumidor do Brasil exigirá um esforço concentrado tanto por parte dos transportadores como de setores de governo, para criar melhores conexões e uma maior fluidez de mercadorias dentro do país. Isto ajudará a reduzir as ineficiências e abaixará os custos, fazendo as regiões de manufatura crescente no Brasil ainda mais acessíveis e atrativas aos terceirizadores globais.

Mesmo que os problemas relacionados ao crescimento de infraestruturas sejam o motivo de pausas, empresas públicas e privadas da América Latina estão se unindo para estimular financiamentos e facilitar melhorias em todo o setor. O desenvolvimento portuário do Brasil e a sua capacidade para acomodar volumes significativos de contêineres de carga inbound são um enorme benefício para o futuro econômico do país, da mesma forma como acontece com o seu florescente setor de carga aérea.

TRANSPORTADORES GLOBAIS: Terceirizando em um Novo Mundo

Para empresas globais ainda receosas em se estabelecer na América Latina, uma estrutura crescente de 3PLs com forte competência no comércio latino-americano está preparada para facilitar as apresentações.

As funções de logística terceirizada de 3PLs previnem investimentos arriscados de capital, oferecem uma maior flexibilidade no acoplamento e desacoplamento de mercados de acordo com as necessidades,

não querem confiar a gerência do seu inventário a uma companhia que não conhecem,” diz Price da InfoAmericas.

Com o ritmo acelerado de mudança de passo da América Latina, as companhias requerem orientação enquanto adaptam suas estratégias para atender o mercado, os recursos e as potencialidades logísticas necessárias para suportar a demanda dos consumidores finais.

“Um problema típico das companhias latino-americanas é que sua cadeia de fornecedores não cresce de maneira planejada.



Enquanto que a demanda de consumo no Brasil cresceu, a infraestrutura não manteve o mesmo ritmo. As companhias ainda dependem de operações tais como este porto fluvial em Manaus para transportar produtos aos maiores mercados de consumo do Brasil

e permitem que a presença de empresas cresça organicamente.

Na América Latina, onde o desenvolvimento do transporte e da infraestrutura de armazenamento/distribuição tem sido irregular, as companhias são compelidas a considerar opções de terceirização para ganhar eficiência e reduzir custos desde o começo. Para muitos, o primeiro passo é superar a ansiedade associada com a terceirização.

“O medo da terceirização na América Latina provém de um ambiente legal fraco e da falta da segurança. Muitas companhias são lentas na terceirização porque

Elas podem ter introduzido um produto novo ou ter adquirido uma companhia nova, mas não ajustaram sua cadeia de fornecedores à nova realidade,” esclarece Jose Nava, presidente da Latin America's DHL Exel Supply Chain.

Diante de desafios iguais a estes, a experiência 3PL no México e no Brasil é vital para empresas que pretendam neles se instalar.

Existe, entretanto, crescente indicação que a ansiedade com a terceirização na América Latina está diminuindo – graças em grande parte às iniciativas progressistas de diversas corporações transnacionais.

We move a world of trade™

Movemos un mundo de intercambio comercial



Full Service Customs Brokers & Southern Border
Logistics Consultants



Maquiladora & Pitex Programs Assistance (Immex)
MX & U.S. Customs Compliance Consulting



North American Free Trade Agreement Experts
Affiliation with U.S. Customs Broker



AlmazoLine

CUSTOMS BROKER SERVICE

www.almazoline.com

Nos últimos cinco anos, companhias baseadas na América Latina iniciaram projetos de melhoria da cadeia de fornecedores para competir globalmente. Enquanto que as indústrias automobilísticas e de bens de consumo estão na vanguarda, “hoje quase todas as indústrias da América Latina estão terceirizando em algum nível,” observa Nava.

A General Motors do México (GMM), por exemplo, decidiu-se pela Penske Logistics em 2002 para agir como fornecedor líder de logística. As companhias criaram um plano de três fases, para reduzir custos e ineficiências da rede crescente de transportadores inbound de fabricantes de automóveis, realçar a visibilidade geral da cadeia de fornecedores e para criar processos de avaliação e obter um maior comprometimento entre fornecedores e transportadores.

Antes de trazer a logística da Penske para a empresa, oito operações da GMM em Ramos, Toluca e Silao gerenciavam o transporte e as atividades logísticas de maneira independente, criando inumeráveis ineficiências e redundâncias. A GMM implementou o sistema proprietário Logistics Management System (LMS) da Penske, e criou uma plataforma colaborativa que permite que suas bases e sócios de logística acessem e compartilhem informações em tempo real.

Maior Visibilidade, Menores Custos de Transporte

A iniciativa ajudou a GMM a melhorar a visibilidade da cadeia de fornecedores, pois ela aumentou a comunicação entre as plantas e seus transportadores; manteve transportadores disponíveis para avaliação de desempenho; e permitiu prognósticos precisos de capacidades. Nos seis meses da introdução do projeto, a GMM reduziu os custos de transporte em 15 por cento.

“O sistema LMS é mais do que um plano de redução de custos. Ele mudou a maneira como gerenciamos o transporte inbound em nível individual. A GMM opera com um novo grau de responsabilidade – o sistema nos permitiu maximizar nossos melhores executores, eliminando a responsabilidade dos executores de baixo desempenho,” relata Roger Peterson, dire-

“Posso contar nos dedos de uma mão o número de universidades da América Latina que oferecem graduação em logística. Temos que trabalhar intensivamente para desenvolver especialistas.”

— *Jose Nava, presidente da DHL Exel Supply Chain da América Latina*



tor de controle de produção e logística da General Motors.

Em 2004, a Cummins Latin America, um fabricante e distribuidor brasileiro de motores diesel baseado em São Paulo, começou a utilizar a solução de gerência Tradesphere da JPMorgan Chase Vastera, para facilitar a expedição de cargas de importação/exportação através do programa brasileiro de comércio Linha Azul (Blue Line).

Com este software de gerenciamento de comércio global, o fabricante é capaz de trocar informações com as autoridades de comércio do Brasil, criar visibilidade

na cadeia de fornecedores inbound – o que, por sua vez, cria eficiências outbound – e reduzir o inventário e os custos com o aumento da produtividade.

Em Março 2007, a divisão Cummins do México estabeleceu uma parceria com a Vastera para ajudar a gerenciar o transporte do frete de e para das plantas de manufatura em Juarez e San Luis Potosi no México. Estas facilidades fabricam e distribuem motores diesel e processam aproximadamente 60.000 transações de importação/exportação por ano. Como parte do acordo, a Vastera executa as conformidades de importação/exportação, gerencia taxas e corretores, e gerencia a logística nas fronteiras entre os Estados Unidos e o México.

No México e no Brasil, onde a penetração 3PL está se aproximando do nível de maturação, companhias globais tais como Cummins e GM estão adaptando com sucesso suas operações e estratégias terceirizadas de logística para incrementar seu próprio crescimento, forçando companhias locais a tornarem-se mais competitivas, e também pavimentando o caminho para que outras empresas se façam presentes na América Latina.

Sem Sacrifício, Nenhuma Receita

Enquanto estes casos de sucesso no México e no Brasil apontam a capacidade esmagadora de aumento de atividade de manufatura e de distribuição/logística na região, as empresas tanto privadas como do setor público estão enfrentando crescentes dificuldades na América Latina quando nela tentam se estabelecer:

» **O mercado 3PL na América Latina, apesar de estar se consolidando, continua a ser fragmentado** com muitos 3PLs de pequeno e médio porte operando em nichos de mercado, diz Benki da OH Logistics. Transportadores que operam na América Latina necessitam trabalhar com múltiplos fornecedores ou com um fornecedor grande que conte com parceiros em toda a região. Os países e as companhias estão desenvolvendo programas para enfrentar estes problemas, e estas questões não devem impedir companhias de fazer negócios na América Latina, ele observa.

» Em alguns casos, **as necessidades de**

CONHECEMOS INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIOS
ENCONTRAMOS SOLUÇÕES
PROMOVEMOS O CRESCIMENTO



INFOAMERICAS

LÍDER NA AMÉRICA LATINA EM INTELIGÊNCIA DE NEGÓCIOS

A única empresa de consultoria com uma
divisão exclusiva de transporte & logística
concentrada nos mercados da América Latina.

NOSSOS SERVIÇOS CHAVE:

Análise de Mercado

- Busca de Parcerias
- Viabilidade de mercado
- Benchmark

Inteligência de clientes e competitiva

- Melhores práticas
- Acompanhamento de Tendências de Mercado
- Perfil Competitivo
- Ameaça Competitiva
- Satisfação do Cliente

InfoAmericas está orgulhosa de contribuir para
a *IL Magazine*.

Quem é quem na cadeia de gerenciamento de logística e suprimento na América Latina

fornecendo em profundidade perfis para 88 3PLs.
A InfoAmericas desenvolveu com Armstrong
& Associates o único diretório abrangente dos
fornecedores terceirizados de logística (3PLs)
servindo os mercados da América Latina.

O relatório inclui informações individuais de
empresas, informações de contato de pessoas chave,
e competências de tecnologia de informação e serviço.
Inclui também informações sobre a indústria, clientes,
estudos de casos e notícias de eventos importantes.
Este diretório de 279 páginas está disponível em um
arquivo de PDF, do qual pode ser feito o download,
e pode ser adquirido por um custo de US \$495.

Para solicitar, por favor ligue para Natan Rodeguero no + 55 (11) 3168-9767 ext. 103 ou solicite online
e veja o Sumário e uma amostra, por favor visite: http://infoamericas.com/LatAm_3PL_Directory.htm

MIAMI 305.569.9133 | MEXICO CITY + 52.55.5511.9607 | SÃO PAULO + 55.11.3168.9767

WWW.INFOAMERICAS.COM

Agosto 2007 • Inbound Logistics 15

Race to the Border:
**ALINHANDO-SE COM A
LOGÍSTICA
LATINO-AMERICANA**

terceirização estão crescendo mais rapidamente do que fornecedores de serviços de logística capazes de atendê-las. “Posso contar nos dedos de uma mão as faculdades e universidades da América Latina que oferecem graduação em logística. Os fornecedores de logística esforçam-se para conseguir os especialistas na velocidade que o mercado requer. Temos que processar intensivos trabalhos internos para desenvolver talentos,” diz Nava.

» A distribuição do crédito e da riqueza é outro fator impactando as operações logísticas na América Latina. As transações baseadas em crédito estão se expandindo e ganhando das tradicionais compras baseadas em dinheiro, observa Benki.

A distribuição da riqueza também afeta o comércio. Dez das principais cidades latino-americanas, representando 20

as empresas da América Latina a desenvolver capacidades adicionais de segurança e a constantemente rever práticas de segurança.”

» MOVENDO-SE EM FRENTE: Consumismo Crescente, Colaboração

Uma realidade para Brasil e o México é que o comércio crescente – resultado de investimentos em transportes e infraestrutura logística – está impulsionando o crescimento econômico.

O Brasil já tem uma base viável de ávidos consumidores, que está levando fabricantes e varejistas a instalarem suas operações. No México, o consumo doméstico está crescendo a uma taxa mais lenta, mas tendendo na direção correta.

O consumo ultrapassou o crescimento do PIB do México desde 2000, quando o consumo interno, ao contrário das expor-

brasileiros e mexicanos, e para a América Latina em sentido amplo, é a capacidade de conectar os portais de carga existentes com ligações de transporte e facilidades modernas de distribuição. Como estas competências de transporte e logística continuam se desenvolvendo e amadurecendo, as companhias estão se sentindo mais confortáveis operando na América Latina e expandirão inevitavelmente sua presença em outros mercados emergentes.

Para a Payless Shoe Source este já é o caso. O fabricante de calçados, baseado em Topeka, Kansas, abriu sua primeira loja de varejo na América Central em 2000, em San Jose, Costa Rica. Desde então estabeleceu parceria com um fornecedor de serviços terceirizados, para abrir um centro de distribuição dentro da zona de livre comércio de Colon, Panamá, que reabastece o inventário de todas as suas lojas na América Latina.

A Payless opera hoje 185 lojas em seis países da América Central, dois países do Caribe e em um país da América do Sul.

Abrindo Seus Próprios Caminhos

Países tais como o Panamá (que tem a vantagem adicional do comércio global mover-se através do canal), Chile, Colômbia, Costa Rica, Argentina e Porto Rico estão aproveitando o caminho aberto pelo México e Brasil para criar seus próprios caminhos econômicos para o futuro. Em alguns casos a penetração 3PL já existe; em outros, companhias dos Estados Unidos estão definindo seus parceiros de logística terceirizada.

Como região em desenvolvimento, a América Latina necessita ainda resolver uma série de aspectos para melhorar seu potencial de logística. Questões relativas à infraestrutura, políticas de comércio, e a importância de iniciativas de transporte e logística do setor público são legítimas, mas estes interesses também se materializam em outras áreas logísticas promissoras da Ásia e da Europa Oriental.

Os continuados esforços para incentivar a colaboração dos setores públicos/privados são sinais otimistas para o comércio latino-americano e para as ambiciosas empresas dos Estados Unidos. A corrida para a fronteira pode logo se tornar intensa. ■

Enquanto que o consumismo crescente é um sinal positivo de estabilidade econômica, o real potencial da América Latina é sua capacidade de conectar os portais de carga existentes com ligações de transporte e facilidades modernas de distribuição.

por cento da população, controlam 60 por cento do poder de compra da região. O comércio está concentrado nestas áreas e não em regiões geográficas mais amplas, como é o caso nos Estados Unidos. Porém, assim como cresce o setor de consumo da classe média na América Latina, também crescerão as regiões geográficas de comércio, prediz Benki.

» O desembaraço alfandegário pode ser um problema para companhias que consideram fazer negócios na América Latina. “Um pacote expresso entregue na Argentina pode levar até uma semana para ser liberado pela alfândega. O mesmo pacote chegando em Taipei, seria liberado pela alfândega em 18 minutos,” diz Price.

» A segurança da cadeia de fornecedores é uma preocupação adicional. “Há dez anos, era raro que caminhões fossem seqüestrados. Hoje isso acontece com mais frequência,” diz Nava. “Este receio forçou

tações, começou a estimular a economia do México.

O real incentivador do crescimento econômico é a rápida expansão do crédito ao consumidor a partir de uma base muito estreita, de acordo com os dados coletados pela InfoAmericas.

“Apesar do crédito ao consumidor ter crescido em mais de 25 por cento ao ano no México desde 2000, a economia permanece como uma das com menor quantidade de contas bancárias entre as grandes economias globais,” diz o relatório. “No México, o crédito ao consumidor representa 20 por cento do PIB, contra os aproximadamente 105 por cento do PIB dos Estados Unidos.”

Fazendo a Conexão

Enquanto o consumismo crescente é um sinal positivo de estabilidade econômica, o real potencial para interesses comerciais