

Inversión de 20 mdd

Tiene Coca-Cola FEMSA centro de distribución en Chalco

DIDIER RAMÍREZ / ENVIADO

CHALCO, EdoMex. - El mayor distribuidor de Coca-Cola en América Latina, FEMSA, puso en marcha su centro de distribución que atenderá a cerca de 20 mil clientes en seis municipios en esta entidad aledaña a la Ciudad de México, así como el Distrito Federal, para lo cual dispuso de una inversión de 20 millones de dólares (mdd).

José Antonio Fernández, presidente y director general de FEMSA, dijo que en este centro de distribución, que ocupa un área de más de 40 mil metros cuadrados, atenderán 190 rutas de distribución.

Al respecto, Ernesto Silva, director de las operaciones en México de Coca-Cola FEMSA, indicó que este centro tendrá un movimiento de 25 mil cajas diarias de producto y el promedio de ingreso y salida de unidades será de 112 vehículos, quienes se encargarán



Abastecerá a 20 mil clientes en la zona oriente del Valle de México.

de distribuir y abastecer de mercancía.

Este centro que operará en Chalco se suma a los seis con que ya cuenta FEMSA en el estado. La capacidad de almacenaje será de 335 mil cajas físicas en seis mil 400 metros cuadrados, según confirmó la compañía.

Coca-Cola FEMSA es el embotellador

más importante para The Coca-Cola Company en Latinoamérica y el segundo a nivel mundial. Al finalizar el primer trimestre, su volumen total de ventas creció 3.2% para ubicarse en 272.4 millones de cajas unidad en México. En cuanto a los ingresos lo hicieron en 30.5% y la utilidad bruta en 26.3 por ciento

Estrategia anti crisis

Tercerizar logística propone Multipack

PURI LUCENA

La compañía que tenga la capacidad de convertir en costos variables parte de sus costos fijos podrá salir mucho mejor librada de la crisis que la economía atraviesa, señaló el director general de la empresa de mensajería Multipack, Gilberto García.

“¿Cuántas Pymes vemos que tienen costos muy altos por manejar su propio almacén cuando, por ejemplo, ahora que venden menos, están ocupando una cuarta parte de la infraestructura a un costo del 100%? Trabajando con un operador logístico el almacenaje de su mercancía les costaría una cuarta parte y tendría la información al momento de dónde están sus productos”, explicó

Si bien hacer ver a una empresa las ventajas de la tercerización de sus procesos no es labor fácil, García reconoce que la crisis ha facilitado un poco las cosas, pues las compañías se dan cuenta de la necesidad de ahorrar costos.

Es aquí donde entra en juego esta

empresa, que ha sabido dar el paso para dejar de ser una empresa de mensajería y paquetería y convertirse en una de logística integral, para lo que realiza una importante inversión en renovación de flota, infraestructura, tecnología y capacitación.

Multipack, que realizó durante 2008 un promedio de 80 mil envíos diarios, ofrece servicios de mensajería y paquetería, carga y operador logístico. Para ello, cuenta con 15 hubs y 50 centros de distribución distribuidos por toda la República, así como una flota terrestre de mil 200 unidades y cuatro aeronaves.



Diversifica servicios.



Ampliará acceso al puerto.

Dragado en puerto Progreso

Realizará Dragamex obra con valor de 10 mmd

REDACCIÓN T21

La empresa Dragamex llevará a cabo la obra de dragado de construcción para la ampliación de la curva del canal de acceso en el puerto de Progreso, Yucatán, tras adjudicarse un contrato con valor de 10 millones de dólares.

De acuerdo con información de la Administración Portuaria Integral (API), Dragamex, en asociación con las empresas Caba Servicios de Personal y Operadora de Explosivos, fueron las ganadoras del concurso de licitación para tales fines.

Este proyecto consiste en el retiro de 90 mil metros cúbicos de material rocoso, incrementando así el ancho

del canal en la zona de la curva en aproximadamente 50 metros.

La obra tendrá un periodo de ejecución de aproximadamente cuatro meses y se prevé esté concluida para agosto de este año.

La ampliación de la curva del canal de navegación del puerto de Progreso surge como recomendación del estudio de maniobrabilidad realizado desde 2003, en el simulador de navegación del RTM STAR CENTER ubicado en Dania Beach, Florida.

Se demostró que el corte de ampliación en la curva del canal mejora los márgenes de seguridad del puerto y ampliará los horarios de utilización del canal de navegación.

Crece ampm al reducir tarifas

PURI LUCENA

Aún ante la difícil situación que atraviesa el mercado debido a la recesión económica, la empresa de mensajería y paquetería ampm creció alrededor de 10% en lo que va del año y espera cerrar 2009 con un incremento 12 por ciento.

Ello ha sido posible gracias a una estrategia de apoyo a los clientes, así como a dos nuevos proyectos que la empresa jalisciense ha puesto en marcha en los últimos meses. De este modo,

explicó su director general, Pablo Moreno, “hay una gran relación con los clientes y en el entendido de que estamos en crisis, lo que hemos buscado es bajar precios a petición expresa”.

Como respuesta a este descenso de tarifas, que en promedio alcanzó un 10%, sus usuarios aumentaron el volumen de envíos e incluso paquetes que antes enviaban a través de otras firmas, ahora los canalizan con ampm, todo ello manteniendo los mismos niveles de calidad.

Como nuevo proyecto, desde diciembre pasado comenzó a operar el envío de remesas desde Estados Unidos, lo que fue posible gracias a la oficina comercial que la empresa tiene en ese país. Asimismo, comenzaron a dar servicio a una importante empresa de telefonía.

La principal actividad de la firma es la entrega de estados de cuenta bancarios, donde ya registran 25 millones de envíos al mes, así como dos millones de entregas con acuse de recibo y paquetes.

Reduce 330 mil dólares en costo en envío y empaques

Ahorra VW 30% al implementar RFID

REDACCIÓN T21

La armadora Volkswagen (VW) de México optimizó el proceso de distribución de refacciones a sus concesionarios a través de tecnología RFID, con la que administra el movimiento de sus contenedores y carritos, mismos que vinieron a sustituir a las habituales cajas de cartón. Con ello obtuvo ahorros de 30 por ciento.

Para ello, VW adoptó la tecnología de Motorola y su socio, Grupo Hasar, explicó el director de Organización y Sistemas de Información de la armadora en México, Martin Müller-Reinwarth. De este modo, con una inversión inicial de 200 mil dólares, la firma optó por el uso



Invirtió 200 mil dólares.

de los lectores que son responsables de recibir la información y realizar la transmisión de datos. Se sustituyeron las cajas

de cartón para transportar refacciones por contenedores plásticos y carritos que los concesionarios deben devolver, sobre los que se colocaron etiquetas RFID.

VW reportó ahorros de aproximadamente 330 mil dólares al año en los costos de envío y empaques, además de que permitió tener un incremento en la productividad de envío de refacciones, información en tiempo real y trazabilidad de los empaques, subrayó Müller-Reinwarth.

Actualmente este sistema de distribución se utiliza únicamente en la Ciudad de México y Área Metropolitana, es decir, 30% de la red de concesionarios, pero ante los buenos resultados la empresa ya evalúa extender el proyecto a Guadalajara y Monterrey.