

En Lázaro Cárdenas

Detiene transporte terrestre a navieras

MIGUEL ANGEL CASTILLO

Las empresas navieras que operan en México consideraron que aún cuando el puerto de Lázaro Cárdenas, Michoacán, ha dado muestras de eficiencia en su infraestructura y conectividad con el interior del país, eso no se está reflejando en los costos del transporte terrestre, factor que le resta competitividad frente a otras alternativas.

Autoridades del puerto, de la Administración Portuaria Integral (API), del gobierno del estado y representantes de las líneas marítimas indicaron que una de las ventajas que ofrece este recinto es la disminución en las distancias hacia los centros de consumo, lo cual no se está traduciendo en las tarifas de los fletes terrestres.

Sebastián Santa Cruz Holmes, gerente general de Agunsa México, represen-



Las altas tarifas del autotransporte restan competitividad.

tante de la naviera Compañía Chilena de Navegación Interoceánica (CCNI), indicó que la ventaja de la distancia no se está traduciendo en una reducción de costos, ni por camión ni por ferrocarril.

"Nos preocupa que luego de un

tiempo, no exista una mayor competencia (en el autotransporte) y, por ende, una mayor competitividad", dijo.

Lo anterior, porque la mayoría de las empresas de transporte marítimo se han quejado de que los transportistas locales

han elevado mucho sus tarifas y privilegian más los trayectos de corta distancia; peor aún, dijeron socios de AMANAC, cuando se quiso contratar a otras compañías de autotransporte con las cuales ya trabajaban en el puerto de Manzanillo, Colima, éstas se vieron impedidas de trasladar los contenedores por protestas de los transportistas de la zona.

Al respecto, el director general de la API de Lázaro Cárdenas, Rubén Medina González, apuntó que "por mucho tiempo, estos transportistas se sintieron segregados de la comunidad portuaria y hemos trabajado con ellos para revertir eso; una de esas acciones fue que se agruparan en una asociación, pues al existir muchos pequeños transportistas, no estaban organizados para enfrentar los requerimientos de los clientes y preferían quedarse con los contratos que les da desde hace tiempo la planta siderúrgica", dijo.



Incrementa en México su red.

Invierte UPS en nuevos puntos para distribución

COMERCIO T21

La empresa de mensajería, paquetería y logística, UPS, inauguró seis nuevos mostradores en México durante el primer trimestre de 2009, con los cuales su red de operaciones creció en más de 300 lugares clave en el país, lo que significa un incremento arriba del 100% desde la implantación de su plan de expansión en el 2006.

En un comunicado, la compañía informó que los nuevos mostradores, ubicados en Acapulco, Durango, La Paz, Oaxaca, Tampico y Tuxtla Gutiérrez, proporcionan a los clientes el portafolio líder de servicios de UPS, el cual incluye: UPS Nacional ExpressSM, UPS Worldwide ExpressSM, UPS Worldwide Express SaverSM y UPS Worldwide ExpeditedSM.

Con esto, las empresas locales de cualquier tamaño ahora tienen acceso a servicios de logística y distribución para apoyar su cadena de suministro desde el punto de origen hacia todo México, Estados Unidos y el mundo.

Cada ubicación fue seleccionada considerando el grado de importancia estratégica en México. Acapulco, en el estado de Guerrero, que contribuye con el 70% del Producto Interno Bruto (PIB) del estado, fue el primer nuevo mostrador inaugurado en 2009, continuando con el de Tuxtla Gutiérrez, ciudad conocida como el centro logístico del sureste. En conjunto, el mostrador inaugurado en Tampico, Tamaulipas, centro económico y portuario de la región del Golfo de México, a través de la cual se maneja el 30% del comercio internacional del país, y el de Durango, facilitan el acceso a los mercados internacionales; mientras que La Paz y el estado de Oaxaca son importantes áreas económicas con robusta actividad comercial, industrial y zonas residenciales, señaló Griselda Hernández, directora general de UPS México.

Inicia operaciones Lufthansa Cargo en Guadalajara



Tendrá una frecuencia semanal.

PURI LUCENA

Lufthansa Cargo inició operaciones en el aeropuerto de Guadalajara con un vuelo semanal, en una primera etapa, que realizará la ruta Guadalajara-Dallas-Frankfurt con una capacidad aproximada de 80 toneladas.

Se trata de una operación ambiciosa, tal y como se encuentra el sector aéreo internacional, donde la tendencia es al recorte de rutas y frecuencias. Sin embargo, explicó en entrevista con **Comercio T21** el director general de

Lufthansa Cargo, Heinz Schinkel, el mercado de la región de Guadalajara ofrece muchas oportunidades y es una muestra de la confianza que la compañía tiene en el mercado mexicano.

De hecho, 30% de la carga que moviliza la aerolínea desde la Ciudad de México procede de esta zona, donde se encuentra la mayor parte de las empresas de manufactura de alta tecnología del país. Además, los productos percederos procedentes del estado de Michoacán que actualmente se mueven a través del aeropuerto capitalino pue-

den aprovechar la mayor cercanía con las instalaciones jaliscienses.

De acuerdo a Heinz, la expectativa es que para el próximo mes de octubre, cuando inicia el periodo fuerte de exportación de percederos, la aerolínea podría estar manejando 80% de la carga procedente de Michoacán que actualmente se mueven desde el Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México.

A raíz del descenso de volumen de carga, agravado en el caso de la empresa alemana, ya que su mercado natural es la industria automotriz, Lufthansa Cargo empezó una estrategia de diversificación de mercados que ha ido dando frutos. Así, mientras anteriormente 90% de las mercancías que llegaban a México tenían como origen Alemania, ahora éstas representan entre 60 y 65%, frente a una mezcla mayor de productos y orígenes.

Exportaciones favorecen movimiento de mercancías Aligera caída superávit comercial

DIDIER RAMÍREZ

Para las empresas que intervienen en el intercambio comercial entre México y Estados Unidos, el hecho de que el volumen de exportaciones esté por arriba de las importaciones favorece el movimiento de mercancías y aligera al mismo tiempo la caída en sus operaciones, aseguró Gin Iván Espinosa, gerente de ventas de la autotransportista Transservicios.

Indicó que si bien en lo que va del año se tiene un descenso promedio del

35% en el movimiento de mercancías, éste podría ser peor de no haberse registrado un mayor nivel de exportaciones en los últimos periodos.

De acuerdo con el reporte del Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI), en los meses de marzo, abril y mayo México registró un superávit comercial, esto es, el volumen de ventas en el exterior está por arriba de las importaciones, lo que de acuerdo con el transportista, se traduce en que hay un poco más de mercancías que movilizar en el país. En el acu-

mulado marzo - mayo, las exportaciones sumaron 53 mil 595 millones de dólares (mdd), en tanto que las importaciones sumaron 52 mil 546 mdd, lo que hace un superávit comercial de casi mil 50 mdd.

Transservicios es una firma fundada a mediados del siglo pasado, enfocada al movimiento internacional de mercancías entre México y Estados Unidos, dispone de una red de ocho oficinas en el país, además de contar con una subsidiaria en El Paso, Texas, desde donde se coordinan todos los movimientos en el vecino país del norte. Su



Cayó 35% operación internacional.

flota está compuesta por cerca de 320 tractocamiones, la cual es complementada por mil remolques, cajas secas en su mayoría.