

COURIER • La compañía invertirá 5 millones de euros en nuevos proyectos para optimizar sus servicios

ASM afronta la crisis con un crecimiento del 20% y con el objetivo de ser "líderes del sector"

La compañía de transporte urgente y paquetería ASM cerrará el año 2009 con un crecimiento del 20% respecto al ejercicio anterior y con perspectivas de nuevos proyectos y alianzas con los que prevé posicionarse "como una compañía líder en el sector", tal y como confirma su presidente Benno Horvath. ASM parece haber encontrado en la crisis económica que azota el globo la mejor manera para optimizar sus recursos y reubicar su posicionamiento en el mercado español.

SANDRA LORENTE MADRID
ASM ha visto cómo durante el ejercicio de 2009 sus clientes, al igual que todo el sector del transporte y la logística, se ven seriamente afectados por la coyuntura económica. Por lo que para equilibrar esa situación, y siguiendo el modelo estratégico planteado por la compañía, se llevaron a cabo varias adquisiciones de compañías del sector como Bpack que le permitieron aumentar su infraestructura y nivel de servicio.

"Hemos rediseñado nuestro plan de rutas, lo que nos ha per-



Benno Horvath, presidente de ASM y Guillermo Rosenberg, consejero delegado de la compañía. Foto S.L.

mitido reducir los costes por envío", indica Guillermo Rosenberg, consejero delegado de ASM.

"Mes a mes mejoramos nuestros resultados", matiza el presidente de ASM.

La compañía trabaja en la actualidad en un listado de proyectos potenciales y posibles alianzas de futuro con otras marcas. "En los próximos seis meses habrá novedades importantes al respecto".

La tendencia a la concentración que está viviendo el sector del transporte urgente, donde existe en estos momentos una mayor oferta de compañías que demanda en sí de sus servicios, es una oportunidad que ASM

no quiere dejar escapar. "Se trata de un proceso natural y nosotros vamos a liderar esa concentración de empresas que se llevará a cabo", indica Horvath.

Para materializar ese liderazgo dentro del sector, ASM prevé invertir 5 millones de euros en nuevos sistemas informáticos y tecnológicos de clasificación de paquetes, en la mejora y optimización de sus rutas, en sistemas que conecten todos los departamentos de la firma y en el aumento de la implementación de las PDAs de sus mensajeros.

A medida

"También vamos a potenciar proyectos de valor añadido a medida para algunos de nuestros clientes", apuntó Rosenberg. En este contexto, durante el primer semestre de 2010 ASM prevé estrenar nuevas instalaciones en Madrid y Barcelona. En Madrid, por ejemplo, su actual superficie de 5.000 metros cuadrados se verá más que duplicada.

En este marco positivo de proyectos, los máximos representantes de la compañía se marcan el reto de continuar posicionando la marca en el sector "a través de nuestros buenos resultados y de calidad".

Un año y medio de crecimiento, optimización y nuevas alianzas

El proceso de expansión que a día de hoy vive ASM tiene su origen en abril de 2008. Desde entonces la firma ha visto multiplicada su infraestructura y ha asumido sendos procesos de reestructuración para hacer frente a su nueva situación y a la coyuntura económica.

Hace un año y medio Grupo Arque compró ASM y con este proyecto se inició una reestructuración de la compañía, marcada por la incorporación a la marca de la firma Bpack, con la que se procedió a unificar la informatización de todos sus centros y operativos. Así, la nueva

ASM pasó de tener 62 delegaciones a contar con 200 centros en España, Andorra y Portugal. "Mejoramos la calidad de nuestro servicio 8 puntos por encima de donde estábamos antes y ahora contamos con una red de plataformas propias en las grandes ciudades que son

nuestros centros operativos y que dan apoyo a todas nuestras delegaciones. Así, ofrecemos un servicio más cercano a la hora de solucionar posibles inconvenientes. Estamos muy contentos con nuestro nuevo modelo y con el resultado de todo este proceso", aseguró Rosenberg,

consejero delegado de ASM. La compañía, que ha basado su estrategia de crecimiento en alianzas y adquisiciones de otras empresas del sector para aunar sinergias, fue adquirida hace un mes por un grupo multinacional familiar suizo, que respalda su potencial crecimiento.