

Nearshoring



Nearshoring: una gran oportunidad de crecimiento para México.

Diversos factores están motivando la reubicación de las cadenas de valor, conforme las empresas -de nueva cuenta- buscan regionalizar su producción y acercarla a los centros de consumo. Dicha tendencia se conoce como *nearshoring* y ha detonado la llegada más importante de nuevas inversiones en los últimos ocho años. Tan sólo en los primeros tres trimestres de 2022, éstas ascendieron a poco más de US\$14.5 mil millones de dólares, superando en 45% la observada en el mismo periodo del año anterior. Los estados donde han llegado los mayores recursos son la Ciudad de México, Nuevo León, Jalisco, Chihuahua, Guanajuato, Estado de México y Baja California, por mencionar los más relevantes. Dicho efecto, junto con la recuperación de EE.UU., han impulsado el crecimiento de manufacturas, lo que se refleja en una recuperación rápida de los empleos formales (principalmente en estados fronterizos). Así, la demanda de espacio industrial, como consecuencia del *nearshoring*, se ha duplicado en lo que va del año. Hasta el momento se han anunciado más de US\$12.0 mil millones en inversiones ligadas al *nearshoring*.

Es importante resaltar que, para atraer inversión en manufactura, México ofrece atractivos importantes desde el punto de vista de costos (fuerza laboral robusta), y al mismo tiempo, su ubicación lo convierte en un *hub* atractivo de distribución. La proximidad con EE.UU. es la mayor ventaja, donde transportar mercancía desde México a N.Y., por ejemplo, tarda de 6 a 12 días, mientras que de Shangai a N.Y. lo hace aproximadamente 35 días.

Fibra Prologis (FIBRAPL)



Fibra Prologis es un fideicomiso de inversión inmobiliaria enfocado en la adquisición y administración de inmuebles para logística y manufactura de Clase A. FIBRAPL ha mostrado un desempeño excepcional a nivel operativo y financiero en años recientes al verse beneficiada de las tendencias de *nearshoring* y crecimiento del comercio electrónico, mismas que han derivado en una fuerte demanda por espacio industrial. Actualmente cuenta con más de 220 propiedades que se ubican en los mercados más dinámicos ligados al consumo y manufactura del país, tales como Tijuana, Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey, Ciudad Juárez y Reynosa. Con tasas por arriba del 98% de ocupación durante los últimos trimestres, se posiciona como uno de los principales beneficiarios de la tendencia del *nearshoring*, generando una perspectiva muy favorable de crecimiento, soportado por su liderazgo en los mercados donde participa.

Fibra Uno (FUNO)



Fibra Uno (FUNO) es la FIBRA más grande de Latinoamérica y la primera que se hizo pública en México, con una presencia de más de 10 años en la Bolsa Mexicana de Valores. Su portafolio tiene un área bruta rentable (ABR) de 11.2 millones de m2 con una tasa de ocupación de 93% y está diversificada con 612 propiedades. El portafolio comercial incluye todos los formatos de centros comerciales y se encuentran en las principales ciudades del país, mientras que, los activos industriales de FUNO se encuentran en los corredores más importantes de logística y de exportación, con amplia conectividad. Los resultados de la empresa han presentado un crecimiento secuencial, impulsado por mayores rentas y mejoras continuas en la ocupación en los segmentos industrial y de oficinas. Sin duda, FUNO es una de las empresas que se beneficiará por un mayor dinamismo, resultado del *nearshoring*.

Grupo Traxion (TRAXION)



TRAXION es el operador más grande de transporte terrestre, con más de 9,600 unidades motoras. La empresa ofrece servicios de carga y logística, transporte de personal y escolar, servicios de última milla y también servicios 3PL y 4PL. Recientemente también incorporó servicios de transporte para el sector salud. La compañía ha probado ser un vehículo atractivo de crecimiento, con una estrategia ya probada en la adquisición de nuevos negocios. Será una de las compañías más beneficiadas en los próximos años por el efecto del *nearshoring* en el país. TRAXION tiene una amplia base de clientes (más de 1,200) con presencia en diversas industrias. Además, su flota flexible le ayudó a adaptar su modelo de negocio en aquellos segmentos que más han crecido. La división *asset-light* ha sido disruptiva, ofreciendo soluciones de movilidad en el país, siendo el canal principal de crecimiento que será una línea de negocio que llegará a representar 1/3 de los ingresos.

Consumo



Durante 2022, los consumidores han retomado sus actividades cotidianas con gran entusiasmo. Esto, aunado a la llegada histórica de remesas y el dinamismo que muestra la industria manufacturera por la llegada del nearshoring, se ha reflejado en una creación acelerada de empleo formal a lo largo del país. En 2023 estas tendencias seguirían consolidándose, sumado a la fortaleza del poder adquisitivo en las familias de menores ingresos debido al aumento del salario mínimo.

A pesar de los riesgos de menor crecimiento global, es probable que la inversión extranjera continúe fluyendo hacia México, ya que la posición del país es inmejorable para satisfacer la demanda creciente de los Estados Unidos. Las tiendas departamentales podrán satisfacer parte del consumo que se rezagó durante la pandemia.

Durante el Buen Fin, las ventas con tarjetas bancarias de este rubro incrementaron 25% y aún tiene potencial para crecer en términos reales. Al mismo tiempo, las empresas de salud y de bienes básicos seguirán enfrentando una demanda resiliente, ya que los hogares han retomado sus dinámicas habituales. Como ejemplo de esto, las ventas de farmacias incrementaron 30% durante los días de El Buen Fin.

Grupo Comercial Chedraui (CHDRAUI)



Grupo Comercial Chedraui es una de las principales cadenas de autoservicio en México y EE.UU. Cuenta con tres líneas de negocio: Autoservicio en México, Autoservicio en Estados Unidos y una División Inmobiliaria.

El mercado objetivo de la compañía es el segmento medio y de interés social. Sin embargo, a través de sus diversos formatos de negocio, le permite tener presencia también en los segmentos medio-alto y residencial (Selecto). Bajo este modelo de negocio diversificado, la empresa resulta defensiva ante entornos económicos volátiles.

La compañía ha crecido también por adquisiciones, lo que le ha ayudado a incrementar su participación de mercado y a generar economías de escala, resultando en mayor rentabilidad. Actualmente Chedraui opera más de 400 tiendas de autoservicio en México y 375 en Estados Unidos, mercado que representa cerca del 60% de sus ingresos por tiendas de autoservicio.

Genomma Lab Intl. (LAB)



Genomma Lab es una de las empresas líderes en la industria de medicamento de libre venta (OTC) y productos para el cuidado personal de América. Con más de 20 años de experiencia, es una empresa mexicana con presencia en 17 países del continente. El modelo de negocios de LAB contempla un exitoso proceso de desarrollo de nuevos productos, marketing orientado al consumidor, amplia red de distribución minorista, y un esquema operativo de bajo costo, altamente flexible, que le permite ofrecer más de 40 marcas en la mayoría de las cuales es líder del mercado. Los resultados de la empresa presentan una tendencia de crecimiento favorable, donde un hito relevante fue el inicio de operaciones de todas las líneas de manufactura en su planta de cuidado personal. El principal enfoque está en continuar mejorando la rentabilidad de la empresa, a través de sinergias operativas, gracias a la puesta en marcha de sus nuevas plantas de producción, localizadas en el Estado de México.

El Puerto de Liverpool (LIVEPOL)



El Puerto de Liverpool está integrado, principalmente, por una cadena de tiendas departamentales fundada en 1847, que vende una amplia variedad de productos. La empresa opera un total de 123 tiendas de la marca Liverpool, 111 boutiques especializadas y 172 tiendas Suburbia. La compañía estima que dentro de los próximos cinco años, los ingresos ligados a *e-commerce* crecerán 5 veces, teniendo como principal objetivo posicionarse como la empresa líder en venta omnicanal y *e-commerce*. Todo esto soportado por una estrategia para diferenciarse, mediante la mejora continua en la experiencia de sus clientes al momento de comprar. También tiene un brazo financiero y un negocio de bienes raíces muy relevantes, siendo el mayor emisor no bancario de tarjetas de crédito en México.