

Capitanes

(24-11-2023).- Alejandro Vázquez...

IMPRIMIR

Es el nuevo presidente de Tiendanube, la plataforma de e-commerce especializada en Pymes y la sexta startup más valiosa de Latinoamérica. Será responsable de aumentar el alcance de la empresa, que opera en Argentina, Brasil, México y Colombia. Más de 120 mil compañías usan su plataforma para operar sus tiendas online.

Expansiones por nearshoring

Los Fideicomisos de Bienes Raíces (Fibras) siguen ganando con el nearshoring y prueba de ello es que Fibra Monterrey, encabezada por Jorge Ávalos, tiene en puerta expansiones en los edificios industriales de su portafolio.

Al 30 de septiembre pasado, registró un potencial de expansiones por más de 90 millones de dólares.

De ese total, 49 millones de dólares ya estaban firmados y en proceso de construcción y otras expansiones por 19 millones de dólares estaban en una fase final de negociaciones.

Las restantes, con valor de 22 millones de dólares, todavía estaban en etapas preliminares de negociación.

Fibra Monterrey estima que una vez concluidas las construcciones, su área bruta rentable se elevaría en más de 100 mil metros cuadrados, de los cuales 53 mil ya estaban en proceso de construcción al cierre de septiembre.

El fideicomiso ha destacado que más de la mitad de sus expansiones se deben a una mayor demanda por la relocalización de cadenas de suministro.

Hasta septiembre, Fibra Monterrey contaba con 108 propiedades en su portafolio, incluyendo 81 para uso industrial, ubicadas en Chihuahua, Nuevo León, Jalisco, Querétaro, San Luis Potosí y la zona metropolitana del Valle de México, entre otros.

Toma fuerza

Este viernes se celebra el BlackFriday y México ya no es ajeno al fenómeno comercial.

Si bien la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicio y Departamentales (ANTAD), que preside Diego Cosío, no ha hecho un esfuerzo institucional por apoyar la promoción de esta fecha, la mayoría de los socios comerciales que integran el organismo le dan cabida en sus anaqueles.

Hace más de una década, cuando nació El Buen Fin, la idea era crear un "BlackFriday mexicano" y tropicalizarlo a la realidad del mercado local. Por ello, se implementó con una duración de todo el fin de semana, y no solo un día, como en Estados Unidos.

No obstante, en la actualidad, la celebración de la temporada de descuentos de El Buen Fin ya es muy independiente de la realización del BlackFriday, que ganó fuerza en México a partir de la pandemia.

De hecho, durante el confinamiento, el BlackFriday llegó a celebrarse de manera simultánea con El Buen Fin, pues el programa debió ampliar su duración como una forma de evitar la aglomeración de consumidores en las tiendas.

Así, este día de rebajas se ha convertido en el último gancho que las tiendas le lanzan a los consumidores antes de la temporada de fin de año.

Negocio en crecimiento

La firma estadounidense de servicios de gestión al cliente, Alorica, tiene una apuesta fuerte por México.

En el último año, la compañía, que en América Latina y el Caribe dirige José Ramírez, ha invertido 7 millones de dólares en un call center en León y en ampliar el que tiene en la Ciudad de México.

Además, alista otros 3 millones de dólares para ampliar sus oficinas de León y prepara los proyectos de otros dos centros en Mérida y Veracruz.

Es una firma global que ofrece servicios a empresas de telecomunicaciones, cobranza, salud y contenido digital.

Alrededor de 85 por ciento de sus servicios los ofrece a compañías asentadas en Estados Unidos y el resto en territorio nacional, entre ellas Nubank, Toyota, Mercedes Benz, DiDi y AT&T México.

Actualmente cuenta con 6 mil empleados, de los cuales mil 500 fueron contratados en los últimos 12 meses y sumará otros 3 mil para los próximos dos años, con sus nuevos centros.

La empresa planea emplear a 10 mil personas y para ello apunta al sur del País, como Cancún y Mérida.

El mercado de este tipo de servicios que se ofrece sólo a Estados Unidos está valuado en alrededor de 4 mil millones de dólares.

Avanza transición

La industria está siendo cada vez más presionada por los mercados internacionales y por los compromisos de los Objetivos 2030 de Naciones Unidas para avanzar en el proceso de transición energética, que le permitirá a las empresas ser competitivas en el mercado, en un contexto internacional regido por los criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG, por sus siglas en inglés).

Uno de los despachos más activos en la asesoría al sector industrial, con este enfoque, es Salerno y Asociados Expertos en Energía, bajo la dirección de Paolo Salerno.

Él ha detectado que las empresas requieren un plan de optimización de sus procesos productivos enfocado en el cumplimiento de los criterios ESG que lleven paulatinamente a la descarbonización.

Las empresas que no cuenten con una estrategia perderán competitividad y serán desplazadas de los mercados a partir de 2030.

El reto para las compañías es integrar un plan que cubra aspectos legales, regulatorios, técnicos, ambientales, sociales y de mercado, basados en criterios internacionales.

capitanes@reforma.com

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo

ESTA NOTA PUEDES ENCONTRARLA EN:

<https://www.reforma.com/capitanes-2023-11-24/op260828>

Fecha de publicación: 24-11-2023