



Asociarse, la clave para que las pymes lleguen al mercado europeo

Por Abigaíl Hernández G.

Recomendaciones

El consejero comercial de Bancomext recomendó al empresario mexicano:

1. Animarse, tomar la decisión, darse cuenta de que es conveniente pensar en concurrir al mercado europeo.
2. Identificar su mercado meta (país).
3. Conocer y tomar medidas para cumplir con: hábitos de compra, normatividad, medio ambiente, salud, seguridad, cultura comercial europea y nacional.
4. Tener visión de mediano y largo plazo, porque los resultados no son inmediatos.
5. Cuidar su primera imagen.
¡No precipitarse!
6. Atreverse a decir NO. Para no comprometerse sin estar seguro.

Europa es un gran mercado al que ya más de tres mil empresas mexicanas exportan. Sin embargo, sólo un 37 por ciento de lo que México vende al exterior, va para esta región. Pese a que existe un gran potencial para hacer negocios con la Unión Europea hasta el momento no se ha aprovechado en toda su magnitud. ¿A qué se atribuye esta circunstancia? ¿Por qué se debe exportar y por qué hacerlo a Europa?

Para resolver estas interrogantes, Negocios platicó con Carlos Ceceña, consejero Comercial de Bancomext en España, quien dio sus puntos de vista y recomendaciones sobre “Cómo hacer negocios con la Unión Europea”.

Ceceña señaló que ha faltado voluntad y decisión por parte de las empresas mexicanas para participar más en el mercado europeo. Se requiere: primero, una decisión empresarial para exportar, y segundo, un acuerdo para diversificar su oferta y no sólo vender hacia Estados Unidos.

La economía europea es muy sólida –prácticamente casi igual a la de Estados Unidos-, crece a un ritmo de entre un 2 y 3 por ciento al año, y tiene un ingreso per cápita muy alto de entre 25 y 30 mil dólares por año.

Europa es un mercado de nichos, no de grandes volúmenes, como el estadounidense, en él puede participar todo tipo de compañías, sin importar su tamaño, pero advirtió que este mercado exige empresas “preparadas”, que sepan exportar.

El Consejero Comercial de Bancomext en España dijo que a las PYMES les puede ser más conveniente no penetrar directamente en algunos mercados, sino asociarse o formar consorcios de exportación, para llegar a ellos. Esto les permitiría dedicarse a producir con calidad, con normas apropiadas y que otros se encarguen de realizar todo el proceso de venta.

Nichos en alimentos, bebidas, regalos...

En cuanto a los nichos de mercado existentes, Carlos Ceceña informó que en el 2003 España importó casi 20 mil millones de dólares de alimentos y bebidas por lo que existen buenas posibilidades para

productos mexicanos como: pescado, mariscos, camarón con cabeza, pulpo, calamar y atún, que son muy demandados, así como para bebidas como tequila, mezcal y cerveza –cuyo nicho sigue en crecimiento-, muebles, hierro forjado, regalos, químico-farmacéuticos; hay auge en software y en cosmetología, con productos naturales y orgánicos, no sólo en España sino en todo el mundo.

Las empresas mexicanas que ya se están en España son: Grupo Herdez, el cual ya instaló una oficina en Barcelona, así como Cemex, Mabesa (empresa productora de pañales), La Costeña (alimentos). Algunos sectores que tienen auge en tierras españolas, es el del software, sector donde el idioma ayuda mucho a abrir el mercado. En este nicho se encuentran posicionadas dos compañías mexicanas: Softek y Easyap.

Finalmente, Carlos Ceceña manifestó que España es una buena puerta de entrada hacia la Unión Europea y un buen lugar para desde ahí hacer operaciones con otros países o regiones europeas.

Razones para exportar a la UE

- Aprender a defenderse. Si el empresario mexicano no sabe competir internacionalmente, no sabrá hacerle frente a los competidores que lleguen al mercado nacional.
- Por economía de escala. Si produce 60 artículos pero tiene capacidad para hacer 100, puede exportar 40 y así tener una economía de escala.
- Para crecer. Una empresa tiene que crecer y si el mercado interno ya no lo permite, hay que hacerlo hacia fuera. Si crece, ganará más y entonces la compañía podrá generar más empleos y tener un mayor movimiento económico.
- Amplia oferta. El mercado europeo es un importador importante, su economía es sólida y en crecimiento, con un potencial que México no ha aprovechado en toda su magnitud.
- Tiene características diferenciadas por países y regiones.
- Guarda lealtad a sus proveedores. Acuerdos de largo plazo.
- Gusta de diseño y novedades.
- Está comprometido a cumplir normas y regulaciones.
- Prefiere interlocutores en plaza.