

Consejos Prácticos

Los diez consejos del consejero

1.- Cuide sus relaciones personales.

El idioma y la cultura comunes son una excelente base para entenderse en el mundo de los negocios en México. Sin embargo existen diferencias en la forma de mantener relaciones de trabajo entre México y en España. Los detalles y las formas son muy importantes. Respete pues las costumbres locales. En México se da más importancia a las relaciones personales dentro del trabajo que en España, comparta tiempo así con sus interlocutores, interérese por su entorno personal. También sea consciente de que los mexicanos no son tan directos como en España para comunicar las ideas, por lo que hay que tener cuidado a la hora de cómo dice Vd. las cosas y sobre todo a la hora de criticar algo. Evite también los excesos de confianza y extreme la cortesía. Tenga siempre paciencia y adáptese al ritmo de trabajo local, sin tratar de apresurar nada.

2.- Tenga en cuenta el gran tamaño del mercado.

La economía de México es la 13ª del mundo en tamaño y el país tiene más de dos millones de km². Dependiendo de su producto y del tamaño de su empresa, decida si prefiere concentrar sus esfuerzos y acceder a una única zona geográfica, o si por el contrario prefiere considerar más de una o la totalidad del país. El Distrito Federal cuenta con 9 millones de habitantes censados que concentran el 23 % del PIB mexicano. En el D. F. está presente el 90 % del total del capital español en México. La zona industrial del centro del país denominada “Corredor del Bajío” y el norte, en especial el Estado de Nuevo León, deben ser también considerados. Tenga asimismo en cuenta las enormes posibilidades que ofrece la existencia de un mercado libre, aunque imperfecto, con Estados Unidos y Canadá.

3.- Aproveche que en México se conoce bien la realidad de la España actual.

En México existe una buena imagen de España y una excelente predisposición hacia lo que proviene de allí, sean personas, cultura o productos. Se conoce bien la actualidad de nuestra realidad económica y la historia reciente de España. Se valora mucho el cambio en todos los terrenos habido en nuestro país en los últimos años, así como el alto nivel tecnológico y de gestión de las empresas españolas, y la calidad y el diseño de nuestros productos. La fuerte implantación de grandes y medianas empresas españolas en México, unido al aumento del comercio y a la frecuencia con que los mexicanos viajan a España, han contribuido sin duda a todo ello.

4.- Estudie las opciones de representación o de implantación que mejor se adapten a su producto.

Diversifique sus representantes según áreas geográficas, y evite la exclusividad. Tenga en cuenta que en México se acostumbra a trabajar con márgenes elevados, y que el coste de la distribución es también elevado. Si está considerando un establecimiento

permanente, es recomendable contar con un socio mexicano, al menos en una primera fase, hasta tener un adecuado conocimiento de las peculiaridades de la gestión empresarial en el país.

5.- Sea prudente.

Anticipe que el comprador mexicano le va a pedir el pago diferido debido al alto coste que tiene para él financiarse en los bancos locales. Vd. puede acceder a ello, pero se aconseja que cuando realice una venta, asegure el cobro con una carta de crédito irrevocable, o instrumento de similar seguridad, como pueden ser letras avaladas por un banco español. También puede solicitar una fianza de cumplimiento de pago. En todo caso, su interlocutor estará acostumbrado a utilizar alguno de estos instrumentos de aseguramiento de cobro, y no se va a sorprender de este requisito. Si después de realizada la operación le queda una deuda, será complicada de cobrar.

6.- Prevea controles exhaustivos de su producto y posibles retrasos durante el despacho aduanero.

La protección arancelaria en México para los productos industriales europeos es en la actualidad de menos del 4 %, y está previsto que desaparezca en su casi totalidad en los próximos años al amparo del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación con la Unión Europea firmado en el año 2000. Sin embargo las Aduanas mexicanas suelen operar exigiendo un estricto cumplimiento de las normas y también cambiando con frecuencia las prácticas que venían siendo habituales. La falta de flexibilidad y a veces de transparencia dificulta de forma importante el despacho y suele acarrear retrasos y costes adicionales.

7.- Vigile los aspectos relacionados con la protección de la propiedad industrial.

Los perjuicios originados en México debidos a piratería contra la propiedad industrial, y también contra la intelectual, son muy elevados. Una buena parte de las falsificaciones se realizan por la llamada “economía sumergida”, que suele disponer de tecnologías de vanguardia para la reproducción de los productos, lo que debilita el margen para su persecución a través de medios legales. Se recomienda no obstante registrar sus marcas comerciales, sus patentes, sus diseños industriales o sus modelos de utilidad en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) para su protección en este país. En caso de conflicto podrá recurrir en primera instancia al propio IMPI, o, penalmente, a la Procuraduría General de la República. Sin embargo prevea un proceso lento e imprevisible.

8.- Diseñe su estrategia a medio plazo.

El mercado mexicano está lleno de oportunidades, pero a la vez tiene importantes riesgos y particularidades. Una adecuada implantación requiere de esfuerzo y sobre todo de tiempo. Actúe con cautela, y tenga paciencia y comience realizando operaciones pequeñas para ir conociendo bien el mercado.

9.- Infórmese sobre los apoyos que le ofrece la administración comercial española.

Asesórese en la Dirección Regional de Comercio más próxima a la sede de su empresa. Ahí le informarán de las actividades de promoción que organiza el ICEX, y de todos los diversos instrumentos que están a su disposición para ayudarle a hacer negocios en México y a mejorar la competitividad de su empresa.

10.- Utilice las Oficinas Económicas y Comerciales de España.

Las Oficinas Económicas y Comerciales de España en Ciudad de México y Monterrey, prestan su ayuda a las empresas, organizando actividades de promoción (como ferias, misiones y exposiciones), identificando a posibles compradores, respondiendo a consultas sobre sus productos (normas técnicas, requisitos de importación...), y también proporcionando información general sobre el país o especializada cada uno de los distintos sectores de la actividad económica. La Oficina en Ciudad de México, adicionalmente, cuenta con una Sala de Exposiciones con un área útil de 261 m². que se utiliza habitualmente por empresas, asociaciones y cámaras de comercio españolas, así como para eventos propios de la Oficina, y también le ofrece la posibilidad de utilizar temporalmente uno de los 3 despachos de su Centro de Negocios.