



# Esportare con successo in Messico

10 regole importanti

## 10 regole che vi aiuteranno ad effettuare vendite di successo agli acquirenti messicani

“ Oh, il Messico, un Paese dove non sono mai stato ma che sicuramente mi piacerebbe visitare ”

James Taylor,  
cantautore statunitense

Esistono numerose buone ragioni per sviluppare attività commerciali con il Messico, fra cui la sua apertura agli scambi internazionali, evidenziata dai numerosi accordi per il libero scambio e dall’atteggiamento molto favorevole del governo verso le imprese. Il Messico può aver ricevuto critiche avverse in merito al livello di

crimini correlati alla droga ma, quando si tratta di crescita economica, le notizie sono tutte positive.

Sebbene il presidente Enrique Peña Nieto sia in carica solo dal dicembre 2012, ha già fatto notevoli progressi per combattere il crimine, rilanciare l’economia e migliorare la percezione del Messico a livello mondiale come mercato fiorente, sfidando il Brasile quale Paese guida dell’America latina.

Peña Nieto ha inoltre promesso di affrontare le notevoli disparità in termini di patrimonio personale, ma il Messico ha già una classe media in ascesa, un fiorente mercato interno con accesso immediato al credito al consumo e un trend al rialzo dell’occupazione, pertanto il consumo delle famiglie continuerà a crescere. Se a tutto ciò si aggiungono gli investimenti del governo per migliorare le infrastrutture del Paese, si delinea un quadro di favorevoli opportunità per le aziende straniere che desiderano operare commercialmente in questo Paese.



### 1. Sfruttare gli accordi di libero scambio del Messico

Il Messico è un’economia estremamente aperta e, alla data di stesura del presente rapporto, vanta accordi di libero scambio (ALS) con 44 paesi. Il motivo principale per la firma di tali accordi può essere stato il desiderio di ridurre la forte dipendenza dagli scambi con gli Stati Uniti, ma il risultato finale è che questi ALS consentono a molti tipi di prodotti provenienti da Unione europea, Norvegia, Svizzera, Giappone, dai vicini sudamericani del Messico e da molti altri

paesi, di entrare nel Paese senza tasse doganali.

Prendendo ad esempio l’accordo di libero scambio tra Messico e Unione europea, fin dall’entrata in vigore di tale accordo i paesi della UE sono stati in grado di esportare in Messico usufruendo in gran parte delle condizioni di cui godono USA e Canada in virtù del North American Agreement (NAFTA). Le aziende europee adesso hanno accesso anche alle gare d’appalto pubbliche in Messico e

hanno la garanzia di un certo grado di protezione contro il furto della proprietà intellettuale.

Un altro vantaggio offerto da questi numerosi ALS consiste nella possibilità di offrire un accesso indiretto a Stati Uniti e Canada per le aziende straniere. Ad esempio, installando una sede produttiva o di assemblaggio in Messico, un’azienda dell’Unione europea può usufruire dei vantaggi offerti dal NAFTA.

## 2. Avere un'ottima rappresentanza locale

Come per qualsiasi altro mercato di esportazione, anche in Messico è consigliabile avere un rappresentante "in loco", non ultimo per fornire consigli su come gestire le peculiarità del mercato e la lingua. Per la scelta di un agente, assicuratevi prima di tutto che abbia ottime relazioni commerciali con la tipologia di clientela che desiderate raggiungere, che conosca il vostro tipo di prodotto o servizio e che sia già attivo con successo nelle regioni di questo grande Paese su cui volete focalizzarvi.

Verificate che l'agente abbia un'azienda registrata e che non sia un singolo individuo: in caso contrario, le leggi messicane sull'occupazione possono far rescindere un contratto di agenzia con un singolo individuo, con costose

conseguenze. Se l'agente preme per ottenere l'esclusiva, cosa alquanto comune in Messico, assicuratevi che detto agente abbia le risorse per rappresentarvi in toto sul mercato locale. È consigliabile inserire una scala temporale e obiettivi misurabili in ogni accordo di questo tipo e concedere l'esclusiva solo in una specifica regione del Messico, anziché nell'intero Paese.

Per alcuni tipi di importazioni in Messico, articoli medici, farmaceutici, sanitari, alimentari e integratori, una rappresentanza locale non è solo consigliabile, ma è richiesta per legge. Le importazioni per le suddette categorie devono prima essere registrate tramite il rappresentante locale presso la COFEPRIS, la commissione federale messicana per la tutela contro i rischi sanitari.

## 3. Comprendere la cultura

"Il tempo è denaro" può essere una familiare massima commerciale in altri paesi ma non in Messico. Gli uomini d'affari messicani prima creano relazioni di amicizia fidata e solo dopo concludono affari, quindi preparatevi a un lungo processo di negoziazione.

Ciò detto, le riunioni commerciali tendono a essere formali e gerarchiche, quindi scegliete abiti adatti e verificate che i vostri rappresentanti in una riunione ricoprano un ruolo nell'azienda equivalente a quello degli ospiti messicani. Ma non aspettatevi che i vostri ospiti rispettino un'agenda. La discussione inizierà con quattro chiacchiere,

la famiglia, il tempo, le bellezze naturali del Messico, finché l'ospite non sentirà che è arrivato il momento di parlare di affari. E dimenticate qualsiasi nozione sul fatto che il Messico abbia una cultura commerciale esclusivamente da "macho". Oggi, alle donne d'affari sono rivolte le stesse attenzioni professionali delle loro controparti maschili.

Le riunioni di solito sono tenute in spagnolo messicano, sebbene l'inglese sia una lingua molto parlata. Si consiglia di controllare in anticipo e idealmente di avere una persona nel team in grado di parlare spagnolo e di cogliere le sfumature linguistiche.





## 4. Non perdere le opportunità offerte dalle infrastrutture messicane

Si prevede che il presidente Enrique Peña Nieto annuncerà grossi investimenti in un'ampia gamma di progetti infrastrutturali nell'ambito di un piano di sei anni per lo sviluppo economico. Molto probabilmente questo piano coprirà i settori delle tecnologie e della produzione di energia elettrica, delle telecomunicazioni, oltre a strade, ferrovie, porti e aviazione. Unitamente alle intenzioni del nuovo presidente di eliminare il monopolio in molti settori, come le telecomunicazioni, tutto ciò offre reali opportunità ai fornitori e agli investitori stranieri.

Ad esempio, il libero accesso alle gare d'appalto pubbliche di cui godono adesso le aziende dell'Unione europea, unito all'impegno contenuto nell'accordo di libero scambio fra Messico e UE per la cooperazione in aree quali energia, trasporti e ambiente, implica un reale vantaggio per le aziende che desiderano partecipare allo sviluppo delle infrastrutture in Messico.

Gli ampi miglioramenti nelle infrastrutture già citati, contribuiranno inoltre a favorire la distribuzione delle merci in questo vasto Paese.

“I grandi investimenti offrono reali opportunità agli operatori esteri”

## 5. Effettuare una ricerca di mercato: cosa comprano i messicani?

Nonostante la notevole disparità in termini reddituali, il Messico non può essere descritto come un Paese povero: il PIL pro capite oggi supera US\$ 10.000 e la classe media è cresciuta rapidamente negli ultimi anni. Dato che il credito al consumo sta diventando più rapidamente disponibile, questo trend è destinato a continuare. Pertanto, è molto forte la richiesta di prodotti come elettrodomestici ed elettronica di consumo, oltre a prodotti di lusso come beni, cosmetici e gioielli di marca.

Nel contesto “business to business”, il Messico vanta numerose sedi produttive e di assemblaggio (le “maquiladoras”, create nell'ambito del programma IMMEX) in vari settori che forniscono opportunità per le importazioni straniere di qualsiasi prodotto, dai componenti automobilistici alla plastica, alle resine, alle macchine imballatrici, ai dispositivi di sicurezza e ai macchinari per la lavorazione degli alimenti.

Ogni regione è predominante per determinati settori, quindi se Città del Messico è il centro finanziario e di distribuzione, Guadalajara è la “Silicon Valley” messicana, Monterey è, fra l'altro, il centro per elettrodomestici, elettronica e biotecnologie e Tijuana rappresenta il centro per prodotti medici, elettronici e automobilistici. Questi elenchi non sono in alcun modo esaustivi, pertanto una ricerca sui mercati target è in grado di identificare dove esiste una domanda per specifici prodotti e servizi stranieri.



## 6. Scegliere i termini di pagamento corretti

Anche dopo aver identificato e controllato l'affidabilità creditizia dei potenziali clienti B2B, dovrete equilibrare la sicurezza relativa ai termini di pagamento con la necessità di essere concorrenziali. Il "pagamento anticipato" è la forma di pagamento più sicura e spesso è utilizzata per la prima transazione, ma se un concorrente è pronto a offrire condizioni di acquisto a credito, o se il cliente messicano non dispone del capitale di esercizio per pagare con i suddetti termini, potreste perdere il contratto.

Dall'altro lato della gamma vi è il "credito allo scoperto": i termini di pagamento più interessanti per il cliente, in quanto garantisce effettivamente un credito senza interessi per un determinato periodo, ma con il rischio che il cliente non paghi alla scadenza.

Fra questi due estremi esistono numerose opzioni fra cui le lettere di credito nelle loro varie forme. Hanno tuttavia un costo sia per il venditore sia per l'acquirente, sono soggette al rischio di non pagamento

a meno che il documento di vendita non coincida esattamente con il dettaglio della lettera di credito e lasciano sempre il venditore in svantaggio se un concorrente è disposto a concedere condizioni di acquisto a credito. Anche credito garantito, garanzie e obbligazioni possono offrire un certo livello di sicurezza, ma possono rappresentare un deterrente quando un fornitore si trova a competere con una concorrenza agguerrita nel business.

Esistono comunque opzioni in grado di consentire al venditore di essere concorrenziale ma con un certo grado di sicurezza, in particolare l'assicurazione del credito. Un assicuratore del credito stimabile valuterà l'affidabilità creditizia del potenziale cliente e approverà un livello di credito realistico da offrire: un livello che non esponga il venditore a rischi evitabili e che non impegni oltre il limite le risorse disponibili del cliente. Atradius è in grado generalmente di offrire copertura per condizioni di acquisto a credito, talvolta con il semplice requisito di una

cambiale diretta o pagherò: un artificio utilizzato spesso in Messico come forma di garanzia gratuita, in grado di offrire un elemento di prova diretto di un credito che sarà riconosciuto in qualsiasi procedimento legale.

“Equilibrare la sicurezza con la necessità di essere concorrenziali”

## 7. Preparate con attenzione la documentazione necessaria

Far passare la dogana messicana ai vostri prodotti in modo rapido ed efficiente può essere una sfida, quindi dovrete avere una conoscenza approfondita delle procedure doganali messicane, o, meglio, assumere qualcuno che abbia dette competenze, ad esempio un agente doganale messicano (MCB). L'agente MCB preparerà il modulo della dichiarazione in dogana, il "Pedimento de Importacion" richiesto dall'ufficio doganale messicano per autorizzare

l'importazione di merci. Come regola generale, deve essere accompagnato da una fattura commerciale contenente luogo e data di emissione, certificato di origine, nome e indirizzo dell'importatore, una descrizione dettagliata delle merci e il costo completo; determinati prodotti specifici richiedono ulteriori documenti. La descrizione del prodotto deve essere in spagnolo, inglese o francese, oppure deve essere accompagnata da una traduzione in spagnolo.



## 8. Fare bella figura

La pubblicità farà conoscere prodotti e servizi al vostro pubblico target, ma attenzione: in Messico la pubblicità è disciplinata da numerose leggi e normative. Una delle più importanti è la Federal Law for the Protection of Consumers (FLPC, legge federale per la protezione dei consumatori). Fra l'altro, la FLPC stabilisce che un annuncio pubblicitario deve essere veritiero e verificabile e non deve contenere niente che possa ingannare o confondere i consumatori. Il confronto dei propri prodotti e servizi con quelli di un concorrente è consentito, purché detto confronto non sia ingannevole o scorretto per il modo in cui è presentato.

Uno dei motivi per cui la normativa messicana sulla pubblicità è piuttosto complessa sta nel collegamento diretto con le leggi sui marchi di fabbrica, sul copyright e la proprietà intellettuale. Mentre la registrazione di un marchio di fabbrica può essere annullata in Messico se non viene utilizzata per un periodo di tre anni consecutivi, la pubblicità può

costituire una prova dell'utilizzo di tale marchio. Visti i numerosi requisiti legali richiesti per la pubblicità in Messico, un fornitore straniero dovrà considerare di ottenere un parere legale fin dall'inizio.

In particolare, la popolarità della pubblicità via Internet sta crescendo in Messico come in molti altri paesi. Il Messico attualmente ha oltre 45 milioni di utenti Internet e un recente sondaggio condotto da IAB México ha dimostrato che il 77% di questi utenti guarda la pubblicità online, mentre il 41% fa clic sui banner pubblicitari. Dato che il possesso di smartphone e tablet si è diffuso rapidamente negli ultimi anni, il potenziale di un'efficace pubblicità online cresce esponenzialmente.

“ La popolarità della pubblicità via Internet sta crescendo ”

## 9. Non perdere un buon cliente per una singola controversia di pagamento

In base all'esperienza di Atradius come gestore di crediti globale, le controversie sui crediti sono abbastanza comuni in Messico. Ma anziché rivolgersi direttamente a un tribunale, una mossa che può compromettere definitivamente una relazione commerciale valida sotto altri aspetti, è molto meglio cercare un accordo amichevole tramite l'arbitrato o la mediazione.

Nella mediazione, un terzo imparziale negozia con le controparti della disputa, per esaminare le opportunità di accordo e agevolare il raggiungimento di una soluzione accettabile. Anche nell'arbitrato, le controversie sono portate al cospetto di un terzo neutrale

che dopo aver esaminato con attenzione tutte le informazioni pertinenti, prende una decisione finale in favore di una delle controparti.

La mediazione in genere è vista come non vincolante, mentre la decisione di un arbitro indipendente è vincolante. Entrambi i processi possono essere condotti con tempistiche notevolmente ridotte e a costi inferiori rispetto a un processo in tribunale.

L'arbitrato in Messico si basa sulle leggi commerciali. La mediazione è effettuata da organizzazioni professionali quali la Camera di commercio nazionale di Città del Messico (CANACO).



## 10. Conoscere la persona a cui si sta vendendo

Nelle trattative con un nuovo cliente, soprattutto in un mercato distante di esportazione, dovrete assicurarvi che il cliente sia chi afferma di essere e abbia le risorse per pagare le merci e i servizi che state fornendo. In qualità di gestore del credito leader di settore, Atradius offre un servizio di sottoscrizione ai clienti assicurati basato sulle notizie complete e sulle informazioni costantemente aggiornate relative alle aziende di tutto il mondo. Grazie a un'attività di assicurazione del credito dedicata in Messico, Atradius è in grado di fornire importanti valutazioni sulla robustezza e sulla stabilità finanziarie di un potenziale cliente.

“Assicuratevi che il cliente abbia le risorse finanziarie necessarie per pagare le forniture”

## Un paese desideroso di espandere i commerci internazionali

“In Messico, la carenza di disponibilità di finanziamenti bancari per la maggior parte delle aziende, in particolare le piccole e medie imprese, può rappresentare un ostacolo ai commerci reciprocamente vantaggiosi” ha spiegato il Country manager di Atradius in Messico, Karel van Laack. “Ciò sottolinea la reale importanza del credito di fornitura in un Paese desideroso di espandere i commerci internazionali”.

“Atradius riveste un ruolo vitale nell'agevolare gli scambi commerciali con il Messico garantendo tranquillità ai propri clienti sottoscrittori di un'assicurazione del credito che a loro volta possono offrire quel credito di fornitura tanto richiesto”.



**Seguite Atradius sui social media:**



**Atradius desidera ringraziare l'agenzia esperta in legislazione internazionale DLA Piper per il contributo a questa pubblicazione.**

Copyright Atradius NV 2013

**Esonero di responsabilità Atradius**

La presente relazione ha scopi puramente informativi e non deve essere interpretata come raccomandazione per lo svolgimento di specifiche operazioni, investimenti ovvero per l'adozione di particolari strategie. Il lettore deciderà autonomamente come interpretare le informazioni fornite, a fini commerciali o altro. Sebbene sia stato fatto ogni sforzo per garantire che le informazioni contenute in questa relazione siano affidabili, Atradius declina ogni responsabilità per eventuali errori o omissioni, ovvero per i risultati ottenuti sulla base di suddette informazioni. Tutte le informazioni contenute nel presente documento sono fornite senza elaborazioni, senza garanzie di completezza, accuratezza, puntualità o per uno specifico utilizzo, e senza garanzie di alcun tipo, implicite o esplicite. Atradius, i suoi partner o i rispettivi partner, agenti e dipendenti declinano ogni responsabilità nei confronti di chiunque, per decisioni prese o azioni intraprese sulla base delle informazioni contenute nella presente relazione ovvero per danni indiretti, speciali o analoghi subiti, anche se a conoscenza della possibilità del verificarsi di tali danni.

Atradius Credit Insurance N.V  
Via Crescenzo 12  
00193 Rome  
Telefono: +39 06 688 121  
Fax: +39 06 687 4418

MAC 5 Building - Maciachini Center  
Via Bracco 6  
20159 Milan  
Telefono: +39 02 632 411  
Fax: +39 02 632 41601  
Email: [info.it@atradius.com](mailto:info.it@atradius.com)  
[www.atradius.it](http://www.atradius.it)