



Succesvol handelen met Mexico

10 basisprincipes

10 basisprincipes om van uw verkopen aan Mexicaanse klanten een succes te maken

“ Oh, Mexico, ik ben er nooit geweest, maar ik wil er heel graag heen ”

James Taylor,
Amerikaanse
singer-songwriter

Er zijn vele goede redenen om zaken te doen met Mexico. Een van die redenen is de openheid van het land voor internationale handel - dat blijkt uit de vele vrijhandelsovereenkomsten en de bedrijfsvriendelijke regering. Het land mag in het verleden dan vaak negatief in de pers geweest zijn vanwege de hoge drugsgerelateerde criminaliteit, maar wanneer het op economische groei aankomt, is er alleen maar goed nieuws.

Hoewel President Enrique Peña Nieto pas sinds december 2012 aan het bewind is, heeft hij al stappen ondernomen om de criminaliteit te bestrijden, de economie te stimuleren en de perceptie die de wereld van Mexico heeft te verbeteren naar die van een bloeiende markt, die de uitdaging met Brazilië aangaat om de hoofrol te spelen in Latijns-Amerika.

Peña Nieto heeft ook beloofd om de grote ongelijkheid in persoonlijke rijkdom aan te pakken, maar Mexico heeft al een groeiende middenklasse en een ontluikende consumentenmarkt: met gemakkelijke toegang tot consumentenkrediet en een opwaartse trend in de werkgelegenheid zal de consumptie van huishoudens blijven groeien. Voeg daarbij de investeringen van de overheid in de verbetering van de infrastructuur van het land en het algemene beeld toont volop mogelijkheden voor buitenlandse bedrijven die naam willen maken in Mexico.



1. Maak gebruik van Mexico's vrijhandelsovereenkomsten

Mexico is een zeer open economie en op het moment dat dit document wordt opgesteld heeft het land vrijhandelsovereenkomsten (Free Trade Agreements-FTA's) met 44 landen. Was het belangrijkste motief daartoe het verminderen van de sterke afhankelijkheid van de handel met de Verenigde Staten, het resultaat is dat deze FTA's tariefloze toegang voor verschillende goederen en diensten uit de EU, Noorwegen, Zwitserland, Japan, de Latijns-Amerikaanse bureaus van Mexico en nog vele andere landen mogelijk maken.

Sinds de totstandkoming van de vrijhandelsovereenkomst tussen Mexico en de Europese Unie bijvoorbeeld, kunnen EU-landen naar Mexico exporteren onder voorwaarden die in grote mate vergelijkbaar zijn met de voorwaarden die de VS en Canada genieten onder de Noord-Amerikaanse Vrijhandelsovereenkomst (North-American Free Trade Agreement-NAFTA). EU-bedrijven hebben nu ook toegang tot openbare aanbestedingen in Mexico en zijn verzekerd van een zekere mate van bescherming tegen diefstal van intellectueel eigendom.

Een ander voordeel van de vele FTA's is dat ze buitenlandse bedrijven indirecte toegang kunnen verlenen tot de VS en Canada. Bijvoorbeeld door het opzetten van een productievevestiging of een assemblagefabriek in Mexico kan een EU-bedrijf genieten van de voordelen van NAFTA.

2. Zorg voor een goede lokale vertegenwoordiging

Zoals in elke exportmarkt is het raadzaam om een vertegenwoordiger 'op Mexicaanse bodem' te hebben, niet in het minst om u door de eigenaardigheden van de markt en de taal te loodsen. Ga bij het kiezen van een agent eerst na of deze al goede zakelijke relaties heeft opgebouwd met het soort klanten dat u wilt bereiken, of hij al vertrouwd is met het soort product of dienst die u aanbiedt, en of hij nu al met succes actief is in de delen van dit enorme land waarop u zich wilt richten.

Zorg ervoor dat uw agent een gevestigd bedrijf is, geen individu: als het niet goed loopt, dan kan de beëindiging van een agentuurovereenkomst met een individu onder het Mexicaanse arbeidsrecht een dure aangelegenheid zijn. Als de agent u onder druk zet om een exclusiviteitsdeal af te sluiten - iets wat in Mexico heel gebruikelijk is - zorgt u er dan voor dat de

agent over alle mogelijke middelen beschikt om u op de markt te vertegenwoordigen. Het is verstandig om in een dergelijke deal een tijdsplanning en meetbare doelstellingen op te nemen - en zorg ervoor dat de deal alleen binnen een bepaalde regio van Mexico exclusief is, en niet in het hele land.

Voor de invoer van sommige producten in Mexico - onder andere van medische en farmaceutische producten, gezondheidsproducten, voeding en supplementen - is lokale vertegenwoordiging niet alleen aan te raden, het is zelfs wettelijk verplicht. De invoer van producten uit die categorieën moet eerst door uw lokale vertegenwoordiger worden geregistreerd bij COFEPRIS, de Mexicaanse federale commissie voor de bescherming tegen gezondheidsrisico's.

3. Begrijp de cultuur

'Tijd is geld' klinkt in andere landen heel vertrouwd in de oren - maar niet in Mexico. Mexicaanse zakenmensen sluiten eerst vriendschap en doen dan pas zaken. Bereid u dus voor op een lang onderhandelingsproces.

Dat gezegd zijnde, verlopen zakelijke bijeenkomsten vaak formeel en hiërarchisch: kleeft u dus verzorgd en zorg ervoor dat uw vertegenwoordigers op een bijeenkomst op gelijke hoogte staan in uw bedrijf als uw Mexicaanse gastheren. Verwacht echter niet dat uw gastheren zich aan een agenda houden. Het gesprek begint gewoonlijk met praten over koetjes en kalfjes - familie,

het weer, de natuurlijke schoonheid van Mexico - totdat de gastheer vindt dat het tijd is om tot zaken over te gaan. En verder is het zeker niet zo dat Mexico alleen een 'macho' bedrijfscultuur heeft. Tegenwoordig worden ten opzichte van zakenvrouwen dezelfde professionele beleefdheidsvormen in acht genomen als tegenover hun mannelijke collega's.

Vergaderingen worden normaal gesproken in Mexicaans Spaans gehouden, hoewel veel Mexicanen ook Engels spreken. Het is raadzaam om dit vooraf te controleren en idealiter iemand in uw team te hebben die Spaans spreekt en de nuances van de taal begrijpt.



4. Mis de mogelijkheden op het gebied van de Mexicaanse infrastructuur niet

President Enrique Peña Nieto zal naar verwachting grote investeringen aankondigen in een breed scala aan infrastructuurprojecten in het kader van een zesjarenplan om de economie te stimuleren. De investeringen zullen waarschijnlijk betrekking hebben op gebieden als energietechnologie en -opwekking, telecommunicatie, wegen, spoorwegen, havens en luchtvaart. In combinatie met het voornemen van de nieuwe president om het monopolie op sectoren als telecommunicatie te doorbreken, biedt dit reële mogelijkheden voor buitenlandse leveranciers en investeerders.

De vrije toegang tot openbare aanbestedingen die bedrijven uit de EU nu bijvoorbeeld genieten, in combinatie met de belofte in de vrijhandelsovereenkomst tussen Mexico en de EU om samen te werken op gebieden zoals energie, transport en milieu, betekent dat EU-bedrijven die willen deelnemen aan de ontwikkeling van de infrastructuur in Mexico een reëel voordeel hebben.

De verwachte uitgebreide verbeteringen in de infrastructuur zullen uiteraard ook helpen bij de distributie van goederen in dit uitgestrekte land.

Grote investeringen bieden reële mogelijkheden voor buitenlandse leveranciers

5. Doe marktonderzoek – wat kopen de Mexicanen?

Hoewel er sprake is van grote inkomensongelijkheid in Mexico, kan niet worden gezegd dat het land arm is. Het bbp per inwoner bedraagt nu meer dan 10.000 Amerikaanse dollar en de middenklasse is in de afgelopen jaren snel gegroeid. Naarmate consumentenkrediet gemakkelijker verkrijgbaar wordt, zal deze trend zich doorzetten. Daardoor is er een grote vraag naar producten als huishoudelijke apparaten en consumentenelektronica, luxe merkartikelen, cosmetica en sieraden.

In de business-to-business context telt Mexico veel productievevestigingen en assemblagefabrieken (maquiladoras, opgericht onder het IMMEX-programma) in diverse sectoren, die mogelijkheden bieden voor de import van allerlei producten uit het buitenland, van auto-onderdelen tot kunststoffen, harsen, verpakkingsmachines, beveiligingsapparatuur en machines voor voedselverwerking.

Elke regio speelt een dominante rol in een bepaalde sector. Terwijl Mexico-Stad het financiële centrum en distributiecentrum is, is Guadalajara de 'Silicon Valley' van Mexico, Monterey het centrum voor, onder andere, huishoudelijke apparaten, elektronica en biotechnologie, en Tijuana het centrum voor medische producten, elektronica en auto-industrie. Deze lijsten zijn geenszins volledig. Er is dus gericht marktonderzoek nodig om te achterhalen waar de vraag ligt voor specifieke buitenlandse producten en diensten.



6. Kies de juiste betalingsvoorwaarden

Zodra u uw potentiële business-to-business klanten heeft geïdentificeerd en hun kredietwaardigheid heeft gecontroleerd, is het zaak een evenwicht te vinden tussen de veiligheid die in uw betalingscondities is opgenomen en de noodzaak om concurrerend te zijn. 'Vooruitbetaling' is de veiligste vorm van betaling en wordt vaak gebruikt bij een eerste transactie, maar als een concurrent bereid is om als betalingsconditie 'open account' te bieden, of als uw Mexicaanse klant niet over het werkkapitaal beschikt om onder die voorwaarden te betalen, dan kunt u het contract verliezen.

Aan de andere kant van het spectrum bevindt zich de 'ongedekte open account': de meest aantrekkelijke betalingsconditie voor de klant, die gedurende een bepaalde periode renteloos krediet geniet, maar met het risico dat de klant niet zal betalen wanneer de vervaldatum nadert.

Tussen deze twee uitersten bevindt zich een aantal opties, waaronder verschillende vormen van documentaire kredieten (letters of credit-LC). Deze brengen echter kosten met zich mee voor zowel de

verkoper als de koper, en zijn onderhevig aan het risico van wanbetaling, tenzij de voorgelegde documenten precies gelijk zijn aan de voorwaarden beschreven in de LC. Als een concurrent dan beslist om open account als betalingsconditie aan te bieden, speelt dat opnieuw in uw nadeel. Garantiekredieten, onderpanden en borgstellingen kunnen ook een zekere mate van veiligheid bieden, maar kunnen een afschrikmiddel zijn wanneer een leverancier bij het zakendoen met zware concurrentie te maken krijgt.

Er bestaan echter opties met een zekere mate van veiligheid die het de verkoper toch mogelijk maken concurrerend te zijn: met name kredietverzekeringen. Een gerenommeerde kredietverzekeraar zal de kredietwaardigheid van uw potentiële klant beoordelen en zijn goedkeuring geven voor een realistisch niveau van krediet: een niveau dat de verkoper niet onnodig in gevaar brengt en tegelijkertijd de beschikbare middelen van de klant niet overbelast. Atradius kan in het algemeen open account betalingscondities dekken, soms met de eenvoudige vereiste van een promesse of pagaré (schuldbekentenis):

een instrument dat in Mexico vaak wordt gebruikt als een effectieve en kosteloze vorm van veiligheid. Het is een bewijs van een schuld en zal bij een eventueel proces als dusdanig worden erkend.

“ Zoek een evenwicht tussen veiligheid en de noodzaak om concurrerend te zijn ”

7. Zorg dat het papierwerk in orde is

Het kan een probleem zijn om uw producten snel en efficiënt door de Mexicaanse douane te krijgen. U moet daarom over een grondige kennis van de Mexicaanse douane-inklaringsprocedures beschikken - of, nog beter, iemand in dienst nemen die daar over beschikt: een Mexicaanse douane-expediteur (Mexican customs broker-MCB). De MCB zal het aangifteformulier voor de douane voorbereiden - het 'Pedimento de Importacion', een document dat de Mexicaanse douane nodig heeft om de goederen in te klaren.

Als algemene regel geldt dat dit vergezeld moet gaan van een commerciële factuur met vermelding van de plaats en datum, een certificaat van oorsprong, de naam en het adres van de importeur, een gedetailleerde beschrijving van de goederen, en de volledige kostprijs; voor bepaalde producten zijn extra documenten vereist. De productbeschrijving moet in het Spaans, Engels of Frans zijn opgesteld - of anderszins vergezeld gaan van een Spaanse vertaling.

IMPORTADO

8. Maak indruk

Reclame maakt uw doelgroep bewust van uw producten en diensten - maar let op: in Mexico is reclame onderhevig aan veel wetten en regelgevingen. Een van de belangrijkste is de federale wet voor de bescherming van de consument (Federal Law for the Protection of Consumers-FLPC). De FLPC stelt onder andere dat reclame waarheidsgetrouw en controleerbaar moet zijn en geen elementen mag bevatten die de consument zouden kunnen misleiden of in de war brengen. Het vergelijken van uw producten en diensten met die van een concurrent is toegestaan, op voorwaarde dat die vergelijking niet op een misleidende of onrechtmatige manier gebeurt.

Een van de redenen waarom het Mexicaanse reclamerecht vrij complex is, is dat het nauw verbonden is met de wetten op handelsmerken, auteursrecht en intellectueel eigendom. Terwijl de registratie van een handelsmerk in

Mexico nietig kan worden verklaard als het gedurende een periode van drie opeenvolgende jaren niet wordt gebruikt, kan reclame juist een bewijs zijn voor het gebruik van een handelsmerk. Met het oog op de vele wettelijke eisen met betrekking tot reclame in Mexico doen buitenlandse leveranciers er goed aan te overwegen om vanaf het begin juridisch advies in te winnen.

Voor reclame op het internet wordt in Mexico, net als in andere landen, steeds populairder. Mexico heeft momenteel meer dan 45 miljoen internetgebruikers en een recent onderzoek onder leiding van IAB Mexico toonde aan dat 77% van die internetgebruikers online reclame bekijkt, terwijl 41% op reclamebanners klikt. Omdat steeds meer Mexicanen in de afgelopen jaren een eigen smartphone of tabletcomputer hebben aangeschaft, groeit het potentieel voor effectieve online reclame exponentieel.

“ Internetreclame wordt steeds populairder ”

9. Verlies een goede klant niet door één betwiste betaling

Atradius weet uit eigen ervaring als wereldwijde creditmanager dat het in Mexico niet ongewoon is dat schulden worden betwist. In plaats van onmiddellijk naar de rechtbank te stappen - iets wat een goede handelsrelatie voorgoed kan bederven - is het echter veel beter om via arbitrage of bemiddeling een minnelijke schikking te treffen.

Bij bemiddeling onderhandelt een onpartijdige derde partij met elke partij over de mogelijkheden om het geschil te beslechten en tot een aanvaardbare oplossing te komen. Bij arbitrage worden de geschillen ook aan een neutrale derde partij voorgelegd die, na nauwkeurig onderzoek van alle relevante informatie, een definitieve uitspraak doet in het voordeel van een van de partijen.

Bemiddeling wordt algemeen gezien als niet-bindend terwijl de uitspraak van een onafhankelijke arbiter bindend is. Beide procedures zijn veel korter en veel goedkoper dan een proces bij de rechtbank.

Arbitrage is in Mexico gebaseerd op het handelsrecht. Bemiddeling wordt uitgevoerd door professionele organisaties zoals de Nationale Kamer van Koophandel van Mexico-Stad (CANACO).



10. Weet aan wie u verkoopt

Wanneer u zaken doet met een nieuwe klant, vooral in een ver afgelegen exportmarkt, moet u er zeker van zijn dat die klant is wie hij beweert te zijn en dat hij de middelen heeft om te betalen voor de goederen en diensten die u levert. Als toonaangevende creditmanager biedt Atradius zijn verzekerden een verzekeringservice op basis van zijn uitgebreide kennis en voortdurend bijgewerkte informatie over bedrijven over de hele wereld. Met een team van toegewijde risico- analisten in Mexico kan Atradius u waardevolle inzichten geven in de financiële kracht en stabiliteit van een toekomstige klant.

“Weet
zeker dat
ze kunnen
betalen”

Een land dat staat te popelen om zijn internationale handel uit te breiden

“In Mexico kan het gebrek aan beschikbaarheid van bankfinanciering voor de meeste bedrijven, vooral kleine en middelgrote ondernemingen, een struikelblok voor wederzijds voordelige handel zijn”, zegt Karel Van Laack, country manager van Atradius in Mexico. “Dit benadrukt eenvoudigweg het belang van leverancierskrediet in een land dat staat te popelen om zijn internationale handel uit te breiden.”

“Atradius heeft een belangrijke rol te spelen bij het draaiende houden van de handel met Mexico door gemoedsrust te geven aan zijn kredietverzekerde klanten, wat hen op hun beurt in staat stelt om het broodnodige leverancierskrediet te bieden.”



Volg Atradius op social media:



Atradius bedankt het internationale advocatenkantoor DLA Piper voor zijn hulp bij het samenstellen van dit rapport.

Auteursrecht Atradius N.V. 2013

Disclaimer.

Dit rapport wordt louter ter informatie verstrekt en is niet bedoeld als enige aanbeveling aan de lezer(s) met betrekking tot een specifieke transactie, investering of strategie. Lezers zijn zelf verantwoordelijk voor het nemen van commerciële en andere beslissingen omtrent de verstrekte informatie. Hoewel Atradius al het noodzakelijke heeft gedaan om te verzekeren dat de informatie in dit rapport verkregen is van betrouwbare bronnen, kan Atradius niet verantwoordelijk gesteld worden voor fouten of omissies, of voor de resultaten verkregen door gebruik van deze informatie. Alle informatie in dit rapport wordt gegeven 'zoals ze is', zonder garantie op volledigheid, accuraatheid, tijdsgebondenheid, of op de resultaten verkregen door gebruik van het rapport, en zonder enige garantie van enige soort, uitdrukkelijk of geïmpliceerd. In geen geval zal Atradius, haar gerelateerde partners of corporaties, of de partners, agenten of werknemers hiervan verantwoordelijk gesteld kunnen worden voor enige genomen beslissing of actie die zij zouden nemen op basis van de in dit rapport verstrekte informatie om het even welke schade het betreft, zelfs wanneer vooraf geïnformeerd over de mogelijke negatieve gevolgen.

Atradius
David Ricardostraat 1 · 1066 JS Amsterdam
Postbus 8982 · 1006 JD Amsterdam
Nederland
Tel.: 020 553 9111
info@atradius.nl

www.atradius.nl