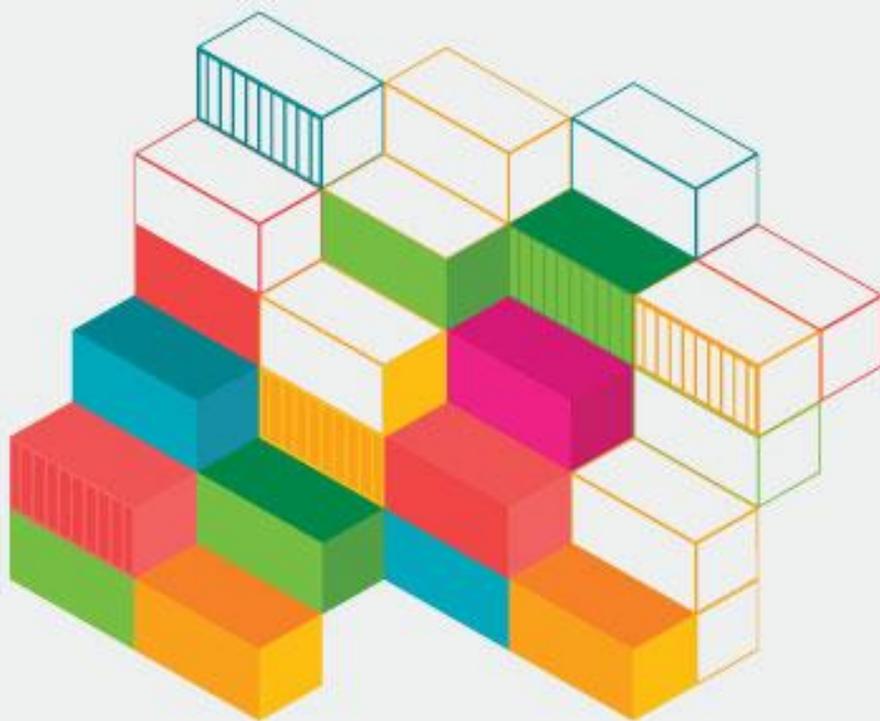


PRO **México** GLOBAL

Inversión y comercio



El Istmo centroamericano:

EL MERCADO NATURAL DE LAS PYME's



PORQUÉ HACER NEGOCIOS CON ESTOS PAÍSES?

- **América Latina** representa el **segundo mercado** más importante para **México** después de Norteamérica.
- Las **economías** de esta zona son **complementarias** respecto a la economía mexicana: **exportamos productos** manufacturados e **importamos materias primas**.
- El **tamaño** de las empresas, canales de comercialización y volúmenes requeridos en sus mercados son **acordes a la oferta mexicana**.
- Es **recomendable** para las pequeñas y medianas empresas que están iniciándose en la exportación, experimenten el hacer negocios con compañías que tienen una **cultura de negocios similar** a la nuestra.



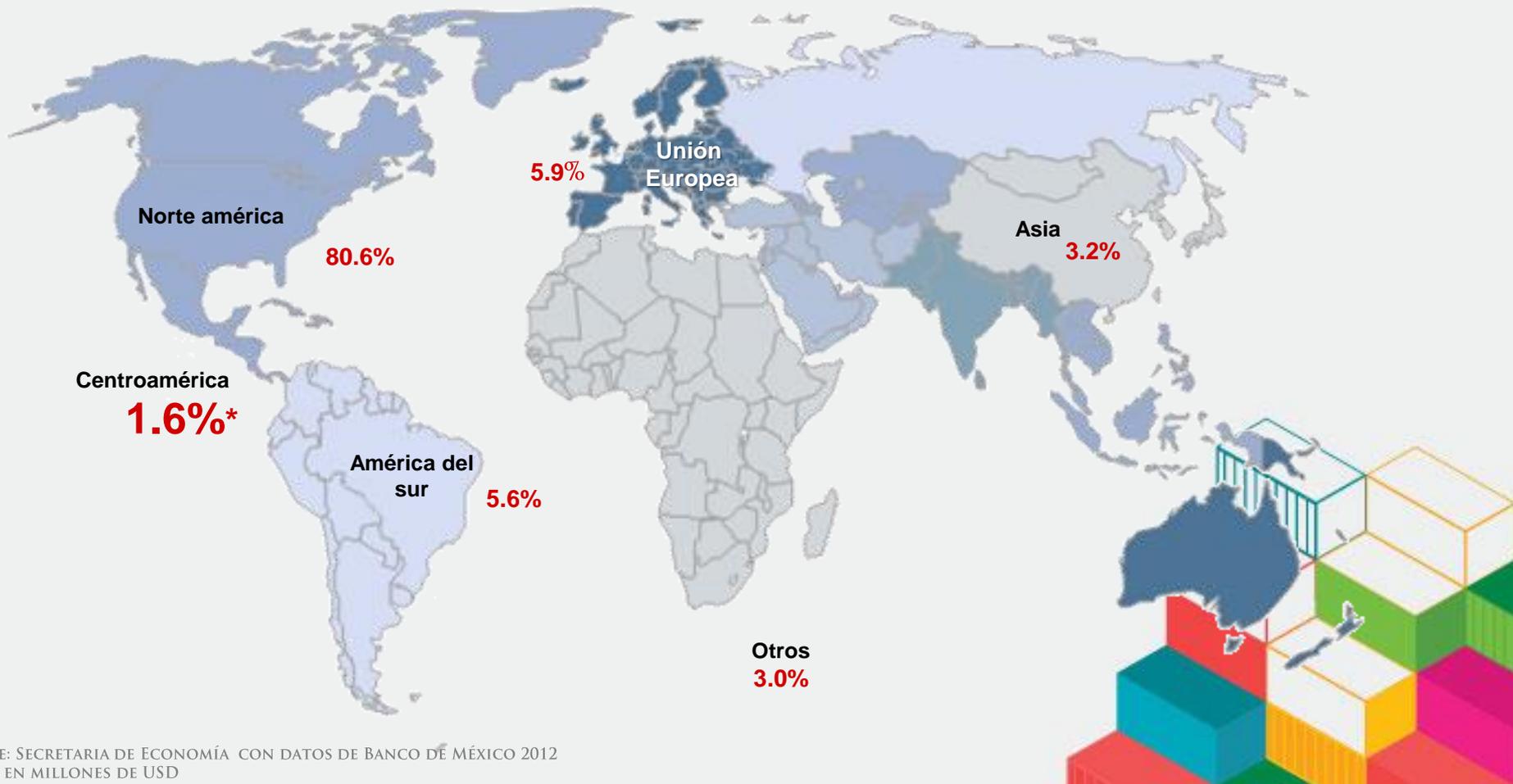
PORQUÉ HACER NEGOCIOS CON ESTOS PAÍSES?

- **Tratado de libre comercio único** con todos los países centroamericanos.
- Los mercados centroamericanos son de **volúmenes pequeños** pero con **alta frecuencia**.
- Es una región con **grandes oportunidades**, que debe ser más aprovechada **para y por las pymes**.
- **Cercanía, Tratado, Idioma y la Aceptación** facilitan el comercio en la región.
- **Interés** de las empresas locales en **relacionarse a largo plazo**



EXPORTACIONES MEXICANAS AL MUNDO

- México exporta al mundo \$370,890 millones de dólares



CENTROAMÉRICA

7
PAÍSES



45

**MILLONES DE
CONSUMIDORES**



- Centroamérica tiene Tratados con Estados Unidos, República Dominicana, Panamá, Colombia, Perú, Chile, China y próximamente con la UE



PAÍSES DESTINO DE LAS EXPORTACIONES DE MÉXICO

RANGO	PAÍS	2011	2012	% PART 2012	% CAMBIO 12/11	
0	-- EL MUNDO --	349,567.95	370,890.06	100	6.1	
80.6%	1	ESTADOS UNIDOS	274,712.35	287,813.95	77.6	4.77
	2	CANADÁ	10,673.80	10,939.41	2.95	2.49
	5	COLOMBIA	5,632.63	5,592.88	1.51	-0.71
	6	BRAZIL	4,891.34	5,575.06	1.50	13.98
	11	CHILE	2,072.03	2,251.56	0.61	8.66
	12	VENEZUELA	1,661.14	2,118.07	0.57	27.51
	13	ARGENTINA	1,958.14	2,014.87	0.54	2.9
1.62%	15	GUATEMALA	1,787.27	1,828.93	0.49	2.33
	21	PANAMÁ	1,023.68	1,135.70	0.31	10.94
	23	COSTA RICA	998.04	993.99	0.27	-0.41
	29	NICARAGUA	405.21	722.01	0.20	78.18
	30	EL SALVADOR	667.12	609.42	0.16	-8.65
	32	HONDURAS	500.31	575.05	0.16	14.94
	54	BELICE	101.18	129.63	0.04	28.12

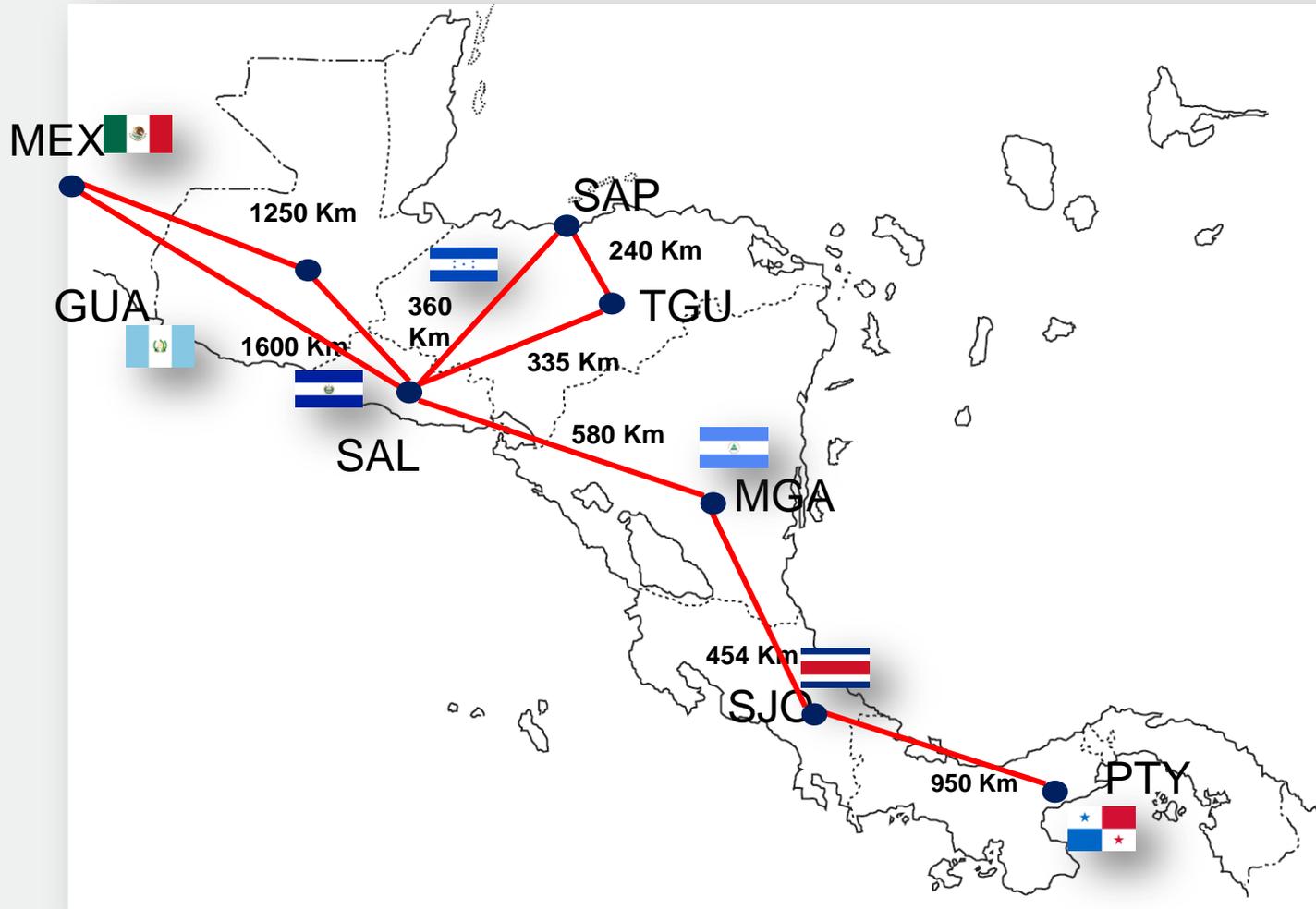
- Existe una gran dependencia comercial con EE.UU con 77.6%
- Colombia es el socio comercial más importante en LATAM con 1.51%
- La región centroamericana representan el 1.62 % de las exportaciones totales de México hacia el Mundo con 5,994.73 m.d.
- Guatemala y Panamá son los socios comerciales 1º y 2º de la región.



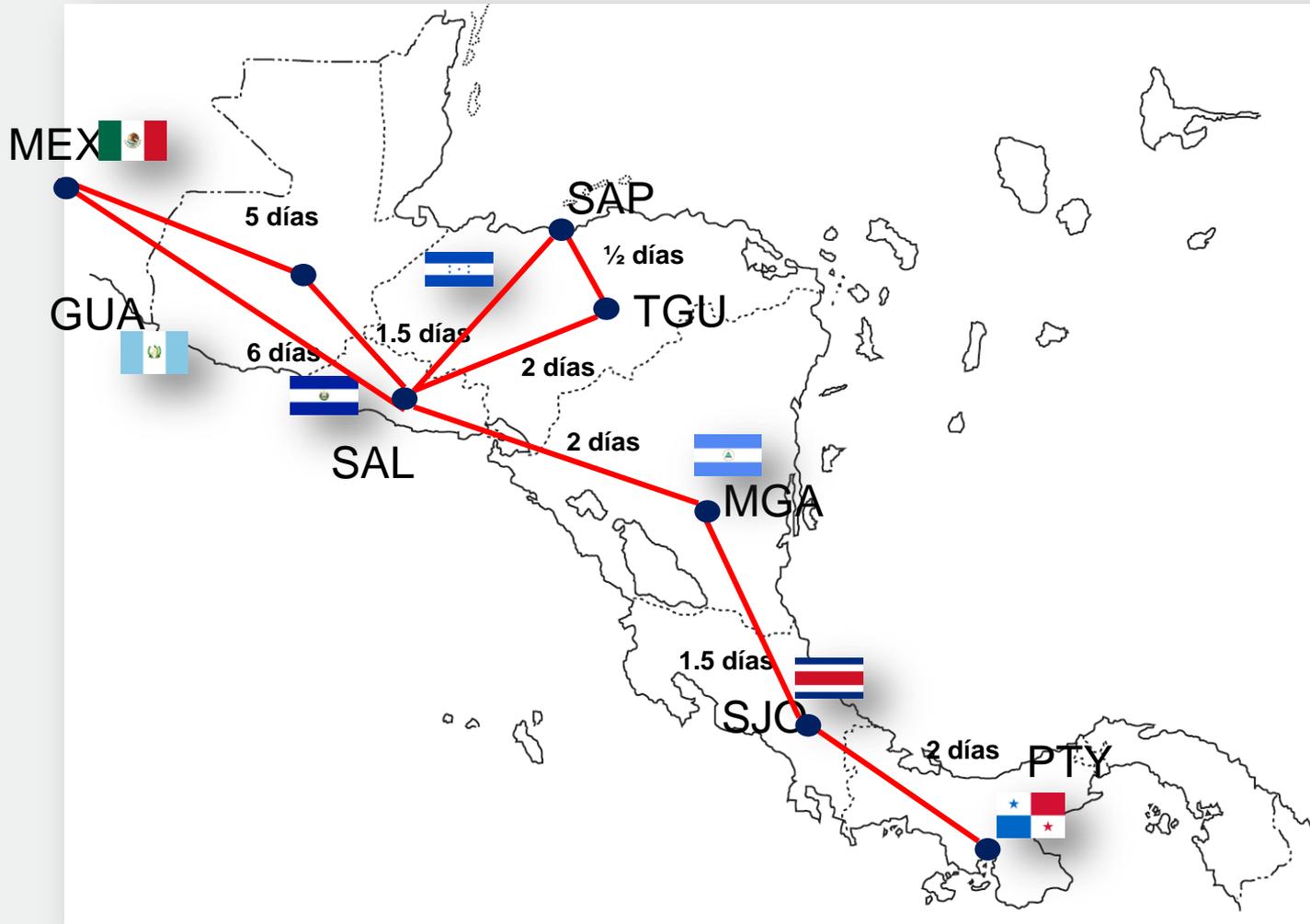
FRONTERAS Y ADUANAS DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA



DISTANCIAS ENTRE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA



TIEMPOS DE TRÁNSITO ENTRE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA



FORMAS DE TRANSPORTE ENTRE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA

- Terrestre completo y consolidado (Con transbordo y Directo).
- Terrestre completo para carga Reefer directo y con transbordo.
- Transporte Marítimo en contenedor completo de 20' y 40' vía Manzanillo y también existe un servicio vía Veracruz y Altamira.
- Transporte aéreo directo.
- **90%** de la carga hacia C.A. se maneja vía **TERRESTRE**



CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN CENTROAMÉRICA

- Los ÁMBITOS de quienes intervienen en la distribución y comercialización de productos importados a través de agentes, representante o distribuidor domiciliado en los países centroamericanos son:
 - **Exclusividad por Cobertura Geográfica.**
 - **Exclusividad por Tipo (s) de Cliente (s).**
 - **Sin Exclusividad.**
- El importador, distribuidor o representante de empresa mexicana en los países del C.A. prefiere como medio de transporte el
- TERRESTRE y las **COTIZACIONES FOB -puesta**
- **la mercancía en Cd. Hidalgo, Chiapas. o CIF**
- **-puesta en ciudad/cliente de destino-**, exceptuando
- **Costa Rica.**



ADAPTACIÓN DE PRODUCTOS Y CONDUCTAS DE NEGOCIOS

- a) Unidades de Pesos y Medidas, Sistema Inglés (otras, en desuso en México).
- b) Normas de etiquetado
- c) Hábitos y pautas de consumo difieren respecto de México u otras regiones.
- d) Los consumidores individuales e industriales tienen acceso a los bienes y servicios provenientes de cualquier país.
- e) **PRECIO, TIEMPO DE ENTREGA Y EL SERVICIO DE POST-VENTA** determinan, en la mayoría de los casos, las posibilidades de introducción en los mercados en la región.
- f) Volúmenes Reducidos pero Alta Frecuencia de Pedidos.



ADAPTACIÓN DE PRODUCTOS Y CONDUCTAS DE NEGOCIOS

- g) Embarques Consolidados o Exclusivos.
- h) Ventajas Competitivas que resulten de una selección eficiente de la Logística para los Embarques y de las cadenas y canales de distribución y comercialización.
- i) Barreras no Arancelarias y Normas Técnicas no son en extremo rigurosas, aunque sí poco transparentes lo que motivan retrasos o discrecionalidades.
- j) Medios de Pago más comunes: Anticipo; Pago Contra Entrega (vía transferencia); Carta de Crédito.
- k) Las relaciones sociales, de parentesco y políticas son importantes en el ámbito de los negocios.
- l) Empresas, asociaciones empresariales y entidades de Gobierno son poco transparentes con información (incluidos estadísticas y estados financieros).



F.O.D.A. CENTROAMERICANO

- Mercado Natural con México.
- Mismo Idioma y Cultura.
- TLC maduros y probados (desgravación del 98% promedio).
- Excelente Posicionamiento de los productos mexicanos.
- Formas de Pago por anticipado.
- Relaciones a Largo plazo.
- TLC Regional. (Convergencia de los TLC's)
- Unión Aduanera Centroamericana.
- Agilización del Transporte Intra-regional.
- Plan Mesoamericano de Desarrollo.
- Altos Costos de Transporte
- Deficiente infraestructura carretera.
- Financiamientos limitados para la importación.
- Cartas de crédito poco usadas por altos costos.
- Procesos de importación tardados y con discrecionalidad.
- Situación Política de C.A.
- Entrada de productos de China a través del TLC CR-China.
- TLC con UE.
- Problemas económicos (alto endeudamiento, inflación, bajo crecimiento del PIB)
- Contrabando de Productos de consumo masivo.
- Inseguridad.
- Apreciación de las monedas locales.



OPORTUNIDADES COMERCIALES CON CENTROAMÉRICA

SECTORES PRIORITARIOS





**cuero y
calzado**



Agroindustria



**Alimentos y
Bebidas**



**Textil y
Confección**



**Construcción
y Ferretería**



**Químico, Plástico
Farmacéutico**



**Automotriz y
Autopartes**



metalmecánica



**Eléctrico
Electrónico**



CONCLUSIONES

¡ FELICIDADES POR VER A CENTROAMÉRICA COMO UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO!

- REGIÓN CON GRANDES OPORTUNIDADES QUE DEBE SER MÁS APROVECHADA POR LAS PYMES.
- ECONOMÍAS COMPLEMENTARIAS
- CULTURAS DE NEGOCIOS SIMILARES A LA NUESTRA
- MERCADO DE VOLÚMENES PEQUEÑOS PERO CON UNA ALTA FRECUENCIA.
- CERCANÍA, IDIOMA, TRATADOS Y ACEPTACIÓN QUE FACILITAN EL COMERCIO CON LA REGIÓN.
- INTERÉS DE EMPRESAS POR RELACIONES A LARGO PLAZO.



CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

- **TRABAJEMOS JUNTOS PARA ENCONTRAR OPORTUNIDADES A SU EMPRESA**
 - Buscamos oportunidades **específicas de negocios**.
 - Buscamos oportunidades **de alto impacto**.
 - Buscamos cómo **hacerlas realidad**.

Acérquense a **ProMéxico**, queremos trabajar con cada uno de ustedes para **LOGRARLO**.



¡Muchas gracias!

Lic. Ignacio Elías Caparrós

PBX +502 2332-9970

Celular +502 4219-9971

Email: ignacio.elias@promexico.gob.mx
guatemala@promexico.gob.mx

WEB: www.promexico.gob.mx

