

CIENCIA Y TECNOLOGÍA

Cómo hacer un soft-landing en México para una empresa extranjera

Una investigación previa exhaustiva, forjar alianzas, y garantizar la infraestructura correcta son algunas de las claves para asegurar una entrada exitosa al mercado nacional



Por: [EL MEXICANO](#) | 22 de Mayo del 2023

México es un **mercado** muy atractivo para emprendimientos extranjeros que buscan expandirse en Latinoamérica y a la vez estar en la puerta de los Estados Unidos. Sin embargo, hay desafíos específicos que deben abordarse para tener un soft-landing exitoso.

De acuerdo con fuentes oficiales, entre enero y septiembre de 2022, México recibió \$32 mil 147 millones de dólares en inversión extranjera directa, lo que significa un aumento de 29.46% respecto al año anterior. De este monto, el 45.17% correspondió a nuevas empresas. Con esta tendencia al alza, el **mercado** cuenta cada vez con más competidores, por lo que una estrategia de entrada efectiva es esencial para consolidarse. Aquí hay algunos puntos clave a considerar.

Investigación de **mercado**

Antes de llegar al país, es necesaria una investigación exhaustiva de las particularidades del **mercado** mexicano. Esto incluye particularidades culturales, necesidades y deseos de los consumidores, así como conocer a los competidores y la regulación existente.

Este primer contacto ayudará a desarrollar o adaptar los productos y servicios según las necesidades locales.

“Es importante no llegar en blanco. Antes de lanzar cualquier estrategia, es crucial que conozcamos a qué particularidades nos enfrentaremos en el nuevo **mercado**: sus hábitos de consumo, quiénes son los jugadores principales, si hay algo que debemos tomar en cuenta en el plano legal, entre otras cosas”, aconseja Alejandro Alberto Zubiria, asesor de empresas que buscan establecerse en México.

Ámbito legal

Es importante familiarizarse con las leyes laborales, tributarias, de protección de datos, entre otras, para evitar problemas legales. Por ejemplo, ¿qué régimen fiscal es el que corresponde?, ¿es necesario constituir una **empresa** mexicana?, ¿qué prestaciones se deben ofrecer por ley a los empleados?, ¿qué permisos se necesitan?, entre otras cuestiones.

Trabajar con un abogado o un consultor que tenga experiencia en el sector local, que sepa acelerar procesos, y guíe a la **empresa** a través del proceso de registro y cumplimiento con regulaciones, puede ser clave para sortear estos obstáculos.

Alianzas estratégicas

Colaborar con empresas locales e identificar socios de confianza aporta una visión más clara del **mercado** local, mejora la eficiencia en términos de logística y distribución, a la vez que ayuda a reducir costos de producción y mejorar la calidad de los productos o servicios. Se trata de construir relaciones ganar-ganar, en la que el peso de una marca local empuje al nuevo actor, a cambio de contratos exclusivos, acciones, o cualquier otro beneficio.

Un aspecto cultural clave a la hora de hacer negocios en México es el peso de las relaciones personales y la confianza. Es muy común establecer alianzas a largo plazo con base en relaciones personales antes de firmar acuerdos comerciales, de ahí la importancia de un primer acercamiento “amistoso” con aliados potenciales, a través de eventos sociales o empresariales, o por contactos en común.

Marketing

Al planear una estrategia de mercadotecnia, además de identificar el perfil del cliente potencial para construir una voz de marca adecuada, es crucial conocer cuáles son los canales más efectivos en el país, tanto los medios de comunicación de mayor circulación, como las redes sociales más populares.

Por ejemplo, según la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), WhatsApp es la red social predilecta entre los mexicanos, con 92% de uso, seguida de Facebook.

Trabajar con agencias locales, que ya conozcan las tendencias del **mercado**, es de gran ayuda en un inicio para crear campañas acordes a la idiosincrasia y el lenguaje mexicano, y presentar la marca de la forma más efectiva.

Infraestructura

Sin una infraestructura adecuada, operar un negocio se vuelve complicado y costoso. Esto incluye tanto infraestructura digital, como física y de transporte.

Por ejemplo, según el Índice de Desarrollo Digital Estatal, del Centro México Digital, la Ciudad de México está 57 puntos arriba del estado de Chiapas en cuanto a infraestructura digital; o en el caso de la adopción tecnológica de las empresas, Nuevo León está 52 puntos arriba de Guerrero. Es importante tomar en cuenta estos detalles para decidir dónde establecer una nueva **empresa** en el país.

Por otro lado, la estrategia debe evaluar si son necesarias alianzas para asegurar la proveeduría de servicios esenciales, como electricidad e internet. O si, por otro lado, vale la pena invertir en desarrollar esa infraestructura faltante. En el caso de empresas tecnológicas o de logística, este puede ser un punto de partida importante para una colaboración estrecha con gobiernos.

La falta de infraestructura óptima no tiene por qué ser un obstáculo. En varias ocasiones, es una oportunidad ideal para acercarse a los gobiernos o líderes de otras industrias para crear alianzas que convengan al negocio, más si la propia **empresa** tiene la **capacidad** de desarrollar esa infraestructura, sugiere Alejandro Alberto Zubiria.

Un soft-landing exitoso en México dependerá de la **capacidad** de la **empresa** para realizar un **análisis exhaustivo** del **mercado**, forjar alianzas y asesorías que ayuden a desarrollar una estrategia legal y de comunicación efectiva, y garantizar la infraestructura adecuada para la operación del negocio. Con estas bases, las probabilidades del éxito comercial aumentarán considerablemente.