

Zaproszenie od Montezumy

Autor tekstu: Jan M. Fijor

Tańsza o 20 proc. od europejskiej, wyśmienita wołowina argentyńska, wina chilijskie i argentyńskie za grosze, meksykańskie avocado, mango i papaya w zamian za polskie jabłka, tequila za wódkę, ogromny rynek zbytu dla polskiej żywności, szansa eksportowa dla przemysłu maszynowego, chemicznego, a szczególnie dla przemysłu lotniczego, to tylko kilka korzyści z wejścia na rynki obu Ameryk, dzięki umowom handlowym z Meksykiem. Warunki do tego są wymarzone. Pod względem sympatii, Polacy ustępują w Meksyku jedynie Hiszpanom. Jest to atut, który umożliwi nam ulokowanie na rynkach tego kraju, a za jego pośrednictwem, w obu Amerykach eksport wartości kilku miliardów dolarów rocznie. Niewiele jest krajów, które bardziej byłyby dla siebie stworzone gospodarczo niż Meksyk i Polska.

Przeciętnemu Polakowi Meksyk kojarzy się z tequilą, muzyką mariachi i Trzecim Światem. Lepiej zorientowani dodają do tego kulturę Majów, Acapulco, a po projekcji filmu Frida — także Diego Riverę, Fridę Kahlo i zamach na Trockiego. O tym, że jest to dziewiąta potęga gospodarcza świata, mocno uprzemysłowiony kraj, którego dochód narodowy per capita przewyższa dochód Polski o co najmniej 60 proc., jeden z największych (ok. 110 mln osób) i najbardziej dynamicznych (tempo wzrostu w granicach 5 proc. rocznie) rynków świata - wie nad Wisłą garstka osób.

Niewiele więcej wie na temat Polski przeciętny Meksykanin, dla którego nasz kraj, to właściwie Juan Pablo II, Lech Wałęsa i Grzegorz Lato, od 10 lat także „Wódka wyborowa”, którą Meksykianie robią na naszej licencji. Skutkiem wzajemnej ignorancji, wymiana handlowa między naszymi krajami ma jak dotąd charakter marginalny, i nie przekracza 200 mln dol. rocznie, czyli mniej więcej tyle, ile wynosi połowa obrotów Polski z...Marokiem. Zdaniem polskiego radcy handlowego z Mexico City, wolumen wymiany może się w krótkim czasie zwiększyć pięciokrotnie. (Drugie tyle możemy sprzedać za pośrednictwem Meksyku do pozostałych krajów Ameryki.) Prognozom tym sprzyjają dobre stosunki wzajemne między Polską a Meksykiem, uchodzące niemal za wzorowe. Z danych Meksykańskiego Instytutu Statystyki wynika, że w Europie, jedynie Hiszpania, praojczyzna Latynosów, cieszy się w opinii Meksykanów nieco większą sympatią i zaufaniem (sic!) niż Polska. Trzeba się jednak wzajemnie poznać.

Polak to nie gringo

Dla przeciętnego Meksykanina Polak to nie gringo. Dlatego wyciągają do nas rękę. To nie przypadek, że prezydent Vicente Fox wybrał się do Polski właśnie w połowie maja 2004. Meksyk wiąże z przystąpieniem Polski do Unii Europejskiej duże nadzieje gospodarcze. Korzyść może być wzajemna. Zdaniem biskupa Sergio Obeso, członka kierownictwa Episkopatu Meksyku: *„Jesteśmy wręcz dla siebie stworzeni. Łączy nas wspólna religia katolicka, a zwłaszcza osoba Jana Pawła II (Meksyk — jak chodzi o częstotliwość papieskich wizyt znajduje się na drugim miejscu, za Polską), tradycje walki z dominacją potężnego sąsiada, żywa kultura, a przede wszystkim wspólne interesy — porównywalny poziom rozwoju, komplementarne gospodarki i głód sukcesu.”* Taka sympatia, to w biznesie silny atut.

Tym bardziej, że Meksyk w stosunkach z Polską szuka dywersyfikacji. I trudno się dziwić, skoro blisko 87 proc. obrotów handlowych tego kraju, to wymiana ze Stanami Zjednoczonymi. Polska dzięki Meksykowi może wejść do ALCA i na rynki obu Ameryk. ALCA to latynoski traktat o wolnym handlu, który wejdzie w życie w 2006 roku i stworzy największą w świecie strefę wolnego handlu, która obejmować będzie kraje NAFTA (Kanada, USA, Meksyk i Chile), Amerykę Centralną i Południową. Łącznie blisko 800 mln ludzi szukających alternatywy wobec dominacji Północy. Polska jest taką alternatywą. Mamy dobre notowania polityczne, nie byliśmy kolonizatorami, jesteśmy bojowi, kochamy wolność i sprawiedliwość, słowem — można nas lubić. Najważniejsze jednak, że pod względem gospodarczym mamy sobie wiele do zaoferowania.

Wy nam tequilę, my wam wódkę

Od wizyty prezydenta Meksyku, Foxa, w Polsce odwiedziły nasz kraj dwie poważne delegacje biznesmenów. Przyjechali nie tylko z konkretnymi propozycjami (tequila, owoce, słodczyce, współpraca turystyczna), lecz także ze strategią uwzględniającą „specyfikę polską”. Meksykanie wiedzą, że bez wzajemnych korzyści wymiana handlowa staje się fasadą. Tą korzyścią jest właśnie geopolityka; Polska to dla Meksyku wrota do Unii Europejskiej i na Wschód, dla nas Meksyk, to wrota do Ameryk.

Jeśli produkty meksykańskie sprzedaje się w Stanach Zjednoczonych bez ograniczeń ilościowych i ceł, to przecież polskie produkty via Meksyk też będą sprzedawane w Stanach Zjednoczonych bez cła. Wprawdzie umowa o wolnym handlu GATT uznaje „transfer bezpośredni” za nielegalny (produkt pochodzi z kraju, który jest wymieniony na certyfikacie pochodzenia), ale tak w NAFTA, jak i w ALCA istnieje szereg legalnych furtek, dzięki którym jest się w zgodzie z prawem i można robić interesy.

Armando Orozco Espinoza, współwłaściciel jednej z największych „destylarni” w Meksyku od lat sprzedaje meksykańską tequilę w Hiszpanii i dalej w Unii, jako produkt meksykański z dodatkiem ...hiszpańskim. Tym „dodatkiem” jest hiszpańskie opakowanie i woda destylowana służąca do osłabienia mocy trunku z oryginalnych 55 proc., do 40 proc. dostosowanych do gustów europejskich. Do Polski przyjechał Orozco, aby przekonać naszych dystrybutorów do podobnych działań. Producent słodczych z Guadalajara, firma Dulces Vero S.A. szuka partnera, by otworzyć w Polsce konfekcjonowanie, a może i produkcję swoich wyrobów. Próby wykorzystania elastyczności prawa celnego do plasowania polskich produktów na rynku NAFTA podejmuje od dwóch lat polsko-polonijna firma Famarfoods z Chicago, która sprzedaje do USA via Meksyk niektóre polskie przetwory mleczne. W branży mleczarskiej operuje od kilku lat także spółka meksykańsko-polska, Lactimex S.A. de CV z Mexico City, która na razie uruchamia import produktów mleczarskich z Polski do Meksyku, planując później umieszczenie ich na rynkach USA i Kanady. Na polskie sery twarde (z mleka krowiego) obowiązują w Stanach Zjednoczonych kwoty importowe. Na sery polskie konfekcjonowane w Meksyku czy wyprodukowane tam z polskiego mleka takich ograniczeń nie ma. Cały polski len importowany do Meksyku (przez Polaka zamieszkałego tam od lat) znajduje jak na razie chętnych na miejscu. Centrala Handlu Międzynarodowego (CHM), firma powołana przez dwóch rzutkich Polaków, absolwentów meksykańskiego uniwersytetu UNAM do promocji polskiego eksportu w Ameryce Łacińskiej, ma już meksykańskiego partnera, który wkrótce zamierza rozpocząć „transfer” naszego Inu poza Meksyk — do Argentyny, Brazylii oraz do USA. We wszystkich tych krajach obowiązują ograniczenia w imporcie tekstyliami, chyba że pochodzą z „wnętrza” strefy wolnego handlu.

Czas to pieniądz

Dla Meksyku integracja w ramach NAFTA, to szansa, ale i zagrożenie. „Utrata jedyne go klienta, jakim są Stany Zjednoczone — mówi przedstawiciel rządu stanowego w Jalisco — to dla nas katastrofa.” Dlatego właśnie handel z Polską jest dobrą alternatywą. Dla Polski, otwieranie się na rynki pozaunijne, też jest dobrym wyjściem. Nisza, jaką stanowią może Meksyk, to dla naszego przemysłu i handlu nowoczesna i korzystna alternatywa. Mówimy przecież o jednym z najbardziej chłonnych rynków świata. I choć wciąż nie mamy żadnej koncepcji zaatakowania rynku Ameryki, lekcję opracowali za nas promotorzy i biznesmeni meksykańscy. Z przedstawionej przez nich strategii wynika, że polska oferta dla Meksyku, a pośrednio dla Ameryk obejmować powinna na początek: wódkę, sery twarde, mleko w proszku, przetwory z polskich owoców, a także meble, produkty chemiczne, len i tekstylia oraz samoloty dla rolnictwa. Wymienimy je na tequilę, meksykańskie cytrusy i inne miejscowe owoce, przyprawy, a także wyroby przemysłu elektronicznego, samochodowego, współpracę technologiczną i plaże Cancun czy Huatulco.

Z informacji uzyskanych ze źródeł zbliżonych do Los Pinos (siedziba prezydenta Meksyku) Meksykanie uruchamiają także, zorientowane na Polskę, fundusze promocyjne i plany działania, które — obok powołania do życia polsko-meksykańskich izb gospodarczych, czym zajmuje się CHM, zawierają m.in. budowę polsko-meksykańskich maquiladoras, w których polskie produkty ulegałyby „meksykanizacji” otwierającej im drogę reeksportu na rynki NAFTA, a także hoteli i innych urządzeń infrastruktury turystycznej.

Pozostaje tylko zainteresować nimi polski biznes i producentów, aby skorzystali z okazji,

której bezskutecznie szukają w innych miejscach świata. Jeśli my tego szybko nie zrobimy, skorzystają Czesi, Słowacy, Węgrzy a nawet Rumuni, którzy coraz chętniej otwierają w Meksyku swoje biura handlowe.

Jan M. Fijor

Ekonomista; publicysta "Wprost", "Najwyższego Czasu", "Życia Warszawy", "Finansisty" i prasy polonijnej; wydawca (Fijorr Publishing). Były doradca finansowy Metropolitan Life Insurance Co. Ekspert w dziedzinie amerykańskich stosunków społeczno-politycznych. Autor dwóch książek: "Imperium absurdu" i "Metody zdobywania klienta, czyli jak osiągnąć sukces w sprzedaży".

[Pokaż inne teksty autora](#)

(Publikacja: 01-12-2004)

[Oryginał..](http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,3791) (<http://www.racjonalista.pl/kk.php/s,3791>)

Contents Copyright © 2000-2008 Mariusz Agnosiewicz

Programming Copyright © 2001-2008 Michał Przech

Autorem tej witryny jest Michał Przech, zwany niżej Autorem.
Właścicielem witryny są Mariusz Agnosiewicz oraz Autor.

Żadna część niniejszych opracowań nie może być wykorzystywana w celach komercyjnych, bez uprzedniej pisemnej zgody Właściciela, który zastrzega sobie niniejszym wszelkie prawa, przewidziane w przepisach szczególnych, oraz zgodnie z prawem cywilnym i handlowym, w szczególności z tytułu praw autorskich, wynalazczych, znaków towarowych do tej witryny i jakiegokolwiek ich części.

Wszystkie strony tego serwisu, wliczając w to strukturę katalogów, skrypty oraz inne programy komputerowe, zostały wytworzone i są administrowane przez Autora. Stanowią one wyłączną własność Właściciela. Właściciel zastrzega sobie prawo do okresowych modyfikacji zawartości tej witryny oraz opisu niniejszych Praw Autorskich bez uprzedniego powiadomienia. Jeżeli nie akceptujesz tej polityki możesz nie odwiedzać tej witryny i nie korzystać z jej zasobów.

Informacje zawarte na tej witrynie przeznaczone są do użytku prywatnego osób odwiedzających te strony. Można je pobierać, drukować i przeglądać jedynie w celach informacyjnych, bez czerpania z tego tytułu korzyści finansowych lub pobierania wynagrodzenia w dowolnej formie. Modyfikacja zawartości stron oraz skryptów jest zabroniona. Niniejszym udziela się zgody na swobodne kopiowanie dokumentów serwisu Racjonalista.pl tak w formie elektronicznej, jak i drukowanej, w celach innych niż handlowe, z zachowaniem tej informacji.

Plik PDF, który czytasz, może być rozpowszechniany jedynie w formie oryginalnej, w jakiej występuje na witrynie. **Plik ten nie może być traktowany jako oficjalna lub oryginalna wersja tekstu, jaki zawiera.**

Treść tego zapisu stosuje się do wersji zarówno polsko jak i angielskojęzycznych serwisu pod domenami Racjonalista.pl, TheRationalist.eu.org oraz Neutrum.eu.org.

Wszelkie pytania prosimy kierować do redakcja@racjonalista.pl