

11 июня 2024



Мексиканские Соединенные Штаты

Содержание

Паспорт страны _____	4
Особенности правовой системы _____	8
Сельское хозяйство _____	11
Внешняя торговля продукцией АПК _____	20
Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Мексикой _____	26
Потребительские предпочтения _____	29
Торгово-распределительная сеть _____	33
Особенности ведения бизнеса в стране _____	39

Мнение эксперта



Андрей Дальнов

Главный отраслевой аналитик Россельхозбанка

« Российские поставки в Мексику в последние годы значительно выросли. В 2023 г. экспорт России в эту латиноамериканскую страну почти достиг 1 млн тонн, увеличившись по сравнению с уровнем 2022 г. в 3,5 раза, а доля Мексики в поставках российской пшеницы в 2023 г. составила около 2%. При этом необходимо иметь в виду, что импортный спрос Мексики в пшенице достаточно ограничен — 1,5–2 млн тонн в год, в то время как основной импортируемой страной зерновой культурой является кукуруза, среднегодовой импорт которой варьируется в пределах 14–18 млн тонн в год.

Сегодня ключевой для России долгосрочный тренд — увеличение объемов и диверсификация отечественного экспорта в целом. И, в связи с этим, выход российских продуктов на географически удаленные рынки, тем более на рынки, которые со времен провозглашения доктрины Монро в начале XIX века находятся в сфере интересов США, очень показателен. Это может быть одним из проявлений разрыва между темпами роста спроса и роста мирового производства. Спрос повышается на фоне увеличения численности населения и его доходов, предложение же стагнирует из-за исчерпания факторов производства, изменения климата и политики сокращения производства рядом лидирующих экспортеров продуктов питания (например, Нидерландами и Новой Зеландией), которая обосновывается экологическими соображениями и при этом напрямую угрожает глобальной продовольственной безопасности.

Наращиванию поставок российского продовольствия в Мексику будет препятствовать тот факт, что страна граничит с Калифорнией – штатом, который обгоняет многие государства по объемам производства овощей, фруктов, орехов, молочной продукции. Экспортные потоки американских зерновых и масличных из штатов «кукурузного пояса» также проходят в непосредственной близости от мексиканской территории. Кроме того, США имеют возможность оказывать политическое и экономическое давление на Мексику в целях защиты своих производителей продовольствия в целом. Ожидается, что при стабильной эпизоотической ситуации в нашей стране в долгосрочной перспективе Мексика сможет импортировать отдельные позиции из ассортимента российских свиноводов или производителей индейки.



Паспорт страны

Мексиканские Соединенные Штаты — крупнейшее по численности населения испаноязычное государство, расположенное в южной части Северной Америки. Является местом зарождения древних цивилизаций майя и ацтеков, а также родиной одной из самых распространенных в мире полевых культур — кукурузы. Мексика — федеративная республика, состоящая из 31 штата и столицы Мехико — крупнейшего города Северной Америки. Основу экономики страны составляет сфера услуг, а также автомобильная, электронная и нефтяная отрасли промышленности. Мексика является крупным производителем углеводородов и членом ОПЕК+, входит в число «новых индустриальных стран» первой волны, наряду с Бразилией и Аргентиной образует «большую тройку» крупнейших экономик Латинской Америки. Национальный АПК также играет важную роль в развитии Мексики — страна является крупным производителем и поставщиком сельскохозяйственной продукции, занимает первое место в мире по экспорту пива, томатов и авокадо, а также одним из ведущих импортеров зерновых и масличных.



Общая информация (2023 г.)

ВВП в текущих ценах: 1 788,9 млрд долл. США

ВВП по ППС в текущих ценах: 3 275,8 млрд межд. долл.

Рост реального ВВП: 3,2%

ВВП по ППС на душу населения в текущих ценах: 25,0 тыс. межд. долл.

ВНД на душу населения в текущих ценах, Атлас-метод (2022 г.):
10,8 тыс. долл. США, группа стран с доходами выше среднего уровня

Уровень инфляции: 5,5%

Приток ПИИ (2022 г.): 35,3 млрд долл. США

Население: 131,1 млн человек

Площадь страны: 1 958,2 тыс. км²

Площадь сельскохозяйственных земель: 971,3 тыс. км²

Крупнейшие города по численности населения: Мехико (12,3 млн), Истапалапа (1,8 млн), Экатепек-де-Морелос (1,7 млн), Гвадалахара (1,5 млн), Пуэбла-де-Сарагоса (1,4 млн), Сьюдад-Хуарес (1,3 млн), Тихуана (1,3 млн)

Уровень урбанизации (2022 г.): 81,3%

Уровень безработицы: 2,8%

Структура ВВП (2022 г.): сельское хозяйство (4,0%), промышленность (33,6%), сфера услуг (57,6%), чистые налоги (4,8%)

Структура занятости (2022 г.): сельское хозяйство (12,6%), промышленность (25,0%), сфера услуг (62,3%)

Объем экспорта продукции АПК: 58,7 млрд долл. США

Основные экспортируемые товары АПК: пиво, алкогольные крепкие напитки прочие, авокадо, томаты свежие, мучные кондитерские и хлебобулочные изделия

Объем импорта продукции АПК: 41,1 млрд долл. США

Основные импортируемые товары АПК: кукуруза, соевые бобы, свинина и пищевые субпродукты свиней, пшеница, мясо птицы

Источник: МВФ, Всемирный банк, ООН, ЮНКТАД, ITC Trade Map



Прогноз развития экономики страны

Мексика является второй по размеру экономикой Латинской Америки, уступая по номинальному ВВП лишь Бразилии. Страна активно участвует в международной торговле (сальдо внешнеторгового баланса в 2022 г. составило 1,2 трлн долл. США, что является наибольшим значением среди государств региона) и входит вместе с США и Канадой в одну из крупнейших в мире зон свободной торговли в рамках USMCA (до 2020 г. — NAFTA), обеспечивающей льготные условия доступа на североамериканский рынок. Структурообразующим сектором мексиканской экономики является промышленность, в которой занято около четверти населения и формируется около трети ВВП (промышленные товары составляют основу экспорта страны). Помимо этого, Мексика — одно из наиболее открытых и привлекательных для иностранных инвесторов государств — в 2022 г. приток ПИИ составил 35,3 млрд долл. США (на 11,9% больше, чем в 2021 г.) и по данному показателю Мексика заняла 11-е место в мире.

Последние тридцать лет Мексика демонстрирует низкие относительно других развивающихся стран среднегодовые темпы роста реального ВВП, что объясняется рядом внешних и внутренних факторов. Так, существенная роль внешней торговли в экономике обуславливает зависимость страны от колебаний на рынке ее основного торгового партнера — США, на которые приходится почти 80% экспорта и половина импорта Мексики. К внутренним сдерживающим факторам возможно отнести высокий уровень преступности, взаимосвязанный с проблемой бедности и социально-экономического неравенства, а также способствующий расширению теневого сектора экономики и, как следствие, уменьшению налоговой базы.

В 2020 г. реальный ВВП Мексики сократился на 8,6% по сравнению с 2019 г., что явилось самым низким значением показателя за последние тридцать лет. В 2021 г. за счет эффекта отложенного спроса экономический рост в стране достиг 5,7%, однако уже в 2022 г. замедлился до 3,9% на фоне стагнации роста реального ВВП в США и повышения уровня инфляции в самой Мексике. Положительное влияние на динамику ВВП страны в 2022 г. оказало сокращение уровня безработицы (до 2,8%) и, как следствие, наращивание объемов промышленного производства. По итогам 2023 г. рост экономики Мексики в условиях ужесточения денежно-кредитной политики и обесценения национальной валюты относительно доллара США составил 3,2%. Согласно прогнозам, темпы роста реального ВВП страны сократятся до 2,4% в 2024 г. и до 1,4% в 2025 г. ввиду замедления экономики США и продолжения жесткой денежно-кредитной политики — ключевая ставка в Мексике с конца 2022 г. держится на уровне выше 10% (в 2021 г. — 4%).

Одним из основных драйверов экономического развития страны в настоящее время является глобальный тренд на перемещение производственных центров транснациональных компаний ближе к их центральным офисам (nearshoring). Мексика является одним из главных бенефициаров данной тенденции, поскольку крупные предприятия из США в последние годы все чаще инвестируют именно в мексиканскую промышленность по причине географической близости и наличия единого экономического пространства в рамках USMCA. Дополнительный импульс данному процессу придала пандемия COVID-19, в период которой нарушение логистических цепочек привело к большим убыткам ТНК (в т.ч. американских), располагавших свои предприятия в удаленных странах с более низкими производственными затратами. В результате многие компании пересмотрели свою стратегию и приняли решение расширить деятельность в Мексике, в т.ч. через инвестиции в промышленность. В среднесрочной перспективе



данный фактор положительно повлияет на производственный сектор страны, в долгосрочной — приведет к дальнейшему усилению зависимости Мексики от США.

Динамика ВВП Мексики в текущих ценах, 2015–2025 гг.



Источник: МВФ

Примечание. *прогноз, данные МВФ по состоянию на 16.04.2024 г.

Последний на данный момент наиболее заметный рост потребительских цен в Мексике начался в 2021 г., когда уровень инфляции составил 5,7%. В условиях увеличения цен на продовольствие и энергоресурсы в мире в 2022 г. уровень инфляции в стране достиг значения 7,9%, и Центральный банк Мексики (Banxico) объявил о начале двухлетнего периода ужесточения денежно-кредитной политики. С июня 2021 г. по март 2023 г. процентная ставка повышена на 725 базисных пунктов до 11,25%. К середине 2023 г. в стране наметилась устойчивая тенденция к замедлению роста цен, однако итоговый годовой показатель, согласно оценкам МВФ, остался на высоком уровне в 5,5%, заметно превышающем целевые 3%. Тем не менее снижение уровня инфляции позволило Banxico приступить к постепенному смягчению проводимой денежно-кредитной политики, и в марте 2024 г. центральный банк снизил ключевую ставку на 25 базисных пунктов до 11,0%. Согласно заявлениям представителей банка, уровень ставки способствует снижению темпов роста цен и будет оставаться высоким до достижения целевого показателя, который, согласно ожиданиям МВФ, будет достигнут к 2025–2026 гг.

Динамика инфляции и ВВП по ППС на душу населения в текущих ценах, 2015–2025 гг.



Источник: МВФ

Примечание. *прогноз, данные МВФ по состоянию на 16.04.2024 г.



Особенности правовой системы

Государственное устройство

Мексика — федеративная президентская республика. Главой государства и исполнительной ветви власти в стране является президент, руководящий деятельностью правительства. Законодательную власть осуществляет Конгресс, состоящий из двух палат — Сената (верхняя) и Национальная Ассамблея (нижняя).

Правовая система Мексики относится к романо-германской правовой семье. Основным законом страны является принятая в 1917 г. Конституция, ниже которой в правовой иерархии расположены пять кодексов: гражданский, коммерческий, уголовный, гражданско-процессуальный и уголовно-процессуальный..

Судебная система

Судебная система Мексики состоит из трех уровней:

- Верховный суд является высшей инстанцией для рассмотрения гражданских, уголовных, административных, трудовых споров;
- окружные суды являются апелляционными инстанциями федерального уровня;
- районные суды исполняют роль первой инстанции.

Также в Мексике функционируют специализированные суды: налоговый суд, суды по трудовым спорам и военные суды.

Вопросы разрешения споров посредством арбитража регулируются [Коммерческим кодексом от 1889 г.](#)

[Мексиканский арбитражный центр](#) (Centro de Arbitraje de México) является постоянно действующим арбитражным учреждением. Иностранное арбитражное решение в Мексике подлежат исполнению на основании Нью-Йоркской конвенции, к которой Мексика [присоединилась](#) в 1971 г.

Ключевые правовые формы ведения бизнеса в стране

Учреждение компании в Мексике осуществляется в соответствии с [Общим законом о коммерческих компаниях от 1934 г.](#)

Иностранным компаниям доступны три основных вида организационных моделей для ведения бизнеса:

- **акционерное общество** (sociedad anónima), для образования которого необходимо наличие минимум двух учредителей (акционеров) и одного директора;
- **акционерное общество с переменным капиталом** (sociedad anónima promotora de inversión de capital variable), особенностями которого являются возможность приобретения собственных акций и необходимость учреждать совет директоров;



- **общество с ограниченной ответственностью** (sociedad de responsabilidad limitada), число участников которого ограничено (от 2 до 50 человек), и передача участником своей доли возможна только с согласия остальных участников.

Наличие учредителей из числа местных жителей в Мексике не является обязательным, однако отдельные компании вправе включить в устав положение, запрещающее иностранное участие в капитале юридического лица.

Для учреждения компании в Мексике необходимо зарегистрировать ее в [Государственном торговом реестре](#) и [Федеральном реестре налогоплательщиков](#).

При этом в стране возможно ведение бизнеса без образования мексиканского юридического лица — в форме филиала иностранного юридического лица. Для регистрации данной организационной модели ведения бизнеса необходимо получение разрешения Национальной комиссии по иностранным инвестициям Министерства экономики Мексики.

Особенности системы налогообложения

Импортируемая в Мексику продукцию помимо таможенных пошлин облагается налогом на добавленную стоимость (НДС), за взимание которого отвечает [Служба налогового администрирования](#) (Servicio de Administración Tributaria).

Стандартная ставка НДС, установленная [Законом о налоге на добавленную стоимость](#) Мексики, составляет 16%. Льготная ставка в размере 8% и 0% не применяется к импортным сельскохозяйственным товарам.

Помимо НДС, некоторые импортные товары в Мексике также облагаются дополнительным акцизным сбором. В соответствии с [Законом об акцизном налоге](#) (Impuesto Especial Sobre Producción y Servicios), акциз взимается при импорте таких товаров, как пиво (в размере 26,5%), вино (26,5–53%), крепкие напитки (53%), сигареты и другие табачные изделия (160% + дополнительная квота), а также безалкогольные и газированные напитки (1 песо за литр готовой продукции).

Особенности защиты объектов интеллектуальной собственности

Мексика является членом Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) с 1975 г., а также следующих международных соглашений в сфере защиты интеллектуальной собственности:

- Парижская конвенция по охране промышленной собственности — с 1903 г.;
- Договор о патентной кооперации — с 1994 г.;
- Протокол к Мадридскому соглашению о международной регистрации знаков — с 2013 г.



Регистрация объектов патентных прав (изобретений, полезных моделей, промышленных образцов) и товарных знаков в Мексике возможна по национальной и международной процедуре путем подачи заявки на выдачу патента (регистрацию товарного знака и др.) в уполномоченный орган в области охраны промышленной собственности.

Компетентным органом в сфере защиты интеллектуальных прав является [Мексиканский институт промышленной собственности](#) (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial).

Ключевым законодательным актом, регулирующим отношения в области интеллектуальной собственности в Мексике, является [Федеральный закон «Об охране промышленной собственности» от 2020 г.](#)

С полным перечнем всех законодательных актов, регулирующих отношения в сфере интеллектуальной собственности в Мексике, а также с текстами этих документов можно ознакомиться на сайте [ВОИС](#).



Сельское хозяйство

Мексика входит в число крупнейших в мире производителей продукции АПК, во многом — за счет благоприятных для сельского хозяйства природно-климатических условий. При этом значительная часть территории страны расположена в зоне засушливого климата или занята горными хребтами, что существенно ограничивает возможности дальнейшего увеличения посевных площадей. Основной объем продукции мексиканского АПК производится в южных регионах на традиционных для страны фермах площадью 5 га и меньше (80% от общего числа сельскохозяйственных предприятий в стране) и поставляется на внутренний рынок. При этом современное сельское хозяйство Мексики (крупные фермы с устоявшимися производственно-сбытовыми цепочками) развивается в основном в северной части страны и специализируется на производстве продукции АПК для поставок на внешние рынки (в первую очередь в США). Основным вызов, стоящий перед мексиканским сельским хозяйством сегодня, — дефицит водных ресурсов, усугубляющийся засухами (особенно в северных штатах).

Мексика является крупным мировым производителем сахарного тростника. Так, в 2022 г. валовые сборы данной культуры в стране составили 55,3 млн тонн, что примерно соответствует уровню 2021 г. Благодаря значимым объемам производства сахарного тростника Мексика стабильно занимает ведущие позиции на мировом рынке сахара.

Наиболее распространенной зерновой культурой в Мексике является кукуруза, объем производства которой в 2022 г. составил 26,6 млн тонн. Страна считается родиной данной полевой культуры, и кукуруза относится к основным продуктам питания местных жителей, однако ее внутреннего производства в настоящее время недостаточно для насыщения внутреннего рынка, что вынуждает Мексику закупать ее на внешних рынках.

Среди фруктов и ягод наиболее распространенными культурами в Мексике являются цитрусовые, включая апельсин, лимон и лайм. В 2022 г. объем производства апельсинов в стране составил 4,9 млн тонн, лимонов и лаймов — 3,1 млн тонн. Мексика занимает четвертое место в мире по объемам валовых сборов апельсинов и второе (после Индии) — по объему производства лимонов и лаймов.

В категории овощей, корнеплодов и клубнеплодов основная часть производства Мексики приходится на томаты. В 2022 г. валовые сборы плодов томата составили 4,2 млн тонн. Также в Мексике выращиваются картофель (1,9 млн тонн в 2022 г.) и лук (1,5 млн тонн).

Производство продукции растениеводства, млн тонн

	2018	2019	2020	2021	2022
Сахарный тростник	56,8	59,3	53,8	55,2	55,3
Зерновые	36,1	36,2	36,4	36,6	36,3
Кукуруза	27,2	27,2	27,4	27,5	26,6
Сорго	4,5	4,4	4,7	4,4	4,8
Пшеница	2,9	3,2	3,0	3,3	3,6
Фрукты и ягоды	23,2	24,1	24,1	24,0	24,9
Апельсины	4,7	4,7	4,6	4,6	4,9
Лимоны и лаймы	2,5	2,7	2,9	3,0	3,1
Бананы	2,4	2,4	2,5	2,4	2,6



Продолжение табл.

	2018	2019	2020	2021	2022
Овощи, корнеплоды и клубнеплоды	13,2	13,1	13,1	12,9	13,1
Томаты	4,6	4,3	4,1	4,1	4,2
Картофель	1,8	1,8	1,9	1,9	1,9
Лук и лук-шалот (сушеный)	1,6	1,5	1,5	1,5	1,5
Чили и перец зеленый	3,4	2,7	2,8	2,6	3,1

Источник: FAOSTAT

Животноводческий сектор Мексики является важной составляющей экономики страны в целом и агропромышленного комплекса в частности. Мясное и молочное скотоводство играют ключевую роль в обеспечении продовольственной безопасности, поддержании экономического роста, а также пополнении золотовалютных резервов страны. При этом, несмотря на значительные объемы собственного производства, для удовлетворения растущего внутреннего спроса часть продукции животноводства Мексика импортирует.

Объем производства коровьего молока в стране в 2022 г. достиг 13,5 млн тонн, увеличившись по сравнению с 2021 г. на 2,0%. В 2018–2022 гг. значение показателя росло в среднем на 2,2% в год, несмотря на неблагоприятные погодные условия. Устойчивость молочного сектора Мексики связана с широким географическим распределением производства: скотоводческие фермы расположены по всей стране, и засуха в отдельных регионах не оказывает значимого влияния на отрасль в целом. Крупнейшими по объему производства молока мексиканскими штатами являются Халиско, Коауила и Дуранго.

В Мексике также постепенно развивается мясное животноводство, чему в значительной степени способствует большой внутренний спрос — мясо входит в состав многих, в т.ч. всемирно известных, блюд мексиканской кухни. В 2022 г. объем производства мяса птицы в стране составил 3,8 млн тонн, большая часть данного объема пришлась на штаты Веракрус, Халиско, Агуаскальентес, Керетаро и Чьяпас. Также в Мексике в 2022 г. произведено 2,2 млн тонн говядины и 1,7 млн тонн свинины. Производство говядины расположено в основном в штатах Веракрус, Халиско, Чьяпас, Дуранго, Нижняя Калифорния, Синалоа и Сан-Луис-Потоси, свинины — регионах Халиско, Сонора, Пуэбла, Веракрус и Юкатан. Концентрация производства в центральных и северных штатах обусловлена наиболее благоприятными природно-климатическими условиями, а также близостью как к основным районам потребления внутри страны, так и к маршрутам поставок в соседние США.

Производство рыбы и морепродуктов в Мексике на протяжении последних лет остается стабильным и в 2022 г. составило порядка 1,9 млн тонн. Большая часть произведенной продукции приходится на вылов (более 85% от общего объема в натуральном выражении), тогда как сектор аквакультуры в Мексике развивается медленно (производство не превышает 0,3 млн тонн в год), в т.ч. из-за общего дефицита водных ресурсов. Рыбохозяйственный комплекс страны обладает значительным потенциалом благодаря выходу к Тихому океану на западе и юге, а также к Мексиканскому заливу и Карибскому морю на востоке.



Производство продукции животноводства

	2018	2019	2020	2021	2022
Куриное яйцо, млрд шт.	54,19	55,66	56,90	57,49	58,53
Коровье молоко, млн тонн	12,4	12,6	12,9	13,2	13,5
Мясо птицы, млн тонн	3,3	3,5	3,6	3,7	3,8
Говядина, млн тонн	2,0	2,0	2,1	2,1	2,2
Свинина, млн тонн	1,5	1,6	1,7	1,7	1,7
Рыба и морепродукты, млн тонн	1,9	1,8	1,8	1,9	1,9*

Источник: FAOSTAT

Примечание. *оценка.



Важные события в истории развития сельского хозяйства Мексики

• 1917 Внутренняя политика

Принятие действующей Конституции Мексики, в соответствии со статьей 27 которой вся земля в стране изначально принадлежит государству, обладающему правом передавать ее в частную собственность. В результате конституционных изменений создана подконтрольная государству система общинного землепользования эхидо, являвшаяся основой сельского хозяйства страны до конца XX века. Эхидо как тип предприятия (аналог колхоза) существует в Мексике до сих пор и является наиболее распространенной организационно-правовой формой хозяйствования в АПК (на эхидо приходится около половины всех сельскохозяйственных угодий в стране).

• 1920 Компании

Основание компании *Fábrica de Jabón La Corona*, в настоящее время — крупнейшего игрока на мексиканском рынке пищевых масел и крупного дистрибьютора товаров повседневного спроса.

• 1926 Внутренняя политика

Принятие Закона о сельскохозяйственном кредите, заложившего правовую основу системы финансирования мексиканского АПК. В соответствии с данным нормативно-правовым актом в том же году учрежден Государственный сельскохозяйственный кредитный банк (*Banco Nacional de Crédito Agrícola*) — первое специализированное банковское учреждение Мексики, предназначенное для развития кредитно-финансовой системы национального аграрного сектора и сельских территорий страны.

• 1935 Новые институты

Объединение Государственного сельскохозяйственного кредитного банка и ряда местных кредитных организаций Мексики в государственный кредитный банк *Banco Nacional de Crédito Ejidal*. К сфере деятельности нового банка с широкой сетью региональных представительств отнесены приобретение нового оборудования для мексиканских фермеров, финансирование мероприятий по увеличению продуктивности сельхозугодий и модернизации систем орошения, закупка племенного скота, а также развитие образования в сельской местности.

• 1943 Развитие отрасли

Начало реализации совместной программы американского Фонда Рокфеллера и правительства Мексики по развитию сельского хозяйства страны. В рамках проекта ученые из США вывели для мексиканских фермеров несколько высокоурожайных сортов кукурузы и пшеницы, благодаря чему в стране удалось в кратчайшие сроки решить проблему голода и недоедания: к 1948 г. Мексика полностью обеспечивала себя кукурузой, к 1956 г. — пшеницей. Благодаря созданию в рамках данной инициативы системы подготовки кадров для АПК, развитию селекции и активному использованию новых удобрений к середине 1960-х гг. производство зерновых в Мексике утроилось по сравнению с 1943 г., и страна превратилась в крупного экспортера продуктов питания. Программа положила начало глобальной «Зеленой революции» — процессу активного внедрения в развивающихся странах передовых достижений научно-технического прогресса (в т.ч. высокоурожайных сортов основных зерновых культур, удобрений и пестицидов), в результате которого во второй половине XX века значительно увеличилось мировое производство продовольствия.

• 1945 Внешняя политика

Присоединение Мексики к Продовольственной и сельскохозяйственной организации ООН (ФАО), Международному валютному фонду (МВФ) и Международному банку реконструкции и развития.



● **1949 Компании**

Начало работы в г. Торреон (штат Коahuila) первого предприятия будущей Grupo Lala, сегодня занимающей первое место по объему продаж молочной продукции в Мексике и Латинской Америке в целом.

● **1954 Новые институты**

Учреждение правительством страны объединения четырех государственных Фондов поддержки сельского хозяйства (Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura, FIRA) — подведомственной организации мексиканского центрального банка, ответственной за кредитование, страхование, научно-образовательную и техническую поддержку предприятий сельского хозяйства страны. Помимо взаимодействия непосредственно с фермерами и переработчиками сельскохозяйственной продукции фонды финансируют различные небанковские кредитные организации, лизинговые и складские компании, связанные с АПК, а также предоставляют клиентам консалтинговые услуги. На данный момент FIRA ежегодно выделяет мексиканским сельхозпроизводителям (в основном — предприятиям малого и среднего бизнеса) кредиты на общую сумму более 19 млрд долл. США.

● **1961 Компании**

Запуск производства на первом предприятии будущей Grupo Jumex, на данный момент — ведущего мексиканского производителя безалкогольных напитков (основу ассортимента компании составляет соковая продукция) и главного конкурента американских Coca-Cola и PepsiCo в Мексике.

● **1973 Внутренняя политика**

Принятие Закона о поощрении мексиканских инвестиций и регулировании иностранных инвестиций, в соответствии с которым часть видов экономической деятельности (добыча углеводородов, нефтехимия, энергетика, железнодорожный транспорт и др.) в Мексике объявлялась прерогативой правительства, в то время как прочие сектора (в т.ч. АПК) оставались открытыми для инвестиций. Также созданы соответствующие регулирующие органы, в т.ч. Государственная комиссия по иностранным инвестициям, наделенная, в частности, полномочиями определять максимальную долю ПИИ в капитале определенных предприятий. Кроме того, правительство обязало иностранные физические лица и компании, а также мексиканские компании с участием иностранного капитала регистрироваться в отдельном государственном реестре.

● **1975 Внешняя политика**

Вступление Мексики в ВОИС.

● **1977 Внешняя политика**

Присоединение к Международному фонду сельскохозяйственного развития (ИФАД).

● **1979 Компании**

Основание компании Sigma Alimentos, в дальнейшем — крупнейшего мексиканского производителя и дистрибьютора охлажденной мясной продукции (в основном полуфабрикатов), входящего в структуру промышленного конгломерата Alfa.



● **1985 Развитие отрасли**

Начало реализации правительством Мексики масштабной программы экономических реформ, включавшей либерализацию законодательства о внешней торговле и иностранных инвестициях; отмену лицензирования импорта, импортных квот и единого налога на импорт; снижение таможенных пошлин. Также принят ряд мер по стимулированию экспорта несырьевых товаров, в т.ч. смягчение требований к ввозу сырья, расширение доступа экспортеров к кредитам и снижение ограничений на использование экспортной выручки. Преобразования способствовали притоку в страну иностранных инвестиций, развитию частного сектора и реструктуризации внешней торговли, а также интеграции Мексики в мировую экономику.

● **1986 Внешняя политика**

Присоединение Мексики к Генеральному соглашению по тарифам и торговле.

● **1992 Внутренняя политика**

Принятие Нового Аграрного закона, в соответствии с которым эхидо объявлены юридическими лицами (их члены получили статус полноправных собственников своих земельных наделов), в стране создана система специализированных судов по земельным делам, а также проведена реформа земельного кадастра. Данный нормативно-правовой акт также предоставил арендаторам земли большую свободу в вопросе выбора вида хозяйственной деятельности и разрешил владеть землей компаниям. Имплементация закона и сопутствующие преобразования способствовали росту производительности сельского хозяйства Мексики и повышению благосостояния фермеров за счет активного развития в АПК более эффективного частного сектора. При этом приватизация общинных земель также привела к обезземеливанию существенной части бывших членов эхидо, что стимулировало рост социальной напряженности, урбанизацию и миграцию из Мексики в США.

● **1994 Внешняя политика**

Вступление в силу подписанного в 1992 г. соглашения о Североамериканской зоне свободной торговли (NAFTA), предполагавшего поэтапную отмену странами-участницами (Канада, США и Мексика) всех таможенных пошлин, либерализацию торговли услугами и инвестиционного режима, координацию усилий по защите прав интеллектуальной собственности и т.д. Создание интеграционного объединения способствовало значительному увеличению взаимного товарооборота (в т.ч. продукцией АПК) между его государствами-членами.

● **1994 Новые институты**

Учреждение под эгидой мексиканского министерства финансов Фонда капитальных инвестиций в сельское хозяйство (Fondo de Capitalización e Inversión del Sector Rural, FOCIR), предназначенного для содействия развитию сельских агропромышленных компаний посредством инвестиций (и в т.ч. привлечения венчурного капитала) в наиболее перспективные и социально ориентированные проекты национального АПК.

● **1995 Внешняя политика**

Вступление страны во Всемирную торговую организацию (ВТО).

● **1997 Сделки M&A**

Крупнейшая на данный момент компания по размеру выручки, американская Walmart (владелец одноименной сети оптовой и розничной торговли), приобрела контрольный пакет акций ведущей мексиканской торговой сети Grupo Cifra. В результате ряда последовавших сделок слияния и поглощения в 2010 г. образована Walmart México y Centroamérica — крупнейшая компания розничной торговли в Мексике.

● **1999 Внешняя политика**

Начало работы Российско-Мексиканской смешанной комиссии по экономическому, торговому, научно-техническому сотрудничеству и морскому судоходству.



• 2001 План развития

Принятие новым правительством Мексики отраслевой программы развития сельского хозяйства, животноводства, сельских территорий, рыболовства и пищевой промышленности на период до 2006 г. В документе изложены основные подходы руководства страны к модернизации сельского хозяйства, в частности, особое внимание уделено пересмотру системы субсидирования АПК, использованию сравнительных преимуществ мексиканских предприятий на зарубежных рынках, а также увеличению доходов производителей сельскохозяйственного сырья. В рамках программы в том же году принят Закон об устойчивом развитии сельских территорий, положениями которого сельскому хозяйству отведена центральная роль в повышении благосостояния в сельской местности, сокращении региональных различий в экономическом развитии, поддержании продовольственной безопасности, а также сохранении природных ресурсов и биоразнообразия Мексики. Дополнительно под эгидой министерства сельского хозяйства сформированы специализированная межведомственная комиссия и консультативный совет с участием представителей отрасли, ответственные за выработку дальнейшей стратегии развития АПК.

• 2003 Новые институты

На фоне заметного падения объемов кредитования в сельском хозяйстве правительство Мексики учредило под эгидой министерства финансов Государственное управление финансирования развития сельского хозяйства, сельских территорий, лесного хозяйства и рыболовства (Financiera Nacional de Desarrollo Agropecuario, Rural, Forestal y Pesquero, FND), заменившего ликвидированный в 2002 г. объединенный Государственный сельскохозяйственный кредитный банк (Banco Nacional de Crédito Rural). Новый институт на протяжении 20 лет, вплоть до упразднения в 2023 г., являлся ключевым элементом финансовой системы мексиканского АПК.

• 2005 Развитие отрасли

Мексиканская Grupo Herdez в сотрудничестве с американской McCormick и итальянской Barilla ввела в эксплуатацию в г. Сан-Луис-Потоси один из крупнейших в стране заводов по производству соусов, специй, сиропов, джемов, меда и чая проектной мощностью 83,5 тыс. тонн продукции в год.

• 2014 Внутренняя политика

Вступление в силу закона о налоговой реформе, предусматривающего в т.ч. специальный налоговый режим для занятых в сельском хозяйстве, перейти на который вправе физические и юридические лица, не менее 90% доходов которых приходится на сельскохозяйственную деятельность (для предприятий пищевой промышленности возможность перейти на такой режим не предусмотрена).

• 2017 Компании

Крупнейший в мире производитель кукурузной муки и тортилий, мексиканская компания GRUMA, ввела в эксплуатацию первый собственный завод в России. На новом предприятии, расположенном на территории особой экономической зоны «Ступино Квадрат» в Московской области, начато производство лепешек и чипсов из кукурузной муки. Общий объем инвестиций дочерней структуры GRUMA, «Мишн Фудс Ступино» (бренды Mission и Delicados), в строительство нового завода превысил 50 млн долл. США.

• 2020 План развития

Принятие страновой программы стратегических возможностей для Мексики на период до 2025 г., разработанной ИФАД совместно с правительством страны. Заявленная цель инициативы — вовлечение наименее обеспеченных слоев населения южных штатов Чьяпас, Оахака, Герреро и Веракрус в экономическую жизнь государства. В рамках программы сформулированы три основных направления работы: содействие повышению продовольственной безопасности коренных народов и небольших производителей сельскохозяйственных товаров; усиление положительного эффекта от реализации национальных программ развития в южных регионах; смягчение последствий изменения климата для семейных фермерских хозяйств. Всего на реализацию проекта запланировано выделение более 215 млн долл. США (в т.ч. свыше 70 млн долл. США — средства государственного бюджета Мексики).



• 2020 Внешняя политика

Вступление в силу торгового соглашения США, Мексики и Канады (USMCA), подписанного в 2018 г. и заменившего NAFTA. Договор закрепил достигнутые ранее успехи экономической интеграции и расширил возможности для дальнейшего наращивания трехстороннего товарооборота. В результате уже в следующем 2021 г. Мексика увеличила импорт продукции АПК более чем на треть из США, и более чем наполовину — из Канады (суммарно на США и Канаду приходится около 75% импорта и более 85% экспорта продукции АПК Мексики). Кроме того, важной частью обновленного соглашения явились положения о сотрудничестве государств-членов в вопросах, касающихся генетически модифицированных сельскохозяйственных товаров, разрешения торговых споров и регионализации. В частности, достигнуты договоренности об отмене Мексикой запрета на импорт американской ГМО-кукурузы и ограничений на поставки кукурузного сиропа из США, а также начато обсуждение проблем, связанных с торговлей сезонными продуктами между двумя странами.

• 2021 Внешняя политика

Подписание Меморандума о сотрудничестве между Комитетом предпринимателей Россия-Мексика и Мексиканским деловым советом по внешней торговле, инвестициям и технологиям.

• 2022 Сделки M&A

Один из ведущих игроков на мировом рынке кондитерских изделий, американская Mondelez International, приобрела у мексиканской Grupo Bimbo ее дочернюю компанию Ricolino — крупнейшего в стране производителя сладостей. Сделка, сумма которой составила около 1,3 млрд долл. США, позволила Mondelez практически удвоить объем продаж и занять доминирующее положение на растущем рынке кондитерских изделий Мексики.

• 2023 Сделки M&A

Мексиканская Grupo Bimbo, входящая в список крупнейших в мире производителей хлебобулочных изделий, приобрела компанию Vel Pitar, входящую в тройку лидеров рынка выпечки Румынии, а также ключевого канадского производителя ржаного хлеба Natural Bakery. В результате сделок Grupo Bimbo существенно расширила свое присутствие в Северной Америке и Европе — двух основных рынках сбыта для компании за пределами Мексики.

• 2024 Внутренняя политика

Принятие основополагающего закона Мексики о праве человека на полноценное, достаточное и качественное питание. Документ признает право всех граждан страны на здоровое питание и определяет полномочия государственных органов по обеспечению соблюдения этого первоочередного права. Кроме того, закон направлен на содействие производству, справедливому распределению и потреблению питательных, качественных, безопасных и соответствующих мексиканским культурным традициям продуктов питания в достаточном количестве. К другим целям принятия данного нормативно-правового акта отнесены сокращение пищевых отходов и укрепление продовольственной безопасности страны.

• 2024 Развитие отрасли

Nestlé Purina объявила о расширении своего завода по производству кормов для домашних животных в мексиканском г. Силао (штат Гуанахуато) на фоне роста спроса на данную продукцию в регионе. Модернизация площадки включает в т.ч. запуск третьей линии по выпуску влажного корма и четвертой линии по выпуску сухого корма, благодаря чему фабрика станет крупнейшей по объему производства кормов для домашних животных в Латинской Америке. Запланированный объем инвестиций в расширение — 200 млн швейцарских франков, ожидаемая мощность завода после ввода нового оборудования в эксплуатацию — 50 тыс. тонн влажного и 285 тыс. тонн сухого корма в год.

Источник: ФАО, EMIS, открытые источники



Поддержка сельского хозяйства

Политика правительства Мексики в области сельского хозяйства в последние годы направлена на поддержку мелких производителей основных сельскохозяйственных товаров — зерновых (кукуруза, пшеница, рис), бобовых и молока, а также на поддержку коренных народов и наименее защищенных групп населения. Наиболее значительные и актуальные изменения произошли в программе предоставления удобрений, которая ранее осуществлялась только в пяти беднейших штатах страны. С 2023 г. данная программа реализуется на национальном уровне, и при этом по-прежнему ориентирована на поддержку беднейших сельских общин в каждом штате. По [данным Организации экономического сотрудничества и развития](#), бюджет программы увеличился с 1,9 млрд мексиканских песо (88,4 млн долл. США) в 2020 г. до 16,7 млрд мексиканских песо (938,2 млн долл. США) в 2023 г.

Также активное развитие получила программа гарантированных минимальных закупочных цен, осуществляемая Мексиканским агентством по продовольственной безопасности ([SEGALMEX](#)). В рамках данной программы в 2022 г. государство закупило у местных фермеров 9 млн тонн кукурузы и пшеницы, а также 618 млн литров молока. Кроме того, максимальный объем закупаемой продукции, на который распространяется гарантированная цена, увеличился с 20 до 35 тонн кукурузы на одного фермера, молока — с 25 до 30 литров на одну корову в год.



Внешняя торговля продукцией АПК

Импорт продукции АПК

В 2023 г. Мексика импортировала сельскохозяйственной продукции на сумму 41,1 млрд долл. США, что на 4,0% выше уровня 2022 г. В 2019–2023 гг. объем импорта продукции АПК страны в стоимостном выражении ежегодно рос в среднем на 12,0%.

Импорт продукции АПК Мексики, 2019–2023 гг.

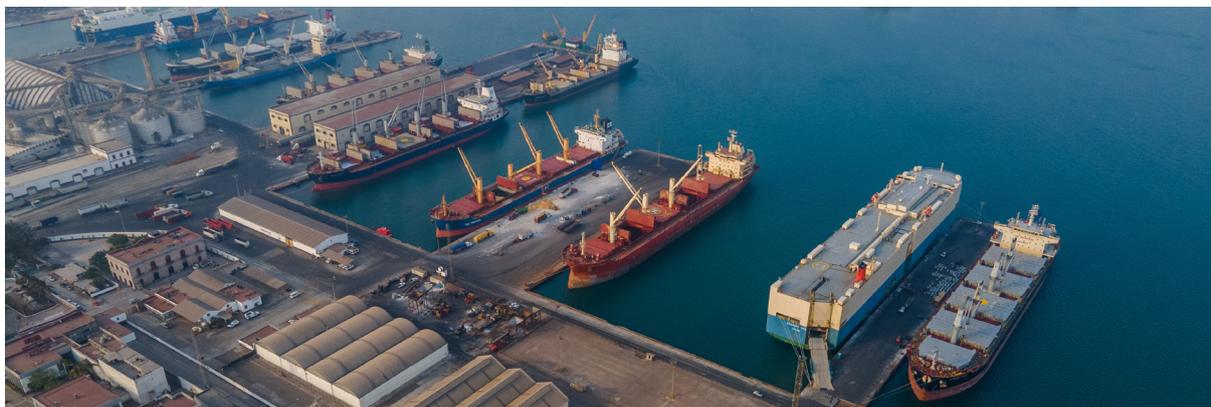


Источник: ITC Trade Map

Примечание. Зеркальные данные.

В структуре импорта продукции АПК Мексики в стоимостном выражении в 2023 г. основной позицией являлась кукуруза (14,6%). В топ-3 закупаемых страной на внешних рынках продуктов АПК также вошли соевые бобы (8,8%), свинина и пищевые субпродукты свиней (6,6%). Суммарно на 10 наиболее востребованных на местном рынке видов продукции пришлось 50,4% совокупного объема поставок продукции АПК в Мексику в стоимостном выражении.

В 2023 г. наиболее заметно увеличился объем закупок Мексикой кукурузы (+7,9% или +440,4 млн долл. США), свинины и пищевых субпродуктов свиней (+14,5% относительно 2022 г. или +345,6 млн долл. США), а также говядины и пищевых субпродуктов КРС (+25,7% или +304,0 млн долл. США). Одновременно с этим отмечалось сокращение закупок соевых бобов (-11,5% или -471,0 млн долл. США), пшеницы (-13,5% или -252,9 млн долл. США) и сухого молока (-11,8% или -162,1 млн долл. США).



Структура импорта продукции АПК Мексики, 2023 г.

№	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном импорте, %
1	Кукуруза	6 005,2	14,6%
2	Соевые бобы	3 607,2	8,8%
3	Свинина и пищевые субпродукты свиней	2 725,2	6,6%
4	Пшеница	1 626,8	4,0%
5	Мясо птицы	1 492,6	3,6%
6	Говядина и пищевые субпродукты КРС	1 487,1	3,6%
7	Сухое молоко	1 209,6	2,9%
8	Сыры	890,4	2,2%
9	Пищевые продукты прочие	885,9	2,2%
10	Жмых и шрот соевые	821,3	2,0%
	Прочие продукты	20 397,7	49,6%
	Итого	41 149,1	100,0%

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Зеркальные данные.

Основным торговым партнером Мексики традиционно являются США — в 2023 г. их доля в импорте продукции АПК страны составила 69,4%. В топ-3 стран-экспортеров сельскохозяйственных товаров в Мексику также вошли Бразилия (5,7%) и Канада (4,8%). Суммарно на 10 крупнейших стран-поставщиков пришлось 89,9% стоимостного объема импорта продукции АПК Мексики.

Наиболее заметно за 2023 г. вырос экспорт продукции АПК в Мексику из Бразилии (+40,5% или +670,6 млн долл. США), Австралии (в 2,1 раза или +241,0 млн долл. США), России (в 3 раза или +172,7 млн долл. США) и Нидерландов (+30,9% или +128,6 млн долл. США). Бразилия на 87,8% (с 438,5 млн долл. США до 823,4 млн долл. США) увеличила поставки соевых бобов, существенно нарастила (с 58,0 тыс. долл. США до 143,5 млн долл. США) поставки сахара свекловичного и тростникового, а также свинины и пищевых субпродуктов свиней (с 1,0 тыс. долл. США до 70,2 млн долл. США). Австралия экспортировала в 6,2 раза больше семян рапса (с 38,6 млн долл. США до 240 млн долл. США). Россия в 3,1 раза нарастила экспорт пшеницы (с 83,7 млн долл. США до 255,7 млн долл. США). Нидерланды на 80,5% увеличили поставки пищевых продуктов прочих (с 17,7 млн долл. США до 32,0 млн долл. США), а также существенно нарастили экспорт масла рапсового (с 17,0 тыс. долл. США до 26,9 млн долл. США).



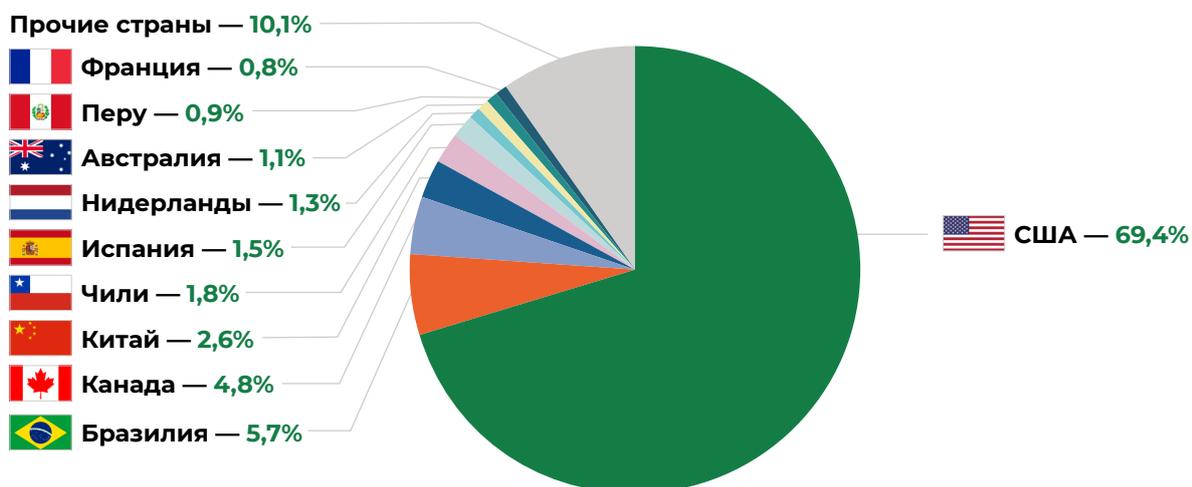
Основные страны-экспортеры продукции АПК в Мексику, 2019–2023 гг., млн долл. США

№	Страна	2019	2020	2021	2022	2023
1	США	19 167,5	18 230,8	24 980,3	27 873,7	28 549,0
2	Бразилия	879,9	708,7	1 012,4	1 655,6	2 326,2
3	Канада	1 238,5	1 290,2	2 126,5	2 254,2	1 983,1
4	Китай	736,0	794,1	1 113,3	1 114,0	1 058,1
5	Чили	497,9	442,7	570,0	872,7	746,8
6	Испания	437,5	371,5	501,9	636,3	630,3
7	Нидерланды	355,3	352,1	400,3	416,6	545,2
8	Австралия	33,7	14,3	128,8	211,1	452,0
9	Перу	130,2	146,2	202,2	311,2	375,0
10	Франция	183,3	186,7	284,8	276,9	322,2
	Прочие страны	2 519,0	2 425,8	3 319,4	3 936,6	4 161,1
	Итого	26 178,8	24 963,0	34 640,0	39 558,8	41 149,1

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Зеркальные данные.

Доля стран в импорте продукции АПК Мексики в стоимостном выражении, 2023 г., %

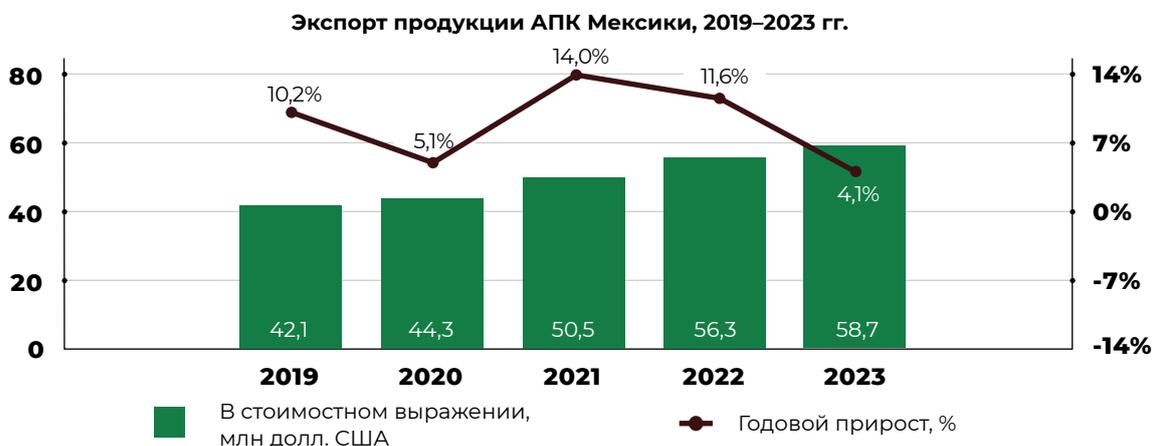


Источник: ITC Trade Map

Примечание. Зеркальные данные.

Экспорт продукции АПК

В 2023 г. объем экспорта продукции АПК Мексики составил 58,7 млрд долл. США, увеличившись на 4,1% относительно уровня 2022 г. В 2019–2023 гг. объем экспорта продукции АПК страны в стоимостном выражении ежегодно рос в среднем на 8,6%.



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Зеркальные данные.

Основу экспорта продукции АПК Мексики в 2023 г. составили пиво (11,0%), алкогольные крепкие напитки прочие (10,1%, в основном – текила), авокадо (6,2%), томаты свежие (5,2%), а также мучные кондитерские и хлебобулочные изделия (4,6%). По объему поставок данных продуктов питания на мировой рынок Мексика стабильно занимает лидирующие позиции. Суммарно на топ-10 экспортируемых видов продукции пришлось 52,3% экспорта продукции АПК страны в стоимостном выражении.

Наиболее заметно в 2023 г. увеличился экспорт мексиканских мучных кондитерских и хлебобулочных изделий (+12,8% или +302,4 млн долл. США), томатов свежих (+9,0% или +252,3 млн долл. США) и пива (+2,4% или +150,1 млн долл. США).



Структура экспорта продукции АПК Мексики, 2023 г.

№	Наименование	Млн долл. США	Доля в стоимостном экспорте, %
1	Пиво	6 425,4	11,0%
2	Алкогольные крепкие напитки прочие	5 934,1	10,1%
3	Авокадо	3 359,3	5,7%
4	Томаты свежие	3 061,4	5,2%
5	Мучные кондитерские и хлебобулочные изделия	2 670,3	4,6%
6	Малина, ежевика, тутовая ягода (шелковица), логанова ягода, смородина и крыжовник	2 418,4	4,1%
7	Говядина и пищевые субпродукты КРС	2 098,6	3,6%
8	Овощные перцы свежие	1 865,1	3,2%
9	Земляника и клубника	1 477,6	2,5%
10	Сахаристые кондитерские изделия	1 362,6	2,3%
	Прочие продукты	27 995,3	47,7%
	Итого	58 668,1	100,0%

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Зеркальные данные.

Основным импортером сельскохозяйственной продукции Мексики в 2023 г. являлись США (80,2% стоимостного объема экспорта). В первую тройку стран-импортеров также вошли Канада (5,3%) и Япония (2,2%). Всего на долю десяти крупнейших покупателей продукции мексиканского АПК пришлось 92,7% экспортных поставок сельскохозяйственной продукции страны.

Относительно 2022 г. наиболее значительный прирост объема закупок продукции АПК Мексики продемонстрировали США (+4,4% или +2,0 млрд долл. США), Канада (+6,2% или +182,3 млн долл. США), Гватемала (+19,9% или +127,4 млн долл. США) и Нидерланды (+40,2% или +85,7 млн долл. США). США увеличили закупки КРС живого на 76,5% (с 636,6 млн долл. США до 1,1 млрд долл. США). Канада импортировала на 56,1% больше винограда свежего (с 50,3 млн долл. США до 78,6 млн долл. США). Гватемала нарастила импорт масла соевого в 7,8 раза (с 6,6 млн долл. США до 51,1 млн долл. США) и маргарина в 10,9 раза (3,7 млн долл. США до 40,7 млн долл. США). Нидерланды закупили в 18,0 раз больше пива (с 1,8 млн долл. США до 32,4 млн долл. США).

В то же время в 2023 г. снизился объем импорта из Мексики со стороны Испании (-15,2% или -49,6 млн долл. США) — по сравнению с предыдущим годом страна на 96,9% сократила закупки филе рыбы и прочего мяса рыбы (с 50,4 млн долл. США до 1,6 млн долл. США).



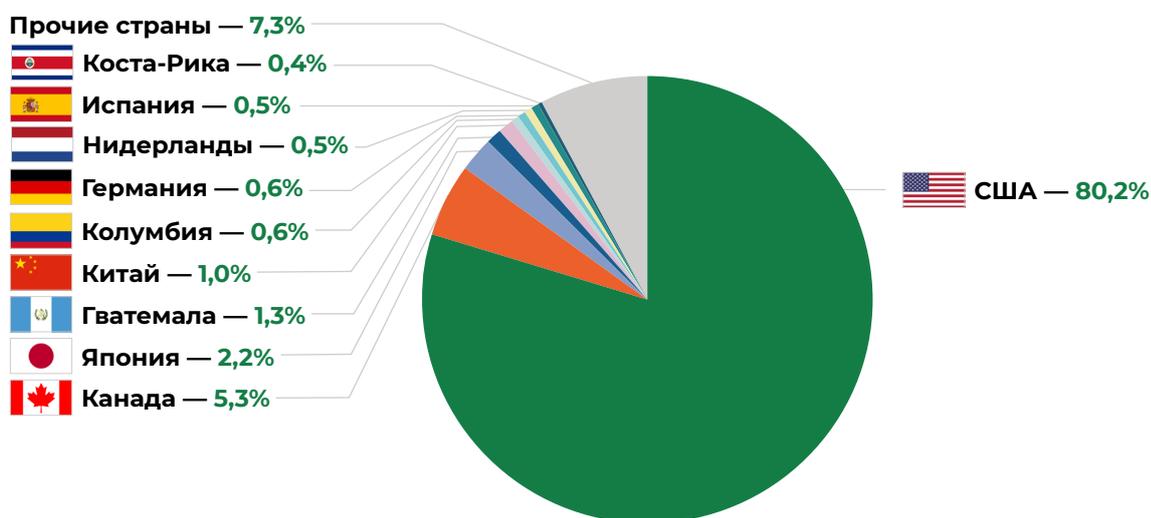
Основные страны-импортеры продукции АПК из Мексики, 2019–2023 гг., млн долл. США

№	Страна	2019	2020	2021	2022	2023
1	США	31 801,7	34 452,2	39 632,4	45 051,7	47 039,6
2	Канада	2 344,9	2 430,9	2 734,9	2 952,5	3 134,8
3	Япония	1 314,1	1 282,8	1 368,0	1 354,9	1 288,7
4	Гватемала	421,6	432,1	530,5	640,0	767,4
5	Китай	708,5	756,8	738,2	557,8	608,3
6	Колумбия	253,3	231,7	281,5	377,0	354,7
7	Германия	292,6	293,7	307,1	311,7	341,7
8	Нидерланды	297,1	271,4	237,3	212,8	298,5
9	Испания	313,0	286,5	359,2	326,2	276,6
10	Коста-Рика	155,5	146,5	180,0	223,1	252,3
	Прочие страны	4 235,4	3 709,9	4 131,9	4 338,5	4 305,5
	Итого	42 137,7	44 294,5	50 500,9	56 346,2	58 668,1

Источник: ITC Trade Map

Примечание. Зеркальные данные.

Доля стран в экспорте продукции АПК Мексики в стоимостном выражении, 2023 г., %



Источник: ITC Trade Map

Примечание. Зеркальные данные.

Взаимная торговля продукцией АПК между Россией и Мексикой

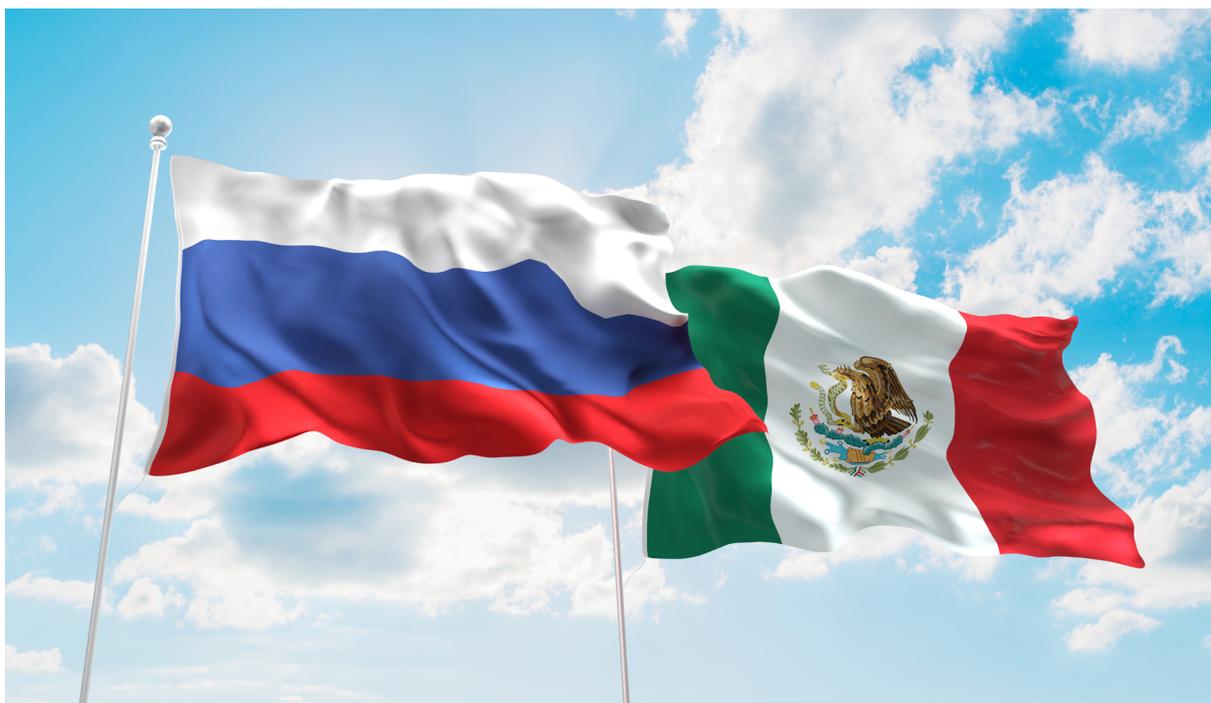
Объем взаимной торговли (товарооборот) сельскохозяйственной продукцией, сырьем и продовольствием между Россией и Мексикой в 2022 г. по сравнению с 2021 г. увеличился на 27,2% и составил 172,3 млн долл. США. Экспорт России в Мексику вырос в 4,9 раза до 86,4 млн долл. США, тогда как поставки из Мексики в Россию снизились на 27,2% до 85,8 млн долл. США.

Российский экспорт в Мексику в 2022 г. составил 50,2% товарооборота продукции АПК между двумя странами. В структуре внешнеторгового товарооборота сельскохозяйственной продукции России на взаимную торговлю с Мексикой пришлось 0,2%.

Динамика товарооборота с Россией, млн долл. США



Источник: ITC Trade Map, ФТС России



Объем импорта России из Мексики в 2022 г. составил 40,8 тыс. тонн на сумму 85,8 млн долл. США. На долю страны пришлось 0,2% общего объема закупок продукции АПК России на внешних рынках. Основными товарными позициями в стоимостной структуре российского импорта в 2022 г. являлись алкогольные крепкие напитки прочие (23,9%), пиво (18,1%), малина, ежевика, тутовая ягода, логанова ягода, смородина и крыжовник (13,4%) — суммарно на данные товары пришлось 55,5% поставок из Мексики.

Снижение российского импорта из Мексики в стоимостном выражении на 27,2% в 2022 г. обусловлено уменьшением импорта алкогольных крепких напитков прочих (-49,8%) и пива (-50,6%). Одновременно с этим начались закупки сахара свекловичного и тростникового.

Российский импорт, 2021–2022 гг.

№	Наименование	2021		2022		Прирост в 2022 к 2021			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Алкогольные крепкие напитки прочие	6,0	41,0	3,8	20,6	-2,2	-37,2	-20,4	-49,8
2	Пиво	45,2	31,4	16,0	15,5	-29,2	-64,5	-15,9	-50,6
3	Малина, ежевика, тутовая ягода, логанова ягода, смородина и крыжовник	1,0	11,9	1,0	11,5	-0,04	-3,9	-0,4	-3,3
4	Сахар свекловичный и тростниковый	-	-	11,7	5,7	11,7	-	5,7	-
5	Паприка	0,7	3,0	0,6	4,5	-0,1	-17,2	1,5	49,9
6	Лимоны и лаймы	2,1	3,2	1,9	4,0	-0,2	-10,8	0,9	27,6
7	Экстракты и эссенции кофе, продукты из них	0,4	3,8	0,4	3,7	0,03	7,6	-0,1	-2,3
8	Кофе	0,4	1,7	0,4	3,0	-0,03	-7,9	1,3	80,2
9	Прочие семена овощных культур для посева	0,0002	2,0	0,0002	3,0	0,0001	49,8	1,0	49,2
10	Джемы, фруктовое желе, мармелады, фруктовые и ореховые пюре и паста	3,5	3,6	1,7	2,4	-1,9	-53,0	-1,2	-33,8
	Прочие продукты	4,7	16,3	3,3	11,8	-1,3	-28,3	-4,5	-27,6
	Итого	64,1	117,9	40,8	85,8	-23,3	-36,3	-32,1	-27,2

Источник: ITC Trade Map, ФТС России

В 2022 г. из России в Мексику ввезено около 283,4 тыс. тонн продукции на сумму 86,4 млн долл. США. На долю Мексики пришлось 0,2% поставок продукции АПК России на внешние рынки. Основными товарными позициями в структуре российского экспорта в стоимостном выражении в 2022 г. являлись пшеница (96,9% экспорта), а также экстракты и эссенции кофе, продукты из них (1,2%). Суммарно данные товары обеспечили 98,0% экспорта продукции АПК России в Мексику.



По сравнению с 2021 г. объем российского экспорта в Мексику в 2022 г. вырос в 4,9 раза в стоимостном выражении — основной причиной является увеличение поставок пшеницы (в 9,7 раза). Также возобновился экспорт солода и начались поставки российского мороженого. Одновременно с этим существенно снизился экспорт экстрактов и эссенций кофе, продуктов из них (-81,0%).

Российский экспорт, 2021–2022 гг.

№	Наименование	2021		2022		Прирост в 2022 к 2021			
		тыс. тонн	млн долл. США	тыс. тонн	млн долл. США	объем		стоимость	
						тыс. тонн	%	млн долл. США	%
1	Пшеница	30,4	8,7	281,5	83,7	251,1	в 9,3 раза	75,1	в 9,7 раза
2	Экстракты и эссенции кофе, продукты из них	1,7	5,3	0,4	1,0	-1,2	-74,2	-4,3	-81,0
3	Клейковина пшеничная	0,5	0,9	0,3	0,6	-0,3	-48,1	-0,2	-25,3
4	Солод	-	-	0,3	0,3	0,3	-	0,3	-
5	Непищевые продукты из рыбы и морских существ	0,01	0,5	0,004	0,2	-0,01	-69,9	-0,3	-66,6
6	Крахмал	0,3	0,2	0,2	0,2	-0,1	-20,0	-0,02	-9,4
7	Меласса	1,4	0,4	0,4	0,1	-1,0	-71,0	-0,3	-67,1
8	Мороженое	-	-	0,1	0,1	0,1	-	0,1	-
9	Сахара и сахарные сиропы прочие	0,4	0,4	0,1	0,1	-0,3	-78,6	-0,3	-77,4
10	Кондитерские изделия шоколадные	0,1	0,3	0,02	0,1	-0,1	-74,4	-0,2	-72,2
	Прочие продукты	0,4	1,0	0,1	0,1	-0,3	-71,9	-1,0	-93,6
	Итого	35,2	17,5	283,4	86,4	248,2	в 8,1 раза	68,9	в 4,9 раза

Источник: ITC Trade Map, ФТС России

Потенциал российского экспорта продукции АПК в Мексику

Расчетный объем потенциала поставок продукции АПК из России в Мексику к 2030 г. оценивается на уровне **360 млн долл. США**. Наиболее перспективными позициями являются зерновые (пшеница), а также прочая продукция АПК.



Потребительские предпочтения

- относительно высокий уровень социально-экономического неравенства и бедности населения в Мексике сдерживают развитие потребительского рынка страны, несмотря на общее улучшение ситуации в последнее десятилетие, связанное с проведением ряда соответствующих структурных реформ;
- восстановление внутреннего спроса в Мексике после пандемии COVID-19 обеспечило снижение уровня безработицы до 2,8% в 2023 г. (в 2021 г. — 4,1%), что значительно меньше среднего показателя по Латинской Америке (6,2%). Наряду с этим в последние годы в стране отмечается рост среднего уровня заработной платы на фоне снижения инфляции;
- естественный прирост населения поддерживает потребительский рынок Мексики, при этом миграционный отток наиболее квалифицированной рабочей силы (прежде всего — в США) остается важным фактором, сдерживающим в стране развитие человеческого капитала и расширение среднего класса;
- в последние десятилетия наблюдается устойчивый рост численности городского населения Мексики (в 2022 г. 81,3% граждан страны проживало в городах), и эта тенденция, согласно прогнозам, сохранится в будущем;
- цена продукции является основным критерием для потребителей при выборе продукции, качеству уделяется значительно меньшее внимание. Соответственно, рост мировых цен, особенно на энергоносители и продукты питания, оказывает негативное влияние на покупательную способность потребителей Мексики. Вместе с тем городские жители с доходом выше среднего в Мексике готовы платить больше за качественную продукцию и формируют основную часть спроса на нее;
- в популярной во всем мире мексиканской кухне богатые кулинарные традиции сочетаются с постоянным поиском новых вкусов. При этом каждый регион Мексики обладает собственными уникальными кулинарными традициями. Региональное разнообразие кухни широко используется пищевой промышленностью, и местная продукция занимает все более заметное место на полках супермаркетов не только в Мексике и США, но и во многих странах за пределами Америки. Например, спросом пользуются кукурузные чипсы начос, вкусовые добавки на основе соусов из региона Оахака (сочетание шоколада, специй и перца) или кухня Юкатана (ачиоте, хабанеро и лайма);
- широкий ассортимент продуктов питания в Мексике представлен как в современных каналах продаж, так и в более традиционных торговых точках (на рынках и в небольших бакалейных магазинах). При этом существенная часть розничных продаж приходится на традиционно большой неформальный сектор;
- в последние годы в Мексике наблюдается увеличение популярности вегетарианства и здорового питания. Данная тенденция связана с несколькими факторами, включая влияние традиционной мексиканской кухни с различными растительными блюдами, моду из США, а также растущее осознание важности ведения здорового образа жизни среди населения;



- отмечается устойчивый спрос на готовую к употреблению еду, сухие завтраки, а также замороженные изделия. При этом замороженное мясо непопулярно среди жителей Мексики, такая продукция воспринимается как менее качественная по сравнению со свежей;
- мясо птицы (прежде всего — мясо курицы) является наиболее популярным видом мяса в Мексике, при этом более 80% объема его потребления обеспечивается местным производством. Свинина также пользуется спросом у жителей страны, однако представлена примерно поровну местным и импортным мясом (в основном из США и Канады);
- увеличение цен на продукты питания последние несколько лет стимулировало потребителей в Мексике переходить на более дешевые виды мяса (мясо птицы и свинину), а также добавлять в рацион питания альтернативные источники белка (яйца и бобовые);
- несмотря на рост потребления молочной продукции в Мексике, спрос на питьевое молоко устойчиво снижается последние три года, что связано с изменением демографической ситуации в стране (сокращение рождаемости и, как следствие, численности населения в возрастной группе 0–14 лет — основных потребителей питьевого молока);
- продажи ароматизированных молочных напитков в Мексике продолжают демонстрировать положительную динамику. Потребители воспринимают такую продукцию как удобный вариант быстрого завтрака или перекуса. Ароматизированные молочные напитки также популярны в качестве полдника для детей школьного возраста;
- наиболее популярными видами кондитерской продукции в Мексике являются мучные (сдобное и сладкое печенье) и сахаристые кондитерские изделия (пастила, мармелад, жевательные конфеты со вкусами тамаринда и чили). На мексиканском рынке выпечки доминирует местная Grupo Bimbo — один из лидеров мирового рынка хлебобулочной продукции. При этом в 2022 г. компания продала американской Mondelez International свое дочернее предприятие Ricolino (крупнейшего в стране производителя сахаристых и шоколадных кондитерских изделий), сосредоточившись именно на сегменте мучных изделий.

Национальная кухня

Мексиканская кухня представляет собой сочетание испанской кулинарии и древних традиций индейцев Центральной Америки. В ее состав входят различные рецепты блюд, приготовление которых может занимать до нескольких недель. Основу мексиканской кухни составляют кукуруза, перцы чили, фасоль, тыква, мясо птицы, свинина и томаты. Наиболее часто потребляемыми мексиканцами продуктами растительного происхождения считаются томаты, авокадо, лайм, кактус нопаль, чайот и различные бахчевые. Среди рыбы и морепродуктов наибольшим спросом пользуются тунец, макрель, различные лососевые, креветки и осьминоги. Мясо птицы и свинина — наиболее распространенные виды мяса, говядина также входит в состав многих блюд, однако используется реже из-за более высокой средней цены. Среди молочной продукции мексиканцы отдают предпочтение питьевому молоку, йогуртам и сырам, а также соусам на основе сливок.



Популярные блюда



Тортилья — тонкая лепешка из кукурузной или пшеничной муки. Традиционно готовится на открытом огне в круглых плоских глиняных сковородах, называемых комаль.



Кесадилья — блюдо мексиканской кухни, состоящее из пшеничной или кукурузной тортильи, наполненной сыром. Для приготовления тортилья складывается пополам, наполняется сыром и обжаривается до полного расплавления сыра. Также возможно добавление в начинку мяса, чоризо, овощей, грибов или картофеля.



Буррито — мексиканское блюдо, состоящее из тортильи, в которую завернута разнообразная начинка (рубленое мясо, бобы, рис, помидоры, авокадо или сыр). По желанию в блюдо также добавляется салат, сметана и сальса на основе перца чили.



Энчилада — тортилья, чаще всего с мясной начинкой (обычно из мяса птицы). Иногда добавляются яйца или овощи. Свернутые энчилады обжариваются на сковороде или запекаются под соусом (иногда сыром) в духовой печи. Традиционно энчиладу поливают соусом моле из чили и какао.



Фажита — завернутое в тортилью жаренное на гриле и нарезанное полосками мясо с овощами. Чаще всего используется говядина, но также может использоваться свинина, мясо птицы, а иногда и морепродукты. К мясу часто добавляют сметану, гуакамоле, сальсу, пико-де-гайо, сыр и томаты.



Чилис эн ногада — мексиканское блюдо из чили перца поблано, фаршированного смесью измельченного мяса, фруктов и специй. Подается под соусом из сливок на основе грецких орехов, называемым ногада, семенами граната и петрушкой.



Торгово-распределительная сеть

Крупные компании-импортеры и дистрибьюторы

Название	Описание
Alimeats	Крупный мексиканский импортер и дистрибьютор мяса и мясной продукции. Компания реализует товары через собственную сеть из 18 точек оптовой торговли, расположенных по всей стране. Ассортимент компании включает говядину, свинину, баранину, мясо птицы и рыбу. Сайт: https://mayckolroldan7.wixsite.com/alimeats
Dairylac México	Импортер и дистрибьютор молочной продукции и сырья для пищевой промышленности, работающий на мексиканском рынке более 20 лет. В настоящее время управляет восемью распределительными центрами, в основном — в центральной и северной частях страны. В перечень реализуемой Dairylac México продукции входят сухое обезжиренное и сухое цельное молоко, молочные жиры и сыворотка, белковые концентраты и прочие продукты молочного производства. Сайт: www.dairylacmexico.com
Grupo Bimbo	Основанная в 1945 г. транснациональная продовольственная компания с головным офисом в Мексике, один из крупнейших в мире производителей хлебобулочных изделий. В настоящее время Grupo Bimbo представлена более чем в 30 странах за пределами Мексики и в последние годы активно расширяет свое присутствие на мировом рынке выпечки за счет приобретения местных производителей в Европе и Северной Америке. Более 200 заводов компании производят свыше 100 брендов продукции, которая затем поставляется в 3,4 млн торговых точек по всему миру. По итогам 2023 г. выручка Grupo Bimbo превысила 22,6 млрд долл. США. Сайт: www.grupobimbo.com/en
HB Alimentos	Мексиканский дистрибьютор, специализирующийся на поставках пищевого сырья и продуктов питания предприятиям сектора HoReCa в северной части страны. Компания основана в 1991 г. и расположена в промышленном и финансовом центре Мексики, городе Монтеррей штата Нуэво-Леон. Клиентами HB Alimentos являются заведения общественного питания, гостиницы и государственные учреждения, закупающие у компании мясную и молочную продукцию, овощи, фрукты и картофель, в т.ч. импортные. Портфель брендов компании включает широко известные в стране торговые марки Sigma, Upfield, Fud, Kir, Bafar, Pro sazón, Tangamanga, Yoplait и Chimex. В числе партнеров HB Alimentos крупнейший производитель молочной продукции в Латинской Америке Grupo Lala и один из ведущих мировых поставщиков молочных продуктов Groupe Lactalis. Сайт: www.hbalimentos.com
Oleofinos	Крупный мексиканский импортер, производитель и переработчик растительных масел, входящий в состав основанной в 1978 г. группы компаний Oleomex. Oleofinos принадлежит два крупных завода в штатах Халиско и Веракрус, продукция с которых реализуется через представительства по всей стране. Ассортимент компании включает кокосовое, соевое, пальмовое и рапсовое масла, а также изготавливаемые на их основе специализированные продукты для пищевой и косметической промышленности. Перевозки данных товаров осуществляются Transportadora de Líquidos Azteca — дочерней структурой Oleofinos, предоставляющей услуги по доставке партий товаров весом от 17 кг до 50 тонн. Сайт: www.oleofinos.com.mx/eng

Источник: EMIS, открытые источники данных

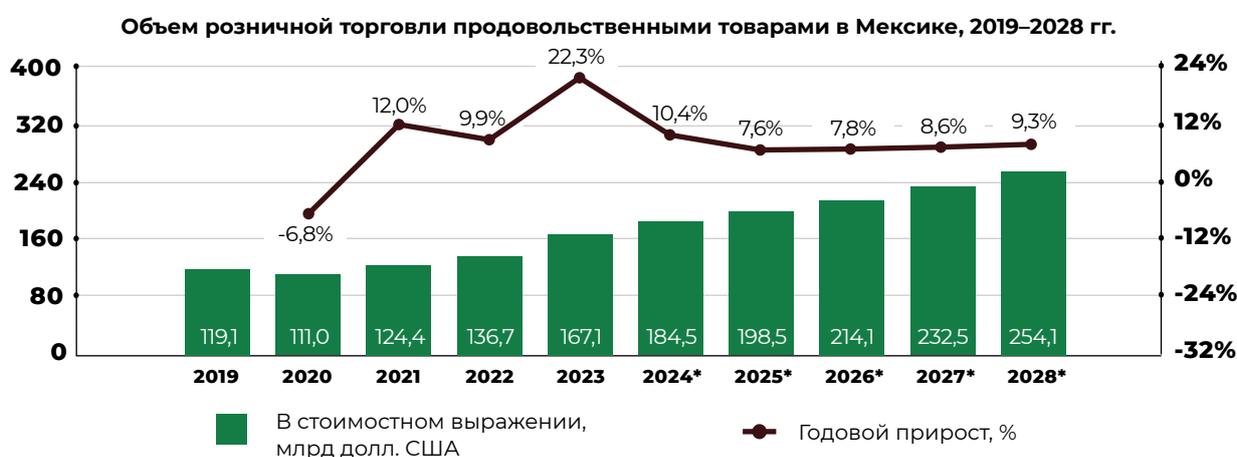


Розничная торговля

После падения продаж в 2020 г. на фоне пандемии COVID-19 объемы розничной торговли в Мексике на протяжении нескольких лет демонстрируют стабильный рост. По данным Национального института статистики и географии Мексики, индекс потребительской уверенности, используемый для измерения отношения потребителей к сложившейся экономической ситуации в стране, в начале 2024 г. достиг своего наивысшего значения с 2001 г. (более 47%), чему способствовал прежде всего рост доходов населения.

В сегменте розничной торговли продуктами питания доминирующими форматами в Мексике являются супер- и гипермаркеты, предлагающие потребителям широкий ассортимент иностранных и местных брендов. Увеличению объемов продаж данной категории магазинов в последние годы способствовали стабилизация экономической ситуации и снижение уровня инфляции. Кроме того, крупные сети супермаркетов и гипермаркетов сегодня активно работают над внедрением большего количества собственных торговых марок, чтобы привлечь более чувствительных к колебаниям цен потребителей.

Также большой популярностью в Мексике в настоящее время пользуются дискаунтеры (магазины с широким ассортиментом товаров по сниженным ценам), которые по стоимостному объему продаж превосходят другие категории продуктовой розницы благодаря поддержанию низких цен, что особенно актуально для многочисленной группы потребителей с относительно низким уровнем доходов. При этом по количеству торговых точек в Мексике сегодня по-прежнему преобладают небольшие бакалейные магазины.



Источник: EMIS

Примечание. Без учета электронной торговли продовольственными товарами. *прогноз.

Крупные магазины розничной торговли



Casa Ley — мексиканская компания, основанная в 1954 г. и специализирующаяся на управлении розничными сетями продуктовых магазинов в западной части страны. В настоящее время работают следующие форматы магазинов компании: супермаркеты Super Ley, оптово-розничные гипермаркеты Mayoreo / Super Mayoreo Ley, экспресс-маркеты Super Ley Express Plus и Super Ley Express.

Сайт: www.casaley.com.mx



Costco — американская оптово-розничная компания, одна из крупнейших в розничном секторе Мексики. Работает как сеть складов самообслуживания клубного типа (стоимость подписки в 2024 г. — 500 долл. США в год) и открывает для потребителей доступ к широкому ассортименту продуктов питания, напитков, товаров повседневного спроса и непищевых товаров по относительно низким ценам (за счет торговли оптовыми партиями). По состоянию на конец 2022 г. в Мексике насчитывалось 40 магазинов компании.

Сайт: www.costco.com.mx



Grupo Comercial Chedraui — торговая компания, с 1927 г. управляющая сетью супермаркетов Chedraui в Мексике и США. Помимо продуктов питания ассортимент включает товары повседневного спроса, игрушки, технику, электронику.

Сайт: www.chedraui.com.mx

La Europea

La Europea — сеть магазинов, специализируется на торговле алкогольными напитками, включая все виды вина. Компания управляет более чем 15 торговыми точками в Мехико. Ассортимент охватывает все виды спиртных напитков, как местного производства, так и импортных.

Сайт: www.laeuropea.com.mx



Organización Soriana — мексиканская компания сектора розничной торговли, основана в 1987 г. Управляет сетями гипер-, супер- и минимаркетов: City Club, Hipermart, Mercado Soriana и Super City, Mega, Soriana Súper Plus, Soriana Express, Sodimac Homecenter.

Сайт: www.organizacionsoriana.com





OXHO — основанная в 1977 г. и принадлежащая конгломерату Fomento Económico Mexicano мексиканская сеть круглосуточных магазинов шаговой доступности. На данный момент насчитывает более 21 тыс. торговых точек в нескольких странах Латинской Америки и предлагает широкий ассортимент местной и импортной продукции, пользующейся спросом среди местных потребителей благодаря сравнительно доступным ценам и гибкой системе скидок.

Сайт: www.oxho.com



Walmart — крупнейшая в мире на данный момент компания по размеру выручки, владеющая одноименной сетью оптовой и розничной торговли. В Мексике начала работу в 1991 г. и в 1997 г. заняла лидирующее положение благодаря приобретению мексиканской сети Grupo Cifra. В настоящее время в стране работает более 2,8 тыс. магазинов Walmart различных форматов, включая дискаунтеры Bodega Aurrera, супермаркеты Superama, экспресс-маркеты Walmart Express, мелкооптовые магазины Sam's Club.

Сайт: www.walmart.com.mx



Гостинично-ресторанный сектор

Туризм является одной из наиболее развитых отраслей Мексики — по оценке Секретариата по туризму Мексики, в 2022 г. на сектор пришлось около 8,5% ВВП. Страна входит в десятку наиболее посещаемых государств мира и популярна как среди местных жителей, так и у иностранцев благодаря большому количеству природных и культурных достопримечательностей, разнообразной кухне, богатству рекреационных ресурсов и близости к США. В Мексике для туристов доступны различные варианты проживания, включая отели, хостелы и кемпинги, а также жилье в аренду.

Наиболее востребованными, особенно среди семей, и одновременно доступными в секторе общественного питания являются рестораны быстрого обслуживания (фастфуд). Заведения данного сегмента активно расширяют ассортимент меню, добавляя блюда на растительной основе и блюда средиземноморских кухонь.

Значительный объем сектора общественного питания также приходится на небольшие уличные лавки, которые предлагают широкий ассортимент национальных блюд. Для приготовления используются в основном местные продукты, реже — импортные. Благодаря популярности многие рестораны полного цикла начали добавлять в меню собственные «адаптированные» версии уличной еды с использованием импортных продуктов.

Ресторанам полного цикла отдают предпочтения потребители с высоким уровнем доходов. Подобные заведения предлагают широкий выбор блюд различных кухонь. Особой популярностью пользуются азиатские, ближневосточные и средиземноморские блюда.

Объем сектора общественного питания в Мексике, 2019–2028 гг.



Источник: EMIS
Примечание. *прогноз.

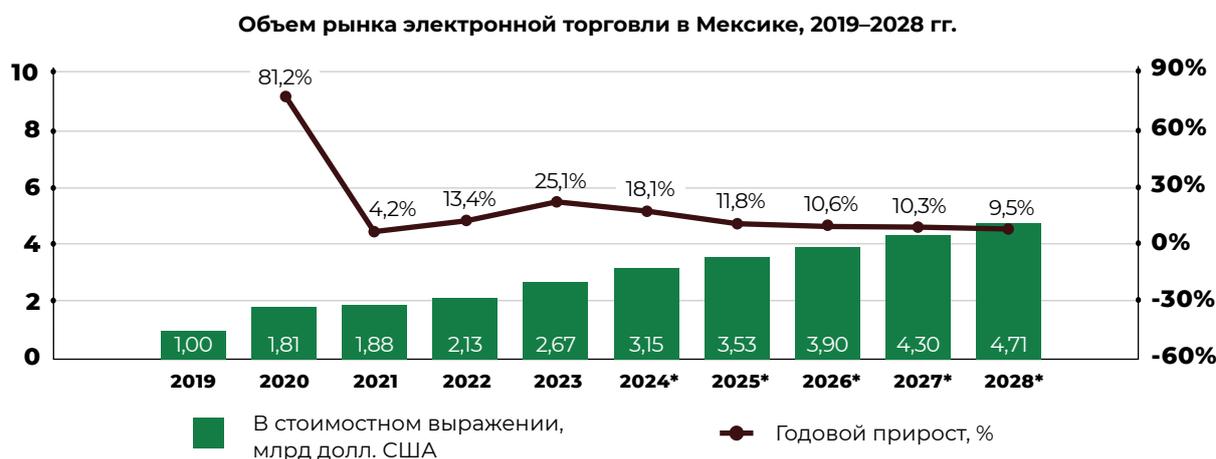


Электронная торговля

Электронная торговля в Мексике развивается быстрыми темпами, на рынке появляются новые игроки, и сетевые ритейлеры инвестируют в собственные сервисы по доставке продуктов питания и напитков. В период изоляции, связанной с пандемией COVID-19, современные розничные сети адаптировали свои бизнес-модели в целях облегчения доступа к продукции для потребителей. Благодаря этому сервисы по доставке товаров на дом, такие как Rappi и Cornershop, установили партнерские отношения с растущим числом розничных операторов. Крупные платформы электронной коммерции, такие как Amazon, Mercado Libre и Linio, продолжают расширять свою деятельность в стране, наряду с торговыми площадками супер и гипермаркетов. Многие магазины также сотрудничают с сервисами по доставке продукции на дом либо имеют собственную курьерскую службу.

Несмотря на рост сектора, значительное количество потребителей по-прежнему неохотно используют онлайн-сервисы для оплаты из соображений безопасности и страха стать жертвой мошенничества, отдавая предпочтение оплате наличными при получении товара. Однако маркетинговые кампании со стороны ведущих ритейлеров, а также меры по упрощению онлайн-платежей обеспечили рост доли мексиканцев, использовавших данный способ оплаты товаров и услуг в 2023 г.

Объем электронной торговли продуктами питания, как прогнозируется, продолжит увеличиваться благодаря значительным инвестициям со стороны ведущих ритейлеров, таких как Walmart. Компании также активно работают над усовершенствованием своих курьерских служб с целью реализации доставки до двери. На фоне проблем с логистикой из-за сложной географии и проблем с безопасностью крупные компании активно вкладывают средства в создание большего количества распределительных центров для удовлетворения растущего спроса.



Источник: EMIS

Примечание. *прогноз.



Особенности ведения бизнеса в стране

- деловая культура Мексики в целом схожа с бизнес-этикетом других крупных и наиболее экономически развитых стран Латинской Америки — Аргентины, Бразилии, Колумбии и Чили. Серьезное влияние на ее формирование оказала испанская колонизация, а также симбиоз католицизма и традиций коренного индейского населения. При этом исторически тесные связи мексиканского бизнеса с ведущей экономикой Западного полушария, США (обусловленные географической близостью двух стран), способствуют более глубокой по сравнению с другими государствами региона интеграции американских подходов к ведению бизнеса и корпоративной культуры в мексиканскую деловую среду;
- официальный язык в Мексике — испанский (страна на протяжении нескольких столетий входила в состав испанской колониальной империи). Для переговоров с местными контрагентами предпочтительно использовать именно его несмотря на то, что представители многих современных мексиканских компаний владеют и английским языком. Испанский считается одним из самых простых для изучения иностранных языков, при этом, как правило, знание даже нескольких фраз на испанском языке положительно воспринимается мексиканскими партнерами. Для встреч на высоком уровне, особенно при несовершенном владении испанским языком, рекомендуется воспользоваться услугами переводчика. Также имеет смысл подготовить раздаточный материал на испанском языке;
- важное значение при ведении бизнеса в Мексике имеет личное общение. Зачастую впечатление, произведенное контрагентом, и уровень персональных отношений с ним имеют для мексиканцев большее значение, чем содержание делового предложения. В связи с этим мексиканские партнеры уделяют много внимания и прилагают заметные усилия для поддержания регулярных контактов. Считается, что для установления прочных связей с мексиканцами необходимо не менее двух-трех визитов в год;
- в мексиканском обществе и бизнесе важны формальное звание и занимаемая должность. В большинстве местных компаний не принято делегировать полномочия и ответственность, процесс принятия стратегических решений практически всегда является прерогативой высшего руководства. Как и в США, ключевую роль в современной мексиканской компании обычно играет ее основатель и/или совет директоров. Сотрудники младшего звена в ходе переговоров, как правило, не вправе давать контрагентам какие-либо обещания и гарантии;
- стандартным приветствием для мужчин и женщин в деловых кругах Мексики является рукопожатие, которое может сопровождаться непродолжительными объятиями для мужчин или легким похлопыванием по правому плечу для женщин. Обмен поцелуями в щеку принят исключительно среди женщин, являющихся близкими знакомыми. При участии в переговорах представителей обоих полов в Мексике мужчине следует слегка поклониться и подождать, пока женщина первой протянет ему руку. В целом мексиканская культура общения довольно экспрессивная, в ней приняты активная жестикуляция и разговоры на повышенных тонах, границы личного пространства обычно не превышают расстояния вытянутой руки;



- обращение к мексиканским партнерам следует начинать с испанского «сеньор/сеньора» (*señor/señora*), называя их по фамилии (по имени в Мексике обращаются обычно к членам семьи, детям и близким друзьям). В стране также принято обращение с упоминанием должности, ученого звания или степени, если про таковые известно заранее. Мексиканцы, как и представители многих других испаноязычных народов, носят две фамилии — отца и матери, однако в обращении зачастую используется только первая;
- среди представителей мексиканских деловых кругов правилом хорошего тона и свидетельством успеха считается элегантный деловой костюм. Дресс-код в столице Мехико и в северных городах на границе с США более строгий, чем в других частях страны, поскольку здесь отчетливо проявляется влияние глобализации и вестернизированной корпоративной культуры. Для деловой встречи мужчинам подойдет классический костюм темного цвета с галстуком, в зависимости от погодных условий и формата встречи также возможно надеть гуаяберу — традиционную латиноамериканскую мужскую рубашку из легкой ткани. Женщины в Мексике обычно носят классические костюмы или платья, подходящие для местного влажного тропического климата;
- подарки во время деловой встречи в Мексике приветствуются, однако не являются обязательным элементом. При начале общения уместно подарить корпоративный сувенир. Если мексиканский партнер по бизнесу пригласил Вас в дом, рекомендуется принести вино, изысканные конфеты или пирожные. В Мексике не принято дарить желтые, фиолетовые и красные цветы, поскольку они традиционно ассоциируются с празднованием Дня мертвых. В качестве подарка лучше всего подойдет букет из нечетного количества (по европейской традиции) белых цветов;
- обмен визитными карточками — стандартная часть знакомства в Мексике, ими обмениваются в начале или в конце встречи. При этом после пандемии COVID-19 мексиканцы стали чаще пользоваться электронными визитками. Особые правила составления и обмена визитными карточками в Мексике отсутствуют, однако желательно иметь и передавать потенциальным контрагентам двусторонние визитки на испанском и английском языках с указанием номера мобильного телефона;
- понятие времени в Мексике весьма относительное. В стране распространена испанская традиция послеобеденного отдыха (*сиеста*), из-за чего переговоры обычно проводятся либо рано утром, либо ближе вечеру. Кроме того, во многих компаниях и государственных органах, где не принята западная корпоративная культура, опоздание на деловую встречу не считается неприемлемым. При этом пунктуальность мексиканских контрагентов часто зависит от их заинтересованности в сделке, поэтому позднее прибытие на встречу может символизировать и малую заинтересованность в конкретном проекте. Тем не менее при ведении бизнеса с мексиканцами рекомендуется сохранять терпение и оставаться пунктуальными, поскольку такая линия поведения существенно повышает вероятность успешного сотрудничества;
- среди других стран Латинской Америки Мексика известна тем, что переговорам здесь обязательно предшествует короткая беседа, во время которой можно поговорить о достопримечательностях страны, семье или спорте. Мексиканцы

в целом предпочитают не торопиться при обсуждении деловых вопросов и довольно долго обдумывать все их детали, в результате переговорный процесс в стране часто затягивается. Тем не менее контрагентам стоит в таких случаях вести себя дружелюбно и тактично, даже если есть ощущение, что все сроки уже прошли. Чтобы не создать для мексиканских коллег неловкую ситуацию, также рекомендуется избегать начала разговоров на такие темы как политика, религия и личные финансы;

- нормы приличия предписывают мексиканцам избегать прямого отказа собеседнику. Если Вам говорят «может быть», «почему бы и нет» или «посмотрим», на деле это, скорее всего, означает «нет». В любом случае рекомендуется получить от мексиканских партнеров письменное подтверждение достигнутых договоренностей, так как утвердительный ответ в разговоре может быть сделан из вежливости и не всегда означает окончательное решение и положительный результат.

Национальные праздники в 2024 г.

Дата	Название праздника
1 января	Новый год
5 февраля	День Конституции
18 марта	День рождения национального героя Бенито Хуареса
28 марта	Великий четверг
29 марта	Великая пятница
1 мая	День труда
5 мая	День битвы при Пуэбле (Синко де Майо)
16 сентября	День независимости
1–2 ноября	День мертвых