*ICEX España Exportación e Inversiones**

EL MERCADO MEXICANO: PROGRAMAS Y SERVICIOS DE ICEX

El presente artículo trata de la importancia de la internacionalización empresarial y del salto competitivo que han dado nuestras empresas en los últimos años a través de sus procesos de expansión exterior. Este impulso se manifiesta también a nivel agregado, de modo que los excelentes resultados de nuestro sector exterior son buena muestra del incremento de competitividad de la economía española.

Una de las claves de este éxito es la apuesta de nuestras empresas por los mercados más dinámicos, entre los que brilla con luz propia el mexicano.

ICEX considera a México como un mercado prioritario, tanto en la labor de impulso de las empresas españolas en sus procesos de internacionalización como en la de atracción de inversiones mexicanas hacia España.

Palabras clave: internacionalización, competitividad, inversiones.
Clasificación JEL: F13, F21.

1. La importancia de la internacionalización

El proceso de internacionalización de las empresas españolas ha incrementado su inercia durante los últimos años gracias a la apuesta decidida de nuestras empresas por los mercados exteriores como respuesta a la demanda interna.

En ICEX somos conscientes de la importancia capital de la internacionalización empresarial pues, a pesar del esfuerzo en inversión y recursos que supone, reporta a las empresas beneficios en términos de nuevas oportunidades de expansión, crecimiento e ingresos. Además, las hace menos vulnerables a cambios en las condiciones de la demanda local y permite un acceso al crédito más diversificado y más económico.

Además, el contacto con la competencia extranjera es una excelente escuela que mueve a la empresa a impulsar su productividad y la calidad de sus productos. En este sentido, una de las aportaciones más interesantes del fenómeno globalizador es la frecuente colaboración tecnológica y comercial entre proveedores y clientes, paradigmática de las cadenas de aprovisionamiento globales.

Por todo ello, las empresas exportadoras son, en general, de mayor tamaño, más eficientes, realizan más operaciones de inversión y suelen estar en mejor posición financiera que las que operan exclusivamente en el ámbito doméstico. Estas ganancias de eficiencia y competitividad tienen su reflejo a nivel agregado, de modo que una economía internacionalizada es, por definición, una economía competitiva. Por tanto, internacionalización y competitividad son las dos caras de una misma moneda. ▷

* Este artículo ha sido elaborado por María del Coriseo González-Izquierdo. Consejera Delegada.

Versión de mayo de 2014.

Esta retroalimentación entre internacionalización y competitividad es particularmente relevante en la actualidad. En anteriores crisis económicas, la exportación ya había sido tabla de salvación de las empresas españolas. No obstante, antes de la puesta en marcha de la moneda única podíamos poner al día nuestra competitividad de forma artificial devaluando la moneda nacional. Desde la introducción de la moneda única, sin embargo, este ajuste sencillamente no es posible. Por tanto, el aumento de nuestras ventas en el exterior ha de estar vinculado a ganancias reales de competitividad.

2. Los resultados de nuestras empresas: garantía de competitividad

Las empresas españolas han recogido este testigo y están protagonizando un proceso de impulso exterior reconocido a nivel internacional.

En los cuatro años comprendidos entre 2010 y 2013, se ha registrado un incremento agregado del valor de la exportación de bienes españoles del 46,5 por 100, de modo que, en la actualidad, exportamos un 24 por 100 por encima de nuestro mejor registro exportador previo a la crisis (correspondiente al ejercicio 2008) y al desplome del comercio mundial en 2009.

La moderación contemporánea de las importaciones ha contribuido a la consecución reciente de dos hitos que vale la pena destacar: la obtención, en marzo de 2013, del primer superávit comercial, por valor de 795 millones de euros, desde que comenzó a elaborarse la serie, en 1971, y la obtención, en el conjunto del ejercicio, de un superávit de la balanza por cuenta corriente, de 7.131 millones de euros, el primero desde 1997, frente al déficit de 11.519 millones de euros de 2012.

Teniendo en cuenta que, en 2008, España era uno de los países de la OCDE con mayor desequilibrio externo, esta situación de capacidad de financiación respecto al resto del mundo confirma el intenso proceso de ajuste y corrección de los desequilibrios acumulados durante la etapa de crecimiento previa a la crisis y es una buena muestra del aumento de la competitividad de nuestra economía.

3. La importancia del mercado mexicano

Uno de los elementos clave de esta brillante trayectoria exterior es que nuestras empresas han ido diversificando sus porfolios y sustituyendo los mercados maduros de la UE por otros con mayor dinamismo.

En este sentido, es importante destacar los cambios que está generando el incremento del peso geopolítico y económico de las nuevas economías emergentes y su consiguiente impacto en los patrones del comercio internacional.

En este proceso, México se ha convertido en actor de primera magnitud: la economía mexicana es la segunda mayor de Latinoamérica y contribuye casi un 30 por 100 al PIB conjunto de la región. México ha sido en los últimos años un gran receptor de inversión extranjera directa y, cada vez más, se perfila como un importante inversor en el extranjero. México se ha posicionado como un país aperturista e impulsor de la liberalización de los flujos comerciales internacionales, habiendo firmado hace más de 20 años el Tratado de Libre Comercio de América del Norte y en el año 2000 el Tratado de Libre Comercio y Asociación Económica con la Unión Europea, además de impulsar importantes alianzas con socios latinoamericanos, como el recientemente aprobado Tratado de Libre Comercio de la región Centroamericana y el Acuerdo Marco que da vida a la Alianza del Pacífico, una iniciativa de integración de México, Chile, Colombia y Perú para potenciar su comercio con la región Asia-Pacífico.

México es, además, un socio fundamental para España.

México fue, en 2013, el segundo destino de la exportación española en Latinoamérica, tras Brasil, y el séptimo mayor mercado de destino de ▷

nuestras empresas fuera de la UE. México es nuestro mayor suministrador latinoamericano y España, por su parte, es el mayor importador de mercancías mexicanas de entre los países de la UE.

El comercio bilateral ha aumentado con fuerza en los últimos años, como también lo ha hecho el número de empresas exportadoras a México, que han pasado de 7.500 empresas en 2009 a más de 12.000 en 2013. Además, casi 3.800 de ellas lo hacen de forma regular, esto es, en cada uno de los 4 últimos ejercicios. Esta estabilidad en las ventas se ha intensificado en 2013, con un aumento de las empresas exportadoras regulares del 8 por 100.

Y, si bien aumenta con fuerza el comercio bilateral, es en el ámbito de la inversión en el que son particularmente intensas las relaciones hispano-mexicanas.

España es el tercer mayor inversor en México, sólo por detrás de Estados Unidos y Holanda. Cuantitativamente, el grueso de esta inversión corresponde a las operaciones de las principales multinacionales españolas, presentes con fuerza en sectores fundamentales de la economía mexicana, como el financiero, energético, transporte y telecomunicaciones, turismo e inmobiliario y que tienen en México uno de sus principales centros de operaciones y de beneficios. No obstante, en los últimos tiempos están cobrando una importancia, quizás más cualitativa, las inversiones realizadas por pymes españolas en colaboración con socios mexicanos. Con datos del Registro de Inversiones Exteriores de la Secretaria de Estado de Comercio, México es nuestro tercer destino inversor fuera de la Unión Europea, con un *stock* de inversiones de 23.700 en 2011 (último dato disponible).

Pero es que, además, de acuerdo con los registros de la UNCTAD, México fue en 2012 el 15 mayor emisor de IED a nivel mundial y un emisor neto de inversión extranjera directa, un hecho sin precedentes y que muestra hasta qué punto México es un ejemplo paradigmático del auge de los mercados emergentes en ámbitos tradicionalmente reservados a los países más desarrollados. Esta nueva situación tiene un impacto claro para nuestro país: la posición inversora mexicana en España superaba en 2011 (último ejercicio disponible) los 20.000 millones de euros.

Uno de los elementos clave de esta situación es el surgimiento, en los últimos años, de grandes empresas latinoamericanas, denominadas multilatinas, que están tomando posiciones en empresas de otros países, muchas veces en los mercados más desarrollados y competitivos.

En este sentido, conviene destacar que España es un puente natural entre América, África y Europa, que existe Convenio de Doble Imposición, Acuerdo de Protección y Promoción Recíproca de Inversiones (APPRI) con México, que contamos con muy buenas conexiones aéreas, que Madrid es la sede del mercado Latibex y que somos la sede en Europa de las instituciones multilaterales latinoamericanas (BID, CAF, sede de la SEGIB). España es, por tanto, la base ideal para los negocios de las empresas mexicanas en Europa y norte de África.

Desde la integración de Invest in Spain en ICEX en 2012, ICEX tiene como objetivo no sólo la promoción de nuestras empresas en el exterior, sino, también, la atracción de inversión extranjera directa.

Así, hemos puesto en marcha el Plan de Sedes, con el objetivo de atraer a las multilatinas para que hagan de España su principal plataforma de acceso a los citados mercados.

4. México, mercado prioritario para ICEX

Con todo lo anterior, es fácil comprender por qué México es un mercado prioritario tanto para ICEX como para la Secretaría de Estado de Comercio.

Se trata de uno de los países PIDM (Plan Integral de Desarrollo de Mercado), una iniciativa puesta en marcha con el fin de fomentar las relaciones económicas y comerciales de España con 16 países considerados prioritarios.

En 2013, ICEX puso en marcha las siguientes iniciativas relativas al mercado mexicano: ▷

– En el marco de los planes de internacionalización de sectores, ICEX organizó, bien autónomamente o bien en colaboración con las asociaciones sectoriales, 9 acciones en ferias en México. Entre éstas, destaca el pabellón oficial en la Feria Alimentaria.

– Estas actividades de promoción se complementaron con 18 misiones comerciales (directas, inversas y de estudio), 4 jornadas técnicas, 2 exposiciones, 3 campañas de promoción, 1 campaña de investigación de mercados, 6 actividades de relaciones públicas y 4 acciones de ICEX *Sourcing*.

– El Foro de Inversiones y Cooperación Empresarial España-México, celebrado en julio en México DF, es paradigmático de la apuesta por México tanto de la Administración como de las empresas. ICEX organizó este Foro con el objetivo de ayudar a empresas españolas a encontrar socios mexicanos para desarrollar sus proyectos a través de agendas de reuniones individuales. En el Foro participaron 24 empresas españolas y para cada una de ellas la Oficina Económica y Comercial elaboró una agenda de reuniones personalizada. Se generaron así 220 reuniones con firmas mexicanas, interesadas en buscar oportunidades de colaboración o asociación bilateral.

ICEX organizó el evento en colaboración con ProMéxico y el Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología (COMCE) y contó con el patrocinio de Telefónica México y el copatrocinio de BBVA, Bancomer y Cofides.

– En lo referente a los planes individuales de empresas, en 2013 se apoyaron 18 proyectos vinculados al mercado mexicano.

– En nuestro centro de atención unificado a los exportadores e inversores, CAUCE, atendimos 2.013 consultas empresariales sobre México, es decir, más de 5 al día.

– La Oficina Económica y Comercial en México DF realizó un total de 102 servicios personalizados, la mayoría destinados a la identificación de socios comerciales (53) y a la realización de agendas para reuniones de negocio (46).

– Esta Oficina es la séptima que más servicios personalizados realiza y la valoración media de éstos fue de casi 8 puntos sobre 10.

– Por último, se organizaron 13 seminarios de mercados exteriores centrados en México y 20 entrevistas «Conecta con el Mercado» celebradas con la Oficina Comercial de México DF.

En 2014 se prevé mantener esta intensa actividad.

5. Conclusión

En 2013, más de 12.000 empresas españolas fueron capaces de vender en México y casi 3.800 lo hacen de manera regular. Desde ICEX nos gustaría que muchas otras siguieran su estela.

El país presenta un indudable atractivo, habiéndose labrado en los últimos tiempos una reputación como mercado abierto y competitivo. El ejecutivo del Presidente Peña Nieto ha puesto en marcha ambiciosas reformas que deberán tener un impacto positivo en el potencial de crecimiento de la economía mexicana a medio y largo plazo. Estas reformas, además, afectan a sectores interesantes para las empresas españolas y en los que ya han mostrado su competitividad, como energía, telecomunicaciones o banca.

Las empresas españolas se enfrentan en el mercado mexicano a una competencia similar a la que encuentran en otros lugares. No obstante, en este mercado contamos con una ventaja comparativa muy importante, pues existe una marca de España reconocida y que cotiza bien y al alza, tanto para productos tradicionales, como los agroalimentarios o los textiles, como para los productos industriales, ya que la tecnología y conocimiento de nuestras empresas están contribuyendo, y lo seguirán haciendo, al desarrollo de la economía mexicana.

ICEX cuenta con una completa batería de programas y servicios para todas las empresas, con independencia de su grado de internacionalización. Apoyarse en ellas y en el conocimiento del mer- ▷

cado que tiene nuestra Oficina Económica y Comercial en el país es fundamental. Desde ICEX adquirimos el compromiso de seguir trabajando para ofrecer a nuestras compañías las mejores herramientas de modo que ninguna empresa que quiera abordar el mercado mexicano lo haga sin nuestra ayuda.