

BOLETÍN DE LA ASOCIACIÓN DE GEÓGRAFOS ESPAÑOLES

CONSEJO ASESOR / ASSESSMENT BOARD

Vincent Berdoulay. Domaine Universitaire. Université de Pau
Georges Bertrand. Université de Toulouse II
Joaquín Bosque Sendra. Universidad de Alcalá de Henares
Jean-Paul Bravard. Université Lumière Lyon 2
Toni Breuer. Universität Regensburg
Anne Buttner. University of Cork
Ángel Cabo Alonso. Universidad de Salamanca
Enmanuel Eveno. Université du Toulouse - Le Miral
María Luisa Frutos Mejías. Universidad de Zaragoza
María Dolores García Ramón. Universitat Autònoma de Barcelona
José María García Ruiz. Instituto Pirenaico de Ecología
Josefina Gómez Mendoza. Universidad Autónoma de Madrid
Costis Hadjimichalis. Harokopio University, Athens (Grecia)
Rodrigo Hidalgo. Universidad Católica de Chile
Peter Jackson. Sheffield University (England)
Aharon Kellerman. Universidad de Haifa
Juan Luis Klein. Université du Québec
Antonio López Ontiveros. Universidad de Córdoba
Eduardo Martínez de Pisón Stampa. Universidad Autónoma de Madrid
Juan Mateu Bellés. Universitat de València
Carlos de Mattos. Universidad Católica de Chile
Ricardo Méndez Gutiérrez del Valle. Instituto de Economía y Geografía. CSIC
Fernando Molinero Hernando. Universidad de Valladolid
Janet Henshall Momsen. University of California Davis (EEUU)
Janice Monk. Tucson University (EEUU)
Carmen Ocaña Ocaña. Universidad de Málaga
José Omar Moncada. UNAM. Mexico
José Luis Palacios. Universidad Autónoma de México
Paolo Rodrigues. Universidade de Rio Grande. Brasil
Andrés Rodríguez Pose. London School of Economics
Hugo Romero. Universidad de Chile
Juan Romero González. Universitat de València
Fabio Sforzi. Università di Torino
Dina Vaiou. National Technical University of Athens (Grecia)
Dan van der Horst. University of Birmingham
J. Fernando Vera Rebollo. Universidad de Alicante
Rainer Wehrhann. Universidad de Kiel (Alemania)
Florencio Zoido Naranjo. Universidad de Sevilla

CONSEJO DE REDACCIÓN / EDITORIAL BOARD

Salvador Antón Clavé. Universitat de Tarragona
Eugenio Baraja Rodríguez. Universidad de Valladolid
Dolores Brandis García. Universidad Complutense de Madrid
Josefa Bru Bisutier. Universitat de Girona
Inmaculada Caravaca Barroso. Universidad de Sevilla
Carmelo Conesa García. Universidad de Murcia
Emilio Chuvieco Salinero. Universidad de Alcalá de Henares
Carmen Delgado Viñas. Universidad de Cantabria
Pedro Dorta Antequera. Universidad de La Laguna
Ana Isabel Escalona Orcao. Universidad de Zaragoza
Felipe Fernández García. Universidad de Oviedo
M^a Rosario Galdós Urrutia. Universidad del País Vasco
Jacob García Álvarez. Universidad Carlos III de Madrid
Arlinda García Coll. Universitat de Barcelona
M^a Luisa Gómez Moreno. Universidad de Málaga
Ruben C. Lois González. Universidade de Santiago de Compostela
Javier Gutiérrez Puebla. Universidad Complutense de Madrid
Javier Martín Vide. Universitat de Barcelona
Antonio Moreno Jiménez. Universidad Autónoma de Madrid
Alfonso Mulero Mendigorrí. Universidad de Córdoba
José Ojeda Zújar. Universidad de Sevilla
David Palacios Estremera. Universidad Complutense de Madrid
M^a Jesús Perles Roselló. Universidad de Málaga
M^a Fernanda Pita López. Universidad de Sevilla
Juan Ignacio Plaza Gutiérrez. Universidad de Salamanca
Onofre Rullan Salamanca. Universitat de les Illes Balears
Julia Salom Carrasco. Universitat de València
Miguel Sánchez Fabre. Universidad de Zaragoza
Concepción Sanz Herráiz. Universidad Autónoma de Madrid
David Sauri Pujol. Universitat Autònoma de Barcelona
Joana María Seguí Pons. Universitat de les Illes Balears

CONSEJO DE EDICIÓN / EDITORIAL BOARD

Gemma Canoves Valiente. Universitat Autònoma de Barcelona
José María Fera Toribio. Universidad Pablo de Olavide (Sevilla)
Inmaculada Caravaca Barroso. Universidad de Sevilla
Juan Ignacio Plaza Gutiérrez. Universidad de Salamanca

SECRETARÍA DE REDACCIÓN / JOURNAL EDITORIAL SECRETARY

Jorge Olcina Cantos. Universidad de Alicante

Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles (ISSN 0212-9426) es una revista con periodicidad cuatrimestral editada y distribuida por la Asociación de Geógrafos Españoles, a través de su Secretaría, cuya dirección es C/ Pinar 25. 28006 Madrid.

Es objetivo de esta publicación posibilitar la difusión de las investigaciones realizadas por el colectivo de geógrafos españoles, a la vez que constituye un foro de debate abierto a todas las personas interesadas en la ciencia geográfica. Está dirigida a investigadores, docentes, profesionales de la geografía y estudiantes desde una perspectiva abierta, asimismo, al resto de disciplinas de las ciencias sociales y naturales. Permite integrar experiencias, conocimientos sobre líneas de investigación y metodologías de trabajo desarrolladas en el seno de la Geografía, en sus distintas ramas de especialización. Es un medio para la publicación de reflexiones sobre procesos territoriales, medioambientales y socioeconómicos que atañen directamente a la valoración de los entornos y facilitan el conocimiento de la realidad para afrontar retos en las relaciones entre grupos sociales y el territorio.

Cada número de la publicación se estructura a partir de aportaciones en forma de artículos, basados en estudios originales, junto con notas de síntesis y reseñas de libros y tesis doctorales que permiten al lector un conocimiento sobre tendencias y evolución de la disciplina geográfica.

Los trabajos presentados son sometidos a evaluación externa y anónima, por parte de miembros de la comunidad geográfica nacional e internacional, con participación los Consejos de Redacción y Asesor.

La revista *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* aparece indexada en las siguientes bases de datos: ISOC (CINDOC, Consejo Superior de Investigaciones Científicas), LATINDEX, URBADISC y Bibliographie Géographique Internationale. A través de los portales de difusión electrónica de revistas TECNOCENCIA (www.erevistas.csic.es) y DIALNET (<http://dialnet.unirioja.es/>) se pueden consultar los contenidos de la revista en formato *pdf, e igualmente en la propia página web de la Asociación de Geógrafos Españoles (www.age.es y <http://www.ieg.csic.es/age/boletin.htm>). El Boletín de la Asociación de Geógrafos ha sido incluido, desde 2005, en el Social Science Citation Index (SSCI) y aparece citado en el listado de revistas indexadas que se contiene en la página web de Thompson Scientific (<http://www.isinet.com/>).

e-revist@S

THOMSON
★

Copyright 1984. Todos los derechos reservados. Ninguna parte de los estudios editados puede ser reproducida a través de cualquier medio técnico sin permiso escrito del editor.

Las opiniones expresadas en artículos, notas, informaciones, recensiones de libros y resúmenes de tesis publicadas por el *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles* son de exclusiva responsabilidad de sus autores.

ARTÍCULOS

LAS RELACIONES ECONÓMICAS ESPAÑA-MÉXICO: EL PAPEL DE LA PYME INDUSTRIAL¹

José Luis Alonso Santos

David Ramos Pérez

Departamento de Geografía

Universidad de Salamanca

RESUMEN

El artículo trata las relaciones económicas España/México, centrándose en los flujos comerciales y financieros de España hacia México. La naturaleza e intensidad de los mismos, la personalidad de las empresas que los protagonizan —grandes y pequeñas y medianas empresas—, los sectores de actividad implicados, las regiones de procedencia de la inversión así como el lugar donde se localizan en México, constituyen el cuerpo del trabajo, que se ve completado por el análisis de la política de promoción exterior seguida en los últimos años por administraciones, asociaciones empresariales y las propias empresas.

Palabras clave: España/México; Pymes; flujos comerciales y financieros; Comercio Internacional.

ABSTRACT

This paper is about the economic relations between Spain and Mexico, paying particular attention to commercial and financial flows from Spain to Mexico. We mainly examine the nature and intensity of those flows, the type of the firms involved —big companies and small and medium ones—, the economic activities concerned, the Spanish regions where they come from and the areas in Mexico affected by them. Finally we study policies adopted

Fecha de recepción: diciembre 2005.

Fecha de aceptación: noviembre 2007.

¹ El texto es fruto de una línea de investigación abierta sobre el creciente protagonismo de la empresa industrial mediana y pequeña en el proceso de internacionalización de la economía española y, en concreto, en su orientación hacia México. Responde a un proyecto en colaboración con el Departamento de Geografía Económica del Instituto de Geografía de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y ha dispuesto de financiación de la de la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) durante el año 2004.

during last years by public administrations, the employers' organizations and also some firms to promote internationally these economic activities.

Key words: Spain/Mexico; Pyme; flows commercial and financial; Commerce International.

PRESENTACIÓN

El texto es una aproximación a las relaciones económicas España-México y, en concreto, se estudian los flujos de España hacia México en dos ámbitos específicos, los comerciales y la inversión directa, prestando una atención prioritaria al papel de las pequeñas y medianas empresas en estas relaciones. Si bien en los intercambios comerciales España ha tenido en México en los últimos años un socio de primera magnitud en América Latina, la inversión directa ha ido adquiriendo un protagonismo creciente que le da una nueva dimensión a la relación bilateral. El acuerdo de libre comercio de México con la Unión Europea y la creciente integración económica de México dentro del NAFTA, son acontecimientos que vienen a estimular la revalorización del mercado mexicano para el capital industrial español. El proyecto de investigación que alimenta este trabajo busca aproximarse al papel de un agente como la pequeña y mediana empresa industrial, que si bien en volumen de inversión individual no tiene un peso relevante, cada día es mayor el número de las mismas que participan en el mercado mexicano. Las pymes son hoy un protagonista de creciente relevancia en la inversión exterior española, en los mercados latinoamericanos y en concreto en México. Otra dimensión a la que prestamos especial atención es el origen regional del capital industrial español asentado en el país azteca así como se identifican los sectores industriales que se muestran más dinámicos en los intercambios y la inversión. El apartado final se centra en la valoración del soporte institucional en red forjado recientemente al servicio de la internacionalización de la empresa española.

1. MÉXICO SOCIO RELEVANTE EN LAS RELACIONES ECONÓMICAS DE ESPAÑA CON AMÉRICA LATINA

Sólo en fechas recientes España comienza a valorar sus relaciones con los países de América Latina en términos que, sin dejar de enfatizar los históricos lazos de lengua y cultura comunes, pone en las relaciones económicas, el fomento de las mismas, el principal empeño lo que si bien es coherente con las reglas de la economía global cada día más presente no deja de ser también un factor de recelo para las propias sociedades latinoamericanas. Éstas han llegado a ver incluso en esta renovada presencia española entre ellos una vuelta a las prácticas de colonización impropias de la época. Se podría decir incluso que la percepción de la presencia económica española en la región puede aparecer distorsionada al alza ya que siempre fue reducida² y aún hoy sigue siendo muy inferior a la que ofrecen otros países de

² Con ser cierto que en los años sesenta y setenta su monto era reducido en el total de la inversión exterior directa que llegaba a la región no es menos cierto que representaba sobre el total de la inversión exterior de España un elevado porcentaje: el 28,4% en el periodo 1963-1973 y el 51,3% en los años 1974-1980, según datos de la I Conferencia Iberoamericana de Cooperación Económica (1981, p. 133).

la Unión Europea (UE) y desde luego Estados Unidos. Los cambios de los últimos lustros están marcados por el empuje de las inversiones del capital español convertido en uno de los más dinámicos en la región desde mediados de los años 90 (Velarde, 1999; Pampillón y Fernández, 1999; Roldán y Soriano, 1999; Casilda, 2002) cuando convergen el aumento del excedente de capital en las empresas españolas y políticas de apertura al capital exterior en los países de América Latina, el auge de la inmigración latina en España y del turismo en ambas direcciones. Son realidades que transmiten la imagen de unas relaciones estables y más densas cada día. Sin embargo, los intercambios comerciales no están a ese nivel y los financieros tienen aún que demostrar si confían o no en el futuro de la región.

La situación dista de ser tan optimista ya que, especialmente nuestro **comercio**, debe afrontar la competencia de las economías emergentes del Pacífico asiático, con China en cabeza, pero también hay que tener muy presente la creciente competencia que algunos países de la región (México, Chile, Brasil) vienen mostrando frente a los productos de algunos de los sectores de la economía española presentes en los mercados latinoamericanos. Identificar sectores y productos en riesgo de ser desplazados de los mercados de la región es un primer paso para la búsqueda de estrategias de acción tendentes a fortalecer la competitividad de los productos antes de que sean desplazados. El caso de México con no ser generalizable a toda la región puede ser una buena muestra de la naturaleza y tendencia que muestran nuestras relaciones económicas en la región.

En el ámbito **financiero**, la pujanza de las inversiones de capital español en América Latina en la década pasada (Cuadro 1) ha sido presentada como prueba de madurez del capi-

Cuadro 1
INVERSIÓN ESPAÑOLA EN AMÉRICA LATINA: MILLONES DE EUROS

	Total en América Latina	Total de España	% A. Latina/España
1993	61,46	796,32	7,72
1994	1.942,75	3.113,48	62,40
1995	267,94	2.839,79	9,44
1996	1.496,56	3.313,64	45,16
1997	5.222,94	8.996,28	58,06
1998	6.216,53	12.236,94	50,80
1999	27.723,10	43.568,38	63,63
2000	22.304,00	50.792,39	43,91
2001	8.419,64	42.113,63	19,99
2002	5.933,10	29.763,78	19,93
2003	4.286,84	24.765,70	17,31
2004	7.366,42	42.430,31	17,36
TOTAL	91.241,28	264.730,64	34,47

Fuente: ICEX. 2005.

talismo global y como muestra de confianza en el futuro económico de las jóvenes democracias aparecidas en la región. El destacado protagonismo en sectores de actividades clave de la economía latinoamericana (telecomunicaciones, financiero, energía, infraestructuras físicas y de servicios, turismo) de un puñado de grandes empresas españolas ha sobredimensionado el protagonismo real de la economía española y oscurecido la creciente presencia en la región de un buen número de medianas incluso pequeñas empresas industriales y de servicios. En el periodo 1993 a 2004 América Latina recibió el 34,5% de la inversión exterior española lo que la sitúa como el área de interés principal detrás de la Unión Europea que incluso pasa a un segundo lugar en el periodo 1996-2000. Dos hechos merecen atención más allá del volumen y naturaleza de la inversión. Uno es la marcada irregularidad del ciclo inversor y, el otro, su distribución por países....

En los primeros años noventa las cifras de inversión seguían siendo bajas frente a la exuberancia inversora del quinquenio siguiente al que siguen los años recientes de preocupante desinterés del capital español por la región. Siendo real la atonía del crecimiento económico de la región en estos primeros años de la presente centuria y existiendo una grave crisis económica y social en países como Argentina, Ecuador, Bolivia o Venezuela que depara cambios e inseguridad normativa para el capital exterior, no por ello queda plenamente justificado el brusco descenso de la inversión en la región durante los últimos años. Ello suscita interrogantes a cerca de la vigencia real de una apuesta decidida y firme del capital español por la región ya que se produce el alejamiento de la misma al menor síntoma de crisis o incertidumbre coyuntural cuando debe ser el largo plazo el horizonte que ha de marcar el comportamiento de las relaciones económicas que aspiran a ganar la confianza de los mercados a los que acceden. La aparición de nuevos países de interés inversor como los recién incorporados socios de la Unión Europea o China no justifican el desinterés del gran capital español por una región de históricos lazos en la que se han ido asentando buen número de Pymes españolas con ánimos de permanecer y en las que cabe esperar una creciente consolidación de sus estructuras productivas, políticas e institucionales, básicas para el desarrollo de las grandes potencialidades de crecimiento económico que tiene América Latina. La sospecha de «oportunismo» inversor (ante las grandes privatizaciones de los años noventa) que se extiende por la región respecto del proceder del gran capital español ha alimentado la mala imagen del país identificada por amplios sectores sociales como «una actitud neocolonial». Este ambiente hostil al capital español en abierto contraste con la buena imagen del país, sostiene Barciela (2002, pgs. 50-51) que deriva tanto de estrategias erróneas de las propias empresas como de la confabulación contra ellas de «fobias» locales (reacción frente a la extranjero y/o frente a las políticas de privatización de servicios). En suma, constancia, eficacia y calidad en las prestaciones por parte de las empresas junto con el fortalecimiento de políticas de cooperación económica por parte de España, deben contribuir al restablecimiento de un ambiente de confianza en las inversiones españolas. En palabras de Curbelo (El País, 28/6/2005) siendo bienvenida la diversificación de mercados no puede justificar la desidia inversora mostrada hacia la región en los últimos años.

Hablar de América Latina como región de sólidas relaciones económicas con España no deja de sur una simplificación ya que al menos para la inversión directa española son 4 los países que atraen el grueso de las inversiones. México, Argentina, Brasil y Chile representan conjuntamente el 85,1% de la inversión total (cuadro 2). El grado de desarrollo del

Cuadro 2
INVERSIÓN DE ESPAÑA EN AMÉRICA LATINA POR PAÍSES 1993-2004: MILLONES DE EUROS.

País	1993/1995	1996/2000	2001	2002	2003	2004	Acumulado	% Regional
MEXICO	232,72	5.898,69	1.901,49	1.428,98	-414,46	5.200,61	14.248,03	15,62
COSTA RICA	0,17	13,25	6,24	3,91	5,00	12,00	40,57	0,04
EL SALVADOR	-1,40	87,82	35,21	38,54	2,39	-2,15	160,41	0,18
GUATEMALA	0,26	255,03	35,48	188,95	8,00	0,00	487,72	0,53
HONDURAS	0,00	57,99	0,00	0,08	0,00	1,00	59,07	0,06
NICARAGUA	0,02	144,31	6,41	0,23	-6,33	0,07	144,71	0,16
MCC	-0,95	558,40	83,34	231,71	9,06	10,92	892,48	0,98
CUBA	-2,26	827,64	15,47	-0,77	0,00	-3,00	837,08	0,92
BOLIVIA	0,33	124,60	-16,45	92,72	-19,2	0,00	182,00	0,20
COLOMBIA	33,93	2.705,50	234,27	7,03	101,3	-1,23	3.080,80	3,38
ECUADOR	36,09	114,99	5,65	41,14	8,32	6,10	212,29	0,23
PERU	1.632,07	846,70	478,59	181,93	-9,11	-2,71	3.127,47	3,43
VENEZUELA	-29,51	886,83	1.405,44	-9,82	22,77	61,99	2.337,70	2,56
C. ANDINA	1.672,91	4.678,62	2107,5	313,00	104,08	64,15	8.940,26	9,80
ARGENTINA	217,62	22.013,20	345,5	4.641,78	975,79	901,49	29.095,38	31,89
BRASIL	85,78	22.228,49	1.740,96	-1.495,19	1.366,63	465,03	24.391,70	26,73
PARAGUAY	2,66	- 20,28	0,16	0,10	20,75	0,00	3,39	0,00
URUGUAY	9,64	442,23	1.202,05	563,22	69,64	43,8	2.330,58	2,55
MERCOSUR	315,70	44.663,64	3.288,67	3.709,91	2.432,81	1.410,32	55.821,05	61,18
CHILE	50,93	6.141,95	956,11	221,79	1.860,30	678,89	9.909,97	10,86
Latinoamérica	2.272,15	62.963,13	8.419,64	5.933,10	4.286,84	7.366,42	91.241,28	100

Fuente: Datos de ICEX 2005.

país y el tamaño de su mercado constituyen factores de diferenciación nítidos entre países pero también hemos de preguntarnos por las razones de que la inversión española sea muy irregular por años en muchos de los países además de baja en general. De nuevo, planea la idea de oportunismo puntual más que la existencia de una trayectoria regular de inversión en la región.

Los **intercambios comerciales** España/América Latina, presentan un nivel (5,8% de las exportaciones y apenas el 2,5% de nuestras importaciones en 2002) muy inferior al existente en los años 60 y 70 del pasado siglo³ cuando el desarrollo económico y la apertura internacional de la economía española era muy inferior a la actual así como las economías latinoamericanas mostraban un fuerte proteccionismo. La profunda crisis económica en la que caen primero la economía española (1975/1985) y también Latinoamérica (década de los 80), dará paso a la creciente internacionalización de una y otras economías a medida que avanzan los años 80 del siglo pasado. Década marcada por la reorientación geográfica de los intercambios exteriores de modo que el comercio de España con las repúblicas de la región apenas supera desde entonces el 5% de las exportaciones totales (Cuadro 3) frente

Cuadro 3
EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A AMÉRICA LATINA

	Valor	% s/Total de España
1984	209.941	5,56
1987	182.086	4,34
1991	225.841	3,63
1993	2.647.935	-
1994	3.519.763	-
1995	3.598.926	5,16
1996	4.218.774	5,40
1997	5.642.483	6,04
1998	6.360.997	6,37
1999	6.076.067	5,80
2000	7.012.388	5,65
2001	7.407.662	5,78
2002	6.771.931	5,08

FUENTE: Anuario El País para 1984, 1987 y 1991; Anuario Estadístico de España, 2005

NOTA: Valor en miles de euros salvo para los años 1984, 1987 y 1991, en millones de pesetas.

3 Las exportaciones españolas hacia América Latina pasaron del 8% en 1960 al 12,9% en 1970 con un máximo histórico en 1966 cuando ascendieron al 17% (I Conferencia Iberoamericana de Cooperación Económica, 1981, p. 44).

Cuadro 4
ESPAÑA: EXPORTACIONES FOB A LOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA: %

	1970	1980	1995	2000	2002
Argentina	16,00	16,81	19,72	13,5	4,48
Bolivia	1,60	0,39	0,49	0,66	0,46
Brasil	8,80	8,16	18,04	17,92	15,13
Colombia	10,20	7,18	5,98	3,48	4,19
Costa Rica	0,60	0,99	0,83	1,81	1,96
Cuba	11,90	8,50	8,65	8,97	7,09
Chile	12,20	6,75	9,46	6,59	6,17
Ecuador	3,60	2,11	2,12	1,19	2,50
El Salvador	0,80	0,43	0,53	0,89	0,84
Guatemala	0,70	0,78	0,72	1,24	1,44
Honduras	0,20	0,41	1,21	0,74	0,74
Méjico	9,50	10,06	11,7	21,53	34,57
Nicaragua	0,50	0,22	0,73	0,29	0,47
Panamá	3,40	1,66	1,56	3,76	1,48
Paraguay	0,30	0,43	0,68	0,4	0,42
Perú	3,50	1,93	6,24	2,72	2,34
República Dominicana	2,20	1,37	1,99	5,97	5,19
Uruguay	1,80	1,62	3,88	2,15	1,43
Venezuela	10,90	16,94	5,45	6,18	9,10
América Latina	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
% Export/España	12,80	10,60	5,16	5,65	5,11

Fuente: Las relaciones económicas entre España e Iberoamérica para 1970 y 1980. ICEX para el resto.

a casi el 13% que llegó a representar en 1970. Al contrario del comportamiento de las inversiones, el comercio mutuo se ha debilitado con la liberalización económica. Incluso intuimos que de no tomarse más en serio los intercambios comerciales con los países de la región hay peligro real de pérdida de cotas de mercado en la medida en que los países emergentes asiáticos pero también de la propia América Latina, han entrado en una clara línea de expansión internacional que puede restar demanda a los productos de algunos de los sectores de la economía española asentados en la región. De ahí que deseamos que sea debido a la atonía económica regional agravada por la crisis del mercado argentino, la cau-

sante de la regresión en valor absoluto de nuestras exportaciones a la región observada en los últimos años. El ejemplo de México, sin ser generalizable a la región, permite conocer los cambios que se están operando en su comercio exterior que en los últimos años presenta una rápida penetración de los productos con origen en países como Taiwán, Corea del Sur, Malasia y China. En qué grado compiten estos bienes con algunos de los que venda España es un buen interrogante que debe responderse cuanto antes si se desea evitar la pérdida de parcelas de mercado en la región.

El comercio español con los países latinoamericanos presenta una geografía más diversificada que las inversiones (Cuadro 4). No obstante, en el año 2000 los 4 países con mayor cuota de mercado (Argentina, Brasil, Cuba y México) acaparan el 62% de nuestras exportaciones. Por otro lado, los datos ponen de relieve los cambios que se vienen operando desde 1980 en la intensidad de los flujos comerciales con los distintos países ya que Colombia o Venezuela incluso Argentina, han perdido peso mientras que toman gran protagonismo los mercados de Brasil y México. En la práctica asistimos a un proceso de concentración de mercados pues en 1980 los 4 principales representaban 10 puntos menos (52,3%) que en 2000.

En este reciente contexto de las relaciones bilaterales España-América Latina, aparece México como un caso tan importante como especial ya que fue y sigue siendo nuestro socio económico principal en la región pero a la vez presenta rasgos muy singulares dada su marcada política nacionalista y su fuerte vinculación a la economía de América del Norte, especialmente desde 1994 con su incorporación al Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos y Canadá.

2. EL CAMBIO DE LAS RELACIONES BILATERALES ESPAÑA-MÉXICO: DEL PROTECCIONISMO AL LIBRE COMERCIO

• *El proceso de liberalización económica y la regulación de la cooperación*

México a partir de mediados de los años ochenta y España desde los años de la Transición política, inician un camino sin retorno hacia la liberalización de sus economías y una creciente integración en sus inmediatas áreas geográficas de relación económica: América del Norte en el caso de México y la Unión Europea por parte de España.

Las relaciones económicas entre España y México, de larga trayectoria en el tiempo, están marcadas en las dos últimas décadas por importantes cambios derivados de las modificaciones en las respectivas normativas reguladoras de los intercambios económicos exteriores generales así como de los bilaterales.

Ello también ha supuesto cierto enfriamiento o pérdida de vigor en la intensidad de los flujos de intercambio mientras ambas economías enfatizaban la potenciación de las relaciones con sus nuevos socios regionales (Tratado de Libre Comercio de América del Norte y Unión Europea).

Metabolizado el proceso de inserción a sus respectivas áreas regionales económicas, en los últimos años su perfila un cuadro de relaciones bilaterales más intenso y fluido. Sintéticamente expresados los momentos que jalonan la evolución de las relaciones bilaterales son:

• **México: del proyecto nacionalista a la integración en el TLC**

La política económica del Partido Revolucionario Institucional (PRI) estará muy determinada por un marcado proteccionismo que se extiende a casi todos los bienes en momentos de crisis como en 1976 y, sobre todo, con la crisis de la deuda en 1982 (Lustig, 1992). Será en 1985 cuando el país inicia el proceso de cambios en la regulación de sus intercambios con el exterior orientado a conseguir su homologación internacional (acceso al GATT, a la OCDE). Liberalización comercial y apertura a la inversión exterior serán los ejes en torno a los que giran las reformas que de forma gradual se instauran hasta 1987: reducción de aranceles, eliminación de precios de referencia, reducción al 20% de la producción nacional cubierta por licencias de importación, abren el mercado a la competencia de los bienes del exterior.

La Inversión Exterior Directa (IED) rígidamente reglamentada (Ley de Inversiones Extranjeras de 1973; Ley de Transferencia de Tecnología de 1973 y Ley de Inventiones y patentes de 1976) era muy baja en el país al concluir la década de los años 70 (1,07% del PIB en 1980 según CEPAL) pues se veía su presencia como un factor de dependencia nacional del exterior. Pero los nuevos postulados de política económica más abierta a la competencia internacional presentarán la llegada de capitales como exponente de confianza internacional en el país por un lado, y, por otro lado, como una necesidad para la financiación del crecimiento económico. Desde 1985 se dan pasos para su liberalización, especialmente en 1989/1990, cuando se extiende la opción de titularidad de capital extranjero al 100% de numerosas actividades aunque pervivirán restricciones en sectores sensibles de la economía nacional como el financiero, el energético o los derivados del petróleo y se mantiene reservado en exclusiva al Estado la titularidad del sector petroquímico básico por mandato constitucional (Téllez, 2000; Roura, 2000; Aranda, 2002). La plena liberalización económica llegará poco después con la incorporación al TLC aunque se va a mantener inalterado el principio constitucional que impide la plena liberalización del sector energético (en dos ocasiones, el parlamento mexicano ha bloqueado la propuesta gubernamental —etapa final del sexenio Zedillo y primer texto del gobierno Fox).

En todo este periodo de tiempo, la prioridad de las autoridades mexicanas vendrá determinada por conseguir el reconocimiento y homologación de sus medidas liberalizadoras por los organismos multilaterales de regulación económica así como de la autoridad norteamericana. En términos de intercambios externos significa una mayor atención a sus relaciones económicas con el mercado del Norte desarrollado en detrimento de su papel en el área de la Asociación Latinoamérica de Integración (ALADI) y extrarregional. En efecto, el notable incremento de sus intercambios comerciales con el exterior desde mediados de los años ochenta es debido a su fuerte vinculación a la economía de América del Norte, en gran medida, a través del proceso maquilador (las exportaciones a EE.UU. pasaron del 82,7% en 1993 al 88,8% en 2003). Frente a esta aplastante realidad, a medida que avanzan los años 90 México intensifica sus esfuerzos para aumentar la diversificación geográfica de sus intercambios económicos no sólo hacia la UE (firma del Tratado de Libre Comercio en el año 2000) y con España sino que sus acuerdos comerciales con países y asociaciones de integración latinoamericanas caminan en la misma dirección así como su apertura a las economías emergentes del continente asiático. En 2001 eran 32 los países con los que había firmado acuerdos o tratados de libre comercio. La apertura de la economía mexicana al exterior de 1985 a 2000 ha imbuido un gran dinamismo al comercio externo reflejado en

el PIB nacional en términos de aportación del 59% en 2000 frente a sólo el 19% en 1980 (Romero, 2001).

• ***Evolución en España: integración en la UE.***

Ya en los difíciles años de la Transición política y, por tanto, antes incluso de nuestro ingreso en el Mercado Común Europeo, la economía española iniciaba el proceso de cambios y transformaciones orientados a su desregulación y apertura a los intercambios con el exterior, lo que se traduce, a la vez, en el inicio de un proceso de desviación de comercio hacia los países miembros del Mercado Común Europeo en detrimento de otras áreas geográficas, circunstancia que se acelera desde enero de 1986. Asentada tras la constitución del Mercado Único la integración de nuestra economía se inicia en los años 90 un proceso de diversificación de mercados de creciente vigor a medida que avanza la década y que tiene en América Latina el área principal de destino. Sin duda, el tratado de Libre Comercio firmado con México por la UE en 2000 tiene en España uno de sus principales impulsores e implica un avance notable en el estímulo y la promoción de los intercambios mutuos.

2.1. Los intercambios comerciales España-México

• ***La trayectoria de los intercambios***

En abierto contraste con los limitados niveles de los intercambios comerciales bilaterales España/América Latina en las últimas décadas, los indicadores del cuadro 5 ponen de manifiesto el destacado peso que adquieren los intercambios con México en el conjunto del comercio con la región.

Como señalara C. Ceceña (2000), en las últimas décadas «el comercio bilateral ha estado marcado tanto por los ciclos económicos de ambos países como por los internacionales» (p. 77). Y en efecto, el perfil de los intercambios bilaterales se fortalece desde el momento en que la crisis del petróleo fuerza a España a buscar la diversificación de los puntos de suministro. Al respecto, señala L. Alcaide «el comercio con México registró sus máximos niveles a comienzos de los ochenta» (Alcaide, 1994) debido a la prudente desviación de suministros de crudo de Oriente Próximo por parte de España lo que facilitó el auge de las ventas de petróleo mexicano a la vez que se abrían importantes líneas de crédito para fomentar las ventas de bienes españoles en México. Sin embargo, el énfasis puesto por ambos países en su integración comercial regional no facilitará la expansión regular de los intercambios en los años siguientes. Son años en que la evolución del comercio bilateral presenta un perfil bajo. No obstante, el paralelo proceso de liberalización de las economías de ambos países desde mediados de los años 80 incrementa las condiciones para la expansión de los intercambios en especial, con la entrada en vigor en 1991 del tratado de Amistad y Cooperación entre España y México que apoyado en la llamada «línea Rey» (línea de crédito de 1.500 millones de dólares) dará un notable impulso a los intercambios y a la presencia de empresas españolas en el mercado de México (Olazábal y Sampelayo, 2000). El buen ambiente normativo bilateral será complementado en 1992 con la firma del convenio para evitar la doble imposición y el acuerdo de 1995 de promoción y protección recíproca de inversiones (APPRI). Esta activa política comercial bilateral hace que «en la primera mitad de la década de los años 90 se asiste a una importante progresión

Cuadro 5
EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A AMÉRICA LATINA

	América Latina		México	
	Valor	% s/Total de España	Valor	% s/Total de América Latina
1984	209.941	5,56	33.324	15,87
1987	182.086	4,34	21.631	11,88
1991	225.841	3,63	63.547	28,14
1993	2.647.935	-	902.000	34,06
1994	3.519.763	-	1.096.097	31,14
1995	3.598.926	5,16	420.993	11,69
1996	4.218.774	5,40	411.327	9,75
1997	5.642.483	6,04	771.671	13,67
1998	6.360.997	6,37	1.070.248	16,82
1999	6.076.067	5,80	1.140.396	18,76
2000	7.012.388	5,65	1.509.702	21,52
2001	7.407.662	5,78	1.983.519	26,77
2002	6.771.931	5,08	2.340.821	34,56

FUENTE: Anuario El País para 1984, 1987 y 1991; Anuario Estadístico de España, 2005.

NOTA: Valor en miles de euros salvo para los años 1984, 1987 y 1991, en millones de pesetas.

y diversificación de las exportaciones españolas, triplicando su nivel en 1994 en relación con 1989 (Botas, 2000, p. 113).

Con la grave crisis económica que se abre en el país azteca en diciembre de 1994, los intercambios comerciales bilaterales sufren un fuerte retroceso en el bienio 1995-1996. En los años siguientes el valor de nuestras exportaciones a México retoman el liderazgo perdido a favor de Argentina o Brasil a partir de 1994, impulsadas por la recuperación de la economía local, los acuerdos bilaterales de fomento y desde el año 2000 por la firma del tratado de Libre Comercio México-Unión Europea.

Cuando se valora el monto de los intercambios comerciales entre los dos países en relación a los realizados con el resto de los países que comercian con ambos, se pone de manifiesto que España y México, a pesar de la modestia de las cifras, son para la respectiva contraparte socios importantes ya que México para España además de ser el primer socio comercial en América Latina es, tras Estados Unidos, el segundo socio comercial extracomunitario (2001) y, a su vez, España para México fue en 2003 el socio número 10 por valor de sus ventas, lejos del séptimo lugar que le correspondía en 2000 (Romero, 2002) debido al auge que han adquirido para el país azteca las importaciones procedentes de países como

Brasil (elevó su cuota del 0,8 al 2,2% de 1999 a 2004), Corea del Sur, Taiwán, Malasia o China (en conjunto elevan su cuota de mercado desde el 4,6% en 1999 al 13,5% en 2004)⁴. En términos de comercio exterior total de cada país, los intercambios bilaterales son más relevantes para España que para México como se desprende de los datos del cuadro 6.

Cuadro 6
PORCENTAJE DEL COMERCIO BILATERAL SOBRE EL TOTAL DEL COMERCIO EXTERIOR

	1998	1999	2000	2001	2002
México	0,6	0,6	0,9	0,8	0,9
España	1,1	1,1	1,2	1,2	1,8

NOTA: Elaboración propia.

Con ser cierto que el comercio bilateral ha crecido, todo indica que deben proseguir los esfuerzos mutuos para incrementar las relaciones comerciales ya que incluso en los últimos años para México el porcentaje ha retrocedido respecto del que llegó a representar antes de la crisis económica de 1995-96: 1,8% en 1993; 1,4% en 1994. Y es que en los últimos años se afirma un nuevo fenómeno de gran importancia en el comercio internacional como es el vigoroso auge exportador que vienen demostrando las economías emergentes del sureste asiático (Corea del Sur, Taiwán, Malasia) más la recién llegada China. Todos estos países superan ya a España en el valor de sus exportaciones a México, hecho que debe tomarse con la máxima seriedad para valorar en qué sectores y en qué grado penetran en segmentos de mercado donde nuestros productos tienen potencial de expansión. Todo ello se concreta en que el grado de crecimiento del comercio total exterior mexicano y el bilateral con España muestran distintos ritmos de expansión, más rápido el general que el bilateral. Tal vez, la apreciación de Ceceña (2000, p. 83) sobre el bajo nivel aprovechado por ambos países en su capacidad de compra mutua y el gran potencial de crecimiento que entraña sigue sin ser adecuadamente ponderado por ambas partes ya que contando además con la ventaja de la común cultura y la simpatía natural entre los agentes económicos de ambos países, lo cierto es que el protagonismo en el mercado mejicano de los bienes asiáticos se está revelando como un obstáculo para la expansión de los productos españoles.

• *La estructura del comercio de España hacia México*

La naturaleza de los intercambios es una faceta muy importante a tener en cuenta y en este sentido nuestras ventas a México siempre han presentado una composición mucho más variada que nuestras compras muy marcadas por el factor petróleo. La estructura de las exportaciones españolas a México por grandes grupos de productos constaban en 1998 de un 37% de bienes de consumo final, un 29% de materias primas y bienes intermedios, aportando el otro 34% los bienes de equipo y maquinaria (Botas, 2000). El Informe sobre México

4 De 1999 a 2004, China pasó del 1,4 al 7,3%, Corea del Sur del 2,1 al 2,7%, Malasia n/d a 1,8% y Taiwán del 1,1 al 1,7%, según Moreno y Pérez, 2005, p. 229.

elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España en el país para el ejercicio de 2003 destaca como los productos más relevantes de nuestras ventas: *maquinaria y aparatos mecánicos, vehículos de turismo, sus partes y accesorios, edición-libros, material cerámico, confección, productos químicos orgánicos...* (p. 13). A su vez, la base de datos de comercio exterior de los países miembros de ALADI nos permite elaborar una aproximación más aquilatada a la composición de las ventas realizadas a México para el mismo ejercicio económico de 2003. Sobre una muestra que abarca el 44,15% del comercio total, la composición que resulta por importancia de los epígrafes de exportación se recoge en el cuadro 7.

Cuadro 7
ESTRUCTURA DE LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A MÉXICO (2003)

Epígrafe	% s/Total	% acumulado
Vehículos de turismo, sus partes y accesorios	10,51	10,51
Edición, libros, papel	8,16	18,69
Minerales, escorias y cenizas metálicos	5,21	23,90
Productos cerámicos, piedras ornamentales	3,38	27,28
Aparatos eléctricos, electrónicos	2,86	30,14
Bebidas alcohólicas y jugos	2,49	32,63
Confección, vestido, calzado	2,22	34,85
Productos metalmetálicos	1,97	36,82
Maquinaria agrícola y herramientas	1,58	38,40
Productos farmacéuticos, medicamentos	1,58	39,98
Materiales plásticos y sus derivados	1,44	41,42
Productos químicos orgánicos	0,95	42,37
Productos alimentarios	0,69	43,06
Productos de perfumería	0,57	43,63
Juguetes, artículos de recreo	0,30	43,93
Muebles de madera	0,26	44,19

FUENTE: ALADI. Sistema de información de comercio exterior.

Los vehículos de motor, sus partes y accesorios, las máquinas herramientas y productos de cerrajería, más un amplio abanico de materias primas y bienes intermedios de la industria metalmetálica ocupan un lugar muy destacado así como el capítulo de edición y libros. Segmentos también con base sólida en el mercado azteca son el de productos cerámicos o el de bienes eléctricos y electrónicos. Productos de menor implantación pero que apuntan a incrementar su presencia son los medicamentos y productos de farmacia, los de perfumería así como ciertos componentes electrónicos.

En cambio, los bienes de sectores de producción como la agroindustria, de amplia base en nuestra economía, tan sólo en brandys y vinos muestra sólida presencia en el mercado mejicano. Precisamente, en el segmento de vinos España tiene mucho que ofrecer y el mercado mexicano parece estarse abriendo poco a poco a la cultura del vino. Se trata pues de un mercado en expansión pero también en dura disputa no sólo con nuestros competidores europeos de siempre como Italia o Francia sino también con los caldos procedentes de California, Australia, Argentina y, sobre todo, Chile. De 1999 a 2001 las importaciones de vino en México crecieron el 65% pero las procedentes de España lo hicieron el 84% en el trienio y es que, en efecto, los vinos de calidad españoles buscan en los mercados internacionales nuevos espacios donde colocar una producción en constante crecimiento y el mercado en México se presenta como una gran oportunidad. Al igual que decíamos en trabajos anteriores para los vinos de calidad de Castilla y León (Alonso, Aparicio, Sánchez, 2003), tanto las grandes marcas como las denominaciones de origen tienen, bajo la etiqueta de vinos de España, sólidas posibilidades de ganar cotas de mercado entre los consumidores mexicanos.

• *El origen territorial de las exportaciones españolas*

En una economía como la española que ha pasado de la centralización a la autonomía de los distintos territorios —comunidades autónomas— en la toma de decisiones económicas a la vez que se cedían responsabilidades a la autoridad reguladora de la UE, es de gran utilidad conocer el origen espacial o lugar de procedencia de los bienes que integran el comercio exterior ya que la internacionalización mayor o menor de las economías locales y regionales medida a través del valor de sus productos colocados en el exterior es un indicador de competitividad y grado de madurez de su sistema productivo. El monto y naturaleza de las exportaciones contribuye a ponderar en qué medida las estructuras productivas heredadas siguen siendo determinantes para explicar la mayor o menor capacidad exportadora de cada región en la actualidad y en qué medida la gestión que los agentes económicos locales, tanto de la administración como empresariales y sociales, contribuye a la mejora de la competitividad e internacionalización del sistema productivo de la región. En este sentido, el análisis de la distribución por regiones autónomas de las exportaciones a México en el año 2002, permite conocer la posición de las distintas regiones en el ranking del comercio bilateral y, si bien su significado es parcial, permite ponderar el grado de internacionalización alcanzado. El Cuadro 8 resume la situación.

Los datos permiten identificar (primera columna) el lugar de cada una de las comunidades autónomas en el comercio exterior del país así como ponderar (columna segunda) en qué medida sus exportaciones al mercado de México son más o menos intensas que las que totales de la región (porcentaje superior o inferior al que representa en las exportaciones finales del país). Regiones como Aragón, Cataluña, la Rioja o el País Vasco tienen índice de mercado en México superior al alcanzado a nivel nacional. Asimismo, la columna final del cuadro mide la densidad adquirida por las exportaciones a México en el conjunto de las exportaciones de cada comunidad.

Cuadro 8
% TERRITORIAL DE LAS EXPORTACIONES DE ESPAÑA A MÉXICO. 2002

Comunidad Autónoma	% Exportaciones/ total Nacional	Exportaciones a México	
		% Exportaciones/ Total Nacional	% Exportaciones/ Total Comunidad
Andalucía	7,7	7,3	1,1
Aragón	4,2	4,5	2,0
Asturias	1,4	0,5	0,7
Baleares	0,9	0,5	0,9
Canarias	0,6	0,1	0,1
Cantabria	1,2	1,0	1,5
Castilla y León	6,1	3,4	1,0
Castilla-La Mancha	1,6	1,1	1,3
Cataluña	27,4	36,5	2,4
C. Valenciana	12,8	12,1	1,7
Extremadura	0,6	0,2	0,6
Galicia	7,3	5,3	1,3
La Rioja	0,7	1,0	2,6
Madrid	10,9	9,3	1,5
Murcia	2,9	1,4	0,8
Navarra	3,4	2,1	1,1
País Vasco	8,6	11,5	2,4
Sin determinar		2,2	-
Total Nacional	100,0	100,0	1,8

Fuente: datos S.G. de Estudios del Sector Exterior con datos de Aduanas.

2.2. La inversión directa de España en México

Durante la década de los noventa del pasado siglo, la economía española, abocada desde 1986 a participar en la construcción del Mercado Único Europeo, avanza decididamente hacia su internacionalización, proceso en el que la exportación de capitales hacia América Latina, especialmente en el ámbito de los servicios, desempeñará un papel muy relevante. Esta estrategia se encuentra en clara consonancia con la lógica actual del capitalismo, que persigue una mayor interdependencia económica y financiera a escala global, lo que de acuerdo con los teóricos neoliberales hace imprescindible un incremento del tamaño de las

empresas, de su «masa crítica», si se quiere estar en condiciones de competir en el mercado mundial. Así, en una etapa en la que la inversión europea en España era cada vez mayor y la competencia interna se acentuaba, las empresas españolas buscaron la posibilidad de expandirse más allá de sus fronteras, encontrando en América Latina un ámbito favorable para ello (CEPAL, 2000, 2002). La privatización de numerosas empresas públicas y la puesta en marcha de políticas de liberalización económica a principios de los noventa, siguiendo los dictados del *Consenso de Washington*, abrieron las puertas de la «aventura americana» al empresariado español, que más allá de la cercanía cultural, ya había acumulado una cierta experiencia previa en la región. No olvidemos que cuando a mediados de los setenta el capital español hace sus primeras incursiones en el exterior, si bien de forma muy modesta, ya es América Latina, junto con la entonces Comunidad Económica Europea (CEE) y Estados Unidos, uno de sus principales destinos (CEPAL, 2000).

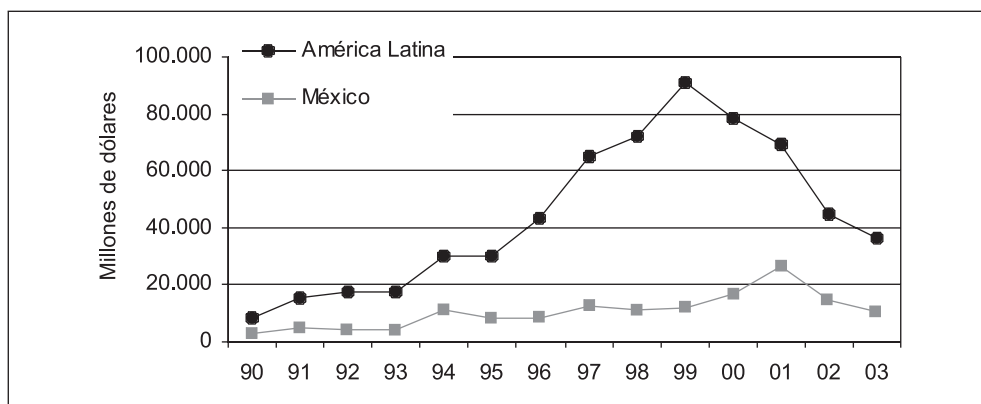
En este contexto, la inversión extranjera directa de origen español, que ocupaba una posición claramente marginal a escala internacional —hasta el año 1986 se mantuvo por debajo de los 500 millones de dólares—, iniciará una fase de crecimiento expansivo que llevará a España a convertirse durante la segunda mitad de los años noventa en el segundo inversor en América Latina, sólo superado por Estados Unidos⁵. De hecho, desde 1994 América Latina pasará a ser el primer destino de la inversión española, sobrepasando a la Unión Europea en las preferencias de los empresarios. Sin embargo, a partir de 2001 estas posiciones se han invertido, ya que el volumen de la inversión española ha retornado en América Latina a valores similares a los de 1997, al tiempo que se reactivaban los flujos con destino a la UE. La culminación de los procesos de privatización y el endeudamiento de las multinacionales españolas presentes en la región latinoamericana, especialmente aquellas que prestan servicios públicos, explica en parte el fuerte descenso que experimenta la inversión desde 1999 (gráfico 1) (CEPAL, 2004, 35), a lo que deberíamos unir la inestabilidad económica que con diferente intensidad vivieron durante los primeros años del siglo XXI dos de los principales mercados de la zona, Argentina y Brasil.

Una de las características básicas de la inversión española en América Latina es que más del 80% de la misma se vincula con un número reducido de empresas en unos sectores muy específicos: telecomunicaciones, energía y servicios financieros. Así, Telefónica, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, Banco Santander Central Hispano, Iberdrola, Endesa, Unión Fenosa, Aguas de Barcelona y Repsol-YPF constituyen el pequeño grupo de multinacionales españolas que ha concentrado la inmensa mayoría de las inversiones. Ello puede considerarse en buena medida lógico, si tenemos en cuenta que la IED es sobre todo un recurso para aquellas empresas que desean consolidar su posición en un mercado mundial, y resulta evidente que en España el número de éstas es limitado.

Al analizar la composición de la inversión española en territorio de América Latina en general y en México en particular se observan ciertas particularidades o diferencias de comportamiento. En primer lugar, hay que destacar que, a pesar de su gran mercado interno, el

5 En el periodo 1996-2002 y tomando como referencia ocho de las principales economías de la región (México, Brasil, Argentina, Chile, Bolivia, Colombia, Ecuador y Venezuela), el 32,6% de la inversión acumulada tenía como origen Estados Unidos y el 18,1% España (CEPAL, 2004, 64).

Gráfico 1
INVERSIÓN EXTRANJERA DIRECTA MUNDIAL EN AMÉRICA LATINA Y MÉXICO (1990-2003)



FUENTE: Informes anuales de inversión extranjera, CEPAL.

país no ha sido un destino al que la inversión española haya acudido de forma masiva en los años noventa⁶. Durante el periodo 1993-2002, según los datos del Ministerio de Economía sobre inversiones españolas en el exterior, se situó como tercer país receptor de la IED española en la región, bastante por detrás de países como Argentina y Brasil, quienes acapararon durante esas fechas casi el 65% de la misma, frente apenas el 12% acumulado por México. Entre las causas de explicación de esta trayectoria que pudiera considerarse anómala hay que señalar el protagonismo de las Pymes que carecen de elevada capacidad de inversión por proyecto; también como señala Becker, obedece al menor grado de liberalización existente en los sectores en los que España a basado la internacionalización de la empresa (Becker: 2002, p. 96) y, sobre todo, destaca como causa determinante la especificidad del proceso de internacionalización de la economía mexicana, que ha estado muy determinado por la fuerte integración con Estados Unidos incluso antes de la puesta en marcha del Tratado de Libre Comercio (CEPAL, 2000). Recordemos que Estados Unidos es el mercado al que se dirige casi el 90% de las exportaciones mexicanas, y donde tiene su origen más del 60% de la IED que recibe el país. Más allá del protagonismo USA, el creciente interés de México para los capitales españoles se refleja en que las inversiones en el último bienio 2003-2004 en el país han pasado a ocupar el segundo lugar y el primero entre las procedentes de la UE según datos de la Secretaría de Economía de México, posición nunca antes alcanzada.

Un segundo rasgo distintivo es el fuerte protagonismo de empresas medias y medias grandes incluso pequeñas y, entre ellas, la destacada presencia de la inversión en el sector

⁶ Esta situación contrasta de forma radical con la atracción ejercida por el país sobre el poco capital español que salía al exterior en décadas anteriores. En efecto, México fue el primer receptor de capital español en América Latina durante todo el periodo 1963-1980: 286.831 miles de dólares (I Conferencia... p. 133).

manufacturero mexicano⁷ —especialmente en la industria automotriz—, superando entre 1999 y 2003 el 13,3% de la inversión total, solamente por detrás de los servicios financieros y las comunicaciones (cuadro 9). Este mayor atractivo de la industria mexicana respecto de la latinoamericana para la inversión española ya lo destacaba a finales de los años 90 Ceceña «La inversión española en México destaca más por el número de empresas que por las cantidades, ya que, a diferencia de lo ocurrido en otros países latinoamericanos... ..se están estableciendo un sinnúmero de empresas, sobre todo medianas...» (Ceceña, 2000, p. 82). En fechas recientes⁸ este experto seguía destacando el protagonismo de las empresas medias y medias-pequeñas en la inversión directa española. La exportación de manufacturas hacia países desarrollados se ha convertido en una actividad de gran dinamismo en México, cuya expansión comenzó incluso antes de la entrada en vigor del TLC. Sirva como ejemplo de este dinamismo que entre 1989 y 1997 las exportaciones manufactureras presentaron una tasa de crecimiento anual del 14% (CEPAL, 2000). En buena medida, las multinacionales estadounidenses del sector han aprovechado el TLC para, en un claro proceso de deslocalización industrial, intensificar su presencia en México, sacando así partida de las ventajas competitivas asociadas a un menor coste de la mano de obra. De ahí que buena parte del auge

Cuadro 9
INVERSIÓN DE ESPAÑA EN MÉXICO POR SECTORES (1994-2003)

Sector	Acumulada 1994-1998	%	1999	2000	2001	2002	2003	Acumulada 1999-2003	%
Agropecuario	0,7	0,1	-0,3	0,0	0,1	0,0	0,0	-0,2	0,0
Minería y extracción	0,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Industria manufacturera	255,8	34,4	262,1	147,8	146,8	117,6	32,7	707,2	13,3
Electricidad y agua	0,5	0,1	114,9	58,9	268,3	104,0	52,8	598,9	11,3
Construcción	18,2	2,4	32,0	113,3	-12,0	13,6	24,9	171,7	3,2
Comercio	169,5	22,8	172,2	53,7	178,0	5,6	3,1	412,6	7,8
Transportes y comunicaciones	0,4	0,0	0,0	21,0	73,3	2,5	1.280,4	1.377,2	25,9
Servicios financieros	11,7	1,6	51,4	1.396,9	3,5	107,2	-3,7	1.555,2	29,2
Otros servicios	286,7	38,6	364,9	115,8	84,6	-57,7	-9,1	498,5	9,4
TOTAL	743,6	100,0	997,2	1.907,5	742,6	292,9	1.381,0	5.321,1	100,0

FUENTE: Secretaría de Economía. Dirección General de Inversión Extranjera. Gobierno de México.

NOTA: Inversión en miles de dólares.

7 La IED en México se ha concentrado básicamente en este sector, suponiendo durante el periodo 1994-1998 el 61% del total acumulado, si bien posteriormente ha sufrido un ligero descenso entre 1999 y 2003, que le ha hecho reducir su cuota hasta el 43% de la inversión.

8 De la entrevista mantenida con los autores el 26/11/2004 en la Embajada de México en Madrid.

de las exportaciones comerciales de México a Estados Unidos se explique por la cobertura que se está haciendo del mercado estadounidense desde territorio mexicano.

Teniendo en cuenta estas circunstancias puede deducirse que la industria manufacturera ha alcanzado una cierta estabilidad, que ha propiciado la concurrencia de nuevos capitales industriales extranjeros, atraídos también por la posibilidad de acceder a Estados Unidos a través de México. De hecho, el descenso de la IED experimentado en el conjunto de la región desde 1999 ha sido más suave en este país⁹ debido a su mayor especialización en el sector manufacturero, aunque las expectativas de futuro no son del todo halagüeñas, debido a la fuerte competencia que comienza a ejercer China, por lo que parece complicado que vuelvan a repetirse los más de nueve mil millones de dólares de inversión en estas industrias registrados en el año 2000 (CEPAL, 2004).

Quizás lo más significativo sea que las condiciones concurrentes en México han abierto una vía para la internacionalización de la pequeña y mediana empresa española (pyme¹⁰), lo que constituye una notable singularidad en el conjunto de la inversión española en el exterior. Recordemos que en el caso mexicano, al contrario de lo ocurrido en el resto de América Latina, fueron las pymes las primeras en establecerse, llegando con posterioridad las grandes compañías multinacionales (Zaballa, 2000). En el camino de internacionalización de la Pyme hay que resaltar la labor llevada a cabo por la Compañía Española de Financiación del Desarrollo (COFIDES) —sociedad de capital mixto creada en 1988 con la finalidad de fomentar las inversiones productivas españolas en países en desarrollo—, puesto que el 75% de las empresas que recurren a ella para inversiones en el extranjero son pymes, aunque sólo acaparan el 40% de la inversión, debido a la menor envergadura de sus proyectos. De los 288 proyectos de inversión apoyados por COFIDES desde 1990 más del 20% se concentran en México, que absorbe además el 24% de los 525 millones de euros comprometidos¹¹, cifras que resultan reveladoras del papel desempeñado por el mercado mexicano en el proceso de apertura al exterior de la pyme española.

Respecto a los otros sectores de actividad, en los que la presencia de la inversión española se vincula con grandes grupos multinacionales, cabe señalar la consolidación de las empresas españolas en el ámbito de los servicios financieros, coincidiendo con la entrada masiva de capital foráneo en la banca del país. En lo que se refiere a las telecomunicaciones, Telefónica ha reforzado su posición en América Latina incrementando su presencia en México a través de dos operaciones en los años 2000 y 2001, que la han convertido en el segundo operador de telefonía móvil del país (CEPAL, 2004). En el mercado eléctrico, las reformas iniciadas en los años noventa, posibilitando el acceso del capital privado a las fases de generación y distribución, y las que se esperan relativas a la liberalización en el segmento de grandes consumidores, han impulsado la presencia de empresas españolas, como Iberdrola, que en 1999 obtuvo la adjudicación de una central en Monterrey y en 2002 adquirió el 13% de Gas

9 El descenso de la IED en México sólo se observa a partir de 2002, motivado en buena medida por la culminación del proceso de penetración de la banca extranjera que se había iniciado en 2000, que ha pasado a controlar más del 90% del sistema bancario mexicano (CEPAL, 2004, 31).

10 Entendiendo como tales las empresas con menos de 250 empleados.

11 Datos obtenidos directamente de la página web de COFIDES (www.cofides.org), y actualizados a 31-03-2004.

Natural de México, o Unión Fenosa, que cuenta con una planta generadora en Hermosillo (CEPAL, 2003; CEPAL, 2000). Finalmente cabe destacar la creciente presencia española en el emergente sector turístico, puesto que México se ha convertido a principios del siglo XXI en uno de los principales países del mundo en cuanto a número de turistas internacionales recibidos. Ello ha supuesto el desembarco de los grandes grupos hoteleros españoles, como Sol-Meliá, Riu, Iberostar y Barceló, con una orientación clara hacia el turismo de sol y playa, preferentemente en el área del Caribe (Espinosa, 2000).

Los mercados mejicanos presentan en la actualidad favorables condiciones para la ampliación de la presencia de los bienes y servicios españoles y en sectores como el energético las expectativas son muy amplias de producirse la varias veces postergada liberalización del sector. Preocupados por la excesiva dependencia de nuestros intercambios económicos respecto de nuestros socios de la UE, en la séptima cumbre ministerial entre España y México de julio 2005 se presentaban como «estratégicas» las mutuas relaciones que, en términos de política económica, conlleva el lanzamiento del Plan México por parte del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (dotado con 156 millones de euros) orientado a potenciar la presencia de las Pymes españolas en el mercado mejicano (El País Negocios, 27-6-2005 y El País, 15-7-2005).

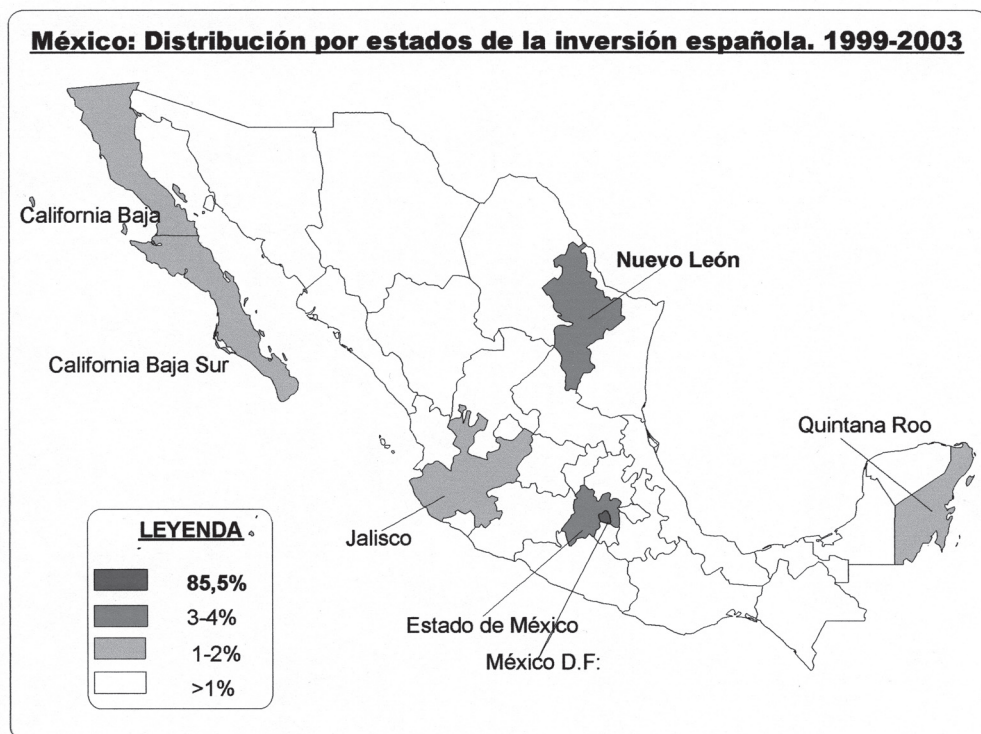
Por último, resulta llamativa la fuerte concentración territorial de la inversión española en la capital del país y su entorno inmediato (cuadro 10 y Mapa 1), de tal forma que el Distrito Federal y el Estado de México absorben más del 89% de la misma en el periodo 1999-2003. Por detrás se sitúan Nuevo León y Jalisco, estados donde se asientan Monterrey y Guadalajara, dos de las principales urbes mexicanas, y Quintana Roo, donde Cancún, el

Cuadro 10
INVERSIÓN ESPAÑOLA EN MÉXICO POR ESTADOS (1999-2003)

Estados	Inversión acumulada 1999-2003	% s/Total
Distrito Federal	4.548.926,7	85,5
Estado de México	200.811,7	3,8
Nuevo León	198.007,2	3,7
Jalisco	83.005,0	1,6
Quintana Roo	66.814,0	1,3
Baja California Sur	64.475,2	1,2
Baja California	54.482,3	1,0
Puebla	47.989,2	0,9
Otros	56.877,2	1,1
Total	5.321.388,4	100,0

FUENTE: Secretaría de Economía. Gobierno de México.

NOTA: Inversión en miles de dólares.



mayor complejo turístico del país, ha atraído, como ya mencionamos, a numerosas cadenas hoteleras españolas. La débil penetración de la inversión española en el interior del país podría también estar indicando su falta de experiencia o conocimiento de las oportunidades de negocio existentes más allá del estado de México o puerta de entrada al país. El patrón de distribución espacial de la inversión española implica una mayor polarización que la observada para el conjunto de la IED en México, donde el DF y el Estado de México no llegan a captar el 70% del total invertido. En cualquier caso, lo que sí se pone de manifiesto es que los posibles efectos positivos de la inversión exterior no afectan en modo alguno por igual al conjunto del territorio. Ello es concurrente con los resultados de algunas investigaciones recientes, en las que se afirma que el proceso liberalizador de la economía mexicana y su integración en el TLC ha llevado a un incremento de las disparidades regionales del país (Sánchez y Rodríguez, 2002), lo que por otra parte refuerza los postulados de aquellos que afirman que la tendencia a una creciente polarización de la actividad económica constituye una de las características básicas del capitalismo post-fordista.

3. AGENTES E INSTRUMENTOS DE PROMOCIÓN A LA INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS EMPRESAS

La cultura de internacionalización de los mercados no ha sido una asignatura importante en la agenda de las actividades de las administraciones y del empresariado español hasta

fechas bastante recientes. Si bien los pioneros existieron siempre, en buena medida, los saltos hacia la internacionalización vinieron en décadas pasadas de concertos concretos de la administración con países terceros a los que se dotaba de una línea de crédito como estímulo a los intercambios económicos. En los primeros años 80, el comercio con México se beneficia de este tipo de estímulos por parte de la administración española y ya en la década de los 90 la línea Rey impulsará las exportaciones españolas a un nivel nunca después alcanzado. Instituto de Crédito Oficial (ICO) e ICEX eran los instrumentos de promoción imprescindibles.

Sin embargo, en la era de la globalización económica en la que vivimos se imponen mecanismos de relación regulares, estables y muy flexibles en sus prácticas para el fomento de la actividad económica exterior y en economías como la española con un tejido empresarial muy marcado por las Pymes y escasa cultura de internacionalización sigue siendo imprescindible la intermediación pública. Así lo han entendido las administraciones autonómicas y locales además de las organizaciones empresariales de modo que, en los últimos lustros¹², unos y otros se han dotado de organismos específicos de promoción y fomento en el exterior de los capitales y las empresas asentadas en su territorio. Dimensión novedosa y fructífera de la atmósfera de internacionalización económica que se ha asentado entre los agentes responsables —públicos y privados— de la toma de decisiones, es la aparición de instrumentos de coparticipación entre administraciones, asociaciones empresariales y empresas para la realización de programas e iniciativas que de forma individual ni unos ni otros podrían cubrir eficazmente. Las Pymes encuentran así plataformas de actuación que les permiten abrir su negocio a la ternacionalización soslayando los riesgos de la aventura individual del pasado. La red constituida por los organismos públicos del Estado (ICO, ICEX), de las comunidades autónomas, diputaciones provinciales y ayuntamientos con las entidades semiprivadas de fomento de la internacionalización como COFIDES o la gran banca junto a las organizaciones empresariales (cámaras de comercio) hace posible hoy que las Pymes incluso la pequeña empresa puedan ver el mercado internacional como una realidad próxima y asequible. Como si el mundo se hubiera empequeñecido y las distancias física y cultural se difuminaran.

Los instrumentos puestos al servicio de las empresas para su acceso al mercado mexicano por esta red de agentes tiene en las administraciones autonómicas un protagonista destacado. Efectivamente, aunque programas como el Plan de Iniciación a la Promoción Exterior (PIPE) lanzado en 1997 y distintas iniciativas ICEX (realización de ferias, misiones comerciales, ayudas a consorcios de exportación) se dirigen a todas las Pymes del Estado, las comunidades autónomas más activas en la promoción exterior de sus economías han cimentado un sólido edificio de promoción exterior. México cuanta en la actualidad con representación económica de la mayoría de las comunidades autónomas. La Cámara de Comercio de España en México D.F. acoge las oficinas de las comunidades con presencia más modesta como Asturias, Castilla y León o La Rioja (en cada caso una o dos personas —promotores— integran la representación) pero las regiones más dinámicas como Cataluña, País Valenciano, País Vasco, Madrid, etc., han montado auténticas embajadas de promoción

12 La constitución de COFIDES en 1988 puede considerarse como una iniciativa pionera.

de sus empresas. Los instrumentos de promoción se multiplican. Junto a las líneas de crédito y distintos tipos de subvenciones (ICO; ICEX, COFIDES) abiertos se desarrollan misiones comerciales directas e inversas, misiones exposición, ferias multisector o de sector, jornadas técnicas, etc. Protagonizadas por los entes de exportación de las distintas comunidades autónomas en colaboración con sus cámaras de comercio y sus empresas. Faceta a destacar de la política de internacionalización de las comunidades autónomas es la creación de agentes o especialistas en promoción y comercio exterior a través de la realización de Master y cursos de formación.

No todo son luces en esta ofensiva por ganar cotas de mercado exterior. En efecto, la multiplicación de los agentes de promoción exterior que las comunidades autónomas entrañan y que han supuesto un inequívoco reforzamiento de la capacidad de internacionalización de la economía española, cuando se valoran desde el mercado receptor, México en este caso, nos suscitan dudas e interrogantes que si no podemos resolver sí queremos reflexionar sobre los mismos. La multiplicación de instalaciones y personal en qué medida es compensado por el aumento del negocio? Los promotores de las distintas comunidades autónomas compiten entre si por los mismos clientes o hay cierta complementariedad y coordinación?. Desde el punto de vista del cliente local, la presentación de productos de una determinada región de España presenta ventajas o inconvenientes frente a la presentación como productos del país? ¿Al importador al por mayor —con frecuencia es también minorista a través de tiendas— de vinos, a la restauración y el propio consumidor final, cómo le llega mejor la imagen de producto de calidad ¿presentando cada región o cada Denominación de Origen sus vinos o bajo la etiqueta de vinos de España? De nuestros contactos con profesionales en México y de las palabras del promotor de Castilla y León en el país¹³ no salen razones que vengan a disipar nuestras dudas. Por el contrario, hemos constatado carencias de eficacia cuando una sola persona ha de gestionar todo lo relacionado con la inversión, con la importación y la exportación. Son múltiples las variables que confluyen en el trabajo cotidiano del promotor (normativas, de intendencia, de comunicación con la sede y las empresas en su región, de trato y cultura de cómo hacer negocio con los posibles socios locales).

CONCLUSIONES

Las relaciones económicas de España con México han sido tradicionalmente relevantes en relación al conjunto de América Latina aunque la irregularidad de su intensidad ha sido notable. México es en la actualidad el primer socio comercial de España en la región si bien la fortaleza de las exportaciones de nuevos competidores ponen un punto de incertidumbre sobre la expansión de nuestras ventas futuras. Por el contrario, la inversión de origen español y en ella las pymes ofrecen una sólida implantación y las posibilidades de su crecimiento son firmes. Por último, la irrupción de las comunidades autónomas en la promoción exterior de la empresa española fortalece las relaciones con México si bien suscita interrogantes, aún no contrastados, sobre su eficiencia económica y de imagen/país.

13 Los días 12 y 13 de octubre de 2004 los Profs. José Luis Alonso Santos y José Luis Sánchez Hernández, realizamos una amplia entrevista con el promotor de Castilla y León en la oficina que la comunidad tiene abierta dentro de la sede de la Cámara de Comercio de España.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- ALADI: www.aladi.org.
- ALCAIDE, L. (1994): «El TLC o NAFTA. Consideraciones desde España», *Política Exterior*, 37, Madrid, pp. 41.
- ALONSO, J.L., APARICIO, L.J. Y SÁNCHEZ, J.L. (2003): «Los espacios vitivinícolas en Castilla y León: evolución hacia un sistema productivo de calidad», *Boletín de la AGE*, 35, pp. 101-122.
- ARANDA, S. (2002): «Maduración del sector energético mexicano», *Economía Exterior*, 19, 2001-2002, pp. 123-128.
- BARCIELA, F.: «Latinoamérica: ¿un nuevo Eldorado?», *Economía Exterior*, 21, pp. 37-52.
- BECKER, F. (2002): «Latinoamérica: una oportunidad para la economía española», *ICE*, 799, pp. 91-99.
- BOTAS, R. (2000): «La empresa española tras el acuerdo UE-México», *Economía Exterior*, 12, Madrid, pp. 112-121.
- CASILDA, R. (2002): *La década dorada. Economía e inversiones españolas en América latina 1990-2000*, Fundación BBVA, Alcalá de Henares, 473 pp.
- CECEÑA, C. (2000): «Comercio bilateral entre España y México», *Economía Exterior*, 12, Madrid, pp. 77-87.
- CEPAL (1998). *La inversión extranjera en América Latina y el Caribe 1997*. Santiago de Chile.
- CEPAL (2000). *La inversión extranjera en América Latina y el Caribe 1999*. Santiago de Chile.
- CEPAL (2002). *La inversión extranjera en América Latina y el Caribe 2001*. Santiago de Chile.
- CEPAL (2003). *La inversión extranjera en América Latina y el Caribe 2002*. Santiago de Chile.
- CEPAL (2004). *Foreign investment in Latin America and the Caribbean 2003*. Santiago de Chile.
- CURBELO, J.L. (2005): «Inversión española en América latina: diversificación o desidia», *El País, Economía*, martes, 28 de junio.
- EL PAÍS Negocios: domingo, 27-6-2005.
- EL PAÍS: viernes, 15-7-2005.
- ESPINOSA, O. (2000). «El turismo mexicano y sus oportunidades». *Economía Exterior* 12, 45-51.
- INSTITUTO DE COOPERACIÓN IBEROAMERICANA-COMISIÓN ECONÓMICA PARA AMÉRICA LATINA (1981): *Las relaciones económicas entre España e Iberoamérica. I Conferencia Iberoamericana de Cooperación Económica*, Ed. Cultura Hispánica. Madrid.
- LUSTIG, N. (1992): «la estrategia de apertura económica en México y el acuerdo de libre comercio de América del Norte», en Bouzas, R. y Lustig, N.: *Liberalización comercial e integración regional. De nafta mercosur*, FLACSO, Buenos Aires, 204 pp.
- MORENO, M. y PÉREZ, A. (2005): «Relaciones económicas y comerciales entre España y México», *ICE*, 821, pp. 225-237.

- OFICINA ECONÓMICA Y COMERCIAL DE ESPAÑA EN MÉXICO (2004): *Informe Económico y Comercial México*, marzo, p. 27.
- OLAZÁBAL, J.J. y SAMPELAYO, A. (2000): «Proyectos de inversión española», *Economía Exterior*, 12, pp. 94-103.
- PAMPILLÓN Y FERNÁNDEZ, (1999): «Comportamiento reciente y perspectivas de la inversión española en América Latina», *Economía Exterior*, 9, Madrid.
- ROLDÁN Y SORIANO, (1999): «El fenómeno inversor en Latinoamérica», *Economía Exterior*, 9, Madrid.
- ROMERO HICKS, J.L. (2001): «Relaciones comerciales España-México», *Economía Exterior*, 19, Madrid.
- ROURA, S. (2000): «Reforma y perspectivas del sistema eléctrico mexicano», *Economía Exterior*, 12, pp. 68-74.
- SÁNCHEZ REAZA, J. y RODRÍGUEZ POSE, A. (2002): «The impact of Trade Liberalization on regional Disparities in Mexico». *Growth and Change* 33, 72-90.
- TÉLLEZ, L. (2000): «La reforma de la política energética en México», *Economía Exterior*, 12, pp. 40-44.
- VELARDE FUERTES, J. (1999): «Interrogantes españoles ante el futuro iberoamericano», *Economía Exterior*, 9, Madrid.
- ZABALLA, J. J. (2000). «México como destino de la inversión extranjera». *Economía Exterior* 12, 52-62.

