



ENTREVISTA

## Xiana Méndez Bértolo

EXSECRETARIA DE ESTADO DE COMERCIO Y DIRECTORA EJECUTIVA DEL FMI

**“España ha ganado presencia y competitividad a nivel internacional y ha hecho de su sector exterior motor de crecimiento económico indiscutible”**

**Has culminado un sexenio al frente de la Secretaría de Estado de Comercio en el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo: es la ocasión perfecta para evaluar una etapa que imagino ha sido muy importante en tu vida. ¿Con qué te quedas de este tiempo, en lo personal y en lo profesional?**

En lo profesional destacaría en primer lugar el honor de formar parte de un gobierno que ha conseguido capear con éxito la coyuntura altamente convulsa de los últimos años y situar a España a la cabeza de las grandes economías de la Unión Europea en crecimiento económico, creación de empleo, desempeño del sector

exterior, con una agenda social que ha atravesado las recetas de política económica y que nos hacen hoy una economía más resiliente, más competitiva y más justa. Hacer compatible la gestión de esa coyuntura compleja con avanzar en las respuestas estructurales que debemos dar a los grandes retos de futuro como la transición verde o digital o los próximos pasos en la construcción del proyecto europeo es un gran logro de país.

En lo personal no habría podido encontrar un equipo mejor de profesionales y compañeros como el que he encontrado en la Secretaría de Estado, que en tiempos exigentes y sin precedentes han mostrado un enorme

compromiso para poder acompañar y dar respuesta a las empresas en los desafíos que supone el comercio y la inversión internacionales.

**La Secretaría de Estado de Comercio es responsable de la política comercial española, tanto exterior como interior, pero también de las relaciones con los organismos internacionales relevantes y las relaciones comerciales y de inversión. También se ocupa de la competitividad del pequeño comercio y el comercio digital. Es una secretaría con dimensión de ministerio. ¿Cuáles son los aspectos que más te han preocupado en estos años? ¿Cuáles crees que deben potenciarse a futuro?**

En la Secretaría de Estado de Comercio conocemos bien los beneficios que se derivan de una apertura comercial con reglas predecibles, transparentes y justas, y con un sistema multilateral del comercio fuerte y operativo. Una de las grandes preocupaciones en los últimos años ha sido mantener esos mercados abiertos de forma que la empresa española pueda beneficiarse cada vez más de las ventajas de la internacionalización, en términos de competitividad y resiliencia, y mantener la confianza en un sistema multilateral, con la OMC en su cúspide.

Otra preocupación fundamental en el ámbito del comercio exterior ha sido buscar el equilibrio entre esa apertura y la defensa de intereses estratégicos, en lo que se denominó autonomía estratégica abierta. Hoy es la seguridad económica el objetivo que debemos perseguir para reducir las vulnerabilidades y estar mejor preparados ante futuros *shocks* o tensiones geopolíticas: más acuerdos comerciales, alianzas para diversificar mercados de suministro y de destino y para dotar de mayor estabilidad a las cadenas de valor, más industria, más conciencia de la defensa que requieren sectores estratégicos para nuestra seguridad y nuestro bienestar. Finalmente, no menos importante, estos años hemos trabajado intensamente en integrar los objetivos de desarrollo sostenible a la política comercial y nuestros instrumentos de promoción.

En cuanto al mercado interior, los retos en los que trabajamos con el sector son muchos: la aplicación de la nueva regulación en materia de medio ambiente, de economía circular, la incorporación al negocio de las nuevas tecnologías y la omnicanalidad, el reto demográfico y el relevo generacional... La pandemia golpeó al sector del comercio, y, sin embargo, España estuvo entre los países europeos con mejor desempeño en cuanto a abastecimiento en todo el territorio e implementación en tiempo récord de las medidas sanitarias para proteger a consumidores y trabajadores. Hemos trabajado más que nunca de la mano de las asociaciones empresariales, de las comunidades autónomas y los ayuntamientos y canalizado fondos Next Generation EU para la dinamización del sector. Es un sector con futuro, a la vista están los datos de ventas minoristas registrados en los últimos años y la recuperación del empleo.

**¿Cuál es la situación de España en el comercio internacional? ¿Crees que nuestra vocación internacional se concreta en presencia en los mercados internacionales? Desde tu paso por la presidencia del Consejo de administración del ICEX, ¿cómo complementa el Instituto la acción exterior comercial y de inversión del ministerio?**

El desempeño del sector exterior español en los últimos años, tanto en su vertiente de comercio exterior de bienes y servicios, como en la de emisión y recepción de inversión directa, ha sido muy notable en términos históricos, y también en la comparativa internacional. Y ello se traduce en la presencia de nuestras empresas en los mercados internacionales, con una base de exportadores regulares creciente, en la que debemos promover la participación de más pymes. Los datos de exportación (superando en 2023 con creces los niveles prepandemia y cerca del objetivo de los 400.000 euros anuales) y de recepción de inversión directa extranjera (de los años de mayor inversión extranjera en España cinco pertenecen a esta última década) muestran a España como un país que ha ganado presencia y competitividad a nivel internacional, y que ha hecho de su sector exterior motor de crecimiento económico indiscutible.

Vayamos a los datos: la cuota de España en las exportaciones mundiales de bienes y servicios fue del 1,83% en 2022, superior al 1,4% que España representa en el PIB mundial, lo que da una idea de la creciente apertura de nuestra economía (en 2022, año récord, el peso de las exportaciones e importaciones españolas superaron el 80% de nuestro PIB) y la fortaleza que esto supone para nuestro crecimiento económico. Pero más significativo aún es que España ha logrado mantener prácticamente su participación en las exportaciones mundiales (1,68%) tras un largo período (especialmente estas dos últimas décadas) caracterizado por el auge de las economías emergentes en el comercio mundial, sobre todo China, mientras que los principales países europeos y EE. UU. han visto retroceder su cuota desde el año 2000.

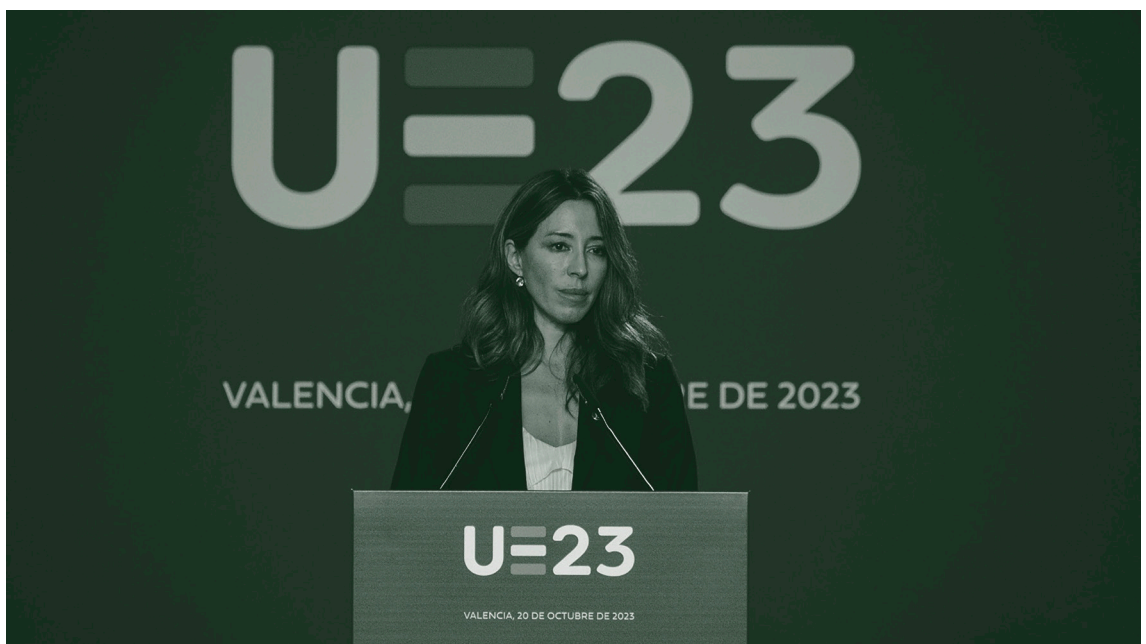
El caso de los servicios es aún más llamativo, ya que España representa el 2,38% de las exportaciones mundiales de servicios ocupando el 10º lugar en el *ranking* de exportadores.

ICEX Invest in Spain es el brazo ejecutor de una parte muy importante de la estrategia de internacionalización de la economía española y de nuestros planes de acción. En continua adaptación e innovación, ICEX trabaja en el acompañamiento al exterior y la promoción del comercio con equipos especializados en cada sector y un

amplio abanico de instrumentos y actividades dentro y fuera de España, trabajando también la imagen de nuestras empresas y de nuestra economía en el exterior. Así mismo, ICEX a través de Invest in Spain es competente en la atracción de la inversión extranjera directa a nuestro país, acompañando a los inversores en la materialización de proyectos concretos, o en una búsqueda activa de inversores en mercados estratégicos y promoción de las ventajas de nuestro país como destino de inversión. Finalmente, también dentro de ICEX, CECO se encarga de un elemento muy importante para el refuerzo de nuestro sector exterior: la formación de talento en internacionalización y la empleabilidad de nuestros jóvenes en dicho ámbito.

**Déjame pedirte una reflexión sobre economía y poder desde nuestra perspectiva de potencia mediana: ¿crees que se compadece nuestra capacidad económica con nuestra relevancia internacional? ¿Qué importa más en el ámbito internacional, economía o poder?**

La economía es poder; evidentemente junto con otros factores; por tanto, un país con una economía fuerte será más poderoso en la escena internacional.



En el caso de España, nuestra proyección exterior se ve especialmente favorecida no solo por el tamaño del PIB, sino por el alto grado de apertura de nuestra economía, la integración en los mercados internacionales, el dinamismo del comercio y de las inversiones, en ambos sentidos, la presencia histórica de largo plazo de nuestras empresas en ciertas regiones y la búsqueda de nuevos mercados.

**Las sociedades contemporáneas siguen mostrando una relativa desigualdad entre mujeres y hombres en diversos ámbitos. ¿Ocurre también en el comercio internacional? ¿Qué iniciativas pueden adoptarse para mejorar la participación de la mujer en los ámbitos internacionales de comercio?**

Efectivamente la desigualdad entre hombres y mujeres se extiende también a su participación en el comercio internacional. Los datos son rotundos y muestran una importante brecha de género en materia de internacionalización, ya que son menos del 20% las empresas internacionalizadas que son propiedad o lideradas por mujeres, y se observa igualmente una menor participación de las mujeres en puestos con responsabilidades en las estrategias de internacionalización de sus empresas. Factores como el tamaño empresarial o los sectores de actividad hacia los que tradicionalmente se dirige el emprendimiento femenino, elementos culturales y/o vinculados con la conciliación de los ámbitos laboral y personal están detrás de esta realidad tozuda, que incide negativamente en el crecimiento potencial de nuestra economía. Trabajar desde sector público y privado en promover una mayor presencia de la mujer en el marco internacional tiene un impacto directo en la competitividad de la economía española y la brecha salarial.

En 2019 creamos el Grupo de trabajo Mujer e Internacionalización, como iniciativa público-privada para avanzar en la identificación de obstáculos y elaboración de propuestas y políticas concretas. A la vez, la perspectiva de género ha ido cobrando más y más relevancia en el diseño de la política comercial, y los instrumentos de apoyo a la internacionalización,

hasta ser hoy un principio rector de nuestra estrategia.

De cara a futuro será necesario seguir trabajando en mejorar la información, datos y estadísticas sobre la presencia de mujeres en el sector exterior, favorecer la formación, visibilidad y las redes de mujeres en este ámbito, incentivar la participación de mujeres en los programas públicos de apoyo a la internacionalización adaptándolos a sus necesidades, en caso de que sea necesario, y promover la adopción de agendas con perspectiva de género en las negociaciones comerciales.

*Trabajar desde sector público y privado en promover una mayor presencia de la mujer en el marco internacional tiene un impacto directo en la competitividad de la economía española y la brecha salarial*

**Pandemia, dificultad de suministros, terrorismo internacional, guerra en Europa y Oriente Medio, retirada de Afganistán, son elementos diversos que hablan de una nueva geopolítica en que las naciones pequeñas como España e incluso las áreas con fuerza comercial como la Unión Europea se enfrentan a desafíos que exceden lo económico pero que lo influyen y permean. ¿Qué planes debe desplegar España y la Unión Europea para afrontar un nuevo contexto de mayores riesgos e incertidumbres? En comercio internacional, ¿importa más la fuerza económica o esta se convierte en una más de las expresiones de poder entre las naciones?**

Los factores que has mencionado han puesto de manifiesto ciertas vulnerabilidades y dependencias en sectores clave para la seguridad y el bienestar que experimenta nuestra economía y las de nuestros socios. En este contex-

to de riesgos geopolíticos en el cual debemos implementar sin demora una agenda para las transiciones verde y digital, la coordinación con nuestros socios es fundamental en el plano político y en el plano económico, y definir a nivel nacional y europeo una estrategia de seguridad económica que nos permita garantizar un desarrollo sostenido y también una prosperidad compartida con otros países para que nadie quede atrás en esas transiciones. La clave será extender la red de acuerdos comerciales, acuerdos en inversiones para el desarrollo, alianzas para garantizar y diversificar suministros estratégicos, promover industrias tractoras, integrar cadenas de valor más seguras y justas con valor añadido para todas las partes y dotarnos de instrumentos para que este marco se implemente de forma efectiva y en condiciones de competencia leal, y todo ello defendiendo un sistema multilateral económico plenamente operativo.

*En este contexto de riesgos geopolíticos en el cual debemos implementar sin demora una agenda para las transiciones verde y digital, la coordinación con nuestros socios es fundamental en el plano político y en el plano económico*

Ser conscientes de la necesidad de esta estrategia es fundamental en un contexto en el que la fuerza política se mide en función de dicha influencia económica, ya que estas dependencias y la propia política comercial se transforma en armas (a veces de disuadir, otras para agredir) y conseguir objetivos de otro tipo, más allá de lo económico y comercial.

**Al analizar la realidad, tenemos necesidad de observar elementos cuantificables, manifestando preferencias por unas u otras**

**estadísticas: en ocasiones las queremos sintéticas; otras veces específicas; sencillas y generales; o muy desagregadas.**

**¿Qué estadísticas utilizas tú para sustentar los análisis que realizas diariamente y por qué razones?**

Dentro de la Secretaría de Estado de Comercio se encuentra la Subdirección General de Estudios y Prospección Comercial, la fuente con la que consulto y contrasto la información comercial. Entre sus funciones está la realización de las estadísticas de Datacomex (flujos de comercio de bienes españoles cuya fuente son los datos de Aduanas), la publicación de los informes mensuales, y los índices de tendencia de competitividad.

Para consultas internas usamos los “cubos de comercio exterior” (nuestra base de datos interna).

Para seguimiento de la coyuntura exportadora usamos la Encuesta de Coyuntura de Exportación, que elaboramos nosotros y que nos sirve para introducir módulos específicos sobre eficacia de las medidas de apoyo a la internacionalización, integración en cadenas globales de valor, problemas de abastecimiento, impacto de la crisis en el Mar Rojo, etc.

Para seguir el comercio a nivel europeo recurrimos a Eurostat. Para el público, esa información es accesible también a través de Datacomex. Y a escala mundial las estadísticas de UN COMTRADE.

También consultamos las estadísticas del Banco de España (balanza de pagos, comercio de servicios), OMC-UNCTAD (comercio de servicios) o el FMI (balanza de pagos mundial) o la OCDE (comercio exterior en valor añadido).

Para los flujos de inversión, la fuente es el Registro de Inversiones de la propia Secretaría de Estado de Comercio, o los datos de la UNCTAD.

Y en comercio interior, las fuentes son muy diversas: el INE para seguir las ventas y ocupación del sector con los índices del comercio minorista, la Seguridad Social o los indicadores de confianza del consumidor o del comercio minorista de la Comisión Europea, además de algunas fuentes privadas, como los estudios de entidades financieras.



**En breve ocupará puesto de director ejecutivo del Fondo Monetario Internacional: ¿cómo te propones servir los intereses de España en esta nueva etapa?**

El apoyo de España al sistema multilateral tiene también su reflejo en el trabajo que realiza a través de sus representantes en las instituciones financieras internacionales. Trabajar por un FMI sólido, con una dotación suficiente de recursos, basado en cuotas y situado en el centro de la red mundial de protección financiera es clave para la estabilidad económica mundial. Pero además de ese rol tradicional del FMI es necesario poner hoy en énfasis en la contribución que dicha institución puede tener en la gestión de la deuda de los países menos avanzados, en la protección de las poblaciones más vulnerables (lucha contra el hambre y reducción de la pobreza) además de la lucha contra el cambio climático. Será clave trabajar para que el Fondo Fiduciario para el Crecimiento y la Lucha contra la Pobreza pueda seguir brindando un apoyo sólido a los países más necesitados, y, como hemos visto recientemente, es también una prioridad para España el éxito de los programas puestos en marcha en el marco del Fondo Fiduciario para la Resiliencia y la Sostenibilidad

al que el ministro de Economía, Comercio y Empresa acaba de anunciar una importantísima contribución financiera española con el objetivo de ayudar a los países más vulnerables a prevenir el impacto de futuros shocks, e incentivar de forma destacada la inversión en acción climática.

**Acabamos nuestras entrevistas pidiendo a los encuestados un esfuerzo de imaginación. ¿Cómo ves la sociedad española dentro de 20 años? Danos un temor, una prioridad y un deseo para nuestro país.**

Mi temor es la escalada de violencia a nivel internacional, la propagación de los conflictos y la pérdida de confianza en la cooperación entre países y los foros multilaterales, que son claves para una paz real.

Es una prioridad un nuevo contrato social que permita garantizar de forma sostenible el bienestar y la justicia social.

Mi deseo es que España sea un país de oportunidades en donde nuestros jóvenes quieran quedarse y donde otros quieran venir a construir su proyecto de vida y el respeto y la solidaridad sea la clave de la convivencia. ●

