



España fija meta de duplicar el comercio con México (?)

España fija meta de duplicar el comercio con México hacia 2030 tras un encuentro empresarial en la capital mexicana.¹

El vicepresidente primero del Gobierno de España y ministro de Economía, Carlos Cuerpo, encabezó del 1 al 3 de junio en la Ciudad de México un encuentro empresarial bilateral con el secretario de Economía, Marcelo Ebrard, en el que participaron representantes de 66 empresas españolas de diversos sectores.

España fija meta de duplicar el comercio con México hacia 2030 tras un encuentro empresarial en la capital mexicana - Elsevier

Durante el encuentro, organizado por ICEX España Exportación e Inversiones y la CEOE, Cuerpo planteó como objetivo duplicar el comercio bilateral entre ambos países antes de 2030, elevando la ambición respecto a la meta del 50 % que había fijado previamente la parte mexicana.

El punto de partida es una inversión bilateral que Cuerpo situó en torno a los 100 000 millones de euros, con un stock de capital español en México superior a los 70 000 millones de dólares distribuido en más de 5400 empresas.

El ministro señaló que más del 90 % de las compañías españolas con presencia en el país reportan satisfacción con su inversión y más del 50 % prevé ampliarla. España ocupa actualmente el segundo lugar como fuente de inversión extranjera en México, según datos de la Secretaría de Economía.

Ebrard presentó el Plan México como marco de oportunidad para el capital español, con

¹ <https://mx.fashionnetwork.com/news/Espana-fija-meta-de-duplicar-el-comercio-con-mexico-hacia-2030-tras-un-encuentro-empresarial-en-la-capital-mexicana,1837421.html>

énfasis en aumentar el contenido nacional en las exportaciones mexicanas y preparar al país para una reorganización geopolítica del comercio global.

El secretario señaló que el plan abre espacios en sectores donde México busca sustituir importaciones y desarrollar nueva capacidad productiva, áreas en las que las empresas españolas tienen experiencia acumulada.

El acuerdo de modernización entre la Unión Europea y México, recientemente firmado, sirve de marco institucional para esta hoja de ruta bilateral. Ambas partes acordaron traducir los compromisos en entregables concretos durante los próximos meses, con seguimiento desde una oficina de inversión creada por el Gobierno de México que opera con plazos de resolución de 60 días.

En materia de moda, México es el mercado con mayor presencia de marcas españolas en América Latina. En el país operan todas las firmas del grupo Inditex, con presencia integral en tiendas físicas y comercio electrónico, además de Tendam, Mango, Tous, Adolfo Domínguez, Bimba y Lola, Desigual, Pikolinos y Hoff, entre otras.

México y España: una relación comercial desigual en la industria de la moda

España ha desarrollado una estrategia internacional muy exitosa en la industria de la moda, apoyada en el diseño, la construcción de marcas, la distribución comercial y cadenas como Zara, Mango y otras firmas con presencia en México. Ahora busca duplicar su comercio bilateral con nuestro país hacia 2030.

México, por su parte, cuenta con una importante industria textil y de confección, talento creativo y capacidad manufacturera, pero ha hecho relativamente poco para internacionalizar sus propias marcas de moda, particularmente en el mercado español.

La concentración comercial es evidente: durante 2025, el 92% de las exportaciones mexicanas de textiles y confeccionados se dirigió a Estados Unidos, según CANAINTEX.

Mientras España promueve activamente sus marcas en México, incluso mediante campañas institucionales de ICEX, las empresas mexicanas tienen una presencia comercial mucho más limitada en España.

Nuestra visión desde **Yo Exporto Intelligence®**: México **debe dejar de considerar la moda únicamente como una actividad manufacturera y reconocerla como una industria de diseño, identidad, marcas y valor agregado**. España representa una excelente puerta de entrada al mercado europeo para las PYMES mexicanas de ropa, calzado, accesorios, joyería y diseño artesanal contemporáneo. La oportunidad no consiste solamente en fabricar prendas para terceros, sino en exportar moda mexicana con marca propia, identidad y mejores márgenes comerciales.

