

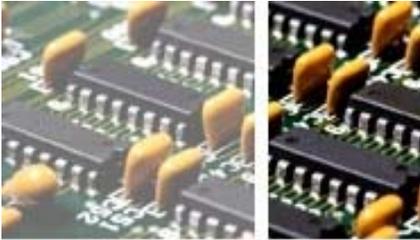


Oportunidades de Exportación a la Unión Europea

SE

23 de Noviembre de 2010

SECRETARÍA
DE ECONOMÍA



Contenido

1. **Objetivos de ProMéxico y Plataforma de Promoción.**
2. **Ventajas de México como destino de inversión y como fuente de proveeduría.**
3. **Relaciones Comerciales entre México y la UE.**
4. **Oportunidades Comerciales para México en el mercado Europeo.**
5. **Retos para Exportar a Europa.**
6. **Estrategia de Promoción de ProMéxico.**
7. **Calendario de Ferias en Europa en 2011.**
8. **Consideraciones finales.**



1. Objetivos de ProMéxico y Plataforma de Promoción.

Nuestros objetivos son claros*

- 1.** Impulsar las **exportaciones de productos y servicios** de México en el mercado internacional y **promover la internacionalización** de las empresas mexicanas.
- 2.** Promover la atracción de **inversión extranjera**.
- 3.** **Coordinar las estrategias del Gobierno Federal** orientadas a promover los negocios con el exterior.

*Decreto presidencial, julio 2007

28 oficinas en 20 países



- Hacemos equipo con las Embajadas y Consulados de México en el extranjero para tener mayor presencia en los mercados internacionales.

51 oficinas en las 32 Entidades Federativas.





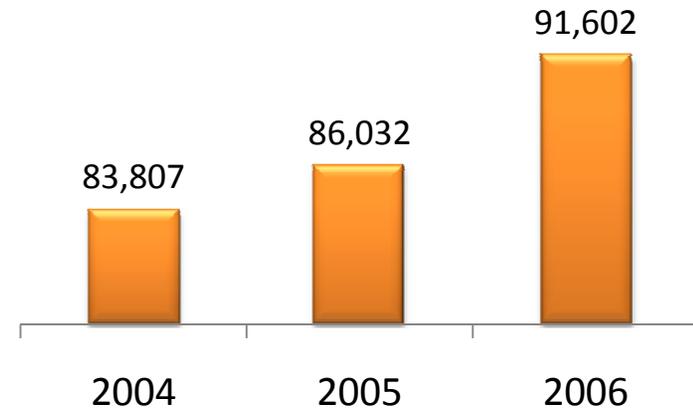
2. Ventajas de México como destino de inversión y como fuente de proveeduría

- 1. Tamaño de Mercado:** Población de 107 millones de habitantes y PIB de 1,085.7 MMD en 2009.
- 2. Bono Demográfico:** En las próximas tres décadas, la población en edad laboral alcanzará 88 millones de personas.
- 3. Mano de Obra Calificada:** Cada año en México, se gradúan cerca de 90,000 estudiantes de ingeniería y programas de tecnología.
- 4. Amplia red de TLC's y Acuerdos de Inversión:** Los Acuerdos de libre comercio con 44 países representan el 60% del PIB mundial.
- 5. Facilidad de Operación:** Los inversionistas en México, sólo necesitan 9 días y 6 trámites para abrir un negocio.
- 6. Bajos Costos de Transporte:** México está más cerca a los principales centros de consumo del mundo que proveedores de otras regiones.
- 7. Bajos costos de operación.**
- 8. Costos competitivos de mano de obra:** Desde 2008 México y China tienen costos similares de mano de obra.
- 9. Bajos Costos de Manufactura:** México tiene una ventaja en costos de 18.3% en promedio (en 17 industrias) sobre 9 países comparados con los costos en Estados Unidos.
- 10. Ventaja cambiaria en términos reales:** México gozará de un mejor desempeño cambiario en términos reales que Brasil, China e India contra las principales divisas.

Trabajadores calificados y baja tasa de sindicalización.

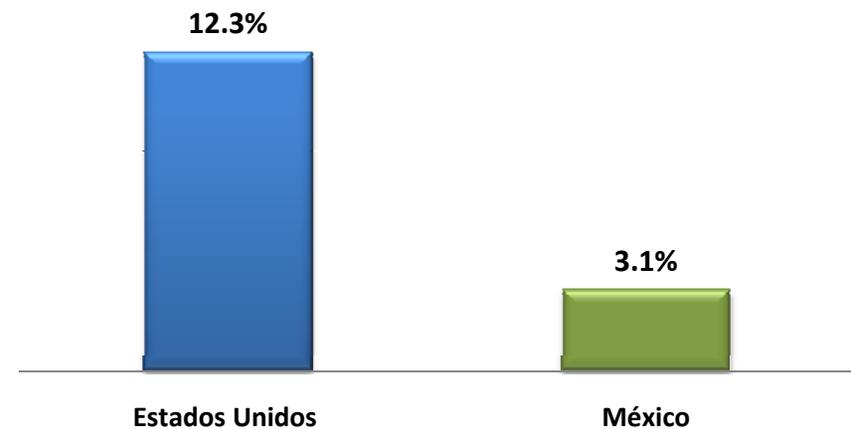
1. Cada año en México, cerca de 90,000 estudiantes se gradúan de ingeniería y programas de tecnología.
2. El Sistema de Educación Superior Mexicano está conformado por 2 mil 539 instituciones que ofrecen servicios educativos y espacios de intercambio internacional.
3. Las Universidades mexicanas combinan una oferta de más de 900 programas de graduados en las áreas de ingeniería y tecnología.
4. México tiene una tasa de sindicalización significativamente inferior a Estados Unidos.

México. Ingenieros y Técnicos graduados



Fuente: ANUIES

Tasa de Sindicalización, 2009 (%)

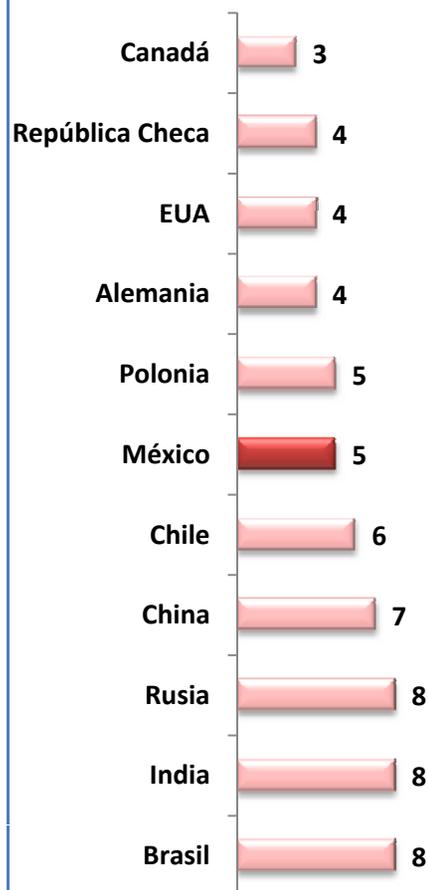


Fuente: U.S. Department of labor y STPS.

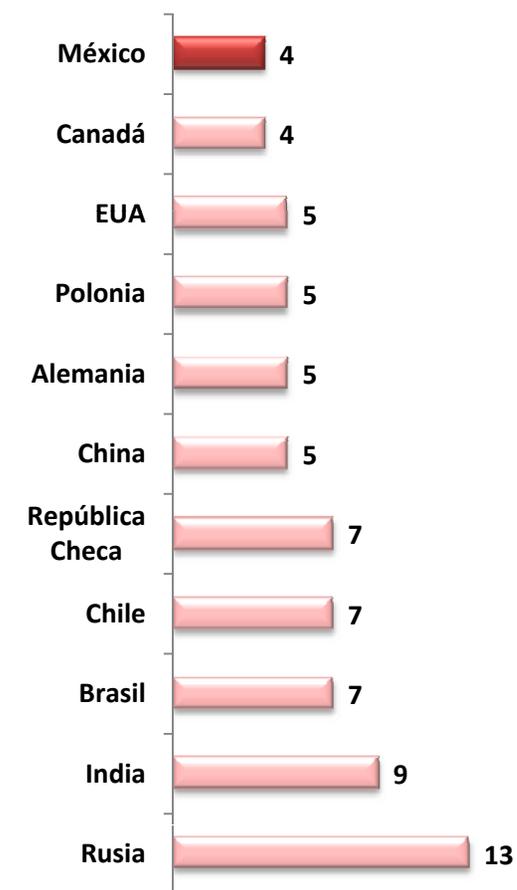
Aranceles y trámites aduaneros

- México ha reducido sus aranceles del 13% al 8% en promedio, y se espera llegar a un arancel promedio del 4 % hacia 2012.** Esto elevará la rentabilidad de las empresas establecidas en México (ya que accederán a insumos a precios competitivos).
- México requiere un bajo número de trámites para exportar e importar, ya que sólo se requiere de 5 documentos para realizar un trámite de exportación y 4 documentos para el de importación.**

Número de documentos para exportar



Número de documentos para importar

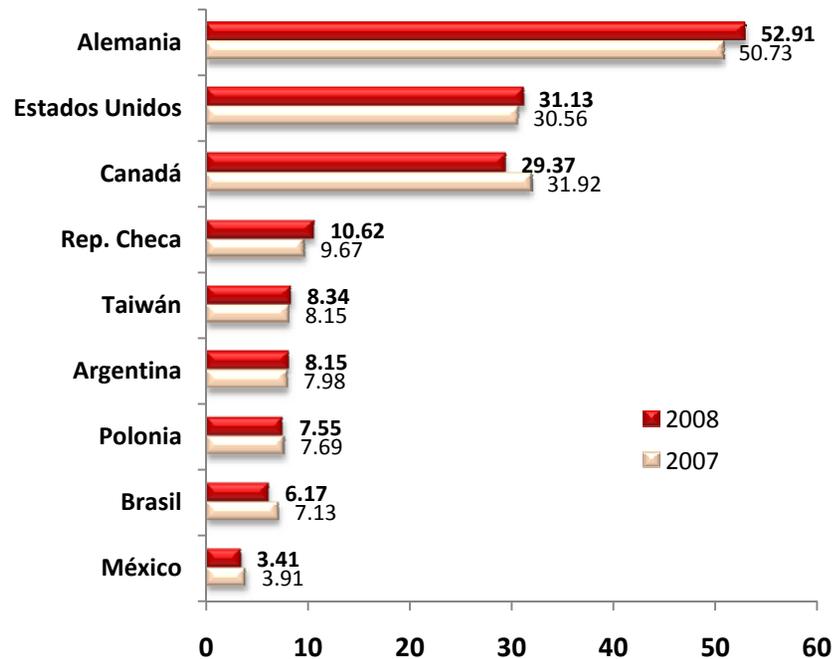


Fuente: World Bank, *Doing Business 2010-2011*.

Costos Laborales Competitivos

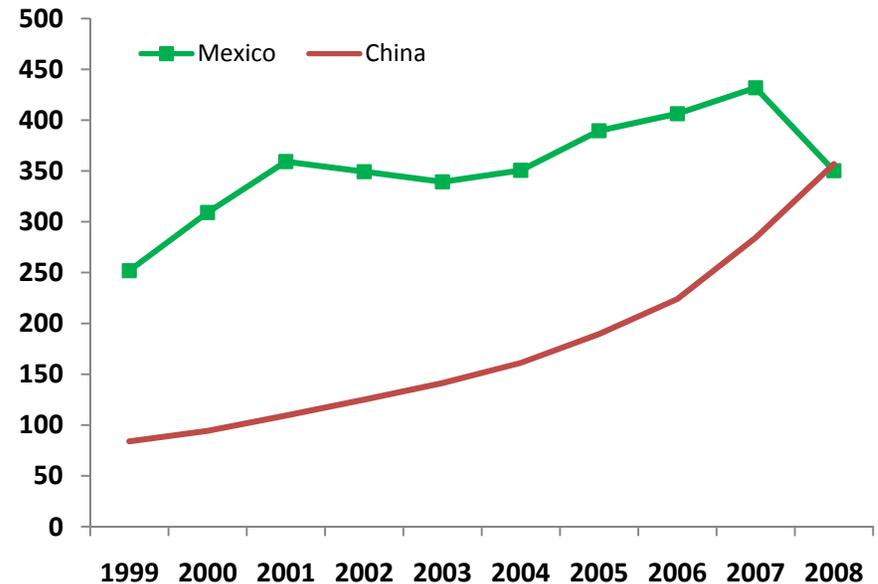
Desde 2008 México y China presentan costos laborales similares. Nuestro país ofrece importantes ahorros en costos laborales frente a otras alternativas de inversión en América, Europa y Asia

Costos laborales a nivel de empleado en manufactura (dólares por hora)



Fuente: United States Department of Labor

Evolución de los Sueldos en México y China (ingreso mensual en dólares)



Fuente: International Labor Organization

Costos de Manufactura

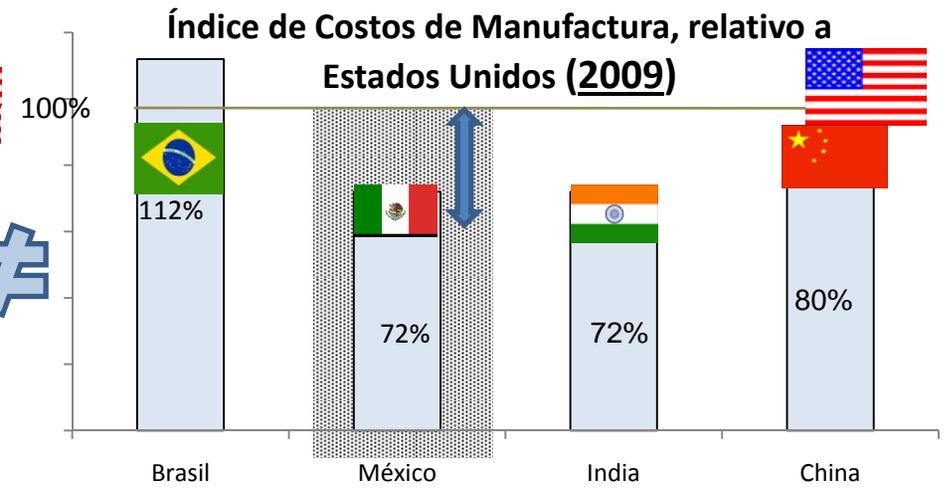
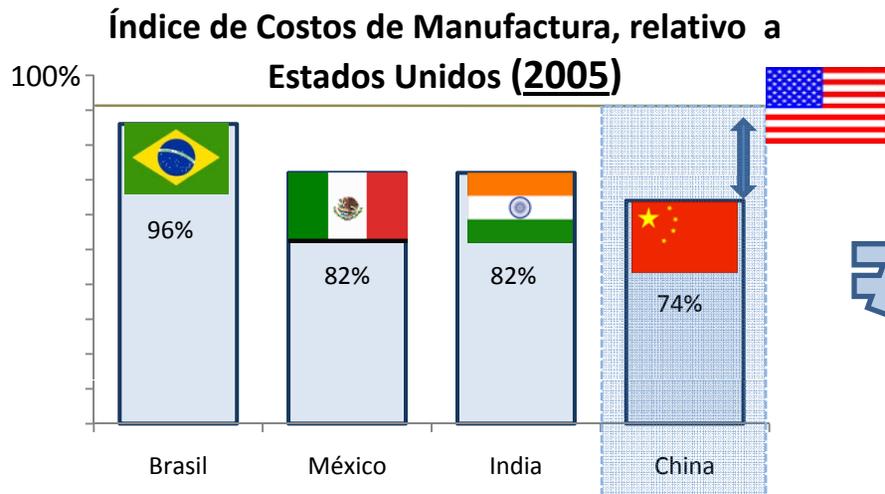
México presenta mejores costos de manufactura que países como Canadá, China, India y Brasil.

Competitividad:

1. México tiene una ventaja de 18.2% en promedio (en 17 industrias) comparado contra los costos de manufactura en Estados Unidos.
2. Presenta también ventajas en costos de construcción industrial, de terrenos, renta e impuestos.



Source: KPMG, 2010.

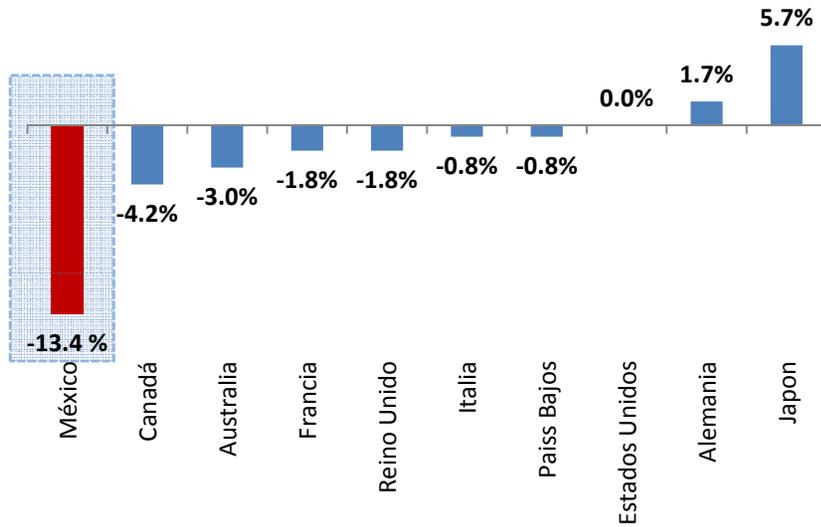


Nota: el índice incluye costos de insumos, mano de obra, energía, maquinaria y equipo, impuestos y tipo de cambio.

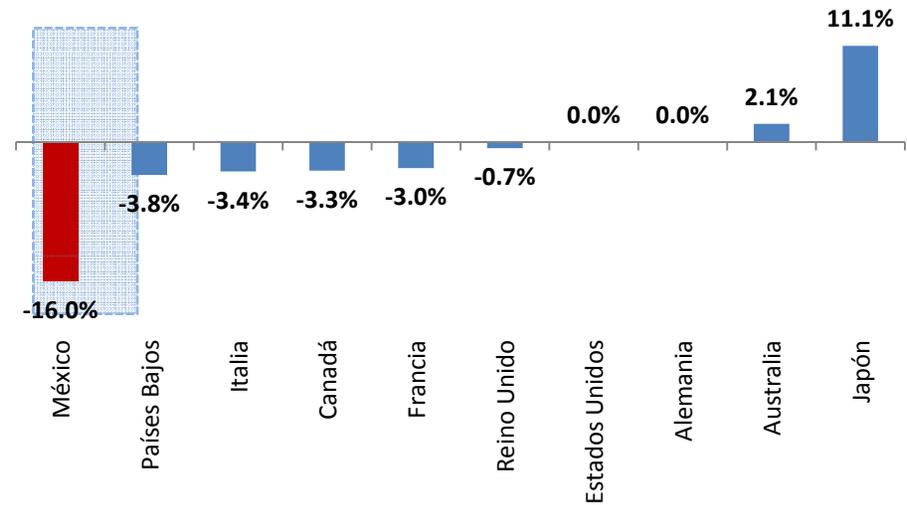
Fuente: Alix Partners 2009.

Costos de Manufactura: Ventaja/desventaja en relación con Estados Unidos (26 indicadores en 17 industrias / Fuente: KPMG, 2010)

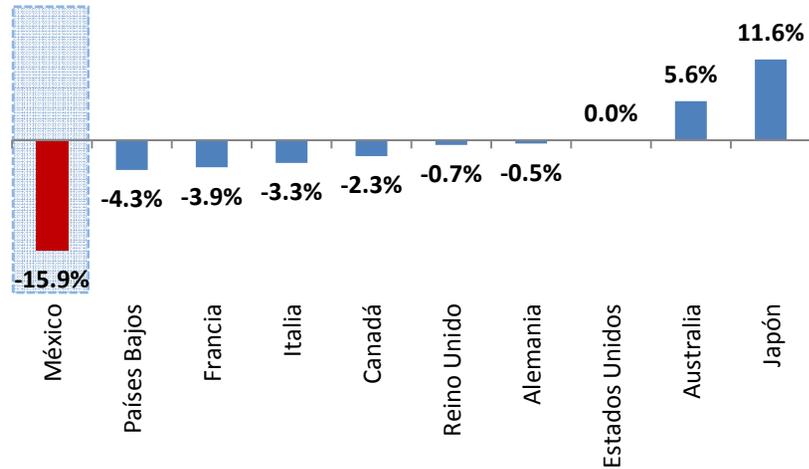
Manufacturas Electrónicas



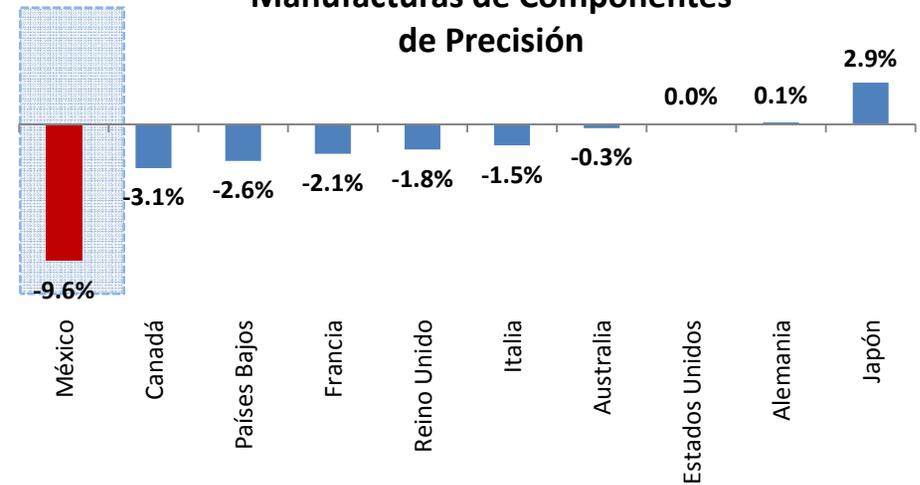
Metalmecánica



Manufactura de Productos de Plástico



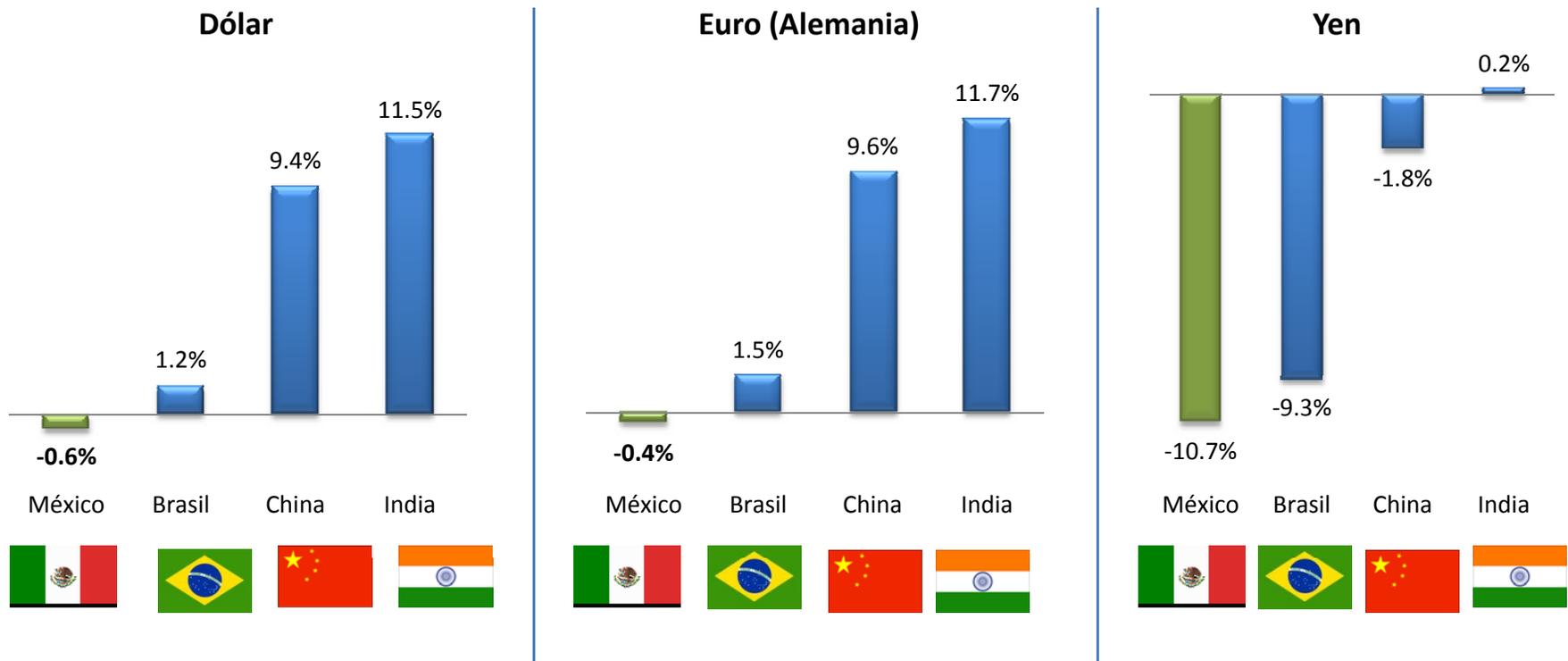
Manufacturas de Componentes de Precisión



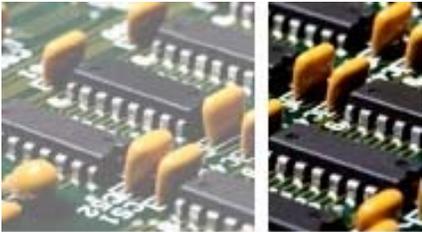
El Peso mexicano mostrará un comportamiento más atractivo en los años siguientes (en términos reales) comparado con las monedas de Brasil, China e India, con respecto al Dólar, Euro y Yen.

Esto implica un mejor perfil en costos de producción y una capacidad mayor de ofrecer productos a precios competitivos.

Comportamiento esperado del tipo de cambio real de países seleccionados, 2009-2012 (variación anual promedio)



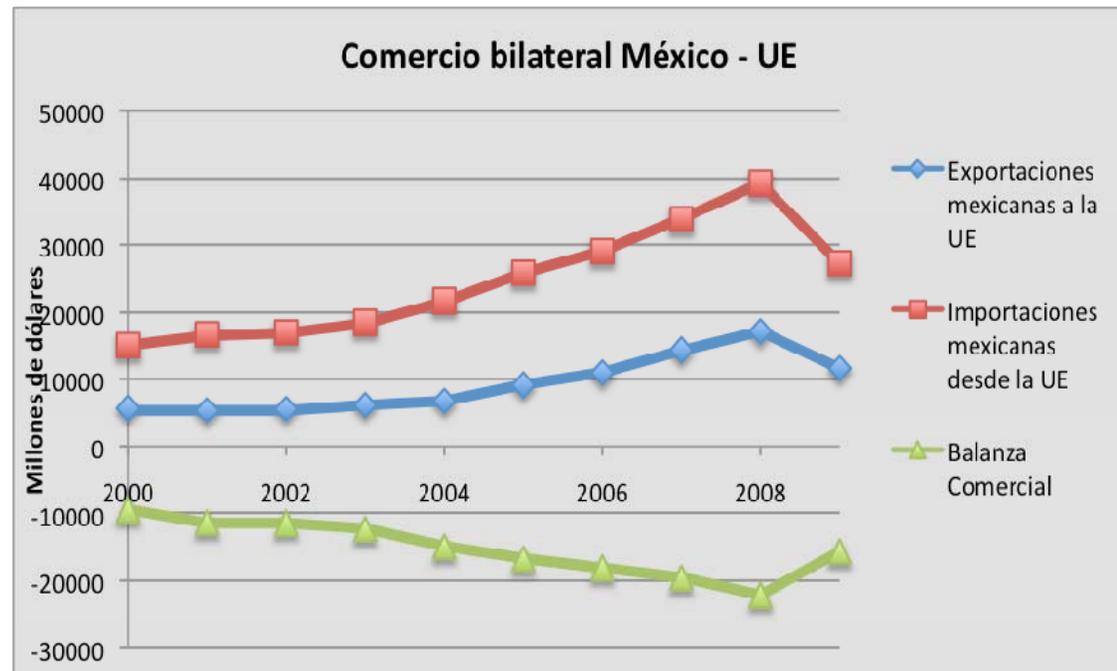
Fuente: cálculos de ProMéxico con estimaciones de Global Insight.



3. Relaciones Comerciales entre Mexico y la Unión Europea

- En 2009 la Unión Europea ocupó el segundo lugar en el comercio total de México.
- El intercambio comercial entre México y la Unión Europea ha crecido 111%, al pasar de 18,502 millones de dólares en 1999 (antes del TLCUEM) a 38,982 millones de dólares en 2009, lo que representa una tasa de crecimiento anual promedio de 8%.

- Las exportaciones registraron un crecimiento de 113% y las importaciones aumentaron en 110%



Fuente: Banco de México

- Entre enero y junio de 2010 el intercambio comercial entre México y la Unión Europea fue de 21,954 millones de dólares, lo que representa un crecimiento de 24% con respecto al mismo periodo del año anterior.
- Las exportaciones alcanzaron 6,641 millones de dólares, lo que representó un crecimiento de 29% con respecto al mismo periodo del año anterior. Las importaciones registraron un crecimiento de 22 % con respecto al mismo periodo de 2009 (la Tabla muestra el detalle):

PAÍS REPORTANTE: México

Relación de Comercio Bilateral México – UE

| Indicadores | 2008 | 2009 | Ene-jun 2010 |
|--|----------------|----------------|---------------|
| Comercio Total | 56,412 | 38,982 | 21,954 |
| <i>% Variación Anual</i> | <i>17%</i> | <i>-31%</i> | <i>24%</i> |
| Exportaciones Mexicanas hacia UE (md) | 17,167 | 11,682 | 6,641 |
| <i>% Variación Anual</i> | <i>19%</i> | <i>-32%</i> | <i>29%</i> |
| Importaciones Mexicanas desde UE (md) | 39,244 | 27,300 | 15,313 |
| <i>% Variación Anual</i> | <i>16%</i> | <i>-30%</i> | <i>22%</i> |
| Balanza Comercial | -22,077 | -15,618 | -8,672 |

Fuente: Global Trade Atlas

Principales productos comercializados entre México y la UE en 2009

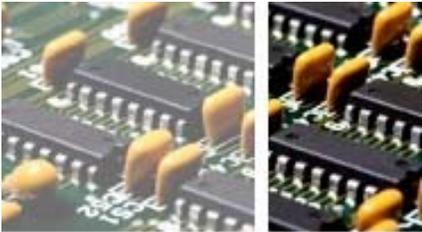
| Productos Exportados desde México hacia la UE (4 dígitos) | % Part. | Productos Importados por México desde la UE (4 dígitos) | % Part. |
|--|-------------|---|-------------|
| Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles | 18% | Aceites de petróleo o de mineral bituminoso | 8% |
| Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso | 17% | Partes y accesorios de vehículos automóviles | 8% |
| Aparatos eléctricos de telefonía o telegrafía | 16% | Medicamentos | 5% |
| Oro , incluido el oro platinado, en bruto, semilabrado | 3% | Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles | 3% |
| Máquinas automáticas para procesamiento de datos Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología | 2% | Sangre humana; sangre animal para usos terapeuticos | 1% |
| Turboreactores, turbopropulsores y demás turbinas | 2% | Aparatos para corte, seccionamiento, protección, Máquinas y aparatos para la fabricación de productos | 1% |
| Partes y accesorios de vehículos automóviles | 1% | Mezclas de sustancias odoríferas y mezclas, | 1% |
| Artículos y aparatos de ortopedia | 1% | Máquinas y aparatos mecánicos con función propia, Compuestos heterocíclicos con heteroátomo(s) de nitrógeno | 1% |
| Cerveza de malta | 1% | | |
| Subtotal | 63% | Subtotal | 31% |
| Otros Productos | 37% | Otros Productos | 69% |
| Total | 100% | Total | 100% |

- Con respecto a las importaciones de la UE, éstas son adquiridas principalmente de China y Estados Unidos. México ocupó el lugar 23 como “proveedor” de la UE en 2009 con 13,949 millones de dólares en ventas a ese mercado.
- Para México, la UE ocupa el tercer lugar como “proveedor”, con importaciones por 27,300 millones de dólares en 2009.
- Como se observa, México aun no aprovecha plenamente los beneficios del TLCUEM.

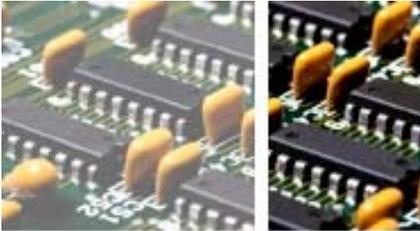
RESUMEN PARTICIPACIÓN MÉXICO - UE EN IMPORTACIONES, 2009 (Millones de dólares)

| UE 27 | | | |
|-----------|----------------|--------------------|-------------|
| Rank | Socio | Importaciones 2009 | % Part. |
| 1 | China | 298,575 | 17.84 |
| 2 | Estados Unidos | 214,752 | 12.84 |
| 3 | Rusia | 145,269 | 8.68 |
| 4 | Suiza | 102,470 | 6.12 |
| 5 | Japón | 78,934 | 4.72 |
| 6 | Noruega | 77,455 | 4.63 |
| 7 | Turquía | 50,327 | 3.01 |
| 8 | Corea Del Sur | 44,908 | 2.68 |
| 9 | Brasil | 35,756 | 2.14 |
| 10 | India | 35,128 | 2.10 |
| 23 | México | 13,949 | 0.83 |

| MÉXICO | | | |
|----------|----------------|--------------------|--------------|
| Rank | Socio | Importaciones 2009 | % Part. |
| 1 | Estados Unidos | 112,434 | 47.97 |
| 2 | China | 32,529 | 13.88 |
| 3 | UE 27 | 27,300 | 11.65 |
| 4 | Japón | 11,397 | 4.86 |
| 5 | Corea Del Sur | 10,946 | 4.67 |
| 6 | Alemania | 9,727 | 4.15 |
| 7 | Canadá | 7,304 | 3.12 |
| 8 | Taiwán | 4,592 | 1.96 |
| 9 | Malasia | 4,036 | 1.72 |
| 10 | Brasil | 3,495 | 1.49 |



4. Oportunidades Comerciales para México en el mercado Europeo



Numeralia



• Los análisis hechos por ProMéxico con sus herramientas de inteligencia comercial señalan que México presenta importantes oportunidades de negocios en la Unión Europea en:

- 84 productos
- 19 Sectores
- 16 Mercados Objetivo
- Monto de oportunidad: \$14,126 millones de dólares

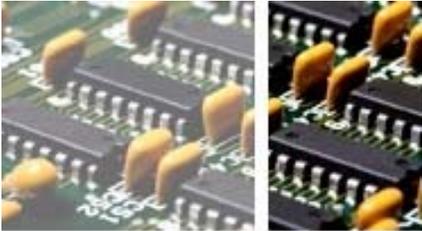


Oportunidades comerciales para México en Europa (SAM)

| SECTOR | NÚMERO DE PRODUCTOS | OPORTUNIDAD (MD) | PAISES OBJETIVO |
|---|---------------------|------------------|---|
| Metalmecánica | 12 | 2,521 | Alemania, Austria, Bélgica, Eslovaquia, España, Francia, Polonia, Reino Unido, República Checa, Suecia |
| Agricultura | 3 | 2,201 | Alemania, Bélgica, España, Francia, Italia, Países Bajos, Reino Unido |
| Calzado | 1 | 2,128 | Alemania, Bélgica, España, Francia, Reino Unido |
| Aeroespacial | 5 | 1,840 | Alemania, Bélgica, Francia, Irlanda, Reino Unido, República Checa |
| Equipo médico | 6 | 1,298 | Alemania, Austria, Bélgica, España, Francia, Irlanda, Italia, Portugal, Reino Unido |
| Alimentos, bebidas y tabaco | 15 | 1,205 | Alemania, Bélgica, España, Francia, Irlanda, Italia, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, República Checa, Suecia |
| Manufacturas eléctricas | 7 | 849 | Alemania, Austria, Bélgica, Eslovaquia, España, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Países Bajos, Reino Unido, Suecia |
| Equipo electrodoméstico | 2 | 592 | Alemania, Austria, Bélgica, España, Francia, Reino Unido, República Checa |
| Medicamentos, suplementos alimenticios, farmoquímicos y productos para el cuidado e higiene personal. | 10 | 439 | Alemania, Austria, Bélgica, Eslovaquia, España, Francia, Italia, Países Bajos, Reino Unido, República Checa |
| Extracción de minerales metálicos | 1 | 263 | Alemania, Bélgica |
| Materiales para la construcción | 2 | 227 | Alemania, España, Francia, Países Bajos, Reino Unido |
| Autopartes | 2 | 175 | Alemania, Bélgica, España, Francia, Italia, Reino Unido |
| Manufacturas de plástico | 1 | 93 | Alemania, Bélgica, Francia, Irlanda, República Checa |
| Químico | 6 | 89 | Alemania, Bélgica, España, Francia, Países Bajos, Polonia, Reino Unido |
| Siderurgia | 2 | 67 | Alemania, Austria, Bélgica, España, Reino Unido |
| Otras industrias manufactureras | 1 | 43 | Alemania, Austria, Bélgica, Eslovaquia, Francia, Países Bajos, Reino Unido |
| Joyería | 1 | 40 | Alemania, Reino Unido |
| Equipo ferroviario | 2 | 31 | Alemania, Austria, Eslovaquia, Francia, Reino Unido |
| Minerometalurgia | 5 | 27 | Alemania, Austria, Bélgica, España, Francia, Italia, Países Bajos, Polonia, Reino Unido |
| TOTALES | 84 | 14,126 | |

DETALLE POR PRODUCTO (6 dígitos)

| FRACCIÓN | DESCRIPCIÓN | OPORTUNIDAD (MD) | PAISES OBJETIVO |
|----------------------|---|------------------|--|
| Metalmecánica | | | |
| 842139 | Centrifugadoras, incluidas las secadoras centrífugas; aparatos para filtrar o depurar líquidos o gases. | 1,595 | Alemania, Eslovaquia, España, Reino Unido, República Checa |
| 841582 | Los demás Máquinas y aparatos para acondicionamiento de aire que comprendan un ventilador con motor y los dispositivos adecuados para modificar la temperatura y la humedad. | 272 | Alemania, Bélgica, España |
| Agricultura | | | |
| 90111 | Café orgánico | 2,021 | Alemania, Bélgica, España, Italia, Reino Unido |
| 80440 | Aguacate | 178 | Alemania, Francia, Países Bajos, Reino Unido |
| 81020 | Frutos rojos (Berries) | 2 | Alemania, Bélgica, Francia, Italia, Reino Unido |
| Calzado | | | |
| 640299 | Calzados con suela y parte superior de caucho o plástico | 2,128 | Alemania, Bélgica, España, Francia, Reino Unido |
| Aeroespacial | | | |
| 880330 | Las demás partes de aeronaves | 396 | Alemania, Francia |
| 840910 | Partes para motor de avión | 160 | Irlanda, Reino Unido |
| Equipo médico | | | |
| 901890 | Instrumentos y aparatos de medicina, cirugía, odontología o veterinaria, incluidos los de centellografía y demás aparatos electromédicos, así como los aparatos para pruebas visuales. | 917 | Alemania, España, Reino Unido |
| 902190 | Artículos y aparatos de ortopedia, incluidas las fajas y vendajes médico-quirúrgicos y las muletas; tablillas, férulas u otros artículos y aparatos para fracturas; artículos y aparatos de prótesis; audífonos y demás aparatos implantados. | 192 | Alemania, Bélgica, Francia, Irlanda, Reino Unido |
| 901832 | Agujas tubulares de metal y agujas de sutura | 78 | Alemania, España, Irlanda, Reino Unido |



5. Retos para Exportar a Europa

Bienes de Consumo Final

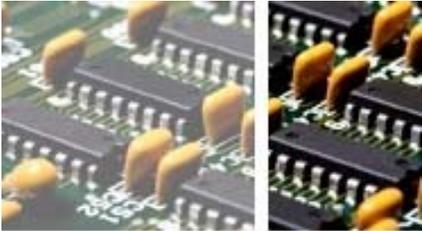
- Diseñar un **Plan de Internacionalización**: objetivos, estrategias y acciones.
- Desarrollar una **imagen corporativa**.
- Desarrollar una **imagen de producto**.
- Conocer a detalle el **sistema de distribución** de su producto en la UE.
- Conocer a detalle la **problemática logística** de su producto en la UE
- Cumplir con las **certificaciones sectoriales** (ejemplo ISO22000)
- Cumplimiento con **regulaciones de etiquetado, empaque y embalaje**.
- Desarrollo de una **estrategia de precio**.
- **Investigación + Desarrollo +Innovación (I+D+I)**.
- **Responsabilidad social y ambiental**.

Consorcio de Logística de Tequila

- Empresas que no tienen una imagen desarrollada de producto propio ni corporativa.
- Carecen de un Plan Estratégico de desarrollo de marca en los mercados exteriores.
- Desconocimiento de la distribución en la UE del sector destilados.
- Desconocimiento de la problemática logística de alcoholes en la UE.
- Identifican clientes pero solicitan pedidos pequeños.
- Altos costos de envío de muestras.
- Enfrentan impuestos especiales al alcohol en cada país de la UE.
- Servicio postventa muy pobre debido a la distancia.

Posible estrategia

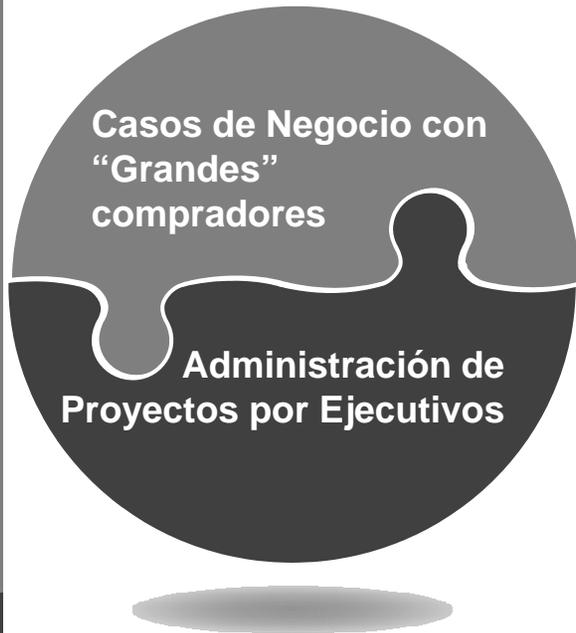
- Asociatividad: reducción de obstáculos y creación de un plataforma para atención clientes (centro de distribución en España para cubrir varios países).
- Plan de mercadotecnia y publicidad.
- Clave: Promoción institucional (con apoyo gubernamental).



6. Estrategia de Promoción de ProMéxico (Modelos):

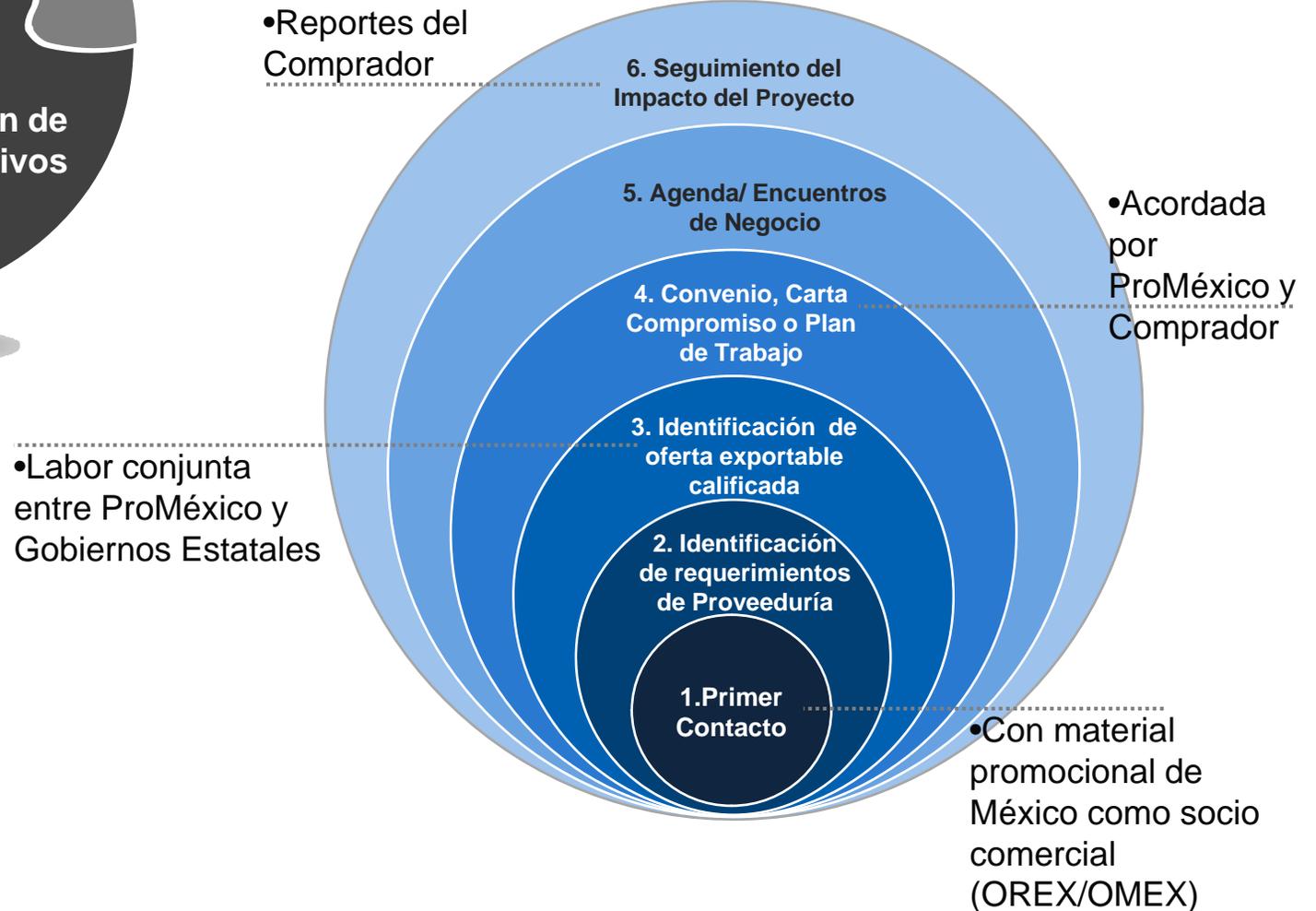
- a) **Proyectos de Exportación surgidos de la Demanda.**
- b) **Modelo de Alianza con Empresas Transnacionales (ACT).**

Características



Actividades Involucradas

Modelo de Demanda



- El pipeline de la Cartera de Proyectos de Exportación de la Unidad de Promoción de Exportaciones se divide en las siguientes etapas:



- Al cierre de septiembre se han cargado **330 proyectos de exportación** surgidos de la demanda y del modelo ACT
- De estos 330 proyectos, **68 provienen de oficinas de ProMéxico en Europa y 55 de las oficinas en Asia.**
- Este modelo de promoción busca contribuir en la **diversificación de las exportaciones.**

Desglose regional de los proyectos de exportación

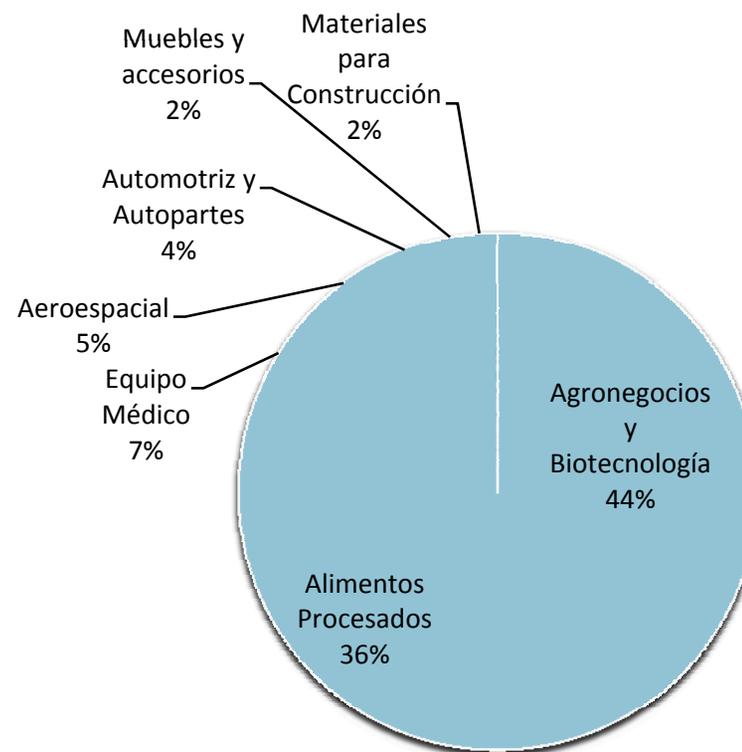
| Región | No. Proyectos |
|---------------|---------------|
| NAFTA | 145 |
| Latinoamérica | 40 |
| Europa | 68 |
| Asia | 55 |
| Modelo ACT | 22 |
| Total | 330 |

▶ Cartera de Proyectos de Exportación cargados en CRM para Europa

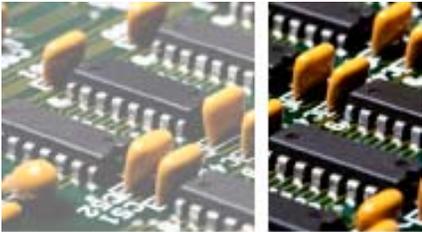
| Etapa | Cantidad de Proyectos de Exportación de Demanda | Monto en Cartera MDD |
|---------------------------|---|----------------------|
| Oportunidad | 48 | \$0.00 |
| Selección de Contrapartes | 19 | \$55 |
| Total | 67 | \$55 |

▶ Desglose de proyectos por sector

| Sector | Cantidad de Proyectos | Monto (Millones de dólares) |
|------------------------------|-----------------------|-----------------------------|
| Agronegocios y Biotecnología | 20 | \$24.2 |
| Alimentos Procesados | 15 | \$20.0 |
| Equipo Médico | 1 | \$4.0 |
| Aeroespacial | 2 | \$2.5 |
| Automotriz y Autopartes | 3 | \$2.2 |
| Muebles y accesorios | 2 | \$1.0 |
| Materiales para Construcción | 4 | \$1.0 |
| Metalmecánico | 2 | \$0.1 |
| Confección | 1 | No especificado |
| Cuero y Calzado | 3 | No especificado |
| Otros | 14 | No especificado |
| Total | 67 | \$55.0 |



*En los proyectos de exportación en etapa de Oportunidad, no es posible definir con claridad el monto exacto del proyecto.



b. Modelo de Alianza con Compañías Transnacionales (ACT)

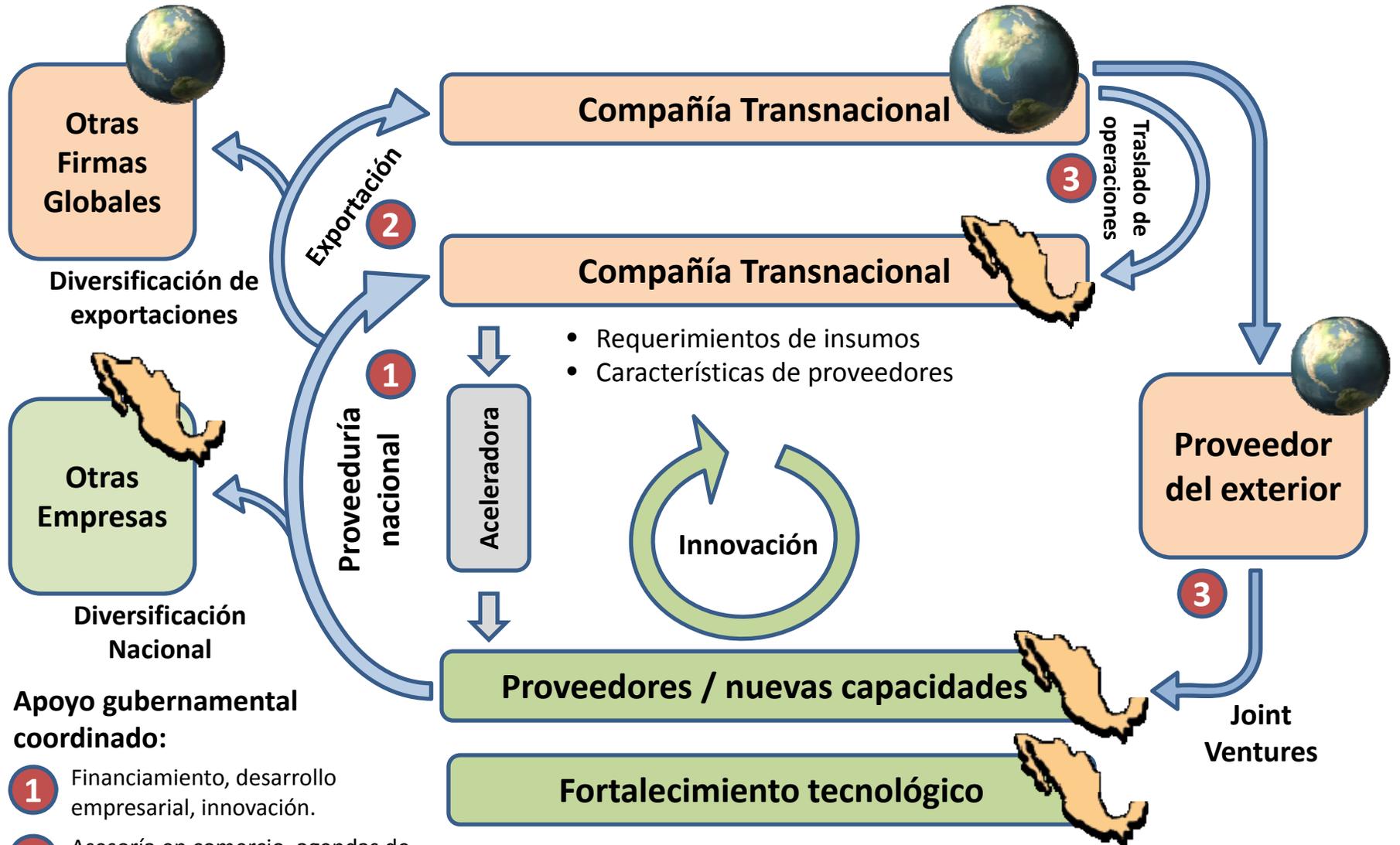
Motivación

El modelo ACT busca aprovechar el **fuerte interés** de muchas compañías transnacionales establecidas en México **por hacer crecer sus negocios en el país**, particularmente a través de mayor proveeduría y traslado de operaciones.

Objetivos

1. **Propiciar un mayor encadenamiento** de proveedores nacionales con compañías transnacionales establecidas en el país.
2. **Impulsar las exportaciones** buscando vincular a proveedores con las operaciones de la cadena de suministro internacional de las firmas transnacionales.
3. **Activar procesos de innovación** para desarrollar nuevas capacidades y aumentar la proveeduría nacional y las exportaciones.
4. **Retener e impulsar la reinversión** de compañías transnacionales en México.
5. **Fortalecer las cadenas productivas** atrayendo IED de proveedores del exterior.

Modelo de Alianza con Compañías Transnacionales

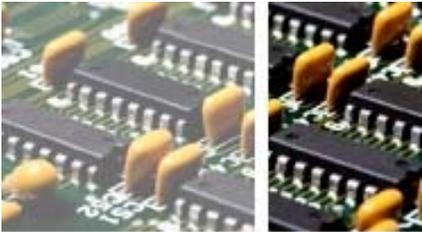


Apoyo gubernamental coordinado:

- 1** Financiamiento, desarrollo empresarial, innovación.
- 2** Asesoría en comercio, agendas de negocios, contacto con el mercado.
- 3** Servicios de facilitación, acopañamiento, incentivos a la inversión.

- 1. Selección de insumos requeridos y definición del perfil del proveedor.**
 - a. Identificación de nuevos proveedores** (para incrementar compras nacionales).
 - b. Encuentros de negocios** con proveedores potenciales.
- 2. Diagnóstico de los requerimientos de apoyo de proveedores actuales.**
 - a. Envío de cuestionario en línea a los proveedores, para conocer** con mayor detalle los tipos de apoyo que requieren.
 - b. Encuentros entre proveedores actuales e instituciones de apoyo.**
- 3. Análisis de los planes globales de inversión de la firma transnacional y promoción de México como destino de IED.**
- 4. Conocimiento de los proyectos de IED en marcha** para identificar a proveedores nacionales y activar labores de facilitación.
- 5. Elaboración de lista de proveedores del exterior que interesa atraer a México para activar una agenda de promoción conjunta.**

- ProMéxico esta trabajando con **6 importantes empresas europeas** de los sectores **eléctrico y automotriz**.
- Las actividades que se desarrollan con las empresas son:
 - Reuniones de trabajo con las empresas y consultoras, con la finalidad de desarrollar proveeduría mexicana.
 - Selección de los apoyos y servicios federales necesarios para fortalecer la cadena de suministros de las empresas.
 - Envío de listado de proveedores potenciales a las empresas para su evaluación.
 - Convocatorias de “Encuentros de Negocios” entre proveedores potenciales y las empresas.



7. Calendario de ferias en Europa para 2011.

Ferias en Europa con Pabellón Nacional en 2011

- En 2011 ProMéxico tendrá presencia en **10 importantes Ferias en Europa**, en las que promoverá la oferta exportable de **90 empresas** de México. La tabla presenta el detalle:

| Cuenta | Logo | Feria | Descripción | Sector / Producto | País | Ciudad | Mes | Número de empresas |
|--------|---|--|---|--------------------------------------|-----------|-------------------|------------|--------------------|
| 1 |  | INTERNATIONAL SWEETS AND BISCUITS FAIR (ISM) | Reúne especialistas de la industria de confitería | Innovación alimentaria | Alemania | Colonia, Alemania | Enero/feb. | 20 |
| 2 |  | HANNOVER MESSE | Evento Plurisectorial, que sirve de plataforma comercial de proveedores. | Metal/mecánico | Alemania | Hannover | Abril | Instit. |
| 3 |  | FERIA INTERNACIONAL DE PARIS | Se presenta la oferta gastronómica de restaurantes y tiendas de ultramarinos exóticos. | Innovación alimentaria/Moda y diseño | Francia | Paris | Abril/Mayo | AMF |
| 4 |  | INTERSOLAR | Se muestra el desarrollo de la industria de la energía solar en dos vertientes: térmica y fotovoltaica. | Energía | Alemania | Múnich | Junio | 10 |
| 5 |  | PARIS AIR SHOW. LE BOURGET | Evento dedicado a la aviación y a la industria espacial. | Aeroespacial | Francia | Paris | Junio | 10 |
| 6 |  | EAIE | Se enfoca en el fomento de la educación internacional. | Educación | Dinamarca | Copenhague | Septiembre | Instit. |
| 7 |  | IBERJOYA | Reúne a profesionales de la industria de la joyería fina y de diseño mundial. | Joyería | España | Madrid | Septiembre | 10 |
| 8 |  | IAA | Es considerada la principal feria de autopartes, movilidad y logística automotriz del mundo. | Automotriz | Alemania | Frankfurt | Septiembre | Instit. |
| 9 |  | ANUGA | Se presenta la oferta y necesidades del sector de alimentos y bebidas. | Innovación alimentaria | Alemania | Colonia | Octubre | 30 |
| 10 |  | MEDICA | Se presentan las innovaciones y productos del sector de dispositivos médicos. | Salud | Alemania | Dusseldorf | Noviembre | 10 |
| | | Total Empresas | | | | | | 90 |



8. Consideraciones finales

- **El proceso de exportación a Europa plantea retos** en los ámbitos micro, meso y macro.
- A escala **Micro**, las empresas deberán atender los retos relativos a: plan de internacionalización (inteligencia de negocios); imagen corporativa; imagen del producto; certificaciones requeridas; regulaciones de etiquetado, empaque y embalaje; aspectos de logística en el mercado objetivo; estrategia de precio.
- A nivel **Meso**, es necesario un **trabajo coordinado** entre el Gobierno y el Sector Privado para resolver problemáticas específicas como certificados sanitarios y **retos logísticos**.
- Es necesaria también la inversión en **“imagen País”** y la difusión (con estrategias de marketing) de los productos mexicanos.
- A escala **Macro**, México presentará en los próximos años un mejor desempeño cambiario en euros (en términos reales) que proveedores de Brasil, China e India. Dicha ventaja implicará un mejor perfil en costos de producción y mayor capacidad para ofrecer productos a precios competitivos.