

{ IQ FINANCIERO }

¿Quién construye el Mexican Moment?

- UNA CAMPAÑA DE MARKETING POLÍTICO
- EL VISTO BUENO DE MOODY'S
- LA CUMBRE DE LÍDERES DE AMÉRICA DEL NORTE



CLAUDIA VILLEGAS

En el gobierno de Enrique Peña Nieto muy pocas cosas se dan de manera fortuita o sin una cuidadosa estrategia de opinión pública. Al estilo de la campaña de imagen y relaciones públicas que capatuló al gobierno de Luiz Inácio Lula da Silva a los cuernos de la luna y a Brasil a un lugar privilegiado en los portafolios de inversión, los estrategas del gobierno federal que operan

¿Cómo puede garantizar Moody's su independencia si califica a su cliente y son ya famosas las reuniones en Nueva York, a las que acuden los autoridades federales?

desde la Presidencia de la República decidieron iniciar una campaña de marketing político que diera credibilidad internacional, pero sobre todo prestigio a las acciones de la administración a cargo el Poder Ejecutivo, en donde se incluye –por supuesto– el pacto con las diferentes fuerzas políticas del país.

La estrategia operativa si bien tiene lugar en Los Pinos, en donde Aurelio Nuño es un jugador clave, es desde la Secretaría de Relaciones Exteriores, a cargo de José Antonio Meade, que se deciden las líneas más importantes. Al aprobarse la reforma energética, por ejemplo, tres de los principales medios que consultan los inversionistas del mercado de valores y de las principales industrias publicaron “oportunamente” artículos de integrantes de primera línea del equipo de Enrique Peña Nieto. Así se creó el “Momentum México” y salió de la pluma de los funcionarios del gobierno actual. Esperar que un analista de una corredería extranjera diseñara y lanzara el concepto hubiera tomado más tiempo.

La campaña de marketing político también ha

incluido la contratación de prestigiados *speakers* para posicionar el *Mexican Moment* como una época de grandes oportunidades frente al escaso crecimiento de Brasil, sus grandes problemas sociales o la bancarrota en la que se encuentra Argentina.

Meade, desde la cancelería, dirige además los mensajes clave y estratégicos que los diplomáticos mexicanos deben presentar ante inversionistas y empresarios interesados en venir a México.

Sin embargo, el verdadero *Mexican Moment* se pondrá a prueba el próximo 19 de febrero durante la visita del presidente de Estados Unidos, Barack Obama. En el marco de la Cumbre de Líderes de América del Norte, México deslizará su propuesta de retomar la agenda migratoria. Meade no lo dirá abiertamente. Quizás tampoco el presidente Peña Nieto. Sin embargo, el mensaje se deslizará ahora que los estadounidenses obtuvieron la ansiada modificación constitucional que daría certidumbre a sus inversiones en el sector de la energía.

VISTO BUENO DE MOODY'S

Moody's, la agencia de calificación de riesgo que aquí representa Alberto Jones, informó ayer que elevaba el grado de inversión de la economía mexicana de “Baa1” a “A3”.

De esta forma, se rompió aquella vieja tendencia de que las calificadoras como Moody's, S&P y Fitch Ratings condicionaran el grado de inversión a una estricta disciplina fiscal y hasta a un déficit cero.

Este año, después de que el gobierno federal y que la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), bajo la responsabilidad de Luis Videgaray, reconocieron la necesidad de incurrir en mayor endeudamiento para impulsar el crecimiento de la economía, se pensó que Moody's podría no revisar al alza la

calificación. Las reformas estructurales como la de la energía, sin embargo, se convirtieron en el puente para que México pasara la prueba de fuego.

Los mercados financieros y los administradores de fondos de inversión siguen observando esta condición como un elemento indispensable para dirigir grandes capitales. Sin el grado de inversión, muchos de ellos –a pesar de observar el potencial del mercado

Sin embargo, el verdadero *Mexican Moment* se pondrá a prueba el próximo 19 de febrero durante la visita del presidente de Estados Unidos, Barack Obama

mexicano– tendría simplemente por metodología dirigir sus inversiones a otros mercados.

Moody's, a pesar de su prestigio, tendría que buscar mayores evidencias de autonomía, independencia y transparencia en sus decisiones. Basta un dato para justificar la suspicacia: el gobierno mexicano sigue pagando a esta agencia por sus servicios de valuación de riesgo. ¿No deberían ser los administradores de fondos los que cubrieran las cuotas de Moody's? ¿Cómo puede garantizar Moody's su independencia si califica a su cliente y son ya famosas las reuniones en Nueva York a las que acuden los funcionarios de la SHCP, Banco de México y hasta de la Secretaría de Economía para documentar el optimismo de un cliente frente a su empresa de calificación de riesgo? Es por ello, la facturación con entidades públicas por servicios de medición de riesgo la que constituye el principal negocio en México para las agencias calificadoras.

Claudia Villegas es editora de publicaciones especializadas en finanzas, economía y negocios. Columnista desde hace 15 años, egresada de la carrera de periodismo y consultora en vinculación social y comunicación institucional.

Contacto: IQfinanciero.villegas@gmail.com Twitter: LaVillegas1 