

Nueva estrategia de exportación a través de la experiencia Immex (El Financiero 11/11/11)

Nueva estrategia de exportación a través de la experiencia Immex (El Financiero 11/11/11) José Ignacio Martínez Cortés
Viernes, 11 de noviembre de 2011 Las exportaciones se han convertido en el principal motor de la economía, si tomamos en consideración que en 2010 el total exportado fue de 298 mil 138 millones de dólares (mdd) y que el PIB ascendió a 882 mil mdd, por lo que en conjunto las mercancías que México vendió en el exterior representaron el 29.59 por ciento de la de riqueza que generó el país. Las exportaciones manufactureras representan el 83 por ciento del total exportado, es decir 248 mil mdd. Hasta aquí no hay nada que llame la atención para un país con una profunda apertura comercial. Sin embargo, cuando analizamos la participación de la industria manufacturera, maquiladora y de servicios de exportación (Immex) resalta que de un total de 35 mil empresas exportadoras, sólo cinco mil 102 colocan en el exterior 159 mil mdd, es decir el 64.11 por ciento de las exportaciones manufactureras, o el 18.02 por ciento del PIB. Ello, sin tomar en cuenta la figura de empresas certificadas, que a la fecha son mil 143, que representan 60 por ciento de las importaciones y 70 por ciento de las exportaciones. El año que estamos analizando, 2010, en Estados Unidos colocamos mercancías que representaron 238 mil 357 mdd (el 26.90 por ciento del PIB), es decir el 79.86 del total exportado. De las ventas realizadas al vecino del norte, 224 mil 382 mdd fueron manufactureras, es decir el 90.32 del total de este rubro. Las empresas Immex enviaron mercancías a Estados Unidos con un valor de 147 mil mdd, es decir el 92.4 por ciento de las ventas totales que se realizaron al amparo de este programa. El sector manufacturero es un gran catalizador de la economía nacional, que representó el 93.95 por ciento (279 mil 91 mdd) del total exportado en 2010, y estas exportaciones reflejan el 31.74 del PIB; por lo tanto, para los estados de la República resulta atractivo que las empresas industriales se asienten en su territorio por la derrama económica que generan. La población ocupada asciende a 46 millones 355 mil; de éstos, 11 millones 168 mil laboran en la actividad industrial que principalmente se genera en los estados con mayor inversión de empresas Immex. Al respecto, la ocupación en los establecimientos manufactureros del programa Immex fue de un millón 861 mil 696 trabajadores, que representan el 16.91 por ciento de la población que labora en el sector manufacturero. Por entidades federativas, el personal ocupado en establecimientos manufactureros con programa Immex se distribuyó en Chihuahua 13.6 por ciento, Nuevo León 12.3, Baja California 12.2, Coahuila 9.4, Tamaulipas 8.6, Estado de México 6.3, Jalisco 5.5 y Sonora 5.2, que en conjunto aportaron 73.1. Las exportaciones que generan estos estados representan el 47.1 por ciento del total de las ventas que México realizó en 2010, donde la empresa Immex juega un papel relevante. El principal destino de las exportaciones de estas entidades de la República es el mercado estadounidense, aprovechando la localización geográfica fronteriza. Al analizar la actividad industrial de Estados Unidos con la producción manufacturera de México, encontramos que el empleo que se genera en los mencionados estados mucho tienen que ver las exportaciones de las empresas Immex, por lo que al perder ritmo el sector manufacturero estadounidense, su efecto se resiente en la generación de empleo en México, principalmente en los estados ya citados. Al respecto, el informe reciente de la Coneval arroja que la población que presenta nueva pobreza patrimonial se manifestó en los estados con mayor inversión Immex, es decir que la reducción de Inversión Fija Bruta (equipo y maquinaria y construcción) de empresas estadounidenses provocó desinversión manufacturera en México y, por ende, aumento de desempleo. Debemos tomar en consideración la experiencia del efecto del 303 del TLCAN, que provocó que en 2001 alrededor de mil 500 empresas maquiladoras abandonaran el mercado nacional, por lo que el gobierno mexicano no puede permitir que haya deslocalización de empresas Immex. Éste es el sentido del nuevo decreto que el presidente Calderón firmó el pasado 12 de octubre para prorrogar los incentivos a empresas de este programa hasta diciembre de 2013. Sin duda, ésta es una estratagema de corto plazo, por lo que es más que obligado instrumentar medidas de largo aliento para crear riqueza endógena, lo cual nos debe llevar a analizar porqué el programa Immex ha sido exitoso para determinar acciones fiscales que impulsen el mercado interno de la oferta, que no necesariamente debe estar vinculado al esquema de proveeduría de ensamblaje. Diversificación La producción Immex es vital para el sector exportador y para la economía. De ello no hay vacilación, pero para verdaderamente lograr la diversificación de mercados y dispersión de productos, antes se debe fortalecer una nueva oferta exportable que deben impulsar las instituciones que apoyan el comercio exterior (ProMéxico, Bancomext, Nafin, Aserca, etc.). Otro paso podría ser que estas mismas oficinas de manera coordinada realizaran una radiografía de las 25 mil empresas exportadoras que no están en el circuito del programa Immex, y conocer así sus reales necesidades, que servirían para la construcción de una política nacional de exportación. En el comercio internacional existen nuevos mercados que compran productos que México ya exporta, y son principalmente empresas intrafirma las que realizan esta operación, por lo que esta demanda bien puede ser cubierta por ese otro universo de empresas que tienen experiencia internacional y que no necesariamente están ubicadas en estados de Immex, por lo que también podría generarse empleo de exportación en otras partes del país. No debemos dejar pasar la oportunidad de que, a través de la experiencia de la figura Immex, pueda construirse una política nacional de exportación, y con ello iniciar la discusión sobre la implementación del proyecto de nación a largo plazo que queremos. Profesor del Centro de Relaciones Internacionales de la UNAM. Laboratorio de Análisis de Comercio Exterior