Redujo México 65% su déficit comercial con los países de América del Sur, durante 2007

Redujo México 65% su déficit comercial con los países de América del Sur, durante 2007 (El Financiero 31/03/08)Marvella Colín Lunes, 31 de marzo de 2008 Favoreció el avance de 36.8% anual de las exportaciones; Colombia, Venezuela y Brasil captaron gran parte de los productos aztecas. México logró reducir 65 por ciento su déficit comercial con los países de América del Sur en 2007, pues fue de mil 559.7 millones de dólares, gracias a un crecimiento de 36.8 por ciento de las exportaciones hacia dicha región, y de un avance de las importaciones de sólo 0.5 por ciento. El año pasado, las exportaciones a Suramérica ascendieron a 10 mil 910.9 millones de dólares, en tanto que las importaciones alcanzaron un monto de 12 mil 470.7 millones de dólares. Se pudo observar un buen desempeño del comercio hacia la región sudamericana, ya que las ventas mexicanas mostraron tasas de crecimiento de dos dígitos hacia todos los países. Los principales mercados de destino de las exportaciones mexicanas fueron Colombia, Venezuela y Brasil, los cuales conjuntamente captaron el 67 por ciento de los productos aztecas. Las ventas más altas en valor fueron las destinadas al mercado colombiano con un total de 2 mil 943.4 millones de dólares, y un repunte de 38.1 por ciento anual durante el 2007, de acuerdo con cifras del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI). En importancia siguieron las exportaciones hacia Venezuela con un monto de 2 mil 333 millones de dólares y un avance de 30.8 por ciento anual. El mercado brasileño ocupó el tercer sitio con exportaciones por dos mil 10.7 millones de dólares, mostrando un repunte anual de 75.3 por ciento. Después de los tres países mencionados, Chile es otro de los mercados relevantes para México, pues sus exportaciones avanzaron 38 por ciento anual en 2007, y sumaron mil 170 millones de dólares; cifra muy similar a las de exportaciones hacia Argentina, con un monto de mil 130 millones de dólares y un avance de 18.7 por ciento anual. También sobresale que durante 2007 hubo un importante crecimiento de las exportaciones hacia naciones más pequeñas, ya que, por ejemplo, a Paraguay aumentaron 72.6 por ciento, a Bolivia 36.2, a Uruguay 34.9, a Perú 26.8 y a Ecuador 16.1 por ciento. Las cifras anteriores revelan que los mercados sudamericanos se perfilan como una opción importante en la diversificación comercial, dados los tratados de libre comercio con cuatro de los países de la región: Chile, Colombia, Bolivia y Uruguay, así como los acuerdos de complementación económica, como es el caso con Brasil que, aunque no son totalmente de liberación mercantil, sí garantizan preferencias arancelarias que estimulan al comercio. Por el lado de las importaciones provenientes de América del Sur destacan Brasil, Chile y Argentina, los cuales proveen a México del 78 por ciento del total de mercancías. Brasil es el principal proveedor para México con un total de 5 mil 581.9 millones de dólares en 2007; no obstante, ese monto solo mostró una variación de 0.4 por ciento. Por su parte Chile ocupa la segunda posición con 2 mil 594 millones de dólares y un aumento de 5 por ciento anual en 2007. Argentina ocupa el tercer sitio como principal comercializador de Sudamérica para México, con mil 610.2 millones de dólares, ello pese a que la cifra muestra una reducción de 10.5 por ciento. Después viene Venezuela con mil 9 millones de dólares y un avance de 3 por ciento anual. Aunque son diversos factores los que influyeron en un mínimo avance de las importaciones de la región, uno de los principales es la mayor cautela de importadores mexicanos ante las decrecientes previsiones de crecimiento económico en el mercado nacional, observadas desde el cuarto trimestre de 2007. Así, México redujo sus importaciones de Perú 18.5 por ciento y de Paraguay 1.1. Los especialistas consideran que en los mercados suramericanos hay oportunidades para la micro, pequeña y mediana empresas mexicanas, ya que tienen características similares y la competencia no es tan elevada como en los mercados canadiense y estadounidense.