

## Centra exportaciones México en petróleo (Reforma 19/08/13)

Centra exportaciones México en petróleo (Reforma 19/08/13) Por Ulises Díaz Cd. de México México (19 agosto 2013).- Aunque se presume que la diversificación de la canasta de productos que México vende al exterior ha crecido, lo cierto es que el petróleo aún es clave en las exportaciones, de acuerdo al Banco de México. En el primer semestre, los productos petroleros fueron la cuarta mayor exportación del País, con 13 por ciento del total de las ventas en este periodo. Aunque el País ha hecho un esfuerzo por diversificar los destinos de exportación así como la canasta de bienes, lo cierto es que en ciertos ejemplos, como los anteriores, se ha logrado expandir la barrera de las fronteras pero la cantidad de otros productos con mayor valor agregado es aún baja. Destaca que para ciertos países, las ventas petroleras consisten en casi la totalidad de las ventas. Por ejemplo, España es el tercer destino al cual el País más vende con un acumulado de 3 mil 652 millones de dólares en este periodo, pero de este total, 90 por ciento (3 mil 300 millones de dólares) es exclusivamente petróleo. India, que ocupa la séptima posición dentro de destinos preferentes, el 87 por ciento de los mil 881 millones de dólares que se venden a ese destino son también petróleo. En el caso de Jamaica, aunque no es un destino preferente, las exportaciones petroleras significan el 73 por ciento. "Esta situación habla del fracaso de los esfuerzos por diversificar nuestras exportaciones más allá de Estados Unidos y de pocos productos, no es otra cosa más que una falla de las políticas de apertura comercial que no han dado resultado", explicó Manuel Díaz, presidente de Grupo Ei, compañía especializada en comercio exterior. Bajo esta premisa, la estrategia industrial del País se ha centrado en acomodar a la industria maquiladora de exportación, que aunque genera beneficios para la economía local, lo cierto es que utiliza la posición geográfica para exportar a los destinos más cercanos. Eso significa que aún cuando haya cierta intención de estratificar hacia más destinos, la estrategia de los principales vendedores asentados en el País es dirigirse hacia una única locación. "Estados Unidos sigue siendo nuestro principal destino, e incluso dada la incertidumbre económica de este año es posible que incremente la dependencia hacia ese sólo destino, y dado que la estrategia de las maquiladoras es atacar ese destino no hay mucha posibilidad de diversificar", precisó Díaz. Con la perspectiva con la reforma energética, si se concreta como se ha presentado desde el poder Ejecutivo, es que es muy posible que al menos durante cierto periodo las exportaciones petroleras incrementen y ganen aún más participación. Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo