

Olvida México al mundo

Olvida México al mundo Por Luis DuránGuadalajara México (17 febrero 2014).-
Exportan a donde mismo, siempre.

Y es que tener acuerdos comerciales con 44 países no ha sido suficiente para que México deje de concentrar su comercio exterior con Estados Unidos y Canadá.

Y es que mientras México desaprovecha la oportunidad de diversificar sus mercados de exportación, los demás países sí ven atractivo al mercado mexicano, pues las importaciones se dispersan entre más naciones.

De enero a octubre del año pasado, el 74.5 por ciento de las exportaciones mexicanas fueron a América del Norte, pero las importaciones provenientes de aquella región sólo fueron del 42.1 por ciento, según cifras del Banco de México.

El continente asiático es el ejemplo de que otras regiones sí aprovechan los tratados, pues de Asia proviene el 34.6 por ciento de las importaciones mexicanas, pero tan sólo el 4.2 por ciento de las exportaciones va a ese lugar.

Para Jalisco la situación es similar, pues 71 de cada 100 dólares en productos que se exportan van al TLCAN, pero sólo 55 de cada 100 llegan de importación.

Nora Ampudia Márquez, investigadora de la Universidad Panamericana (UP), Campus Guadalajara, indicó que esta concentración se debe a que los principales productos de exportación tienen que ver con la industria manufacturera, como electrónicos, automóviles y autopartes.

"El mayor volumen del comercio es intrafirma, es decir, de las maquiladoras hacia sus matrices y obviamente las matrices están en Estados Unidos", apuntó la académica.

Otro de los factores que la investigadora visualiza es el poco conocimiento que tienen los empresarios mexicanos sobre los acuerdos comerciales, el miedo a ir a nuevos mercados y porque Estados Unidos representa un destino más fácil en costos y distancias.

Miguel Ángel Landeros Volquarts, presidente del Consejo Mexicano de Comercio Exterior (Comce) de Occidente, reconoció que la comodidad y falta de conocimiento es la principal razón de que las exportaciones se concentren en la Unión Americana.

"El TLCAN cumplió 20 años y no está desgastado, pero definitivamente lo que hemos aprendido es que no es el único mercado, aunque hay 3 mil kilómetros de frontera con ellos tenemos unas opciones excelentes", afirmó.

Para tratar de diversificar los mercados, los empresarios jaliscienses realizarán varias giras y foros para tratar de incrementar la presencia en países como India, Turquía y Colombia.

Sin embargo, una de las limitantes de las empresas jaliscienses es que no tienen la capacidad para abastecer a otros mercados, consideró Francisco García Romero, profesor investigador del Departamento de Economía de la Universidad de Guadalajara.

"Creo difícil, cuando menos en el corto plazo, hablo de 3 a 5 años, de que los empresarios jaliscienses puedan diversificar mercados en Asia, si acaso lo harán con productos muy focalizados", sentenció.

Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo