

Concentra EU exportaciones del País (Reforma 09/03/15)

Concentra EU exportaciones del País (Reforma 09/03/15) Por Ulises Díaz Cd. de México México (09 marzo 2015).- La poca dinámica en el mercado europeo y las restricciones a importaciones en los grandes países latinoamericanos regresaron a que México volviera a tener una fuerte concentración en exportaciones hacia EU, según el Banco de México. En 2014, 80.2 por ciento del total de las ventas al exterior que se hicieron se dirigieron hacia ese único destino, cuando en 2013 representaron 78.8 por ciento. En 2012, dados los esfuerzos de diversificación comercial, Estados Unidos bajó hasta 77.6 por ciento, lo cual confirmó una tendencia de descenso que se había mantenido los últimos cuatro años, gracias a que la Unión Europea y las economías Latinoamericanas y de Asia habían aumentado en la relevancia comercial. Sin embargo, las condiciones actuales de esos mercados no ayudan en los planes mexicanos. Las ventas hacia el continente europeo el año pasado significaron el 5.67 por ciento mientras que en 2013 eran de 5.75 por ciento, dado que el consumo en los mercados europeos ha ido decreciendo. En el caso de los países de América Latina la proporción cayó de a 4.5 por ciento luego de estar en 5.2 por ciento, a causa, especialmente porque Brasil y Argentina han puesto una serie de barreras comerciales que restringen las ventas. En el caso de Asia, la proporción cayó de 4.9 a 4.4 por ciento. "Pasan dos cosas, por un lado, la recuperación económica en Estados Unidos va aparejada del incremento del consumo y el aumento de las compras a maquiladoras, una franca recuperación en la economía. La segunda, es que los tratados que se están firmando sólo vienen de un lado, los países no son tan receptivos a nuestros productos y los países están poniendo cuotas, no estamos logrando diversificar nuestros productos", explicó Manuel Díaz, presidente de la consultora de comercio exterior Grupo Ei. Este experto señaló que no hay que dejar de lado que, nuestro mercado natural es y será siempre, por la cercanía geográfica Estados Unidos, y existe cierta lógica en que la mayor parte de las ventas se decanten hacia allá. Sin embargo, los sistemas de manufacturas y exportaciones también tendrían que hacer un esfuerzo para preparar su base productiva para atender a otros destinos, pero esto debe hacerse en una coyuntura diferente a la actual. "Hay que dejar de pensar que la diversificación va a ocurrir por arte de magia cuando la base industrial no toda está preparada para dirigirse hacia otros mercados, ahora que Estados Unidos está fuerte y otros mercados están resentidos es lógico que toda la atención se canalice hacia allá", precisó Díaz. Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo