

Intensifica EPN acuerdos comerciales (Reforma 14/09/15)

Intensifica EPN acuerdos comerciales (Reforma 14/09/15) Por Ulises Díaz Cd. de México México (14 septiembre 2015).- Aunque los acuerdos y tratados no han sido la herramienta más efectiva para impulsar el crecimiento y la diversificación de exportaciones, la administración de Enrique Peña Nieto será recordada como una de las más intensas en negociaciones comerciales. Desde 2012 y a la fecha se han negociado, por inercia o iniciativa propia, siete acuerdos diferentes: la Alianza del Pacífico (AP), que ya está cerrado; otro con Panamá, solo se espera ratificación del Senado; se busca con Turquía y Jordania, y con Brasil las pláticas están en una etapa temprana. Además, está en marcha el Acuerdo de Asociación Transpacífica (TPP, por sus siglas en inglés) y la adaptación del acuerdo con la Unión Europea (TLCUEM). Aunque todavía es pronto para medir los resultados comerciales de esta administración en términos de exportaciones, el acceso a mercados no ha sido sencillo. La AP, por ejemplo, aun cuando genera condiciones de socio privilegiado para México, las exportaciones a Colombia, Chile y Perú representan 1.9 por ciento del total y a un año que se concretó el término, las ventas presentan una caída de 15 por ciento en el primer semestre del año respecto a 2014. Otros mercados han sido complicados para México, como el caso de Brasil, que hasta 2012 iba muy bien, pero desde que esa nación canceló la apertura prevista en el Acuerdo de Complementación Económica 55 (ACE 55), las exportaciones cayeron 30 por ciento. "México siempre ha sido un participante activo en tratados comerciales, pero en estos años está acentuando su visión hacia otros destinos", expuso Jaime Zabudovsky, presidente del Consejo Mexicano de Asuntos Internacionales (Comexi). Para Zabudovsky, quien estuvo en la negociación de varios de estos acuerdos como funcionario público, la situación actual requiere que haya una expansión de los destinos con preferencia. Ahora, los países asiáticos tienen un rol más relevante en la economía mundial, dijo. Además, la plataforma de producción del País necesita la integración con ciertos destinos, como es el caso de la industria automotriz que requiere de preferencias específicas. Sin embargo, el número de acuerdos comerciales no ha hecho mucho para mejorar la diversificación comercial o la participación de más empresas, según demuestran las estadísticas. Con algunos vaivenes, la dependencia comercial a Estados Unidos ha cambiado muy poco. En 1993, el 82.7 por ciento de las exportaciones mexicanas fueron hacia Estados Unidos, pero para el primer semestre de este año se ubicó en 80.6 por ciento. La Unión Europea, considerado como el otro gran socio, no pudo consolidarse como tal. En 1993, tenía una participación de 5.2; cayó a 3.5 por ciento en el año 2000, y hoy apenas llegaron al 5 por ciento. En cambio, China, sin tratado comercial con el País, se ha convertido, a fuerza de competitividad, en un fuerte socio, pero por su alto volumen de ventas. En los últimos 10 años, entre 2004 y 2014, las importaciones procedentes de China crecieron 360.9 por ciento. En 2014, se ubicó como el segundo país que más vendió a México, con 66 mil 255 millones de dólares, 34 por ciento más que toda la Unión Europea. En sentido inverso, México no ha logrado penetrar con éxito ese mercado. Para colmo, casi toda la ventaja de la apertura comercial se la han quedado las grandes, las que sí han podido acceder con éxito a la logística de exportación. Actualmente, empresas con más de 250 empleados tienen 93.3 por ciento del total de las exportaciones mexicanas, según datos de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). Mientras, las micro, pequeñas y medianas empresas sólo venden al exterior el 6.7 por ciento restante, una de las proporciones más bajas en el mundo. En los Países Bajos, España, Francia y Reino Unido, la participación de estas compañías se ubica en 41, 38, 29 y 23.5 por ciento, respectivamente. "Tener muchos acuerdos comerciales pero pocas ventas parece incoherente, especialmente si se considera lo que esos países nos venden, así que además de los acuerdos hay que crear estrategias para incrementar las exportaciones", señaló Manuel Díaz, presidente de Grupo Ei. Copyright © Grupo Reforma Servicio Informativo