

Pierden productos de México en EU (El Reforma 05/11/09)

Pierden productos de México en EU (El Reforma 05/11/09) La exportación de electrodomésticos a Estados Unidos se redujo 3.3 por ciento desde 2007. Foto: Archivo Especialistas sostuvieron que ahora se demandarán productos que se ajusten mejor a la cadena de producción Ulises Díaz Ciudad de México (5 noviembre 2009).- En los últimos 2 años, México perdió participación en el mercado estadounidense en 29 grupos de productos de los 65 registrados bajo subclasificación arancelaria, de acuerdo con estadísticas del Departamento de Comercio de ese país. Las mayores pérdidas se registraron en aparatos eléctricos, electrodomésticos, pieles y equipos de generación de energía. Por ejemplo, en enero-agosto de 2007 las exportaciones mexicanas de electrodomésticos representaron 22.2 por ciento de las importaciones totales de Estados Unidos de estos productos, dicha participación se redujo a 19.4 en el mismo periodo de este año. Otros productos, como los muebles, en 2007 tenían 13.4 por ciento del mercado y este año apenas lograron 10.9 por ciento, y los equipos generadores de energía, que hace 2 años alcanzaron 15 por ciento, ahora obtuvieron sólo 12.8 por ciento. En menor proporción, también perdieron mercado productos como cuero y pieles o sus derivados, equipaje y maletas; aceites y grasas, tanto vegetales como animales; químicos; fertilizantes; algunos minerales y manufacturas de plástico. Especialistas coincidieron en que se observó un reacomodo en los mercados antes y después de la crisis y ahora se demandarán productos que se ajusten mejor a la cadena de producción. "Esto ya se venía cocinando, el que haya una caída en la participación en el mercado de algunas fracciones arancelarias es lógico después de la crisis. "Hubo una contracción y muchos de los productos tienen que ver con materias para la industria", explicó Sergio Garcilazo, investigador de la Escuela de Negocios Internacionales de la Universidad Panamericana. Agregó que la demanda de Estados Unidos obedece a las necesidades actuales de su cadena de producción y las empresas allá están buscando la mejor manera de ajustarse. Leticia Armenta, directora del Centro de Análisis Económico del Tecnológico de Monterrey, campus Ciudad de México, dijo que el consumo en EU y por lo tanto la recuperación de las exportaciones mexicanas, dependerá de la evolución del crédito en esa nación. "Los estadounidenses no van a consumir en los volúmenes que lo hacían por el comportamiento del crédito, lo cierto es que la crisis puso a pensar a la población", expresó. Sin embargo, el consumo continuo es una forma de vida de los estadounidenses, como un patrón cultural que asocia las compras con el bienestar, por lo que una vez que haya un reacomodo de las finanzas habrá una recuperación del gasto, señaló. En 2 años, que comprenden antes y después de la crisis, otros productos ganaron participación de mercado en Estados Unidos, entre los cuales están los automóviles, azúcar, frutas y verduras, café, bebidas, computadoras, papel, madera y oro.