

Sufre comercio exterior ante recesión

Los primeros meses del año no fueron los mejores para las exportaciones, que cayeron 29%. Las perspectivas para el resto de 2009 no son muy optimistas y desde algunos sectores se asegura que la recuperación llegará en el primer semestre de 2010.

PURI LUCENA, MIGUEL CASTILLO,
Y DIDIER RAMÍREZ

Mientras en el primer trimestre del año el PIB cayó 8.2%, en el mismo periodo las exportaciones lo hicieron a un ritmo de 29%, y las expectativas para lo que resta del año no son nada favorables. El comercio exterior es parte fundamental en la economía mexicana, si se toma en cuenta que representa cerca de 60% del Producto Interno Bruto (PIB) en su actividad importadora y exportadora.

Según datos del Consejo Empresarial Mexicano de Comercio Exterior (Comce), la caída del comercio exterior en el país tendrá un descenso del 5%, y a ello habrá que adicionar el costo de la influenza, que según Agustín Carstens, secretario de Hacienda y Crédito Público (SHCP), llevará al PIB a una caída del -5.5%, cuando sin la afectación sanitaria su pronóstico era de una disminución del -4% en la actividad industrial.

Ahora con el país en plena recesión, ya se deja ver el impacto en las exportaciones mexicanas en sectores claves como el manufacturero, que representa 83.7% del total de ventas externas, con un descenso en más de 25%, donde el sector automotriz es el más afectado con un retroceso por arriba de 35%. En la misma sintonía se encontraron las ventas al exterior de productos extractivos con un retroceso del 22%, según datos de INEGI al primer trimestre.

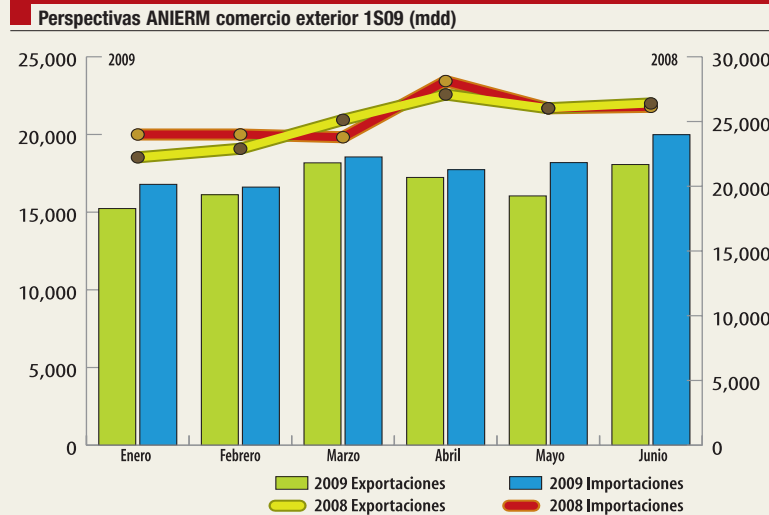
Petróleos Mexicanos (Pemex) reportó un desplome en sus ingresos por concepto de exportaciones de petróleo crudo del 60.4% en los primeros cuatro meses del año, en relación con igual periodo del año pasado.

Según un informe de la parastatal correspondiente a enero-abril, dejaron de entrar al país aproximadamente 9 mil 400 millones de dólares por la caída de los precios de la mezcla del crudo mexicano y porque México dejó de vender 228 mil barriles diarios entre sus principales clientes del exterior. Lo que tendrá un impacto en el gasto público del próximo año.

Perspectivas de la situación

Según analistas, el comercio internacional se contraerá en 9% este 2009, cifra que contrasta con el crecimiento de 6.3% que registró entre 2003 y 2008.

Esa tendencia a la baja se ha registrado en los niveles de carga en prácticamente todas las rutas maríti-



Elaboración T21 con información del INEGI.

mas que conectan con México. El presidente de la Asociación Mexicana de Agentes Navieros (AMANAC), Felipe Bracamontes, indicó que la caída en los volúmenes en los tráficos hacia y desde México es hasta este momento de entre 23 y 27%, en todas las rutas, aunque con mayor incidencia en las importaciones desde Asia, seguidas por las de Europa.

El directivo dijo que es muy difícil estimar el tiempo que le llevará al comercio mexicano una recuperación, ya que desde Asia se importan sobre todo productos de consumo final, los cuales están teniendo una menor demanda al contraerse el mercado.

Ante el incierto panorama, José Othón Ramírez Gutiérrez, presidente de la Asociación Nacional de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM), comentó que el escenario de las actividades de exportación es complejo, ya que no sólo se trata de la caída en la demanda internacional, sino que se agrega la situación del tipo de cambio, que afecta la importación de insumos que se tasan en dólares, muchas veces necesarios para completar la producción dedicada a productos de exportación.

Las perspectivas de ANIERM para este primer semestre es que las exportaciones caigan en 32%, cifra que será difícil llevar a terreno positivo en la segunda mitad del año.

El presidente del Consejo Nacional de la Industria Maquiladora y Manufacturera de Exportación

(CNIMME), César Castro, coincide en que al primer cuarto de 2010 se empezará a notar una recuperación en el comercio exterior, que podría verse beneficiado con la llegada de nuevas empresas maquiladoras provenientes de China, que buscan aprovechar la plataforma de tratados de libre comercio que tiene México.

“El país asiático ya tiene problemas de calidad, ecológicos, además de que el yuan se está revaluando. Se considera que durante el próximo año la mano de obra china estará igual en costo que la mexicana”, explicó el directivo.

Esto sería una buena noticia para la industria, que ha visto cómo desde octubre de 2008 y hasta el mes de abril se perdían 83 mil 200 empleos de los aproximadamente dos millones 400 mil que contaba el sector antes de la crisis, lo que significa una caída de 7%, frente a la proyección que existía a finales del año pasado de cinco por ciento.

Áreas de oportunidad

En un reconocimiento a la situación compleja que se vive, Rolando Vázquez Castellanos, director general adjunto de Fomento del Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext), precisó que esta institución modificó su oferta para poder apoyar a los exportadores frente a las actuales condiciones.

Para ello, ampliaron las líneas de crédito de uno a cinco millones de dólares, así como que ahora se financia hasta el 85% de las cuentas por

cobrar y en el caso de automotriz hasta 90 por ciento.

Adicionalmente, el objetivo por mandato presidencial es que Bancomext incremente en 26% el financiamiento otorgado, y en donde el sector más beneficiado serían las pequeñas y medianas empresas. Tan sólo en este primer trimestre del año, se han apoyado a poco más de dos mil 800 exportadores, que en su mayoría son Pymes, cifra que contrasta con los cuatro mil 300 compañías que recibieron impulso en todo 2008.

Para Juan Carlos Murillo Flores, jefe de la Unidad de Promoción de Exportaciones de ProMéxico, si bien el entorno internacional pone de manifiesto un escenario difícil para las exportaciones mexicanas, es momento de potenciar la capacidad de las empresas nacionales.

En ese sentido, dijo, es necesario trabajar en la inducción de las empresas para incursionar en los mercados, identificar los potenciales y carencias de cada compañía, analizar las necesidades que tienen los consumidores en el exterior, y sobre todo buscar que se cumplan con todas las certificaciones y requisitos de las regiones en donde se quiera ingresar.

De este modo, Murillo Flores indicó que si bien la industria automotriz ahora vive una coyuntura compleja, para México esto representa una oportunidad, ya que a nivel internacional habrá una recomposición de las empresas, lo cual habrá de exigir proveedores más eficientes y en donde las

empresas mexicanas podrían posicionarse en el escenario mundial.

Aunado a este sector, existe oportunidad de atraer más inversión en segmentos como el aeronáutico o de tecnologías de la información, que pueden crear una amplia cadena de proveeduría en el país y posteriormente en una plataforma exportadora. De hecho, ha sido la industria aeronáutica la que ha ayudado a que la caída de las exportaciones manufactureras no sea tan dramática, a pesar de que desde octubre de 2008 hasta abril del presente año éstas descendieron en 36.7%, con ventas por valor a los 28 mil millones de dólares, cuando en el mismo periodo del año anterior aumentaron 35 por ciento, según datos aportados por César Castro desde el CNIMME.

Lo que está claro, en opinión de José Othón Ramírez, desde la ANIERM, es que no es momento de buscar mayores ingresos fiscales o incrementar los trámites para el comercio exterior, sino por el contrario.

Sabine Schulte, asesora de comercio exterior de la DEInternacional de México, la red de cámaras alemanas, comentó que es indispensable que los exportadores mexicanos atiendan mercados más estables como el europeo, una región que no basa su crecimiento en el crédito como sí lo hace Estados Unidos de ahí la vulnerabilidad que se vive y que afecta a los exportadores mexicanos.

Otra opción es apostar por la diversificación de mercados, dice Fernando Ruiz Huarte director técnico del Comce, quién señaló que se debe tomar ventaja del tipo de cambio para exportar a lugares donde las monedas se han fortalecido. En ese sentido advirtió que alimentos frescos y enlatados tienen buena oportunidad, ya que son los que tienen mayor porcentaje de contenido nacional, frente a artículos como los de maquila.

Lo que sí se ve complicado es que sea posible destinar parte de la producción que no se está exportando al mercado interno. Por una parte, porque al existir una sobreoferta, los precios al productor se deprimirían, como se ha comprobado con ciertos productos agropecuarios, pero también porque otros sectores, como el manufacturero, tienen una vocación netamente exportadora. Esto sin mencionar, como subrayó César Castro, que el mercado nacional también está contraído, por lo que no existen condiciones para que se pueda llevar a cabo esta situación.