

Crisis cambia reglas

La crisis económica internacional dejará cambios en el mercado de exportaciones, que las empresas mexicanas deben atender, como una medida para incrementar su participación en los principales destinos como EU, al tiempo de que podrían explorar otros, como Brasil.

DIDIER RAMÍREZ TORRES

Después de más de un año de escuchar noticias negativas sobre lo que podría ser el término de la crisis económica mundial, ahora, los datos ofrecidos por uno de los principales motores del contexto internacional, Estados Unidos, en torno al crecimiento en los últimos tres meses de actividad industrial, motiva a que los analistas afirmen que se comienza un camino hacia la recuperación. En este contexto, los exportadores mexicanos deben estar atentos, no sólo para recuperar el nivel de venta en el vecino país, sino para poderse integrar en la nueva dinámica del mercado.

México ha tenido como un destino natural a Estados Unidos en donde se concentran cerca del 80% de las exportaciones, no obstante, el reto para los productores nacionales una vez que se comienza a avizorar la recuperación de esa economía, es incrementar la participación en las compras de la Unión Americana, y en donde un elemento que resultará fundamental, es la paridad del peso frente a otras monedas, consideró Luis de la Calle, director general del despacho De la Calle, Madrazo, Mancera.

A este elemento, habrá que sumar una reconfiguración que se identifica en las tendencias de consumo mundial, y en donde Estados Unidos dejará de ser el principal mercado internacional, y esa cualidad será asumida por la región asiática y en particular China, por lo cual, el vecino país se podría convertir en uno de los principales proveedores para esa zona y los productores mexicanos podrían integrarse.

Aunado a lo anterior, Jaime Zabludovski, socio de la firma Inteligencia Comercial (IQOM), señaló que sin perder de vista el mercado estadounidense, será responsabilidad de los exportadores mexicanos en conjunto con el gobierno, explorar nuevos mercados, y en ello Brasil les va a una escala fundamental para incentivar la actividad internacional de las empresas.

Mantener participación en EU

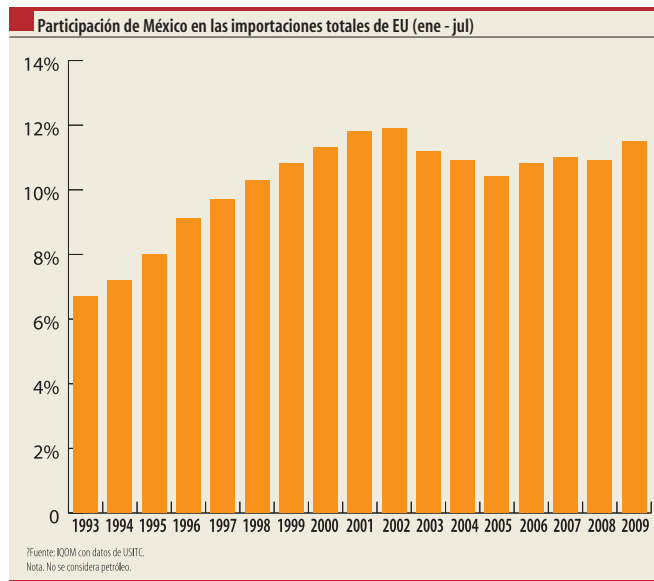
En el primer semestre de este año, las exportaciones mundiales a Estados Unidos de materiales extractivos, vehículos, acero y muebles, entre otros, registraron tasas de descenso por arriba del 30%. Aún en ese escenario, las ventas de productos mexicanos en ese país ganaron participación en el lapso referido, así mientras en 2008 alcanzaron un 10.9%, para 2009 incrementó a 11.5 por ciento.

Para Zabludovski este comportamiento debe consolidarse ahora que la economía de los Estados Unidos comience a recuperar, y en donde los productos mexicanos podrían ir ganando terreno frente a otros proveedores internacionales.

Incluso, describió que existen áreas de oportunidad, no sólo en el rubro agroindustrial y agropecuario que lejos de caer en este año, registran tasas de crecimiento moderadas, pero al final en terreno positivo.

Con base en cifras proporcionadas por el también vicepresidente del Consejo Mexicano de Asuntos Internacionales (Comexi), Estados Unidos compra a la Unión Europea más de 80 mil millones de dólares (mdd) anuales en productos como medicamentos, vehículos, partes de avión y maquinaria, entre otros, que México bien podría proveer si la industria atiende la necesidad.

Para los especialistas, la posibilidad que existe de



que nuestro país vuelva a convertirse en un proveedor importante de Estados Unidos, en primer lugar está basada en el acceso preferencial que se tiene con este país a través del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), y donde el gobierno mexicano debe hacer cumplir para mantener esa ventaja.

En segundo lugar está la vecindad, "la ventaja arancelaria quizá se pueda llegar a perder con los acuerdos alcanzados por Estados Unidos, pero la cercanía física no, y eso lo debemos aprovechar", aseguró Zabludovski.

Peso del peso

Pero más allá del TLCAN y la proximidad territorial que existe, la presión devaluatoria del dólar frente a otras monedas permite que el peso se encuentre mejor posicionado, y se establezca como un mejor proveedor.

Luis de la Calle calificó incluso como una ventaja histórica, el hecho de que el peso se encuentre depreciado frente a otras monedas, ya que hace menos costosos los productos, y en ese sentido las empresas mexicanas deben comenzar a explorar esa situación.

Incluso, Jaime Serra Puche, presidente de la firma SAI Consultores, indicó que el debilitamiento del peso frente al yuan, dará una posibilidad de que México se posicione mejor contra China, quien en últimos años había ascendido al segundo puesto como exportador a los Estados Unidos.

Pero la ventaja en el tipo de cambio no sólo permitirá abastecer al vecino país del norte, sino que abre una ventana de oportunidad para integrarse como región, ante el nuevo escenario internacional.

De acuerdo con Luis de la Calle, el consumidor estadounidense reducirá su volumen de compras, lo que motivará que este país deje de ser el importador por excelencia, debido a que su nivel de apalancamiento será alto y ello motivará que se oriente más hacia el ahorro.

En contraste, el mercado chino que ha tenido un amplio nivel de ahorro, comenzará a andar la maquinaria del consumo, por lo cual, en los próximos años se espera que ahora en vez de venir mer-

Importaciones de Brasil en 2008

No. País	Millones USD	% del total
1 ESTADOS UNIDOS	25,625	15%
2 CHINA	20,041	12%
3 ARGENTINA	13,258	8%
4 ALEMANIA	12,026	7%
5 JAPÓN	6,807	4%
6 NIGERIA	6,705	4%
7 REPÚBLICA DE COREA	5,413	3%
8 FRANCIA	4,678	3%
9 ITALIA	4,612	3%
10 CHILE	4,079	2%
11 INDIA	3,564	2%
12 TAIWAN (FORMOSA)	3,537	2%
13 RUSIA	3,332	2%
14 CANADÁ	3,210	2%
15 MÉXICO	3,125	2%
16 ARABIA SAUDITA	2,910	2%
17 BOLIVIA	2,858	2%
Resto del mundo (205 países)	39,807	26%
Total	173,107	100%

Fuente: IQOM - ALICE Web (Ministerio de Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior)

cancias de oriente hacia Estados Unidos, éste pueda convertirse en proveedor de la nación asiática, y ahí también México encuentra una veta que explotar.

Pero no sólo se tratará de atender a China, sino a los países superavitarios en cuenta corriente, y en ese tenor se encuentran otros asiáticos como Japón, Malasia, Singapur, entre otros, pero también europeos como Alemania, Holanda y Suecia, principalmente. A ellos, Estados Unidos podrá enfocar sus baterías para exportar, y en esa acción México podría integrarse de manera regional, o bien proveyendo insumos o partes para equipos finales.

Incluso, Enrique Dussel, coordinador del Centro de Estudios China - México de la Facultad de Economía de la UNAM, precisó que un área de oportu-

unidad que se tiene con Estados Unidos radica en integrar aún más la proveeduría de la industria automotriz de ambos países, para fortalecerla frente al desarrollo que tienen las empresas chinas.

Dussel señaló que este año, China se colocará como el primer productor de vehículos en el mundo, superando a Estados Unidos y Japón. Y a fin de no ser desplazados en el terreno de autopartes, los grandes proveedores como México, deben trabajar de forma conjunta con sus socios comerciales para hacer frente a este reto.

Destinos al sur

Para lograr que las exportaciones se conviertan en un motor de la economía mexicana, no bastará sólo con atender el nuevo contexto que ofrecerá Estados Unidos y que ha sido descrito, sino debe buscarse consolidar negociaciones en otras latitudes, con las cuales se puedan obtener buenos dividendos, y en ello Brasil surge como una opción interesante.

Jaime Zabludovski describió que en ese objetivo, no se anticipa que se logre en el corto plazo una reducción de aranceles en el marco de Organización Mundial de Comercio (OMC), al tiempo que ni Estados Unidos y tampoco la Unión Europea se estima logren un acuerdo con Brasil.

Bajo ese contexto, México puede atender esa oportunidad mediante un acuerdo con el país amazónico, lo cual convertiría a nuestro país como un socio preferencial fuera del Mercosur, y con la ventaja de la capacidad exportable que existe en nuestro territorio.

Luis de la Calle, precisó que iniciar negociaciones con Brasil sería oportuno para ganar terreno a otras naciones que seguramente buscarán tomar el mismo camino. En ese sentido habría que encontrar aquellos productos que no vulneren a cada uno de los mercados locales, como podría ser el abordar el tema agropecuario y en donde el país sudamericano es una potencia; sino encontrar áreas complementarias que favorezcan a la industria local.

En 2008, la Unión Americana exportó a Brasil más de 25 mil mdd, que significaron una participación del 15% del total de las compras al exterior, en tanto, México colocó únicamente tres mil 125 mdd, que le valió alcanzar un 3%. "El tema es que muchos productos que comercializó Estados Unidos pueden ser provistos por nuestro país", aseguró Zabludovski.

Ante este escenario, Valetín Díez Morodo, presidente del Consejo Mexicano de Comercio Exterior, Inversión y Tecnología (Comce), fue más cauto y aseguró que no debe aprovecharse la coyuntura actual para salir a buscar nuevos acuerdos como bien podría ser Brasil, Corea del Sur e incluso Perú, lo que se requiere es agotar aquellos que se tienen con 44 países.

Aún así, afirmó que en el caso de Brasil, se podrían analizar acuerdos parciales para ciertos sectores en los que sí habría un beneficio, por lo que la tarea debería radicar en analizar esas oportunidades, incluso, instalándose en aquel territorio, como ya lo han hecho firmas como MABE, Mexichem, Binmo, Rassini, Maseca y FEMSA, entre otras.

Lo cierto es, que la coyuntura económica ha cambiado el escenario exportador, y las firmas que participan en él tendrán que analizar las nuevas condiciones, para poder ser parte de esta dinámica.