

SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL, PROMOTORA DE EXPORTACIONES

*Por: Antonio Argüelles**

En el curso de la actual administración se ha reiterado que, para lograr la modernización industrial, es necesario establecer una estrategia de internacionalización de la economía mexicana que considere tres elementos fundamentales:

a) *Apertura de la economía al comercio internacional*

b) *Promoción de las inversiones extranjeras*

c) *Desregulación de las actividades productivas.*

Dentro de esos elementos, la SECOFI interviene decisivamente en la promoción de las exportaciones y para ello, revisa las políticas y los instrumentos aplicados en ese sentido. Lo anterior a pesar del excelente comportamiento que tuvieron las exportaciones en los últimos años.

* Oficial mayor.

Secretaría de Comercio y Fomento Industrial

En 1982 registró el país ventas al exterior por un total de 21270 millones de dólares, de los cuales el 77.2 por ciento consistió en ventas de petróleo y gas, por lo que el porcentaje de participación de los productos no petroleros fue únicamente de 22.8 por ciento. En 1988 tenemos una estructura de nuestras exportaciones casi invertida con respecto a 1982, ya que aún y cuando el monto de las ventas al exterior ascendió a 19692 millones de dólares, esto es, sólo un siete por ciento por debajo de las exportaciones de 1982, los productos petroleros participaron sólo con un 32.7 por ciento, con lo que el resto de mercancías alcanzó un 67.3 por ciento.

En la consecución de este logro intervinieron varios factores: esquemas y montos crediticios adecuados, la apertura de la economía, apoyos que simplifican los trámites administrativos inherentes a la exportación definitiva y a la importación temporal, las funciones de promoción directa que desarrolla fundamentalmente Bacomext y la participación de la Comisión Mixta Asesora de Política de Comercio Exterior. Pero además de los anteriores factores hay que señalar otros que tuvieron un gran peso específico: un margen de subvaluación muy amplio del tipo de cambio que implicó un abaratamiento considerable del costo de la mano de obra. Estos últimos factores ya no deben constituir el fundamento sobre el cual gran parte de nuestras exportaciones se edifiquen. Las empresas deben cimentar sus ventas al exterior sobre bases más firmes, como por ejemplo: la competitividad, mejores técnicas de comercialización, entorno macroeconómico estable y negociaciones internacionales

que proporcionen un acceso más seguro a nuestros productos.

Es por lo anterior que una política de promoción de exportaciones, en un amplio sentido, debe considerar a la economía en su conjunto, esto es, como un gran motor que compite con otros por los mercados mundiales, el cual logrará ventajas en la misma proporción en que mejore su desempeño con relación a otros motores —economías—, lo que puede ser posible sólo en la medida en que las diferentes partes que lo componen sean compatibles y tengan un funcionamiento adecuado. Por ello, aquellos agentes económicos que están orientados hacia el exterior son muy susceptibles a cualquier cambio, para bien o para mal, que se dé en la economía, pues ellos se encuentran en una competencia abierta con oferentes de bienes y servicios de diversas partes del mundo.

Entre otras razones, la SECOFI es una dependencia con un interés natural por la gran mayoría de las medidas económicas que se adoptan en el país y es desde ese punto donde comienza una cabal política de promoción de exportaciones y es así como actualmente se está realizando.

El desarrollo de nuestras exportaciones no petroleras en el curso del periodo 82-88 ha sido del todo satisfactorio, pero existen varios factores que nos obligan a afinar y en ocasiones a replantear nuestros esquemas de promoción, ya que estamos entrando a otra fase de la política que rige la materia, en la que no sólo es importante que crezcan a toda costa las exportaciones, sino que igualmente vital es la forma o el modo en que se desarrollan; los factores son, entre otros: ■) nuestras exportaciones se han

diversificado muy poco en cuanto a mercados se refiere; **b)** una gran parte de nuestros productos, todavía no alcanzan la competitividad necesaria en los mercados extranjeros; **c)** existe una alta concentración de exportaciones en unas cuantas empresas, sobre todo extranjeras y, **d)** el ritmo de crecimiento de nuestras exportaciones no petroleras ha decrecido.

La política de promoción de exportaciones ha llevado a la SECOFI a jugar un papel importante en el diseño o implementación de los diversos esquemas y herramientas con que se cuenta; fundamental ha sido o es la participación de la Secretaría en la apertura de la economía, el programa PITEX, el esquema ALTEX, el fomento a las maquiladoras y COMPEX. Sobre estos puntos en particular sabemos que es fundamental mejorarlos descentralizando, agilizando o simplificando los trámites existentes. Además de lo anterior y en el caso concreto de COMPEX, ya se ha procedido a su transformación en un ente que está presidido directamente por el titular de la SECOFI y la Secretaría Ejecutiva, está a cargo del subsecretario de Comercio Exterior, en el cual participarán representantes al más alto nivel de las distintas instancias gubernamentales y del sector privado que tienen injerencia en las exportaciones. Será objetivo de COMPEX el eliminar los problemas que estén afectando o inhibiendo las exportaciones no petroleras. Igualmente está contemplado el funcionamiento de COMPEX a nivel regional, habiéndose creado para tal efecto un esquema de regionalización que divide el país en siete zonas.

Respecto a la apertura de la economía al comercio internacional, serán muy importantes los esfuerzos de modernización en el campo de transferencia tecnológica; de nuestro aparato estadístico; de nuestras aduanas; de nuestros servicios bancarios y financieros y en general, de nuestra infraestructura de comunicaciones y transportes.

Por lo que toca a la promoción de inversiones extranjeras es importante, en el marco de la promoción de exportaciones, la contribución que realizan las empresas extranjeras que se establecen en México por el *know how* que poseen en materia de comercio internacional, sus múltiples vínculos con empresas del exterior y la introducción de nuevas tecnologías.

Por último, a la desregulación de la economía se le ha otorgado tal importancia que se ha creado en la SECOFI una Coordinación de Desregulación Económica que tiene participación en todo el ámbito económico del país.

La promoción de exportaciones es trascendental ya que es una puerta importante de acceso para la modernidad que requiere nuestra economía. Es indudable que en el momento en que los agentes económicos se logren quitar las ataduras de la sobrerregulación que padecen actualmente, se podrá liberar entonces su verdadero potencial económico y generar la competitividad que en términos generales le ha hecho tanta falta a la economía mexicana.

No se pueden dejar de mencionar los importantísimos esfuerzos que se realizan para promover la imagen de nuestro país en el extranjero, principalmente en los grandes centros de consumo, ya que hasta la fecha se resiente la falta de

una política integral que maneje el concepto que como país nos convenga irradiar al exterior, ya que lamentablemente el desviado concepto que frecuentemente se tiene de nuestro país en gran parte del mundo resulta en consecuencias muy desafortunadas. Entre otras muchas ventajas con que contaremos al mejo-

rar nuestra imagen en el extranjero, tendremos que nuestros empresarios podrán ser más frecuentemente vistos como contrapartes serias y competitivas, dignas de ser invitadas a participar en mayor proporción del gran pastel que representa el comercio mundial.
