

Boletín UNAM-DGCS-176
Ciudad Universitaria.
11:45 hrs. 20 de marzo de 2012



**Arturo Ortiz
Wadgymer**

EL 80 POR CIENTO DE LAS EXPORTACIONES DEL PAÍS SON PRODUCTOS MANUFACTURADOS POR TRANSNACIONALES

- ***No pueden considerarse transacciones mexicanas, sino negocios entre empresas que asientan movimientos de capital, al importar parte de los insumos, ensamblarlos y regresarlos al exterior, consideró Arturo Ortiz Wadgymer, del Instituto de Investigaciones Económicas***

El 80 por ciento de las ventas externas de México son productos manufacturados por empresas transnacionales en el país. Es uno de los obstáculos que impiden que la nuestra, sea una nación exportadora no transnacional, aseguró Arturo Ortiz Wadgymer, del Instituto de Investigaciones Económicas (IIEc) de la UNAM.

Los sectores exportadores tienen los elementos técnicos, conocen la logística, pero el modelo de monopolios obstaculiza las transacciones, especialmente, de la pequeña y mediana industria. Son las grandes empresas corporativas las que se benefician de los tratados de libre comercio, explicó.

No pueden considerarse transacciones nacionales, sino negocios entre compañías que asientan movimientos de capital, al importar parte de los insumos, ensamblarlos y regresarlos al exterior, explicó en la conferencia *Debate sobre el comercio exterior de México en la nueva faceta de la globalización*.



Fotos



**Arturo Ortiz
Wadgymer, del
Instituto de
Investigaciones
Económicas.**

El panorama se complica por la recesión global, porque todas las economías del orbe aplican restricciones más severas al intercambio. "Es una fase de globalización fallida", estableció el autor de *El libre comercio: la ruina de México*, en la sala José Luis Ceceña Gámez de la citada instancia.

Este año, dijo, será grave porque existe la posibilidad de que el modelo toque fondo y no disponga de elementos para sustentarse. Ante el proteccionismo desbordado y una competencia mundial más agresiva, México tendría que aplicar alzas arancelarias, solicitar permisos previos de importación y prohibir la entrada de ciertos productos; un país que no se proteja, tendrá más problemas.

Son necesarias medidas mínimas para afrontar una oleada de restricciones al intercambio, en un contexto de recesión, detalló.

El integrante de la Unidad de Investigación Economía Mundial del IIEc aludió a la revisión exhaustiva de Estados Unidos a sus socios comerciales y su exigencia a China para que aprecie la cotización del yuan, al considerar la subvaluación del tipo de cambio una práctica de comercio desleal que favorece a los productores asiáticos, ejemplificó.

El también profesor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (FCPyS) destacó que será cada vez más difícil exportar. Sin embargo, el país se empeña en firmar tratados, como el más reciente con Perú y el instrumento sobre petróleo, que está lleno de dudas, al no explicar cómo se informará del hallazgo de nuevos yacimientos. "No se entiende que viene un periodo proteccionista", sostuvo.

Por su parte, Joaquín Flores Paredes, de la Facultad de Estudios Superiores (FES) Cuatitlán, consideró que las posibilidades de las pequeñas y medianas empresas son limitadas, pero el negocio no está anulado. Los productores de aguacate de Michoacán, a través de alianzas estratégicas con los importadores de la Unión Americana, penetraron con éxito en el mercado del vecino país del norte, dijo.

Aún existen oportunidades para incursionar con perspectivas positivas en el mercado mundial, con mercancías con las que no compiten los productores de territorios desarrollados, como joyería, artesanías, muebles, artículos agrícolas, entre otros, consideró el autor del libro *El contexto del comercio exterior de México. Retos y oportunidades en el mercado global*.

Además, se deben cuidar aspectos de logística para exportar con éxito, vigilar que lleguen sin deterioro de calidad a su destino, entregar a tiempo, cumplir los compromisos adquiridos en la transacción, y establecer los mecanismos que aseguren el cobro, a través de los medios de pago internacionales.

Es indispensable que la exportación, de primera vez, sea la que abra brecha, y pensar que si el producto cumplió las expectativas del comprador, las posibilidades de exportar se



Joaquín Flores Paredes, de la Facultad de Estudios Superiores Cuatitlán.

incrementarán, finalizó.

-oOo-