Las Exportaciones Mexicanas y el Sector Privado*

Por el Lic. Arturo Bueno y Urquidi

TAL vez sorprenda a ustedes que un banquero se aventure a hablar, ante un auditorio como éste, no de la banca, el dinero y el crédito, sino de los problemas de comercio exterior. Sin embargo, decidí elegir este tema, no sólo porque desde hace tiempo me atrae, sino porque, a mi juicio, existe un vínculo muy estrecho entre nuestro comercio exterior y las futuras posibilidades de crecimiento del país.

Este vínculo es especialmente importante en la actual etapa de desarrollo económico de México, referida a la industrialización acelerada. Una vez cubierta la fase importante del proceso de sustitución, relativamente fácil y poco costosa, de importaciones de bienes de consumo, que tuvo lugar en México entre 1945 y 1960, el esfuerzo de industrialización depende ahora en gran medida de la disponibilidad siempre creciente, de bienes de capital y de tecnología moderna que tenemos que importar y pagar a alto costo. Estas importaciones deberían financiarse, principalmente, con los ingresos procedentes de la exportación de bienes y servicios y, solamente en parte, con recursos provenientes del ahorro externo, ya sea en forma de créditos internacionales públicos o de la inversión extranjera privada. Como desde el punto de vista de los intereses vitales de cualquiera nación, no es conveniente que la deuda pública externa y la participación del capital privado extranjero excedan los límites que la sana prudencia aconseja, parece imprescindible que México se ocupe con mayor esfuerzo en ampliar nuestras ventas al exterior para aumentar de esta manera lo que economistas y técnicos llaman la capacidad de importación basada en el uso de los recursos productivos internos.

Ciertamente, según señalan los datos oficiales, los logros registrados por nuestro comercio de exportación, en lo que va de la presente década, son importantes. En 1961 el valor de nuestras ventas al resto del mundo sumaba algo más de 800 millones de dólares; en tanto que el año pasado, según datos preliminares dados a conocer hace apenas una semana por la Secretaría de Industria y Comercio, exportamos productos por un total de 1,100 millones de dólares. En otras palabras: en los últimos cuatro años nuestras exportaciones crecieron a una tasa anual promedio de 8%, que se compara muy favorablemente con la registrada en el resto de América Latina. Empero, no debemos olvidar que, durante el mismo período, las importaciones mexicanas aumentaron de 1,140 millones de dólares a 1,570 millones de dólares, o sea en casi un 40%, y este movimiento de las corrientes comerciales en ambas direcciones fue el que generó el aumento de nuestro déficit, estrictamente comercial, que pasó de cerca de 340 millones de dólares en 1961, a 460 millones de dólares, en números redondos, en 1965.

Es un hecho valedero que, en su mayor parte, el déficit comercial de México se cubre con los ingresos netos provenientes del turismo, que aumentan de un año a otro a un ritmo satisfactorio. Sin embargo, no es menos cierto que nuestra balanza de pagos en cuenta corriente es tradicionalmente deficitaria, a pesar de los fuertes ingresos por cuenta de turismo. Además, este déficit está creciendo paulatinamente en función de la necesidad de importar capitales y tecnología, que se traducen en pagos al exterior de fuertes cantidades de divisas, por concepto del rendimiento sobre la inversión extranjera directa y los intereses sobre la deuda pública externa.

Sin menospreciar el papel que en el desarrollo del país desempeñan o puedan desempeñar los recursos financieros y

* Ponencia presentada ante la reunión de la Asociacion Nacional de Ejecutivos de Crédito en la ciudad de México, el 4 de febrero de 1966.

reales obtenidos en el exterior, creo conveniente hacer hincapié en que mientras el objetivo de nuestro país es tener, a la larga, una posición de balanza de pagos equilibrada y sana, quizá, durante algún tiempo, nuestras importaciones seguirán aumentando con rapidez. En tales condiciones, es de gran urgencia acelerar el crecimiento de nuestras exportaciones, mediante un esfuerzo mancomunado del sector privado y del Estado, ya que en mi opinión personal —a pesar de los logros globales de los últimos años que apunté antes— todavía no nos aprovechamos, en la debida proporción, de las oportunidades que brindan los mercados internacionales a un país como el nuestro, que cuenta con los niveles de desarrollo y con la estructura de producción ya alcanzados.

Analizando, por ejemplo, los datos detallados sobre las exportaciones del año de 1964, vemos que las dos terceras partes de ellas, o sean 680 millones de dólares, correspondieron todavía a alimentos, materias primas y otros productos semejantes, vendidos al exterior sin elaboración alguna; otro 20%, equivalente a 200 millones de dólares, representaba las ventas al exterior de productos con cierto grado de elaboración y, solamente el 15% restante, con valor de 150 millones de dólares, consistía en bienes elaborados o manufacturados para el uso final, incluídos, en este grupo, productos tales como azúcar y derivados del petróleo que, siendo productos industriales, distan de ser manufacturados con un alto grado de elaboración.

La lista de nuestras exportaciones sigue estando encabezada por los llamados productos tradicionales. En 1964, el valor de las ventas al exterior de algodón, café, azúcar, plomo, cinc, cobre y camarón sumó 475 millones de dólares que representaron el 45% de las exportaciones totales. El aumento de las exportaciones en ese año, en comparación con las de 1963, se debió, en parte considerable, a las ventas de los excedentes de trigo. A su vez, en 1965 tuvo lugar la colocación en el exterior de los excedentes de maíz, estimada en 60 millones de dólares, que permitió, en gran medida, incrementar nuestras exportaciones en casi 9% sobre los niveles del año antepasado. Pero no deberíamos tampoco olvidar que existen limitaciones muy severas de orden externo para la expansión continua de nuestras exportaciones tradicionales. En el caso del algodón, nos hallamos ante una competencia muy fuerte de los productores norteamericanos, ayudados por un sistema de subsidios federales; en el café, rige el Acuerdo Internacional que establece cuotas fijas para todos los países productores; el mercado mundial del azúcar pasa por una severa crisis, y en los mercados de metales, a pesar de la mejoría pasajera de los precios registrada en 1965, tenemos que tomar en cuenta el impacto futuro de la creciente producción de Estados Unidos, Chile y los países africanos. Tampoco sería engañoso pensar que podríamos convertirnos en grandes exportadores de trigo y de maíz. Sin embargo, nuestros precios internos son, por razones de política social del Gobierno, mayores que los precios mundiales y, de hecho, en 1964 y 1965, hemos vendido con pérdida estos dos productos agrícolas al exterior. Según las proyecciones elaboradas por expertos internacionales, suponiendo que no ocurra en los próximos años un cambio bastante amplio en la composición de nuestras ventas al exterior, es factible esperar que su tasa de crecimiento anual para el resto del decenio se situará en alrededor de 5% al año. Con base en esta tasa de expansión, nuestras exportaciones totales llegarían a sumar en 1970 unos 1,425 millones de dólares, en tanto que nuestras importaciones —que se supone crecerán a un promedio de 7%— subirían en 1970 a cerca de 2,200 millones de dólares. De esta manera, nuestra cuenta comercial con el exterior arrojaría, al final de la década, un déficit de 725 millones de dólares en comparación con 340 millones de dólares en 1961 y de 460 millones de dólares el año pasado.

Creo que estas proyecciones ofrecen un apoyo convincente a la tesis que sustento y que consiste en que es urgente diversificar la producción exportable, buscar nuevos mercados y fomentar el comercio de exportación de las semimanufacturas y manufacturas. Si con la ejecución de estas medidas pudiéramos aumentar la tasa de crecimiento de las ventas al exterior de 5 a 8% al año, nuestro déficit comercial sería, para 1970, de menor cuantía, pues en lugar de aumentar a 750 millones de dólares se situaría al nivel de 600 millones de dólares, cantidad compatible con los aumentos en los ingresos netos por cuenta del turismo que son previsibles para el próximo quinquenio.

No obstante, tal aumento de las exportaciones implicaría, *grosso modo*, la duplicación de nuestras ventas al exterior de bienes semielaborados y de manufacturas entre el año en curso y el de 1970. A primera vista, podría parecer imposible conseguir tal objetivo, pero debemos tener presente la magnitud del valor de la producción de las industrias de transformación mexicanas en estas fechas, que se estima actualmente en 4,000 millones de dólares y que podría llegar a 5,500 millones de dólares en 1970. Así, surge una pregunta relativamente sencilla: ¿es posible que dentro de cinco años México dedique, a los fines de exportación, algo así como el 10% de su producción industrial? Ante nuestras experiencias en los mercados de América Latina, después de la creación de la ALALC, y tomando en cuenta que nuestras ventas de manufacturas y semimanufacturas a los mercados de Estados Unidos y Europa Occidental siguen siendo sumamente pequeñas y no reflejan en nada nuestro potencial productivo, creo que es razonable pensar en la posibilidad de colocar en 1970, en los mercados mundiales, 300 millones de dólares de productos semielaborados y otro tanto de manufacturas y, al mismo tiempo, enviar a nuevos mercados, y a un ritmo acelerado, nuestros productos de exportación tradicional.

Estas aseveraciones, basadas en muchos años de experiencia indirecta con el comercio exterior de México, podrán parecer muy atrevidas. Pero, sin que puedan olvidarse las dificultades y los obstáculos de orden externo que habrán de afrontar nuestros exportadores en la busca de nuevos mercados para sus nuevos productos, creo que, ante todo, debemos pensar en la necesidad de ordenar y organizar debidamente nuestro esfuerzo para aprovecharnos de las oportunidades que potencialmente existen. Para demostrar la validez de esta afirmación, basta ver de cerca el valor y la composición actual de nuestras ventas a Europa Occidental que, hay que admitir, no difieren en mucho de las efectuadas por México a esa parte del mundo a principios de este siglo. Hasta fechas recientes, México sólo vendía a Europa Occidental una media docena de productos tradicionales —algodón, azúcar, café y metales— proveyendo a los países europeos quizás con el 1 o el 2% de sus importaciones procedentes del resto del mundo. Nadie podrá convencerme, por ahora, de que estamos ya en situación de aprovechar en mayor proporción las oportunidades comerciales que ofrece Europa Occidental, atentos sus actuales niveles de ingreso. Tampoco puede decirse que el único destino de México estribe en seguir vendiendo a Europa solamente café, algodón, azúcar, plomo, cinc y cobre. Debemos tener presente que si Italia, en el transcurso de una década, logró conquistar mercados para sus manufacturas de bienes de consumo en todo el mundo, incluyendo a los Estados Unidos, no habrá razón alguna para que México, que, por señalar un ejemplo, puede producir artículos similares para los turistas que vienen al país, no esté en condiciones de emprender una campaña de exportación de los mismos productos para los mercados europeos.

Estoy seguro de que se podrá rebatir mi tesis con toda esa serie de argumentos que hemos oído, hace más o menos cinco años, en las primeras discusiones sobre las perspectivas del comercio mexicano con América del Sur. Se decía en aquel entonces que tal comercio no tenía futuro alguno, ya que nuestros productos no podían competir con los procedentes de los países industriales; que surgían problemas difíciles de resolver por cuanto a los procedimientos administrativos, arancelarios y de mercado; que nos faltaban facilidades crediticias, etc. Sin embargo, entre 1960 y 1965 hay que reconocer —porque ahí están las estadísticas— que nuestras ventas

a América Latina aumentaron, en su conjunto, cinco veces: de 10 a 50 millones de dólares. Obviamente los pesimistas no tenían razón.

Aunque nadie puede negar que es difícil vender en los nuevos mercados, considero que ya hemos crecido lo suficiente para plantearnos los problemas del comercio de exportación de una manera distinta a como nos los planteábamos antes. Creo que sería más útil, desde cualquier punto de vista, que, si en lugar de insistir en que hay dificultades, cosa que nadie niega, nos preguntásemos a nosotros mismos: primero, si es cierto que nuestros productos no son verdaderamente competitivos; segundo, si es asimismo exacto que existen obstáculos de orden administrativo, arancelario y de transporte realmente infranqueables y, finalmente, si tenemos un interés auténtico en las actividades exportadoras. A mi modo de ver, muchos productos mexicanos semielaborados y elaborados pueden, hoy en día, competir con los procedentes de otros países, y los obstáculos de orden arancelario y de transporte que afrontamos no son insalvables ni decisivos. Lo que nos falta —y ello es notorio— es lo que podríamos llamar conciencia exportadora, habilidad para organizarnos, para entrar en mercados que, por razones históricas y por otras que desconocemos, nos han estado vedados.

Quisiera apoyar estas aseveraciones con un relato de mis contactos recientes con un representante de importantes empresas importadoras situadas en el Mercado Común Europeo. Este hombre de negocios, radicado en nuestra capital desde hace más de un año, está buscando activamente los medios de ampliar las compras de varios productos mexicanos, porque los considera como un muy buen negocio. En su opinión, México tiene grandes posibilidades de ampliar y diversificar sus ventas a Europa Occidental, a pesar de la tarifa común de la Comunidad Económica Europea y de su sistema de preferencias arancelarias para Africa. Concretamente, se me dijo, y cito solamente algunos ejemplos, que México podría colocar en los países del Mercado Común cantidades muy apreciables de coco rayado, de plátano deshidratado y de alcoholes que suelen elaborarse a base de desperdicios que se originan en el proceso de producción de azúcar. Pero en opinión del hombre de negocios citado, para que esto ocurra, los productores mexicanos tendrían que organizar sus actividades de tal suerte que esto les permitiera firmar contratos a largo plazo que incluyeran fechas y cantidades fijas de entrega de estas mercancías. Según nuestras estadísticas, México no exporta todavía a Europa ninguno de los tres productos mencionados, a pesar de que los países del Mercado Común lo importan desde terceros países por una cantidad superior a 20 millones de dólares al año.

"El problema con ustedes —me explicaba con toda franqueza el importador europeo— es el siguiente: hay centenares de productores de coco y de plátano en México, pero no existen una o más organizaciones serias de productores que se encarguen de recoger el producto, elaborarlo según las especificaciones aceptadas en Europa y que, además, se encarguen de organizar la producción de tal modo que las empresas ubicadas en Francia, Bélgica o Suiza, tengan la seguridad de poder disponer en forma periódica de las entregas de los productos en el tiempo y las condiciones convenidas.

"Los importadores europeos están conscientes de que, por lo menos en teoría, muchos de los productos de la agricultura tropical mexicana, tanto en forma cruda como elaborada, pueden competir fácilmente, en términos de precios, con los productos del Africa y el Caribe. Sin embargo, difícilmente pueden hacer compras en México dadas las condiciones descritas. Consecuentemente, en vista de que las grandes empresas de la industria alimenticia europea tienen planes de producción cuidadosamente elaborados en función de la capacidad de sus plantas y cambios estacionales en la demanda, prefieren concentrar compras en las islas del Caribe, donde existen buenas facilidades de comercialización para exportación, en lugar de importar los mismos productos desde México en condiciones de falta de seguridad respecto a entrega y calidad."

Fácilmente podrían presentarse muchos ejemplos semejantes en otros campos, incluyendo el de manufacturas. Es de todos conocido el hecho de que, incluso en el caso de productos que se exportan a la ALALC, nuestras empresas planean su producción básicamente en términos del mercado interno. Por consiguiente, el volumen de las exportaciones depende más bien de las fluctuaciones de la demanda interna y de la disponibilidad de excedentes, que de las estimaciones del potencial de los mercados externos. Esto explica la razón por la que en las estadísticas de nuestras exportaciones de manufacturas y semimanufacturas, cambie la composición de un año a otro de manera abrupta. Por ejemplo, en un año dado exportamos a un país de América del Sur lingotes de acero, en otro, barcos, y en el tercero, material ferroviario. La ausencia de continuidad que caracteriza también a nuestras exportaciones incipientes de productos semejantes al país vecino del Norte, revela que se trata de operaciones accidentales, más que de un esfuerzo para conquistar nuevos mercados y establecerse con alguna firmeza en ellos.

¿Qué es lo que se podría hacer concretamente para evitar situaciones de esta clase que impiden el crecimiento rápido de nuestras exportaciones no tradicionales? Al nivel oficial, nuestras autoridades gubernamentales presionan para que se acelere el proceso de liberación comercial dentro de la ALALC y para que se extiendan las preferencias arancelarias no recíprocas por parte de los países más avanzados a aquellos que están en vías de desarrollo. Además, el Estado mexicano ofrece a nuestros industriales varios incentivos fiscales y ciertas facilidades crediticias especiales. Pero aun suponiendo que se lograra en el futuro gran progreso en este campo, quedaría a los productores y exportadores nacionales la tarea de salir del país para aprovecharse de todos estos incentivos.

Tal tarea implica, entre otras cosas:

a) el estudio de los mercados y el establecimiento de agencias vendedoras en los países en donde existan posibilidades de colocación de nuestros productos semielaborados y elaborados;

b) la eliminación de los intermediarios innecesarios que dan lugar al aumento de los precios de nuestros productos. Cabe apuntar aquí que alrededor del 30% de nuestro comercio de exportación pasa por uno o varios intermediarios en el exterior;

c) la planeación de la producción por las empresas mayores en términos del mercado global y no solamente del mercado interno, lo que determinaría un abaratamiento de los costos por unidad;

d) en el caso de las empresas pequeñas y medianas, el establecimiento de mecanismos cooperativos entre los productores que quieran dirigirse al mercado de exportación;

e) la presión sobre el Estado para que reduzca impuestos sobre la exportación cuando éstos existan y simplifique los procedimientos y trámites de la exportación misma; y

f) la absorción por nuestro sector privado de las técnicas de mercadeo y comercialización vigentes en los países más avanzados, mediante la contratación de expertos, amén de otros tipos de asistencia técnica que pueden conseguirse en el exterior, a veces con gastos muy limitados, cuando se trata de transferir las experiencias recogidas por los organismos de fomento de comercio exterior en los países avanzados.

Sólo de esta manera y demostrando un verdadero interés por las actividades de exportación, podremos aumentar a la larga nuestra capacidad de importación con base en el uso de los recursos productivos internos y asegurar al país una tasa de crecimiento e industrialización congruente con nuestras necesidades, que siguen siendo muy grandes.