La política mexicana de comercio exterior

Lic. Antonio Calderón Martínez

Para un país en proceso de desarrollo, los instrumentos de su política económica adquieren una importancia singular, ya que de ellos depende el que se alcancen las metas propuestas o se cometan las menores desviaciones o errores en la utilización de los escasos recursos económicos de que dispone ese tipo de nación. De ahí que la atención a uno de los factores más dinámicos del desarrollo de la economía mexicana, el comercio exterior, constituya una preocupación permanente de la política económica de México.

La importancia del comercio exterior como factor de crecimiento radica, fundamentalmente, en que proporciona los bienes indispensables para el desarrollo económico, que todavía no se producen en el país, así como las divisas necesarias para la adquisición de tales bienes. Por otro lado, propicia una actividad económica mayor que de otra suerte no sería posible alcanzar.

Así, a través de la obtención de divisas provenientes de las exportaciones, se logra la única forma de pagar lo que el país adquiere en el exterior, ya que la mayor actividad que se obtiene por la exportación permite una mayor ocupación e ingresos a una creciente población, al mismo tiempo que, a través de las importaciones, se cuenta con una fuente adicional de aprovisionamiento de aquellos renglones que las actividades internas todavía no producen y que son necesarios para el propio proceso de desarrollo del país.

Para destacar la importancia que tiene el comercio exterior dentro del marco de la economía de un país en proceso de desarrollo, como México, basta señalar algunas cifras que se consignan en el resultado de una encuesta llevada a cabo por las Naciones Unidas en 54 naciones en vías de desarrollo para el período comprendido entre los años de 1960-1965.

Del total de esos países, 18 tuvieron crecimientos anuales superiores al 6% en su producto nacional bruto y alcanzaron un ritmo de aumento de su intercambio comercial externo de más de 8% anual como promedio. Por el contrario, 15 países del total analizado, con crecimiento de su producto nacional bruto de apenas 4% como promedio anual, sólo alcanzaron un 3.2% de crecimiento en su comercio exterior de importación y exportación.

Aparte de esta tendencia a una vinculación estrecha entre el alto ritmo de crecimiento económico y elevados porcentajes de crecimiento del comercio exterior, también demostró la encuesta que el creciente comercio exterior de un país atrae mayores transferencias financieras del extranjero.

Los 18 países con crecimientos altos en su comercio exterior y en su economía, mencionados anteriormente, obtuvieron un financiamiento del exterior de 5.7 dólares *per capita* en promedio, mientras que los 15 países de menor crecimiento económico y menor ritmo de aumento del comercio exterior, sólo obtuvieron financiamiento de 2.8 dólares *per capita*, en promedio.

En el caso específico de México, como veremos más adelante, el comercio exterior ha sido un importante factor de crecimiento de la economía, pues las exportaciones han permitido financiar la mayor compra de bienes de capital necesarios para dicho crecimiento y han contribuido a dar amplia ocupación e ingresos importantes a un numeroso sector de la población.

Ahora bien, para colocarnos en el marco adecuado de nuestro tema, debemos señalar que la política de comercio exterior es el conjunto de disposiciones legales o administrativas que inciden sobre dicho comercio, para regularlo, orientarlo y controlarlo, es decir, es el conjunto de disposiciones del orden señalado que afecta a nuestras importaciones y exportaciones, así como a todos aquellos otros factores que tienen que ver con las relaciones comerciales de nuestro país con el exterior.

Delimitada así la política de comercio exterior, en el caso de México sus objetivos pueden definirse como sigue:

1) Propiciar el mayor desarrollo económico del país.

2) Limitar las importaciones a los artículos esenciales para el desarrollo económico y a aquellos de consumo básico que todavía no se producen internamente, de acuerdo con nuestra capacidad de pago.

3) Promover la mayor exportación de productos, en particular de los que contengan un mayor grado de manufactura, sin descuidar el abastecimiento interno.

4) Dentro de este marco, procurar el equilibrio de la balanza de pagos y el mejoramiento de la relación de precios del intercambio.

5) Establecer las relaciones comerciales necesarias para lograr las metas anteriores a través de la firma de convenios y negociaciones de diversa índole.

Para lograr estos fines de la política comercial, cada nación puede valerse de un sinnúmero de instrumentos o mecanismos, dependiendo de sus propios sistemas administrativos, sus finalidades, los problemas a que se enfrenta el país en un momento dado, las experiencias tenidas en la utilización de diferentes prácticas, etc. Algunos de los instrumentos o mecanismos utilizados en diversos países son extremadamente complicados, mientras que otros son bastante sencillos. De ahí que en ocasiones sea necesario el establecimiento de instituciones especializadas en el manejo de ciertas prácticas de política comercial.

NOTA: Texto de la intervención del Subdirector General del Banco Nacional de Comercio Exterior, S. A., en el Seminario de Administración Pública y Privada, organizado por el Centro Nacional de Productividad, el 8 de mayo de 1968.

En el caso de México, puede señalarse que su política comercial se basa fundamentalmente en el uso de controles directos (permisos) y en medidas de carácter fiscal (aranceles), por lo que su manejo es relativamente sencillo. Además, esta combinación, como veremos más adelante, permite gravar con impuestos relativamente bajos las importaciones necesarias, lo que incide en los costos en proporciones igualmente bajas, en comparación con otros sistemas, especialmente los utilizados por otros países en vías de desarollo, como los latinoamericanos.

A pesar de esta doble ventaja de la política comercial mexicana, su sencillez y su costo bajo, puede decirse que requiere, además, un amplia elasticidad para adaptarse a las cambiantes condiciones de nuestro desarrollo económico y a las imperantes en la economía mundial, pues de otra manera no sería un elemento útil para lograr sus finalidades.

Adicionalmente al arancel y a los controles, debe señalarse que la política comercial mexicana se vale, en el caso de las importaciones, de las reglamentaciones del Comité de Importaciones del Sector Público; de la Ley de Fomento de Industrias Nuevas y Necesarias, y de disposiciones referentes a importaciones temporales (*draw back*) y subsidios generales a ciertos renglones de importación; y, en cuanto a las exportaciones, de incentivos fiscales y crediticios; concertación de convenios bilaterales y multilaterales; operaciones de intercambio compensado; medidas para proteger el prestigio de los productos exportables; unión con otros países para unificar la oferta de materias primas y defender la relación de intercambio; participación en ferias y exposiciones; designación de consejeros comerciales en el exterior; organización de misiones comerciales al exterior, y, más recientemente, de la orientación e información necesarias para la concertación de operaciones de exportación, a través del Centro Nacional de Información Sobre Comercio Exterior, del Banco Nacional de Comercio Exterior.

Antes de entrar en el análisis de algunos de los más importantes instrumentos utilizados por la política comercial mexicana, quisiera señalar el marco en el que se desenvuelve nuestra economía, así como algunos indicadores básicos que nos permitirán tener mayores elementos de juicio para nuestro estudio.

En primer lugar, es necesario tener presente que los últimos años se han venido mostrando índices claros de un sinnúmero de problemas por los que atraviesa la mayoría de los países, hasta concluir muy recientemente con la devaluación de la libra esterlina (en noviembre del año pasado), una de las pocas monedas de reserva que han venido siendo utilizadas por el mundo entero para las transacciones comerciales y financieras. Además, se ha suscitado el problema de la liquidez internacional con los consiguientes efectos en el oro y en las tasas de interés en los mercados financieros mundiales. También deben considerarse los problemas económicos y de balanza de pagos por los que atraviesa Estados Unidos, principal país prestamista mundial y con el que mantenemos el grueso de nuestras transacciones comerciales totales, es decir, de importación y exportación; las tendencias proteccionistas seguidas por un importante número de países; la creación de las llamadas integraciones regionales, como la Comunidad Económica Europea, la Asociación Europea de Libre Comercio, el Consejo de Interayuda Económica, de los países socialistas (COMECON), el Mercado Común Centroamericano, los intentos africanos y asiáticos en este mismo sentido y la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio, de la cual es miembro nuestro país, y, finalmente, las demandas de los países subdesarrollados para obtener mayores perspectivas para la colocación de sus productos primarios y semimanufacturados en los mercados de los países desarrollados, que básicamente se han venido considerando en el seno de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), cuya última reunión acaba de celebrarse en Nueva Delhi, India.

En segundo lugar, debe tenerse presente que México es todavía un país en proceso de desarrollo económico, a pesar de que en ocasiones se mencione que ya logramos alejarnos de esta etapa por la simple consideración de algunos indicadores económicos aislados. Ello significa que seguimos siendo un país básicamente productor y exportador de productos primarios, lo que trae como consecuencia la necesidad de tomar medidas de política económica conducentes a proteger nuestra industria nacional naciente, propiciar la colocación del mayor número de productos procesados y defender los ingresos provenientes de las ventas de nuestros productos primarios.

EL COMERCIO EXTERIOR MEXICANO

Dentro de este panorama, nuestro comercio exterior se ha caracterizado por un permanente déficit entre las compras y ventas al y del exterior, que ha sido posible cubrir por otros renglones que generan divisas, básicamente por el turismo y los créditos exteriores.

Además, la composición de la balanza comercial acusa una situación deficiente, ya que somos exportadores de productos primarios y compradores de productos manufacturados. Ello significa una desfavorable comparación a largo plazo, pues mientras exportamos productos que apenas generan los ingresos mínimos correspondientes al valor primario de los productos, adquirimos del exterior un alto contenido de mano de obra cara, contribuyendo así al desarrollo de otros países, en vez de proporcionar trabajo e ingresos a nuestra creciente población.

Pero no es todo en esta desventajosa comparación. Mientras los productos primarios cada vez tienen un precio menor en el mercado internacional y se enfrentan a serios problemas de colocación, los productos manufacturados alcanzan precios cada vez más elevados, lo cual significa que para adquirir una unidad de producto manufacturado es necesario entregar más productos primarios. Esto es lo que se denomina deterioro de la relación de intercambio y origina que la brecha que existe entre nuestras ventas y compras del exterior sea cada vez más amplia, lo que a su vez crea problemas serios para lograr nuestro desarrollo, ya que las exportaciones constituyen una forma importante de financiar la adquisición de productos del exterior —maquinaria, equipo, materias primas— necesarios para nuestro proceso de industrialización.

Estas situaciones son muy importantes para todos los países en vías de desarrollo, de ahí la insistencia, desde hace más de un quinquenio, de lograr condiciones más favorables para la colocación de los productos de esos países, en especial manufacturas y semimanufacturas, en los mercados de los países altamente desarrollados, temas que, como he indicado, se han venido tratando en el seno de la UNCTAD, desde su primera conferencia en 1964 en Ginebra y, desde entonces, en los órganos creados para tal efecto vinculados a dicha conferencia, hasta la segunda conferencia de la UNCTAD, recientemente celebrada en Nueva Delhi, India.

Pero, quizá más importante que consideraciones de esa naturaleza, ya que a veces se antojan muy teóricas en virtud de que no tienen resultados objetivos, es señalar, para el caso concreto de México, que para lograr mayores exportaciones, así como una mayor participación en éstas de productos manufacturados, es necesario una coordinación muy estrecha de

la política de industrialización y la de comercio exterior, así como de los esfuerzos combinados de la iniciativa privada y del gobierno, para alcanzar, en ambos casos, la orientación de las nuevas actividades productivas hacia el exterior en forma permanente, en vez de propiciar pequeñas industrias que, por lo general, tienen altos costos y en la mayoría de los casos se contentan sólo con un limitado mercado y con pequeñas ganancias, logradas prácticamente sin esfuerzo porque hay un mercado cautivo protegido.

Sólo si se logran la coordinación de esas políticas y la conjunción de esfuerzos señalados, será factible acelerar nuestro proceso de desarrollo económico, ya que la creación de pequeñas industrias para atender únicamente las necesidades internas parece haber alcanzado su saturación, y nada más resta la generación de bienes más complejos que, por lo mismo, requieren un mercado mucho mayor que el interno. Esto es particularmente cierto en las industrias productoras de bienes intermedios y de maquinaria y equipo, tales como las industrias químicas y petroquímicas, de manufactura metálicas, de fabricación de equipo ligero, industria automotriz y de transporte, manufacturas eléctricas y electrónicas, y otras más.

LAS IMPORTACIONES

Por muchos años el único instrumento de política comercial disponible para regular nuestras compras en el exterior era el arancel, hasta que en 1945 se implantó un régimen de control cuantitativo y cualitativo de las importaciones, aunque puede señalarse que fue en 1949 cuando quedó definitivamente implantado el control de importaciones, que sólo se limitaba a un número muy pequeño de artículos.

A partir de 1955 los permisos de importación empiezan a tener importancia como instrumentos de control de las importaciones y el arancel prácticamente pasa a un plano secundario como regulador de nuestras compras, dado que dicho arancel ha sido muy bajo, por lo que no ejerce un control verdadero sobre las importaciones.

En esta forma, puede decirse que los controles a la importación pasan a ser el elemento fundamental de la política de importaciones, ya que permiten canalizar dichas compras hacia los renglones necesarios y en las cantidades requeridas, sin tener que encarecerlas.

En la actualidad, del total de fracciones que contiene la *Tarifa del Impuesto General de Importación* (aproximadamente 11 000) el 45% está sujeto a permiso previo y aproximadamente las dos terceras partes del valor de la importación total se canaliza por fracciones controladas.

El arancel, conocido como la *Tarifa del Impuesto General de Importación*, ha sufrido diversas modificaciones desde 1939 en que, por primera vez, fue puesto en vigor como tal, para adaptarlo a las condiciones cambiantes de la economía mexicana y ha ejercido una influencia importante en el desarrollo económico del país, ya que los desgloses de dicha Tarifa efectuados en 1956 y, más recientemente, en 1966, han permitido conocer con detalle los productos que se importan, con lo cual ha sido posible establecer industrias sobre la base de un conocimiento más preciso de la demanda del mercado.

Puede decirse que el arancel mexicano es uno de los más bajos existentes hoy en día, ya que su promedio es de 12%, y en maquinaria y equipo, de un 6%. Ello permite que el costo de nuestra industrialización y la adquisición de bienes esenciales sea bajo y que, por lo tanto, también sea bajo el precio de productos finales que llegan al consumidor o al importador, mientras que en otros países, con elevados impuestos de importación, los precios de productos similares sean más elevados y tengan, por consecuencia, menos oportunidades de concurrir al mercado internacional. (Hay desde luego otros elementos que influyen en el costo de los productos, pero aquí no se hace referencia a ellos por no estar vinculados directamente con la política de importaciones.)

Puede decirse que el uso del arancel y el permiso previo han sido factores fundamentales para lograr una canalización de importaciones necesarias, sin ejercer presiones inadecuadas sobre la balanza de pagos, y han permitido el desarrollo industrial alcanzado por nuestro país. Para ello, baste señalar algunas cifras: de 1956 a 1967, las importaciones mexicanas pasaron de 1 071.6 millones de dólares a 1 748.3 millones, como consecuencia, fundamentalmente, de un crecimiento en nuestras compras de bienes de producción necesarios para el desarrollo industrial del país. Durante ese lapso, los bienes de consumo crecieron apenas en 119.8 millones de dólares, al pasar de 166 millones en 1956 a 285.8 millones en 1967.

Al mismo tiempo, la política seguida ha permitido otorgar una adecuada protección a la industria naciente en México, aunque en algunos casos ésta haya sido inmoderada, permitiendo el desarrollo de industrias limitadas, con producción sólo para el mercado interno y, en muchos casos, ineficientes.

Dentro del campo de las importaciones, cabe, consecuentemente, un análisis más amplio para que, sin perder de vista el objetivo primordial de la política en este renglón, es decir, la importación de bienes necesarios, se cuide de otorgar una protección que permita el desarrollo de industrias de tamaño y condiciones competitivas internacionales, para que ello a su vez permita la colocación de nuevos productos en los mercados exteriores. A últimas fechas se ha señalado que la protección a la industria debe ser temporal, mientras alcanza cierto nivel de desarrollo, y la política mexicana se está orientando en este sentido para lograr industrias más eficientes.

LAS EXPORTACIONES

Así como un país tiene necesidad de adquirir del exterior aquellos satisfactores que no puede producir internamente, su posición ventajosa en la producción de otros bienes le permite buscar su colocación en el exterior, adquiriendo en esta forma las divisas necesarias para pagar lo que compra en otros países, ya que si no fuera así, de qué otra manera podría el país obtener los recursos necesarios para poder pagar al exterior aquellas mercancías que no produce y que necesita para su desarrollo económico. Quizá la única respuesta a esta pregunta pudiera encontrarse en un permanente endeudamiento con los países de amplios recursos, cuya liquidación sería dudosa si no es que prácticamente imposible, o a través de constantes ayudas benevolentes de los que cuentan con recursos para ello, aspectos ambos no sólo impracticables sino inaceptables.

Por ello es necesario contar con una actividad productiva orientada hacia la exportación para lograr acelerar el desarrollo económico y, a través de él, una mayor ocupación de mano de obra y una generación de ingresos para importantes núcleos de la población, los que, a su vez, los destinarán a la adquisición de bienes en el mercado local, creándose así un proceso multiplicador de la actividad económica en general.

De 1956 a 1967, las exportaciones mexicanas pasaron de 888.4 millones de dólares a 1 105.2 millones. En este importante crecimiento es necesario señalar la gran diversificación que han tenido nuestros productos, pues si bien continúan siendo primarios o primarios procesados, han aumentado en nú-

mero, disminuyendo la importancia relativa que en 1956 tenía un pequeño grupo de productos que significaban más de la mitad de nuestras ventas al exterior, ya que tan sólo cuatro de ellos (algodón, café, plomo y cinc) alcanzaban esa mayoría; mientras que en 1967, esos mismos cuatro productos representaban menos del 24% de las ventas totales al exterior.

Deben destacarse, sin embargo, dos hechos fundamentales dentro de las exportaciones, a saber: primero, que la gran mayoría de nuestras ventas al exterior se sigue canalizando hacia Estados Unidos; en efecto, en 1956 vendimos a este país el 76.8% del total exportado y en 1967 el 57.2%, y, segundo, que, a pesar de que ha habido un crecimiento notable en la exportación de manufacturas, éstas representan todavía un porcentaje muy pequeño dentro de la composición de nuestras ventas al exterior.

La política mexicana en esta materia ha pretendido diversificar nuestras exportaciones, tanto geográficamente como en su composición, y, al mismo tiempo, establecer incentivos de toda índole para lograr que nuestros productos puedan competir en el mercado mundial y que cada vez haya un mayor número de ellos disponibles para su venta al exterior.

De estos incentivos cabe señalar, entre otros, los siguientes:

1) Eliminación de impuestos a la exportación de productos manufacturados.

2) Reducción o eliminación de algunos impuestos fiscales, como el federal sobre ingresos mercantiles y sobre la renta en utilidades derivadas de actividades de exportación de productos manufacturados.

3) Subsidios generales con cargo a diversos impuestos.

4) Ventajas a la importación de maquinaria, equipo y materias primas necesarias para la producción de artículos de exportación.

5) Reducción de fletes ferroviarios para la exportación de manufacturas.

6) Financiamiento a tasas preferenciales para la exportación de manufacturas.

7) Orientación e información para los exportadores, a través de organismos especializados como el Centro Nacional de Información sobre Comercio Exterior del Banco Nacional de Comercio Exterior.

8) Promoción directa de diversos productos a través de las consejerías comerciales en el exterior.

9) Participación en ferias y exposiciones en el exterior.

Como sería largo entrar en detalle de cada una de estas medidas, se hará breve referencia a algunas de las más importantes.

El financiamiento de las exportaciones

Para poder competir adecuadamente con países que ofrecen, entre otros incentivos, condiciones muy favorables de crédito en cuanto a plazos y tasas de interés, para la venta de sus productos, el gobierno mexicano estableció en 1962 el Fondo para el Fomento de las Exportaciones de Productos Manufacturados, con la finalidad de ofrecer, a bajas tasas de interés para el exportador, recursos que le permitieran, a su vez, ofrecerlos a sus posibles compradores para equipararse a los ofrecimientos de abastecedores de otros países.

El Fondo opera actualmente los siguientes aspectos:

a] refinanciamiento de la producción y existencia de productos manufacturados destinados a la exportación;

b] refinanciamiento de las prestaciones de servicios en el extranjero;

c] redescuento de documentos correspondientes a ventas a plazos en el exterior;

d] otorgamiento de garantías para proteger a los exportadores o a las instituciones de crédito del país, contra ciertos riesgos a que están expuestos los créditos derivados de exportaciones; y,

e] apoyos a la sustitución de importaciones de equipo e instalaciones.

Recientemente, el licenciado Jesús Rodríguez y Rodríguez señaló ante la Asociación de Importadores y Exportadores de la República Mexicana (ANIERM) que el apoyo dado por el Fondo a las exportaciones ha alcanzado resultados muy satisfactorios, ya que ha permitido ampliar su esfera de acción y, desde que inició operaciones hasta diciembre de 1967, ha podido descontar documentos por 1 226 millones de pesos.

Además, el Banco Nacional de Comercio Exterior, S. A., cuenta también con un programa financiero para apoyar las exportaciones mexicanas y las instituciones de crédito privadas han venido extendiendo sus actividades en este campo, operando con sus propios recursos, a través de las facilidades que les otorgan las circulares del Banco de México respecto del encaje legal, y con recursos del Fondo.

Puede decirse que nuestro país cuenta con un mecanismo adecuado para permitir que sus exportadores ofrezcan condiciones de financiamiento equiparables a las que pueden ofrecer otros países, lo cual permite una adecuada promoción de nuestras exportaciones.

El Centro Nacional de Información sobre Comercio Exterior

Este Centro, creado por el Banco Nacional de Comercio Exterior en 1965 con el propósito básico de proporcionar al exportador mexicano información económica y comercial para auxiliarlo en sus operaciones de exportación, brinda asesoramiento a los exportadores sobre: *a)* posibilidades de exportación en los mercados del exterior; *b)* diversas formas de financiamiento de las exportaciones; *c)* estímulos gubernamentales para la exportación; *d)* reglamentaciones sobre normas de calidad y empaque que requieren los productos de exportación.

Dentro de este campo, puede proporcionar, sin ningún costo, los siguientes servicios de información: *a)* evaluación de los mercados en el exterior; *b)* restricciones cambiarias y monetarias en los países compradores; *c)* formas de facturación y cobro; *d)* participación de México en convenios comerciales bilaterales, acuerdos sobre materias primas, ALALC y otras organizaciones.

Igualmente, puede orientar a los exportadores sobre procedimientos para resolver controversias comerciales por falta de pago, incumplimiento de lo pactado, etc.; selección de empresas representantes, agentes, y distribuidores en el exterior; medios de transporte existentes entre México y el resto del mundo y participación en ferias y exposiciones internacionales.

Los consejeros comerciales en el exterior

En febrero de 1966, el Consejo Nacional de Comercio Exterior creó el Comité Coordinador de la Promoción del Comercio Exterior, organismo encargado de la promoción de nuestro comercio exterior, principalmente a través de los consejeros comerciales en el exterior.

Dichos consejeros, cuya función principal es dar a conocer las posibilidades que México tiene en los mercados para la colocación de sus productos, tienen, además, las siguientes funciones, entre otras:

1) A petición de los exportadores promueven, personalmente, la venta de productos mexicanos.

2) Propician contactos directos entre los exportadores mexicanos y los importadores del extranjero.

3) Informan sobre la existencia de firmas que puedan actuar como agentes o representantes de exportadores mexicanos.

4) Proporcionan al exportador la información necesaria para conocer las características del mercado o mercados en los que trabajan.

5) Investigan las demandas que por productos mexicanos existen en sus países de residencia y las trasmiten a México, remitiendo, además de las descripciones de los productos demandados, muestras que permiten su perfecta identificación con el objeto de que los productores y exportadores que se interesen puedan medir sus posibilidades reales de concurrir a aquellos mercados.

6) A petición de la parte interesada, pueden ser los conductos para dar a conocer en los mercados del exterior las muestras de los productos que México está en posibilidades de exportar.

7) Atienden a los empresarios mexicanos que con fines de promoción comercial visitan sus países sede, programando sus actividades y entrevistas, orientándoles sobre los caminos más expeditos para lograr sus propósitos y, en algunos países, sirviéndoles incluso de intérpretes.

En la actualidad se cuenta con consejerías comerciales en Alemania, Argentina, Austria, Brasil, Canadá, Chile, Estados Unidos, Francia, Guatemala, Inglaterra, Japón, Polonia y Venezuela, así como una oficina del Banco Nacional de Comercio Exterior en España.

Sin embargo, a pesar de estos esfuerzos gubernamentales, y de los de los empresarios, nuestro país no ha logrado la conquista de mercados exteriores en forma más amplia, en particular en el caso de productos manufacturados, debido, entre otros factores, a:

a] una limitada promoción comercial en el exterior;

b] una planeación deficiente de las industrias, que en general se establecen para atender las necesidades actuales del mercado interno, por lo que no se cuenta en la mayoría de los casos con capacidad de exportación;

c] costos elevados y calidad deficiente en muchos de nuestros productos;

d] carencia de experiencia y de organización para atender el mercado exterior, pues no se ofrecen catálogos ilustrados, empaques adecuados, ni cotizaciones apropiadas.

Por ello es necesario continuar y coordinar esfuerzos para lograr una promoción más efectiva de nuestras exportaciones, sobre todo tratando de aprovechar las oportunidades que ofrecen importantes mercados como los de Estados Unidos, Canadá, Centro y Suramérica, Europa, Japón y otros del Medio Oriente y de Africa, así como los de Europa oriental; en particular por las ventajas de las negociaciones Kennedy, y las preferencias otorgadas por los países de la ALALC.

Dentro de los mecanismos que podrían utilizarse para llevar a cabo una promoción más dinámica de nuestras exportaciones, podrían mencionarse los siguientes:

Por parte de los empresarios:

a] mejorar la calidad y precios de los productos a ofrecer;

b] acreditar el producto a través del debido cumplimiento de las condiciones pactadas en los contratos de venta;

c] presentar los productos en forma atractiva y de acuerdo con los requerimientos del mercado, así como empacar adecuadamente;

d] ofrecer el producto en términos y condiciones conocidos y aceptados internacionalmente, esto es, cotizar en dólares y en términos usuales (CIF, FOB, etcétera);

e] planear adecuadamente las industrias, con el objeto de contar con capacidad para la atención permanente del mercado exterior;

f] promover la venta de sus productos directamente en los mercados exteriores;

g] participar activamente en ferias y exposiciones para dar a conocer sus productos en el exterior;

h] elaborar catálogos adecuados y formular muestrarios para su envío al exterior.

Por parte del sector público:

a] mantener y ampliar el financiamiento necesario para la venta de manufacturas, en condiciones de competencia frente a otros oferentes;

b] ampliar el seguro sobre exportaciones para cubrir riesgos comerciales;

c] ampliar los servicios de asesoría y orientación a los exportadores;

e] agilitar trámites administrativos y coordinarlos en un menor número de instituciones;

f] ampliar los servicios de las consejerías comerciales a otros centros de importancia para la promoción de nuestras exportaciones;

g] establecer centros de exhibición y venta de productos exportables, en lugares estratégicos, en coordinación con la iniciativa privada;

h] mejorar los servicios que requieren las operaciones de exportación y abaratar su costo, tales como los de aduana, marítimos y de comunicaciones en general y sobre maniobra;

i] conjuntamente con la iniciativa privada, promover una mayor y más amplia participación en ferias y exposiciones internacionales.

He tratado de señalar algunos de los muchos aspectos de la política comercial mexicana y de la importancia de las importaciones y exportaciones en nuestro desarrollo económico.

Podríamos igualmente hacer referencia a los esfuerzos mexicanos para mejorar la posición de nuestros productos en los mercados internacionales, a través de la participación activa en convenios de materias primas como el café, trigo, plomo, cinc y cacao, aunque este último todavía no haya logrado acuerdo, así como ante la Asociación Latinoamericana de Libre Comercio. El tratamiento de estos temas y otros más vinculados a la política comercial de nuestro país, exigiría un espacio del que no disponemos por ahora.

Para finalizar, quisiera dejar sentada claramente la idea de que la política comercial es uno de los varios elementos que intervienen en cualquier proceso de desarrollo económico y sus finalidades y logros no pueden aislarse de los otros elementos de la política económica general, ya que incluso están supeditados a esta última.

Pero, indudablemente, la política de importaciones y exportaciones es elemento fundamental del desarrollo económico y ha contribuido significativamente a él, por la forma en que ha sido orientada.

México no puede prescindir de importaciones básicas y las tendrá que seguir realizando mientras no se elaboren esos productos internamente. Por ello, es importante que también promueva sus exportaciones y la sustitución de importaciones, elementos en los que está puesto el interés del Gobierno y de los empresarios y que demandan el máximo esfuerzo de todos, y en especial una acción coordinada y eficaz y un uso adecuado de los instrumentos de la política comercial, para alcanzar las metas superiores del desarrollo en beneficio del país y de su población.