

### EL UNIVERSAL

CD. DE MÉXICO.- Durante el primer bimestre del año, las mercancías mexicanas ganaron presencia en el mercado de Estados Unidos (EU), los envíos de México a ese País sumaron 44 mil 224 millones de dólares, una cifra que representó 11.6% del total de las compras que realiza el vecino del Norte, esta proporción fue mayor a 11.4% que se tenía en el mismo periodo del año anterior, revelaron datos del Departamento de Comercio de Estados Unidos.

A diferencia de México, países como China y Canadá, que son los proveedores de mercancías más importantes en EU, tuvieron una ligera reducción en su participación de mercado.

Según las cifras, la presencia de mercancías chinas en el mercado de Estados Unidos tuvo un ligero retroceso de 30 puntos base en un año, ya que en el periodo enero-febrero del año anterior la participación era de 18.3% y en este año es de 18 por ciento.

También las mercancías de Canadá tuvieron un efecto de pérdida de mercado, al pasar de una participación de 14.1%, en el primer bimestre del año anterior, a 13.66%, en los dos primeros meses de 2014.

Para Arnulfo R. Gómez, catedrático de la Universidad Anáhuac, el inicio de año es positivo, pero se explica más por la depreciación del peso y los vínculos de algunas industrias de EU con la frontera mexicana.

“Estados Unidos inició su proceso de recuperación comercial, pero de manera gradual, en total sus compras al exterior apenas crecieron 0.17% en los primeros dos meses del año. México debe aprovechar la ventaja competitiva de la cercanía con Estados Unidos, como se ve reflejado en algunas industrias como la automotriz o en otras manufacturas, la relación casa matriz, subsidiaria deben aprovecharse para proveer al consumo estadounidense, de lo contrario hay otros competidores como China y Canadá que son los principales proveedores a esa nación”, explicó.

El inicio de año ha sido positivo para las ventas mexicanas en Estados Unidos, gradualmente la recuperación en ese País va impulsando las mercancías mexicanas, que durante el periodo enero-febrero tuvieron un avance de 1.7% anual, dato superior a la caída de 1.5%, observada en el mismo periodo del año anterior. Con estos resultados, México se mantiene como el tercer proveedor más importante para Estados Unidos.

El docente de la Universidad Anáhuac informó que se requiere una estrategia industrial que genere mayor competitividad de los productos mexicanos en Estados Unidos y crear mayor presencia.