



Aranceles fortalecerán la manufactura nacional, prevé especialista

Se envía un mensaje claro de cooperación con EU: Larry Rubin

CLARA ZEPEDA

La aprobación de nuevos aranceles de entre 5 y 50 por ciento a más de mil 400 productos provenientes de países sin acuerdos comerciales con México, con el fin de proteger la industria local y alinearse parcialmente con las medidas de Estados Unidos contra China, abre oportuni-

dades a las empresas mexicanas en el contexto de un fortalecimiento de la manufactura en México frente a la competencia extranjera.

De acuerdo con Ari B. Saks, socio de impuestos y coordinador de los servicios de inversión en *nearshoring* para EY México, el fortalecimiento de la manufactura nacional puede abrir un abanico de oportunidades para las empresas, como aumentar la demanda de productos locales y la posibilidad de acceder a nuevos mercados.

Además, esto puede impulsar la creación de empleo y el desarrollo de habilidades en la fuerza laboral, lo que puede contribuir al crecimiento económico sostenible en el país. Aunque hay retos en el camino, la resiliencia de la iniciativa privada

deberá sortear estos cambios.

Los nuevos aranceles pueden llevar a un ajuste en los costos de producción, lo que podría incentivar a las empresas a explorar alternativas locales o diversificar sus fuentes de insumos. Esto puede fomentar la innovación y la búsqueda de proveedores más competitivos, lo que a largo plazo podría resultar en una mayor eficiencia y resiliencia en la cadena de suministro, consideró Saks.

“La iniciativa, impulsada por la presidenta Claudia Sheinbaum, afecta a sectores como el automotriz, los de metales y textiles; los autos chinos son los más impactados, con un arancel de 50 por ciento. Aunque se busca fortalecer la posición de México antes de la revi-

sión del T-MEC, críticos advierten sobre riesgos de mayores costos e inflación”, resaltó por su parte Eduardo Suárez, director corporativo de estudios económicos para América Latina de Scotiabank.

Sin embargo, el especialista de EY México sostuvo que las empresas pueden adaptarse mediante la inversión en tecnología y procesos más eficientes, así como mediante la formación de alianzas estratégicas con proveedores locales.

Las empresas pueden considerar estrategias como la optimización de la cadena de suministro, la implementación de mejores prácticas de gestión de costos y la búsqueda de eficiencias operativas. Además, fomentar la innovación en productos y procesos puede

ayudar a mantener la competitividad y a gestionar los costos de manera más efectiva.

Para la American Society of Mexico (AmSoc), la medida fortalece la confianza de los inversionistas estadounidenses, principales socios comerciales del país.

El representante del organismo, Larry Rubin, expresó que Estados Unidos es el mercado más importante para México, por lo cual la decisión tomada por la presidenta Claudia Sheinbaum y el secretario de Economía, Marcelo Ebrard, envía un mensaje claro de acercamiento y cooperación hacia ese país. Ello se debe a que China sólo quiere usar a México como trampolín para llegar al mercado estadounidense, afirmó.