



Los aranceles de México

El pasado 9 de septiembre, la Presidenta de la República envió a la Cámara de Diputados un proyecto de reforma legal para incrementar los aranceles en 1,463 fracciones arancelarias de bienes importados de países con los cuales México no mantiene tratados comerciales. Si bien la propuesta elevaría la tarifa promedio de estos países del 16.1 al 33.8 por ciento, en algunos casos el arancel podría alcanzar hasta 50 por ciento.

Los objetivos expresados por el Gobierno Federal incluyen la protección de sectores “estratégicos”, la sustitución de importaciones y la “mejora” de la balanza comercial. Por su peso en las importaciones, destacan los productos provenientes de China, Corea del Sur y otras naciones asiáticas.

En el debate público sobre esta iniciativa han resurgido viejos argumentos que intentan justificar los aranceles a partir de una visión equivocada del comercio internacional.

Un primer argumento sostiene que los países en cuestión no compran suficientes productos a México, ni “hacen el esfuerzo”

RAZONES Y PROPORCIONES

Manuel Sánchez González

 @mansanchezgz



por hacerlo. Este alegato ignora que el comercio lo realizan personas y empresas, no países, y que es siempre voluntario, no producto de esfuerzos, pues solo ocurre cuando las partes consideran que les genera un beneficio. El intercambio nace de la especialización y del aprovechamiento de las ventajas comparativas, es decir, de la capacidad de producir ciertos bienes a menor costo.

Si las empresas e individuos de los países que se pretende “castigar” no compran más productos mexicanos, es porque no lo consideran provechoso. Del mismo modo, si las contrapartes mexicanas adquieren bienes de esas naciones, es porque encuentran ventajas en hacerlo. Las bondades del comercio se reflejan principalmente en las importaciones, mientras que la balanza comercial no es más que un registro contable cuyo monto y signo carecen de implicación sobre la prosperidad.

Un segundo argumento desestima las importaciones porque, según se afirma, generan dependencia de otras naciones. Este reclamo pasa por alto que la esencia del comercio es precisamente depender de otros para incrementar el bienestar. De la misma manera que, dentro de un país, los consumidores dependen de los productores de alimentos o de los servicios de restaurantes, en el comercio exterior los importadores dependen de bienes e insumos generados en el extranjero. La llamada a la sustitución de importaciones equivale, en realidad, a una invitación a limitar el progreso, pues dificulta el acceso a los avances alcanzados en otras latitudes.

Un tercer razonamiento consiste en denostar las importa-



ciones de países caracterizados como “tramposos” y de mala fe, que presuntamente buscan destruir la industria nacional al “inundar” a México con bienes “baratos” y de “baja calidad”.

Este juicio suele reforzarse al invocar la existencia de subsidios en la producción de los bienes importados, lo cual, presumiblemente, convierte al libre comercio en un comercio “injusto”. Así, los aranceles se defienden como un medio para establecer un “piso parejo” y proteger la producción y el empleo en ciertos sectores vulnerables.

La aceptación de los consumidores y las empresas hacia esos bienes e insumos importados, especialmente cuando es amplia, contradice la crítica a su supuesta baja calidad. Además, los subsidios no se aplican a todos los productos, y su invocación corre el riesgo de convertirse en una excusa para evitar la competencia.

El progreso de China y de otros países asiáticos se ha sustentado en la innovación tecnológica y la persistente productividad, lo que les ha permitido crear productos cada vez más sofisticados a costos reducidos. En la medida en que esa modernización se profundiza, los subsidios pueden incluso interpretarse como un regalo de los contribuyentes de esas naciones

a los países importadores.

La superioridad del intercambio internacional frente al proteccionismo, como ocurre con la competencia en general, no radica en que sea óptimo para todos, pues dentro de los países, e incluso entre ellos, algunos grupos pierden, sino en que conduce a una mayor eficiencia global y a un mayor bienestar de los consumidores.

Por ello, contrario a lo que suele pensarse, el aumento proyectado de los aranceles en México castigará principalmente a los consumidores nacionales y, al debilitar la competencia, reducirá los incentivos de las empresas locales para innovar y elevar su productividad.

Una estrategia más eficaz para promover la competitividad de todos, y no solo de los grupos que perciben a las importaciones como una desventaja, consistiría en reducir los costos de hacer negocios en México, empezando por combatir la inseguridad. En vez de embarcarse en una guerra comercial bajo la idea de que el “enemigo” está afuera, el gobierno debería reconocer que su tarea pendiente se encuentra en casa.

Exsubgobernador del Banco de México y autor de *Economía Mexicana para Desencantados* (FCE 2006)