



Activo empresarial
José Yuste
dinero@gimm.com.mx

Aranceles, otro mes, es la forma de negociar de Trump

El próximo martes 4 de marzo se cumple el mes de la pausa comercial entre México y Estados Unidos. Gracias a esta pausa, **Donald Trump** accedió a no imponer aranceles del 25% a las exportaciones mexicanas.

Sin embargo, ayer, el mismo presidente estadounidense volvió a cambiar de opinión y nos dio otro mes más. Dijo que para abril se impondrán los aranceles del 25% a México y a Canadá.



PESO, TRANQUILO

El tipo de cambio ya no le creyó tanto a **Trump**. El peso mexicano ganó más de cinco centavos para cotizar en 20.41 pesos por dólar. ¿Los mercados ya no le creen a **Trump**? Más que no creerle, empiezan a comprender que es una forma de negociar.

Trump nos tiene amenazados con imponernos aranceles, sin importarle el T-MEC ni la integración económica de ambas economías y tampoco el muy posible daño a sus consumidores. Él le está hablando a su electorado, al del nacionalismo a ultranza con su Make America Great Again (MAGA). Pero también es una forma de negociar.



MIGRACIÓN, SEGURIDAD Y ECONOMÍA

A **Trump** le interesan tres temas. Frenar u ordenar el flujo migratorio hacia su país, por eso solicitó la ayuda del gobierno de **Claudia Sheinbaum**. El otro tema es el de la seguridad, que, a pesar de que las armas las venden ellos y la demanda por consumo la provocan ellos, a México le exige una mayor seguridad, sobre todo en zonas donde las autoridades pueden tener contubernios con el crimen organizado.

Y el tercer tema que le interesa a **Trump** es el económico.



EL ARANCEL DEL 10% A CHINA

Trump ya le impuso a China un arancel del 10%, sabe que China es su verdadero competidor económico y México es parte de la solución para competir con cadenas de valor e integración. Por eso plantea que el arancel del 10% a productos chinos también lo imponga México. Ahí está parte de la negociación.



¿Y LOS ARANCELES DE ACERO Y DE AUTOS?

Además, la incertidumbre por las amenazas de **Trump** sigue ahí. No se sabe qué va a pasar con los aranceles que supuestamente impondrá al acero y al aluminio de 25% y 10%, y que supuestamente se aplicará este 12 de marzo. Tampoco se sabe qué pasará con los aranceles automotrices, que supuestamente serían en abril. Y ahora nos dice que los aranceles generales del 25% irán contra México, pero para el 2 de abril.



LA INCERTIDUMBRE AFECTA A NUEVAS INVERSIONES

Trump sabe negociar. Nos tiene amenazados con los aranceles, pero negocia la migración, la seguridad y el comercio. Mientras tanto, México gana otro mes sin aranceles y podrá seguir exportando sin problema. No es poco. El sector exportador representa casi el 40% de la economía mexicana. En donde la *arancelitis* de **Trump** sí nos golpea es en las nuevas inversiones. Los anuncios de imponer aranceles atraen incertidumbre y sí afecta a las nuevas inversiones que iban a llegar por el *nearshoring*, las cuales se han frenado.



YASMÍN ESQUIVEL, MOMENTO CLAVE

Es un momento clave para la ministra **Yasmín Esquivel**, quien tiene a su cargo resolver la contradicción de criterios por el doble IVA. La industria maquiladora de exportación argumenta que, ahora, el SAT le quiere cobrar dos veces el IVA, cuando importa insumos y cuando vende sus productos en México. El SAT argumenta que no es sí, que más bien se trata de un impuesto que la industria maquiladora no ha pagado. Estamos hablando de casi 45 mil millones de pesos y, en momentos del *nearshoring*, de las amenazas de aranceles de **Trump**, ir contra de la empresa exportadora no parece ser lo mejor. Ya veremos la decisión de la ministra **Esquivel**.

MERCADO LABORAL

PERSISTE BRECHA DE GÉNERO

Un estudio de Buk, plataforma tecnológica de gestión de recursos humanos, encontró que en México, las mujeres siguen enfrentando una brecha salarial significativa en comparación con sus compañeros hombres, toda vez que en promedio ganan 18% menos que ellos por labores similares. Destacó que 72% de las mujeres en México consideran que no tienen las mismas oportunidades que los hombres para acceder a un ascenso o aumento salarial, y que 73% de las empresas no tienen mujeres en posiciones de dirección relevantes. —De la Redacción



Fotos: Especial

EN 15% CADA AÑO

La industria de blindaje tiene rápida expansión

SIN EMBARGO, alertan sobre 100 talleres clandestinos que otorgan sus servicios al crimen organizado

POR NAYELI GONZÁLEZ
nayeli.gonzalez@gimm.com.mx

La creciente inseguridad en el país ha impulsado a la industria balística y del blindaje, pues en los últimos años ha registrado un crecimiento sostenido de 15% anual.

Gadi Mokotov, presidente del Consejo Nacional de la Industria de la Balística (CNB), aseguró en entrevista con **Excelsior** que esto también ha fomentado la instalación de talleres clandestinos que no sólo brinda un servicio de mala calidad, sino que en la mayoría de las veces trabaja para el crimen organizado.

Actualmente operan en el país cerca de 150 blindados registrados con las autoridades federales, sin embargo, también existen cerca de 100 talleres considerados ilegales, y que han proliferado debido al aumento de la delincuencia en el país y sobre todo la falta de una regulación que prohíba a las empresas distribuidoras de material balístico suministrarles estos productos.

“Hay mucha regulación sobre las empresas que blindan vehículos a través de auditorías, a través de reportes que tenemos que dar, pero no hay absolutamente ningún control

de materia prima, y por eso vemos una muy alta cantidad de empresas que no están registradas y no están legalizadas, pero sí pueden adquirir materiales balísticos. También estamos viendo como la delincuencia organizada puede comprar esos materiales y hacer sus propios vehículos que luego son con los que atacan a las fuerzas federales”.

El directivo dijo que el sector busca, en conjunto con las autoridades, poder cerrar ese nicho, toda vez que no trabajan bajo ninguna norma, mientras que su estándar de calidad es nulo, pues ocupan materiales baratos y de baja calidad, a lo cual se suma que no existe supervisión gubernamental.

“Afectan el mercado porque por un lado ofrecen precios que no son lógicos, no se podrían entender, salvo que no tengan ese costo de regulación y no tengan que comprar los materiales balísticos certificados que cuestan mucho más que cualquiera de otro tipo. Venden luego productos ‘milagrosos’ que confunden al cliente”.

COSTO Y CRECIMIENTO
Actualmente blindar un auto va de los 35 mil a 80 mil



El blindaje de camiones dio un salto más significativo a partir del 2023. Ha crecido más del 25%, que es parte del 15% anual, pero en camiones en especial por la necesidad e inseguridad que hay en las carreteras.”

GADI MOKOTOV
PRESIDENTE DEL CONSEJO NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA BALÍSTICA (CNB)

Foto: Karina Tejada

dólares, dependiendo del nivel de resistencia de los materiales y el tipo de auto.

“En los últimos años el sector de blindaje en México ha crecido más o menos a un ritmo del 15% anual. Es un sector que es el reflejo de la inseguridad, la gente se siente insegura en la calle y empieza a buscar diferentes medidas para poder protegerse.”

Esta tendencia al alza comenzó a registrarse en 2022, por lo que actualmente se blindan un promedio de cuatro mil vehículos en el país al año, sin embargo, se espera un aumento similar para este 2025.

CAMIONES DE CARGA

El directivo dijo que además del blindaje automotriz ha comenzado a aumentar de manera importante la demanda para camiones de carga debido al aumento de la delincuencia en carreteras.

“Dio un salto más significativo a partir del 2023. Ha crecido más del 25%, que es parte del 15% anual, pero en camiones en especial por la necesidad e inseguridad que hay en las carreteras. Reconocemos el trabajo que están haciendo hoy en día de combatir la inseguridad, pero también reconocemos y sabemos que desgraciadamente esto no es un tema de la noche a la mañana y que no se puede acabar mañana”.

SIN MIEDO A ARANCELES

Jetour relanza marca y trae nuevos modelos

Afirman que aun si EU impone aranceles, se quedarán en México, e incluso consideran construir una planta de manufactura

POR NAYELI GONZÁLEZ
nayeli.gonzalez@gimm.com.mx

La armadora China Jetour mantiene sus planes en México por lo que traerá al país seis nuevos modelos, principalmente SUV, sedanes e híbridos de nueva tecnología.

Cómo parte de este plan llevará a cabo una estrategia de relanzamiento de su marca en conjunto con Soueast, a fin de consolidarse en el mercado y aumentar sus ventas.

En conferencia, Johnny Fang, CEO de Jetour Soueast México, dijo que, pese a las amenazas de Donald Trump, y sus políticas arancelarias, la compañía no sólo se mantendrá en el país, sino que su estrategia comercial será más agresiva a fin de destacar y no descarta la construcción de una planta de manufactura para ampliar su nicho de negocios.

“No tenemos miedo. De hecho, nos estamos preparando para cualquier cambio



Foto: Jetour



Tenemos la capacidad financiera para afrontar cualquier obstáculo. Estados Unidos quiere afectar, pero estamos aquí para solventar y tenemos capacidad financiera para quedarnos.”

JOHNNY FANG
CEO DE JETOUR SOUEAST MÉXICO

en México. Si algo cambia, lo solucionaremos. Incluso, no habrá problema en establecer una fábrica con capacidad de producción de 200 mil autos al año”.

SORTEARÁN OBSTÁCULOS

Insistió en que pese a los obstáculos que pudieran surgir por las mencionadas políticas, la empresa tiene la capacidad financiera para afrontar cualquier obstáculo.

“Estados Unidos quiere afectar, pero estamos aquí para solventar y tenemos capacidad financiera para quedarnos”, expresó el directivo.

Para el dirigente, el nivel de manufactura de México es uno de los factores que va

a garantizar que se instalen las plantas armadoras de empresas chinas que ya fueron anunciadas, pese a la situación en el vecino país.

CIERRE DE 2024

Es importante mencionar que, al cierre de 2024, Jetour logró vender tres mil 148 unidades en el mercado mexicano, un volumen que esperan duplicar para este año, es por ello que en junio de este año se espera la llegada de los nuevos modelos de la mano de Soueast, una estrategia que va a requerir inversiones por más de 10 millones de pesos.

Como parte de esta estrategia la empresa busca fortalecer el conocimiento de la marca en el mercado, mejorar el posicionamiento de precios, así como mejorar el servicio posventa y la satisfacción del cliente, por lo que espera cerrar 2025 con más de 45 distribuidores y cerca de cinco mil puntos de ventas.

Fang mencionó que su principal apuesta son las SUV a combustión interna, híbridos enchufables y eléctricos.

En el caso de Jetour, lanzará su modelo T2, al que se sumarán el T1, T5 y T0, mientras que Soueast lanzará S06, S07 y S09.