



México-aranceles: diferencias con Canadá; Amador se prepara; Toyota y Nissan, cambios

Hoy veremos el desenlace de los aranceles de **Donald Trump** al acero y al aluminio. La Casa Blanca podría imponer un arancel del 25%, lo que no guarda ninguna lógica económica. Es más, el país que podría quejarse de estar siendo inundado de acero importado es México. Tenemos un déficit comercial en la balanza de acero y aluminio. Pero bien sabemos que la lógica no impera con **Trump**.

En ese aspecto, ya hemos visto varias escaramuzas por los aranceles, donde los dos socios comerciales de Estados Unidos en el T-MEC, México y Canadá, han actuado de manera distinta.

Y debemos decir que a México le ha ido un poco mejor.

La estrategia canadiense, iniciada por el primer ministro saliente, **Justin Trudeau**, fue poco acertada. Fue a ver a **Donald Trump** hasta su casa particular, en Mar-a-Lago, y **Trump** todo el tiempo los ha insultado diciéndoles que van a ser la estrella número 51 de la banda de las barras y las estrellas.

Lo peor: **Trump** había amenazado con imponerles un arancel del 50% al acero y al aluminio, pero, después de una llamada con **Doug Ford**, el premier de Ontario, el presidente estadounidense cambió de opinión y bajó el arancel al 25%, bajo la promesa de Ontario de tampoco cobrarle arancel.

Y ahí viene la diferencia con la estrategia mexicana de **Claudia Sheinbaum**. La presidenta mexicana no suele responder a las bravuconerías ni a la retórica trumpista. México no ha amenazado con responder con aranceles, en un mano a mano arancelario donde todos pierden.

A México le ha ido mejor. Aunque, claro, no quiere decir que no debamos imponer aranceles. Por ejemplo, hoy vendrá el arancel del acero y el aluminio y, ante la enorme injusticia, quizá no nos quede otra más que responder con aranceles. Pero es la última opción. Ante alguien volátil y veleidoso como el residente de la Casa Blanca, es mejor esperarse y responder de manera más inteligente. Hasta el momento, la estrategia de Palacio Nacional ha resultado... hasta el momento.

AMADOR ESTÁ HACIENDO CAMBIOS

Edgar Amador cambió... por necesidad. Una cuestión es ser un economista independiente y otra muy diferente ser secretario de Hacienda. Desde luego, dio de baja su blog (que era divertido), llamado Las piedras del camino. Desde

ahí criticaba la política económica de **Calderón** y de **Peña**. Además de su blog, también desapareció su cuenta personal de X (antes Twitter): @elquiama. En su lugar, vino la clásica cuenta institucional hacendaria, llamada como el nombre del funcionario: @Edgar_Amador.Z.

Pero no son los únicos cambios. **Edgar Amador** también se prepara en dos terrenos, uno con la GAFI para tener el sistema financiero bien aceitado y prevenir el lavado de dinero, así como el financiamiento al terrorismo, sobre todo ahora que EU puso en la lista de terroristas a los grupos de narcotráfico de México. Si bien los bancos están preparados, hay que seguir todos los lineamientos internacionales.

La otra preparación de **Edgar Amador** es el documento de PreCriterios Generales de Política Económica 2026, en donde de seguro tendrá que moderar el optimismo de crecer este año entre 2% y 3 por ciento. Como vemos, el secretario de Hacienda se toma en serio su función.

TOYOTA, LOZANO Y LA DEFENSA DE LOS HÍBRIDOS

En Toyota vino un cambio fuerte. Se va **Luis Lozano**, quien fuera presidente de Toyota por largos 20 años y llevó a la automotriz japonesa a los primeros lugares de ventas. Hoy en día, Toyota es la cuarta marca mejor vendida del mercado mexicano (primero es Nissan, después GM y en tercer lugar VW). **Luis Lozano** mantuvo una estrategia interesante, de no irse todo al mercado eléctrico, sino también híbrido. Y ello cayó bien en el mercado mexicano por la falta de electrolineras y por el costo de los autos Toyota.

Luis Lozano será consultor ejecutivo de la empresa. En su lugar llega **Takaaki Kuga**.

NISSAN, LLEGA EL MEXICANO ESPINOSA

Nissan está en un punto clave. Su alianza con Honda se cayó. Busca una empresa tecnológica, quizá estadounidense. Le va bien con la marca de lujo Infiniti, haciéndola crecer. Y en mercados como México trae el liderazgo en ventas en número de unidades vendidas. De ahí la importancia de que, a nivel mundial, su CEO, **Makoto Uchida**, sea sustituido por un ejecutivo mexicano: **Iván Espinosa**, de 46 años, quien tiene trayectoria en Nissan y donde los japoneses le están apostando todo.

