

# Cómo salir del Subdesarrollo

Por Roberto del Toro  
Socio de PricewaterhouseCoopers, S.C.

Un ilustre pensador mencionó que estábamos condenados al subdesarrollo y, a través del tiempo, la realidad parece consolidar esa aseveración. Al firmarse el Tratado de Libre Comercio de América del Norte surgieron voces llenas de esperanza porque resolvería el atraso económico de nuestro país, pero la realidad nos enfrenta con otra situación.

Los intentos o proyectos para lograr el avance económico son muchos, pero los resultados no son tan espectaculares. Ahora se menciona que la reforma fiscal debe aprobarse para lograr el despegue económico y pudiera ser un elemento; sin embargo, el objetivo principal debería ser promover la inversión y crear fuentes de trabajo. No se ha asimilado que nuestro país se está convirtiendo en un país maquilador y predominantemente consumidor, pero no productor. Las riquezas del país, como las del mar y la forestal, no se explotan, se arrasan acabando con ellas paulatinamente.

Las regulaciones, la fiscalización excesiva, el contrabando la inseguridad, son algunos de los elementos que impiden el tan mencionado despegue, pero ese objetivo debiera lograrse como lo han hecho otros países, por ejemplo Irlanda, si la política fuera el ataque a esos males y la promoción. Irlanda redujo su impuesto al 12.5% sobre las utilidades reales de las empresas en primer término y estableció estímulos para la inversión. En China se crearon las zonas económicas especiales con tasa de impuesto sobre las utilidades del 15% exenciones en los primeros años de operación.

Quizá en México no sea lo ideal reducir el impuesto, pero tampoco aumentarlo, sobre todo se tiene que promover la inversión a través estímulos que pueden significar un sacrificio al no recaudar determinado impuesto, y la riqueza que

se puede generar sobrepasaría ese sacrificio que repercutirá, a su vez, en la generación de más impuestos.

Gravar el consumo ha sido uno de los caminos que han seguido otros países, y que en el nuestro se enfrenta con la afectación a las clases menos pudientes económicamente, pero el gravamen puede canalizarse a artículos que no afecten a ese sector y, a su vez, se ligue al principio de gravar a cada quien según su capacidad. Así pues, varios productos pudieran tener un impuesto al valor agregado mayor a la tasa normal, artículos que no están, de antemano, al alcance de grandes sectores de la población.

La clave para dar ese paso al desarrollo es la promoción y ésta implica el fomento de productos que pueden representar generación de riqueza, como pudiera ser el cultivo del olivo. La promoción significa explotar los productos que ya se tienen, como los vinos mexicanos, varios de ellos de excelente calidad, debiendo imitar a los vinos chilenos o de California en cuanto a su excelente publicidad y canales de distribución, y con los que pueden competir orgullosamente sobrepasándolos en calidad.

La promoción implica proteger lo que genera riqueza, como es el caso de la industria del turismo que puede aprovechar los excelentes recursos con los que se cuenta, pero si junto a ellos no se evita la contaminación y la suciedad de nada valdrán. La promoción implica seguridad para el inversionista, para lo que ahora tramita y obtiene no resulte mañana inválido; significa protección contra el piratero y el contrabando que ofrecen infinidad de productos a precios fuera de competencia; protección contra el mercado informal que no incurre en costos fiscales y de estructura. La promoción significa facilidades, cómo eliminar regulaciones y trámites innecesarios y expedir cualquier paso, desde pagar un impuesto a través de cualquier medio hasta obtener una concesión.

Políticas de facilitación, como las que ha seguido la Secretaría de Economía, debieran hacerse extensivas y crear una conciencia de promoción como la llave que abre la puerta del éxito. ❁