



Consumo y política comercial
¿Cómo la relación bilateral moldea
el gasto de los hogares?

Introducción

El periodo de 2022 a 2024 fue crucial para el consumo privado y para el *retail* en México. Dicho periodo se caracterizó por una serie de fases que moldearon la evolución de este sector. Inicialmente, se observó una fase de recuperación, impulsada por la reapertura económica tras la pandemia. Durante este lapso, los consumidores comenzaron a retomar patrones de gasto, apoyados por el aumento de la confianza y la disponibilidad de ahorros acumulados durante el confinamiento.

En 2022, el consumo privado mostró una recuperación significativa. De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), en diciembre de ese año, el Indicador Mensual del Consumo Privado en el Mercado Interior (IMCPMI) avanzó 3.8% en términos anuales desestacionalizados, impulsado, principalmente, por el gasto en bienes, que creció 3.6%, y servicios nacionales, que aumentó 6.5%¹.

Sin embargo, esta recuperación dio paso a una fase de desaceleración. En diciembre de 2023, el consumo privado aumentó apenas 0.2% en términos reales respecto al mes anterior. Factores como la inflación, el aumento de las tasas de interés y la incertidumbre económica global comenzaron a afectar el poder adquisitivo de los consumidores, resultando en un crecimiento más lento del consumo privado². El sector *retail*, por su parte, tuvo que adaptarse a estas condiciones, enfrentando desafíos en la gestión de inventarios y en la adaptación a las cambiantes preferencias de los consumidores.

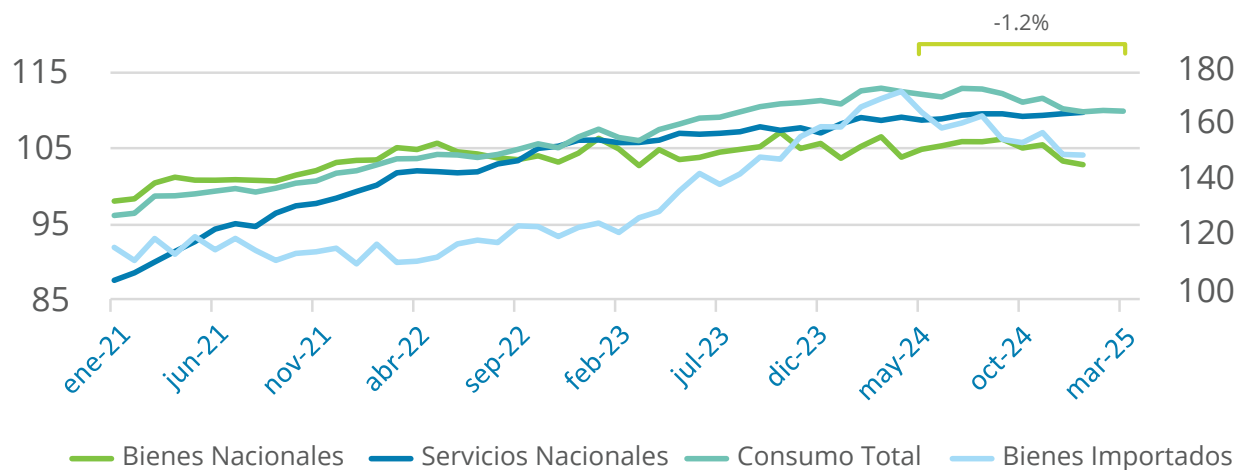
El comportamiento en 2024 continuó mostrando signos de debilidad. Según el INEGI, en junio de ese año, el consumo privado aumentó 0.1% respecto al mes anterior, con un crecimiento anual de 2.5%. No obstante, el consumo de bienes de origen importado cayó 1.2% en términos mensuales, reflejando una menor demanda en ciertos sectores³.

A pesar de estos desafíos, el comercio electrónico mostró un crecimiento notable. Durante el Buen Fin 2024, las ventas en línea representaron 25% del total, un incremento respecto a 20% registrado en 2023. La transformación estructural fue un elemento clave en este periodo, ya que la digitalización y la adopción de tecnologías emergentes reconfiguraron el panorama del *retail*, con un aumento significativo en las compras en línea y la implementación de estrategias omnicanal⁴. Además, los consumidores han mostrado una creciente preferencia por la sostenibilidad y la responsabilidad social, lo que ha llevado a las empresas del sector a reevaluar sus modelos de negocio y prácticas operativas para alinearse con estas nuevas demandas.



Hoy, conviene revisar el panorama de la industria. Tal como lo muestra la siguiente gráfica, la tendencia de los últimos tres años se ha modificado en meses recientes y esto ha contribuido al freno de la actividad económica:

Gráfica 1. Indicador mensual del consumo privado (Índice base 2018)

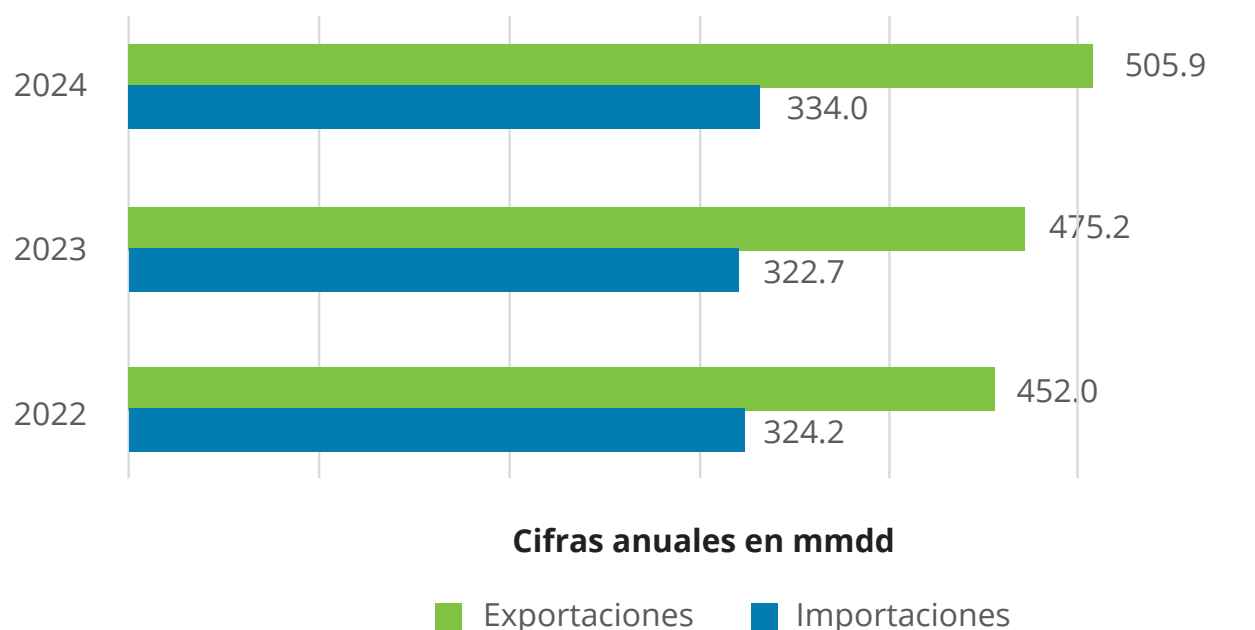


Fuente: Econosignal, abril 2025. Elaboración propia con datos del INEGI y Banco de México.

En 2024, México fue el principal socio comercial de la Unión Americana. De acuerdo con la Oficina del Departamento de Comercio de Estados Unidos, ese año arrojó una cifra sin precedente que representó un aumento de 5.3% en comparación con 2023, pues el valor del intercambio de bienes entre ambos países fue de 839 mil 892 millones de dólares (mdd)⁵. Es decir, al cierre de 2024, las exportaciones mexicanas hacia EE. UU. alcanzaron casi 506

mil mdd, mientras que las importaciones desde ese país fueron de 334 mil mdd, dejando un superávit comercial para México de alrededor de 171 mil 800 mdd. Estos números enfatizan la alta interdependencia económica, la cual, además, no solo se basa en un volumen robusto de comercio, sino en la consolidación de cadenas de valor compartidas, manufactura avanzada, inversión extranjera directa e innovación conjunta⁶.

Gráfica 2. Intercambio comercial México-Estados Unidos



En este contexto, la reelección presidencial en Estados Unidos, en periodos no consecutivos, ha marcado un punto crítico en la política interna y externa de ese país, situación que es observada de cerca por los sectores empresariales y financieros al evaluar el impacto potencial de los cambios sugeridos en el comercio bilateral. No es una novedad que la actual administración estadounidense manifieste posturas críticas frente a ciertos acuerdos comerciales, como el Tratado entre México, Estados Unidos y Canadá (T-MEC), por lo que ahora, contribuye una vez más a la generación de incertidumbre sobre su disposición para mantener o reformular la relación con México.

Desde la perspectiva corporativa, la relación México-Estados Unidos no es únicamente una transacción comercial: es una alianza estratégica de largo plazo que debe gestionarse con visión, colaboración multisectorial y compromiso mutuo. La interdependencia económica se refleja con mayor claridad en los principales sectores que, de alguna manera, resultan afectados cuando se sugieren cambios importantes en esta relación. Ambos países han desarrollado lazos económicos basados en la integración de sus cadenas productivas: no solo intercambian productos terminados, sino también insumos y piezas que forman parte de un mismo proceso de producción.

Además del T-MEC, existen otros acuerdos y programas de cooperación que influyen en el comercio bilateral; no obstante, su revisión forma parte de las principales propuestas económicas del gobierno estadounidense. La llamada política comercial proteccionista es quizá la que más eco ha tenido, debido a las implicaciones para el comercio internacional, con la imposición de aranceles a productos importados —estrategia implementada bajo el argumento de proteger la industria estadounidense, fortalecer la economía de ese país y reducir la dependencia de importaciones.



Aranceles reconfiguran el comercio entre México y Estados Unidos

La imposición de aranceles a productos importados es, precisamente, una de las acciones de la nueva administración estadounidense que más ha generado análisis, convirtiéndose en el centro de la discusión política y económica en nuestro país. Respecto al comercio con México y Canadá, el gobierno de los Estados Unidos ha justificado la medida como una respuesta a la migración ilegal y al tráfico de fentanilo hacia su país. Sin embargo,

los aranceles podrían contravenir acuerdos internacionales como el T-MEC, afectando la competitividad de las industrias mexicanas y la estabilidad económica de la región. Por ahora, la única certeza es que las medidas arancelarias han sido cambiantes y, aunque hay múltiples tarifas vigentes, no pueden descartarse acuerdos que las pongan en pausa en los próximos meses:

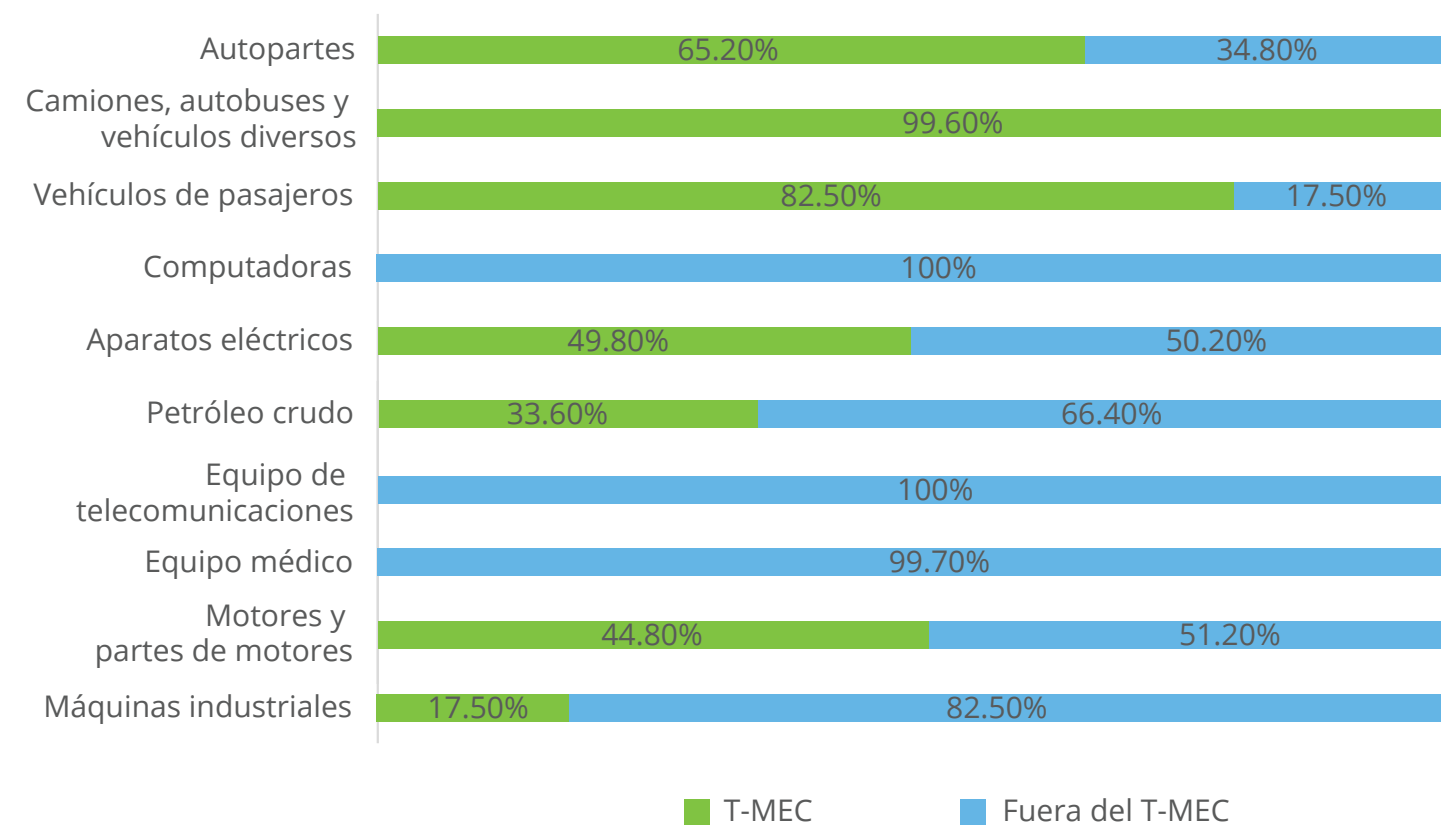
Gráfica 3. Resumen del entorno arancelario

	Productos	Arancel
	Exportaciones no T-MEC	25%
	Acero y aluminio	50%
	Vehículos, contenido no estadounidense	25%
	Autopartes, contenido no T-MEC	25%
	Tomates	21%
	Productos	Arancel
	Acero y aluminio	50%
	Vehículos, contenido no estadounidense	25%
	Autopartes, contenido no estadounidense	25%
	Aranceles recíprocos	10%
	Productos	Arancel
	Exportaciones generales	30%
	Excepciones a varios productos, como electrónicos (principalmente celulares y computadoras), tierras raras, etc.	--

Fuente: Econosignal, abril 2025. Elaboración propia con datos de AFP y la Oficina de Comunicación de la Casa Blanca. Actualizado en junio 2025.

De acuerdo con Econosignal de Deloitte, 49% de las exportaciones mexicanas en 2024 fue posible a través del T-MEC, por lo que distintas industrias han acelerado sus procesos de cumplimiento para poder evitar aranceles en 2025. Asimismo, las industrias que menos exportan bajo dicho tratado —y, por lo tanto, son las más vulnerables— incluyen a la manufactura de equipo de cómputo, telecomunicaciones y equipo médico. Finalmente, 34.8% de las exportaciones que la industria de autopartes realiza por fuera del T-MEC equivale a 12 mil 587 mdd; es decir, 2.5% del total de las exportaciones mexicanas en 2024⁷:

Gráfica 4. Principales exportaciones de México a Estados Unidos, según su mecanismo de exportación en 2024



La afectación al consumo es una consecuencia multifactorial de la tensión comercial y se materializa a través de canales económicos (costos, inflación, exportaciones) y psicológicos (confianza del consumidor). Las implicaciones son directas e indirectas, y estas se agravan si el conflicto involucra a Estados Unidos:



1. Aumento de precios al consumidor.

Se genera un efecto inflacionario cuando se imponen aranceles a productos importados desde Estados Unidos o desde otros países con los que México comercia, o si EE. UU. aplica aranceles a insumos mexicanos. Esto se debe al incremento en costos de materias primas o productos terminados, al traslado de ese sobre costo al consumidor final y al impacto mayor en productos de alta rotación en *retail*, como alimentos, electrónicos, ropa o bienes durables.

Resultado: reducción del poder adquisitivo y cambios en patrones de consumo (se priorizan productos más baratos o sustitutos nacionales).



2. Disrupción en cadenas de suministro

El sector *retail* depende de importaciones eficientes y predecibles. La tensión comercial introduce mayor incertidumbre y costos logísticos, escasez de artículos o retrasos en surtidos y la necesidad de buscar nuevos proveedores o cambiar el portafolio de productos. Esto afecta especialmente a *retailers* con cadenas de abasto globalizadas, como tiendas departamentales o de autoservicio.



3. Cambios en la estrategia comercial y de precios.

Las empresas deben adaptarse rediseñando su estrategia de precios y márgenes, aumentando su enfoque en proveeduría local o regional (*nearshoring*) y fortaleciendo la planeación de inventarios para mitigar riesgos de disponibilidad. Los *retailers* más grandes o integrados verticalmente tienen más capacidad de respuesta.



4. Efectos en la confianza del consumidor.

La percepción de inestabilidad económica y aumento de precios lleva a una menor disposición al gasto, especialmente en bienes no esenciales, así como al aplazamiento de compras grandes (electrodomésticos, tecnología, autos) y a una mayor sensibilidad a promociones, descuentos o formatos de bajo costo (tiendas de conveniencia o clubes de precio).



5. Reconfiguración del portafolio de productos.

Muchos *retailers* se ven forzados a introducir o ampliar marcas propias, a apostar por proveedores mexicanos o de mercados alternativos y a reducir la dependencia de productos estadounidenses o asiáticos con aranceles elevados.



6. Riesgo de represalias comerciales.

Si México respondiera con aranceles recíprocos a productos estadounidenses, se puede afectar el abastecimiento de productos relevantes del consumo mexicano; por ejemplo, maíz amarillo, café o textiles.



Sectores bajo escrutinio en medio de la tensión comercial

Un intercambio arancelario entre México y EE. UU. impactaría transversalmente la economía nacional, especialmente el consumo de bienes esenciales y durables, por lo que gravar mutuamente los productos alteraría precios y disponibilidad en múltiples rubros. A corto plazo, los consumidores enfrentarían incrementos de precios generalizados y posibles desabastos focalizados, mientras que, en el mediano plazo, habría cambios en patrones de compra y ajustes en la oferta doméstica. A continuación, examinamos los posibles efectos, mostrando cuáles sectores resultarían más vulnerables:

Sector de alimentos:

- **Precios y disponibilidad.** La imposición de aranceles encarecería productos básicos como maíz, trigo, soya, lácteos, carnes y frutas. En el corto plazo, un conflicto de este tipo dispararía la inflación alimentaria, pues muchos alimentos procesados y frescos contienen insumos importados. Algunos bienes podrían volverse escasos o más difíciles de conseguir si la oferta alternativa tarda en reaccionar. El gobierno y las empresas tendrían que buscar proveedores sustitutos, además de utilizar reservas estratégicas en caso necesario.

- **Hábitos de consumo y respuesta del *retail*.** Los consumidores mexicanos eventualmente ajustarían sus hábitos alimenticios ante el alza de precios. Podrían sustituir productos encarecidos por opciones más económicas y sin el mismo contenido nutricional. En paralelo, las grandes cadenas de supermercados y minoristas ajustarían sus estrategias para mantener el suministro; incluso, *retailers* de alimentos han anunciado planes de sustitución de importaciones por productos nacionales, con el objetivo de mitigar el impacto arancelario⁸. El sector de alimentos es particularmente sensible y vulnerable, ya que cualquier aumento sostenido en el costo de la canasta básica golpea directamente el bienestar de los hogares.

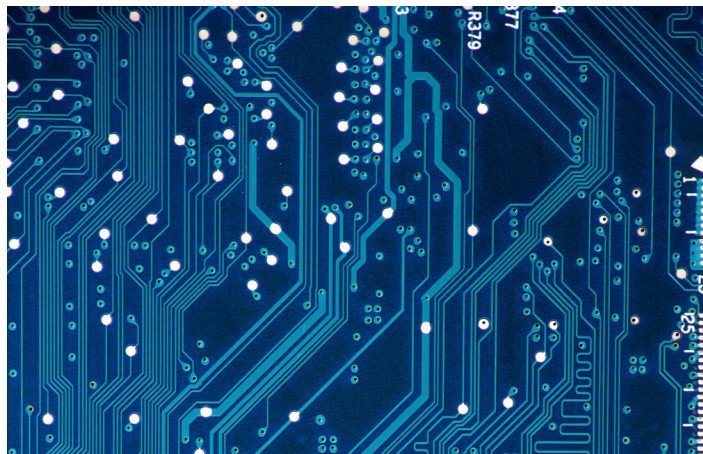


Sector de electrónicos:

- **Impacto en precios y disponibilidad.**

Diversos dispositivos electrónicos vendidos en México dependen de componentes o de marcas estadounidenses. Nuestro país importa circuitos, equipos de cómputo y telecomunicaciones, así como electrónicos de consumo como televisores, *smartphones* o consolas de videojuegos⁹, por lo que un intercambio arancelario podría encarecer su precio significativamente.

- **Demanda del consumidor y estrategias comerciales.** Ante el encarecimiento de dispositivos, es previsible que muchos consumidores pospongan la renovación de electrónicos no esenciales. Las familias podrían aguantar más tiempo con su televisión o teléfono actuales antes de comprar uno nuevo, afectando las ventas del sector. Otros buscarían alternativas más baratas, como marcas asiáticas o modelos de generaciones previas. Los establecimientos especializados y grandes tiendas departamentales podrían responder con promociones competitivas, meses sin intereses o descuentos en inventario viejo para incentivar las compras pese al alza de costos. En suma, el sector electrónico resentiría un choque inicial fuerte en precios y ventas, aunque con cierto margen de adaptación si logra ajustar sus fuentes de abasto.



Sector de ropa y moda:

- **Alteraciones en precio y consumo.**

El sector textil y de la moda en México podría verse relativamente menos afectado en términos directos, dado que una buena parte de la ropa accesible al consumidor proviene de Asia o de manufactura nacional¹⁰. Las tiendas de moda rápida podrían ver una caída en ventas de colecciones importadas, mientras que mercados populares y de segunda mano ganarían clientela buscando precios bajos.

- **Disponibilidad y respuesta del sector moda.** No se anticipa escasez severa de ropa, ya que existen fuentes alternativas abundantes en países como China, Vietnam o regiones como Centroamérica, las cuales no están sujetas a imposiciones arancelarias. Aun así, los minoristas de moda ajustarían su estrategia: las cadenas departamentales y *boutiques* podrían reemplazar proveedores estadounidenses por otros de países

con tratados vigentes, o bien, potenciar líneas “Hecho en México” para sortear los aranceles. En resumen, ropa y moda sería de los rubros menos vulnerables en un conflicto comercial, pero igualmente sentiría la contracción del poder adquisitivo general y requeriría ajustes en oferta y mercadotecnia para mantener a los clientes.



entre 40% y 50% para vehículos que cumplen con los requisitos de origen del T-MEC, reduciendo la tarifa efectiva de entre 12.5% y 15%¹².

Para los modelos y componentes que no califican en el Tratado, el gravamen completo permanece, incentivando ajustes en precios, reconfiguración de cadenas de suministro y posibles traslados de inversiones hacia plantas dentro de los Estados Unidos.



Sector automotriz:

- **Reconfiguración arancelaria y alza de precios.** El sector automotriz es uno de los más integrados con EE. UU. y posiblemente el más vulnerable bajo la tensión comercial. Hoy, la política arancelaria estadounidense para la industria automotriz mexicana se centra en un arancel de 25% sobre autopartes y vehículos¹¹. No obstante, para contrarrestar parcialmente este impacto, el gobierno de ese país implementó un mecanismo de descuento arancelario de

Sector de bienes durables:

- **Efectos en precios y consumo.**

Los bienes duraderos del hogar —como electrodomésticos, que son refrigeradores, lavadoras o estufas; equipos electrónicos mayores, muebles y otros enseres— resentirían también los efectos de la tensión comercial. Muchos de estos productos o sus componentes provienen del extranjero, ya sea de Estados Unidos o de Asia, por lo que enfrentarían costos más altos. Dado que este tipo de bienes suele representar compras planeadas de alto valor, los hogares probablemente postergarían la renovación de aparatos y mobiliario. Por ejemplo, una familia pensaría dos veces antes de cambiar su refrigerador o su sala si los precios suben, optando por reparar los actuales. El resultado inmediato sería una contracción de la demanda de bienes durables.

- **Adaptación de la oferta y *retailers*.**

Las empresas y distribuidores de bienes durables ajustarían su oferta. Para atenuar una eventual caída de ventas, muchos *retailers* ofrecerían facilidades de pago y promociones en inventario existente, reduciendo sus márgenes para mantener volumen. Asimismo, habría un giro marcado hacia productos nacionales o ensamblados localmente. Ante una política arancelaria, la industria buscaría fabricar más dentro

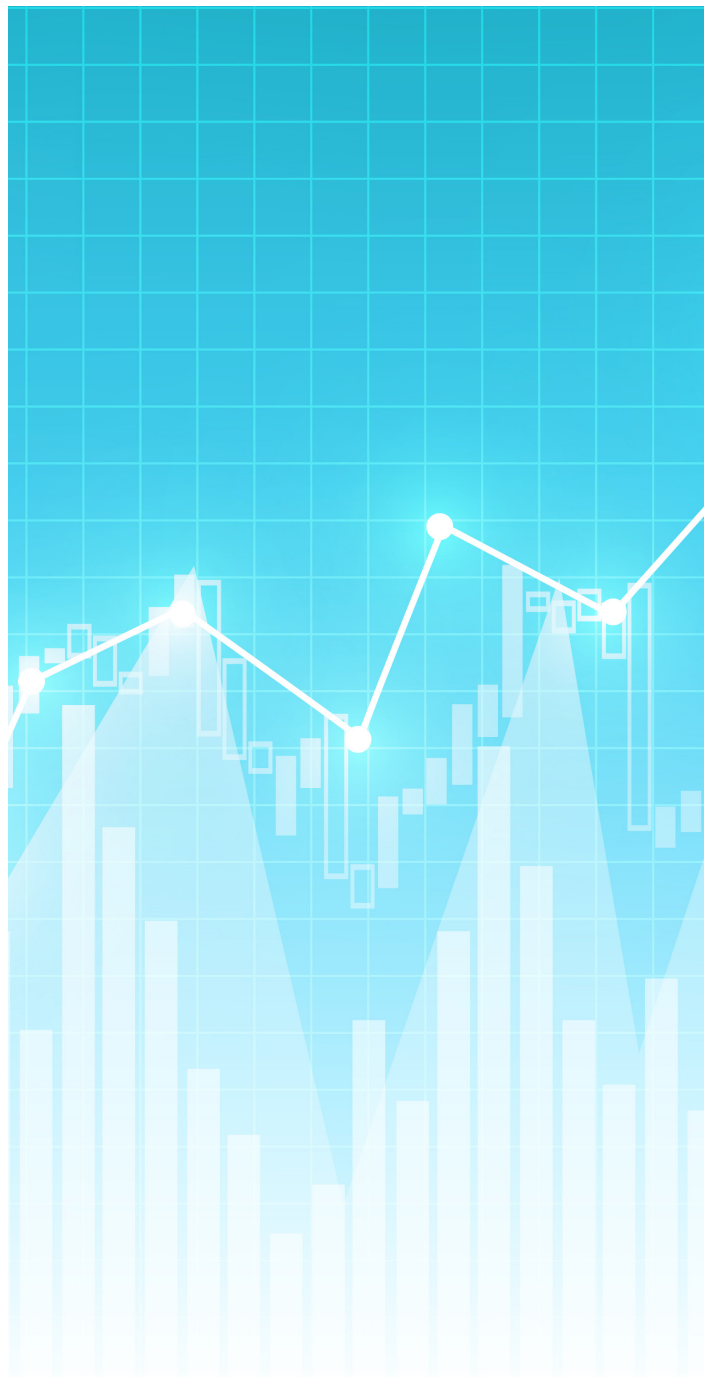
de México: de hecho, hay cadenas que han iniciado estrategias para incrementar la participación de proveedores mexicanos en categorías de línea blanca y electrónicos, reduciendo la dependencia de importaciones gravadas. Este impulso al fabricante local y al *nearshoring* podría, en el mediano plazo, fortalecer ciertas industrias.

No obstante, a corto plazo, la transición tiene fricciones: la capacidad local quizá no alcance de inmediato a cubrir la demanda de ciertos bienes especializados, manteniendo algunos precios elevados y tiempos de espera más largos para el consumidor. En suma, el sector de bienes durables enfrentaría un periodo difícil de ventas a la baja y un reajuste logístico, aunque con la oportunidad de que surjan proveedores locales más fuertes como respuesta estratégica a la tensión comercial.



Finalmente, en el contexto actual de las relaciones comerciales entre México y Estados Unidos, los aranceles han surgido como un tema de gran relevancia e impacto económico. La implementación de tarifas puede generar tensiones significativas en el comercio bilateral, afectando a diversas industrias y a los consumidores de ambos lados de la frontera. Sin embargo, existen razones de peso que sugieren que los aranceles sobre nuestro país podrían no ser generalizados ni mantenerse en el largo plazo. A continuación, ofrecemos seis planteamientos que explican por qué dichas medidas podrían no ser sostenibles:

1. Racionalidad política, no económica.
2. Necesidad de mano de obra en EE. UU.
3. Inflación en EE. UU., especialmente en algunos productos.
4. Reconversión de la industria lleva tiempo.
5. Muchas de las empresas de México que deberían pagar aranceles, son originarias de EE. UU.
6. Una parte del arancel ya fue compensada por una depreciación de la moneda mexicana.



Conclusión

La tensión comercial con EE. UU. presenta repercusiones inmediatas en el consumo nacional, desde un aumento de precios, hasta la alteración de hábitos de compra y una posible escasez de productos. De agravarse el panorama, los consumidores mexicanos serían los perdedores inmediatos, enfrentando un costo de vida más alto y menor capacidad de consumo, lo que, a su vez, podría frenar el crecimiento económico interno.

En un escenario a mediano plazo, si el conflicto arancelario persistiera, veríamos esfuerzos importantes de adaptación: desde *retailers* diversificando sus cadenas de suministro y privilegiando proveedores locales, hasta el posible reacomodo de la oferta productiva — como la fabricación nacional de bienes antes importados. Eventualmente, estas estrategias podrían mitigar algunos efectos, pero implican costos y tiempo de ajuste.

Las medidas de política pública, como controles temporales de precios, apoyos a sectores vulnerables o acuerdos comerciales con terceros países, jugarían un papel clave para amortiguar el golpe mientras dura la tensión. Al fijar precios máximos, se busca evitar la inflación descontrolada y proteger a los consumidores,

especialmente a aquellos en situaciones más vulnerables. Sin embargo, es crucial que estas medidas sean temporales para no distorsionar el mercado a largo plazo.

Los acontecimientos recientes subrayan la importancia de reducir la dependencia excesiva de un solo socio comercial y fortalecer el mercado interno, para así, de manera resiliente, sortear las turbulencias que conlleva un conflicto comercial. Establecer acuerdos con múltiples países puede abrir nuevas oportunidades para exportaciones e importaciones, y así minimizar el impacto de las restricciones comerciales con un socio específico.

Debieran tomarse acciones inmediatas para enfrentar los riesgos inminentes. En conjunto, estas medidas no solo buscan mitigar el impacto inmediato de conflictos comerciales, también tienen como objetivo preparar a las economías para enfrentar, con mayor solidez y autonomía, futuros desafíos.

Referencias

1. INEGI, (2023). "Indicador Mensual del Consumo Privado en el Mercado Interior". Diciembre de 2022. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/imcpmi/imcpmi2023_03.pdf
2. INEGI, (2024). "Indicador Mensual del Consumo Privado". Diciembre de 2023. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/imcpmi/imcpmi2024_03.pdf
3. INEGI, (2024). "Indicador Mensual del Consumo Privado". Junio de 2024. https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2024/imcpmi/imcpmi2024_09.pdf
4. America Malls & Retail, (2024). "Buen Fin reafirmó la tendencia creciente del comercio electrónico en México". <https://america-retail.com/paises/mexico/buen-fin-reafirmo-la-tendencia-creciente-del-comercio-electronico-en-mexico/>
5. Oficina del Censo (2025). "Trade in Goods with Mexico". Oficina del Departamento de Comercio de Estados Unidos. <https://www.census.gov/foreign-trade/balance/c2010.html>
6. Executive Office of the President. "Mexico". Office of the United States Trade Representative. <https://ustr.gov/countries-regions/americas/mexico>
7. Zaga, D. (2025). *Perspectivas económicas de México*. Deloitte. Econosignal. <https://econosignal.com.mx/Paginas/default.aspx>
8. Ramos, J. (2025). "Walmart sustituirá productos importados ante amenaza de aranceles". *El Sol de México*. <https://oem.com.mx/elsoldemexico/finanzas/walmart-sustituira-productos-importados-ante-amenaza-de-aranceles-21841620>
9. Secretaría de Economía. "Equipos Eléctricos, Electrónicos". Data México. <https://www.economia.gob.mx/datamexico/es/profile/product/electrical-electronic-equipment>

10. INEGI, (2024). "La industria textil y de la confección". Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Cámara Nacional de la Industria Textil. https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/889463918141.pdf
11. York, E. y Durante, A. (2025). "Trump Tariffs: Tracking the Economic Impact of the Trump Trade War". Tax Foundation. <https://taxfoundation.org/research/all/federal/trump-tariffs-trade-war/>
12. Siniawski, N. y Oré, D. (2025). "Mexico's US auto exports to benefit from tariff discounts, minister says". Reuters. <https://www.reuters.com/business/autos-transportation/mexico-minister-says-cars-shipped-us-face-average-15-tariff-not-25-2025-05-20/>
13. Eckert, N. (2025). "Exclusive: Ford hikes prices on Mexico-produced models, citing tariffs". Reuters. <https://www.reuters.com/business/autos-transportation/ford-hikes-prices-mexico-produced-models-citing-tariffs-2025-05-07/>

Contacto

Carlos García Manzanero

Socio de Consumo & Retail

Deloitte Spanish Latin America

cgarciamanzanero@deloitte.com

Daniel Zaga

Economista en Jefe

Deloitte Spanish Latin America

dzaga@deloittemx.com



Deloitte se refiere a una o más entidades de Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), su red global de firmas miembro y sus sociedades afiliadas a una firma miembro (en adelante "Entidades Relacionadas") (colectivamente, la "organización Deloitte"). DTTL (también denominada como "Deloitte Global") así como cada una de sus firmas miembro y sus Entidades Relacionadas son entidades legalmente separadas e independientes, que no pueden obligarse ni vincularse entre sí con respecto a terceros. DTTL y cada firma miembro de DTTL y su Entidad Relacionada es responsable únicamente de sus propios actos y omisiones, y no de los de las demás. DTTL no provee servicios a clientes. Consulte www.deloitte.com/about para obtener más información.

Deloitte ofrece servicios profesionales líderes a casi el 90% de las empresas de la lista Fortune Global 500® y a miles de empresas privadas. Nuestra gente ofrece resultados medibles y duraderos que ayudan a reforzar la confianza del público en los mercados de capitales y permiten que los clientes se transformen y prosperen. Sobre la base de sus 180 años de historia, Deloitte abarca más de 150 países y territorios. Descubra cómo las aproximadamente 460,000 personas de Deloitte en todo el mundo tienen un impacto importante en www.deloitte.com.

Tal y como se usa en este documento, "Deloitte S-LATAM, S.C." es la firma miembro de Deloitte y comprende tres Marketplaces: México-Centroamérica, Cono Sur y Región Andina. Involucra varias entidades legalmente separadas e independientes, las cuales tienen el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limitan sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría, consultoría fiscal, asesoría legal, en riesgos y financiera y otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte".

Esta comunicación contiene únicamente información general, y ninguna de las empresas miembro de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), su red global de firmas miembro o sus entidades relacionadas (colectivamente, la "organización Deloitte") está, por medio de esta comunicación, prestando asesoramiento o servicios profesionales. Antes de tomar cualquier decisión o realizar cualquier acción que pueda afectar sus finanzas o su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado.

No se dan declaraciones, garantías o compromisos (expresos o implícitos) en cuanto a la exactitud o integridad de la información en esta comunicación, y ninguna de DTTL, sus firmas miembro, entidades relacionadas, empleados o agentes será responsable de ninguna pérdida o daño que surja directa o indirectamente en relación con cualquier persona que confíe en esta comunicación. DTTL y cada una de sus empresas miembro, y sus entidades relacionadas, son entidades jurídicamente separadas e independientes.