



Trump pone en jaque la confianza de los fabricantes mundiales de automóviles en Estados Unidos

Las marcas japonesas, coreanas y alemanas han ampliado su producción en EE.UU., pero siguen enviando muchos vehículos desde sus fábricas nacionales. El año pasado, aproximadamente la mitad de los casi 16 millones de vehículos ligeros vendidos en EE.UU. fueron importados. Dichas importaciones se repartieron aproximadamente a partes iguales entre plantas de ensamblaje de México y Canadá -dentro de la zona de libre comercio USMCA- y plantas de fuera de Norteamérica.

Stephen Wilmot /
THE WALL STREET JOURNAL

Enfrentados a una intensa competencia en China y a una fuerte regulación en Europa, los fabricantes de automóviles extranjeros contaban con Estados Unidos para mantener sus motores en marcha. Entonces llegaron las amenazas arancelarias de Trump.

Desde que asumió el cargo, el Presidente estadounidense ha apuntado al déficit comercial estadounidense de US\$918.000 millones con una serie de propuestas arancelarias, que incluyen un impuesto del 25% sobre los envíos procedentes de México y Canadá, aranceles recíprocos basados en las propias restricciones comerciales de otros socios y aranceles específicos para sectores como el automovilístico y el de los semiconductores.

El martes, Trump comentó que los aranceles sectoriales podrían situarse “en torno al 25%” y podrían aumentar aún más con el tiempo. Añadió que un periodo de gracia podría dar tiempo a las empresas para llevar la producción a tierra.

En respuesta, los fabricantes de automóviles de Europa y Asia han estado trazando planes de fabricación alternativos para seguir siendo competitivos en un mercado que ha cobrado cada vez más

importancia.

“Las cosas siguen cambiando minuto a minuto, pero nuestra postura es mantenernos flexibles y ser capaces de reaccionar con agilidad a la situación”, sostuvo la semana pasada el vicepresidente ejecutivo de Honda, Shinji Aoyama.

Trump lleva tiempo arremetiendo contra las importaciones de automóviles, en par-

SIGUE ►►



ricular las procedentes de Europa. El arancel del 10% aplicado por la Unión Europea a los automóviles importados, comparado con un arancel estadounidense equivalente del 2,5%, fue uno de los ejemplos de "falta de reciprocidad" citados por la Casa Blanca al anunciar el plan de aranceles recíprocos.

El año pasado, aproximadamente la mitad de los casi 16 millones de vehículos ligeros vendidos en EE.UU. fueron importados. Dichas importaciones se repartieron aproximadamente a partes iguales entre plantas de ensamblaje de México y Canadá -dentro de la zona de libre comercio US-MCA- y plantas de fuera de Norteamérica.

Los fabricantes de Detroit, General Motors, Ford y Stellantis, así como sus proveedores, dependen en gran medida del transporte de mercancías a través de las fronteras terrestres de Estados Unidos y han presionado intensamente a la Casa Blanca para que mantenga al mínimo las barreras comerciales dentro de Norteamérica.

Fuera de Norteamérica, Japón, Corea del Sur y Alemania encabezan la lista de países con superávit en el comercio de automóviles con Estados Unidos.

Aunque las grandes marcas japonesas empezaron a construir redes de producción local en los años 80, siguen dependiendo del envío de muchos autos desde casa. Toyota, el gigante del sector, registró unas ventas en Norteamérica de unos 2,7 millones de vehículos el año pasado. De ellos, unos 2,1 millones se ensamblaron en el continente, incluidos 1,4 millones en Estados Unidos, según datos de Wards Intelligence.

Las coreanas Hyundai y Kia han crecido rápidamente en EE.UU. en los últimos años, lo que las hace más dependientes de las importaciones que sus homólogas japonesas, aunque también están ampliando rápidamente su producción en América.

Los productores asiáticos dependen en gran medida de los consumidores estadounidenses. En sus resultados más recientes, Estados Unidos representó una cuarta parte de las ventas de Toyota, el 29% de las de Hyundai y casi dos quintas partes de las de Honda.

Los fabricantes de automóviles alemanes también miran cada vez más hacia Estados Unidos, ya que el mercado chino, que antes dominaban, se está volviendo hipercompetitivo. Volkswagen ha sido especialmente explícita sobre sus ambiciones en Estados Unidos, el único gran mercado mundial en el que tiene mucho margen de crecimiento.

El lento crecimiento y la estricta regulación nacional aumentan el atractivo de Estados Unidos para las marcas europeas. Las ventas en Europa el año pasado fueron casi una quinta parte inferiores a las de 2019, y los fabricantes están teniendo que realizar costosas inversiones en vehículos eléctricos para cumplir las estrictas normativas sobre emisiones.

Cuanto más elegante es la marca de au-

tos europea, más suele depender de los consumidores estadounidenses y menos de la producción estadounidense. Ferrari y Porsche vendieron aproximadamente una cuarta parte de sus vehículos en Estados Unidos el año pasado, todos ellos importados.

Aunque Audi no tiene una fábrica en EE.UU., Mercedes-Benz y BMW establecieron en los años 90 bases para fabricar vehículos utilitarios deportivos en Alabama y Carolina del Sur, respectivamente, que se han convertido en ejes de sus redes de producción.

Las fábricas son temas de conversación útiles en Washington, pero no reducen necesariamente la exposición de las empresas alemanas a los aranceles. Dados los limitados volúmenes de producción, Mercedes y BMW envían sedanes de Europa a EE.UU. y SUV de EE.UU. a Europa, en lugar de fabricar cada tipo de vehículo en cada región.

A la espera de que Washington aclare la situación, los ejecutivos se ponen a planificar escenarios. En las llamadas de resultados de la semana pasada, Honda y Nissan hablaron de la posibilidad de trasladar la producción.

Aunque aumentar la producción estadounidense podría ayudar a evitar los aranceles, como ha subrayado Trump, no es una decisión fácil por el tiempo y el costo necesarios para construir plantas o reequipar líneas de montaje, y por la incertidumbre sobre cuánto durarían los nuevos aranceles.

Los aranceles estadounidenses a México y Canadá están en suspenso hasta marzo, y Trump encargó la semana pasada a las agencias federales que presentaran informes a principios de abril sobre cómo aplicar los aranceles recíprocos, centrándose en las barreras no arancelarias. Se esperan más detalles sobre los aranceles a los automóviles para esas mismas fechas.

Trump ha insinuado una interpretación muy amplia de las barreras no arancelarias. Esta semana publicó en X que los llamados impuestos sobre el valor añadido son "mucho más punitivos" que los aranceles y se incluirían en el cálculo estadounidense de los aranceles recíprocos. El IVA es un impuesto sobre las ventas que suele gravar con tipos del 20% o más los automóviles y otros productos vendidos en Europa, incluidos los fabricados por empresas locales.

El director ejecutivo de Volvo Cars, Jim Rowan, aseguró que el fabricante de automóviles sueco tiene espacio para producir más autos en su fábrica de Carolina del Sur, pero tendría que estudiar los nuevos aranceles frente a los costos de producción en EE.UU. y el impacto en cadena en su red de producción global.

"En primer lugar, depende de la cuantía de los aranceles", dijo. **WSJ**

Traducido del idioma original por PULSO.