

**WSJ**

CONTENIDO LICENCIADO POR  
 THE WALL STREET JOURNAL

JEANNE WHALEN Y SARAH NASSAUER  
 The Wall Street Journal

Muchas se muestran reacias a subir los precios:

# Las corporaciones de EE.UU. están cargando con los aranceles de Trump

Estados Unidos ha recaudado US\$ 55 mil millones adicionales en aranceles este año. Las corporaciones estadounidenses han asumido en gran medida la cuenta.

Los nuevos gravámenes del Presidente Trump, los que han llevado los aranceles del país a su nivel más alto en décadas, los pagan por lo general los importadores cuando los bienes llegan a los puertos estadounidenses. Por lo tanto, no hay mucho misterio en cuanto a quién realiza ese primer pago. A menudo es una manufacturera, un intermediario de logística o un agente de aduanas, o en algunos casos el mismo comerciante minorista que ordenó el envío.

Sin embargo, economistas y otros observadores han estado atentos a las señales de quién cargará finalmente con el costo. ¿Serían los proveedores extranjeros, al reducir los precios al comienzo, o los consumidores, al pagar precios más altos en la caja? ¿O serían las empresas estadounidenses, que se ubican entre medio, las que asumirían la carga?

Cada vez es más claro que las empresas estadounidenses, desde General Motors y Nike hasta la floristería local, están absorbiendo gran parte de los costos por ahora. En un mercado competitivo, una compañía que sube los precios podría perder participación de mercado ante un competidor que mantiene sus precios estables. Muchos se muestran reacios a subir los precios hasta que se vean obligados a hacerlo, y hasta que sepan que los aranceles siempre cambiantes se van a mantener. En algunos casos las empresas han señalado que planean subir los precios en los próximos meses.

Podría haber cierta estabilidad en el horizonte. La semana pasada, Estados Unidos llegó a un acuerdo con Japón sobre aranceles del 15% a los bienes importados, y está en marcha un acuerdo con la Unión Europea también por un 15% a sus bienes. Eso ofrecería una muy necesaria claridad, pero también podría provocar alzas de precios más generales en miles de importaciones.

Hay señales de que algunos proveedores extranjeros, en especial de bienes chinos que ahora están gravados con un arancel adicional del 30%, han bajado algunos precios para ayudar. Ese apoyo no está para nada cerca de los niveles que Trump prometió cuando aseguró que los países extranjeros pagarían la cuenta.

La inflación ha empezado a aumentar ligeramente para algunos bienes gravados, como muebles, juguetes y ropa. Hasta ahora esas alzas han sido relativamente moderadas. La inflación de junio llegó a un 2,7% en relación al año anterior, versus un aumento del 2,4% en mayo. El incremento ha sido más lento de lo esperado en parte porque muchas empresas dieron marcha atrás a las compras o acumularon inventario antes de que los aranceles entraran en vigor, y en parte porque las empresas están optando por absorber el impacto por ahora.

“Las empresas estadounidenses todavía están pagando la mayor parte de la cuenta arancelaria, y aún no traspasan una fracción mayor del costo arancelario a los consumidores”, afirmó Preston Caldwell, economista jefe para EE.UU. de Morningstar.

Señales del impacto en las ganancias están apareciendo en los informes de resultados. General Motors afirmó la semana pasada que pagó más de US\$ 1 mil millones en aranceles aplicados a las importaciones automotrices en el segundo trimestre. La compañía no ha puesto en marcha aumentos de precios a gran escala en respuesta a los aranceles, pero no ha descartado alzas, declaró la directora ejecutiva Mary Barra. Stellantis, la empresa matriz de las marcas estadounidenses Ram y Jeep con sede en Países Bajos, afirmó que los aranceles a las importaciones automotrices restaron US\$ 350 millones a su resultado final.

Los aranceles redujeron las ganancias de RTX, según informó la compañía aeroespacial y de defensa. El fabricante de juguetes Hasbro señaló la semana pasada que el impacto financiero de los gravámenes fue menor de lo esperado en el trimestre más reciente, pero que algunos de los efectos aún podrían aparecer. Es probable que los aranceles creen un gasto de US\$ 60 millones para todo el año fiscal, mencionó la compañía.

Es probable que los precios de los juguetes suban a fines de este año, observó el director ejecutivo de Hasbro, Chris Cocks. “Generalmente se requieren de cinco a ocho meses para que un juguete pase de la fábrica a las tiendas”, explicó. Por ahora, algunos minoristas están postergando sus compras, y Hasbro está compensando los costos arancelarios más altos mediante reducciones de costos, el trabajo con nuevos proveedores, la introducción de nuevos productos y el aumento de los precios, indicó.

El mes pasado, ejecutivos de Nike informaron que los aranceles reducirían las ganancias de la compañía en US\$ 1 mil millones aproximadamente este año fiscal, y la mayor parte del impacto tendría lugar en la primera mitad, antes de que sus esfuerzos de mitigación puedan volverse efectivos. El aumento de precios “quirúrgico” de los productos llegará a las tiendas a fines de este año, afirmó Matthew Friend, jefe de finanzas de Nike.

Economistas estiman que la tasa arancelaria promedio efectiva sobre todos los bienes importados ahora se está aproximando al 17%, frente al 2,3% de 2024.

El índice de precios de importación, que hace un seguimiento de lo que los importadores pa-

Ni los consumidores ni los países extranjeros están asumiendo una gran parte de la carga arancelaria. Al menos no todavía.



Los nuevos gravámenes del Presidente Trump los pagan por lo general los importadores cuando los bienes llegan a los puertos estadounidenses.

gan por muchos bienes que se producen en el extranjero antes de que se impongan aranceles, se ha mantenido estable en los últimos meses, lo que algunos economistas describen como una señal de que los proveedores extranjeros no están reduciendo sus precios ampliamente para compensar los costos para sus clientes estadounidenses.

Goldman Sachs realizó lo que calificó como un análisis más detallado de los precios de importación y concluyó que las empresas extranjeras, en especial aquellas en China, al parecer están absorbiendo alrededor del 20% de los costos arancelarios mediante recortes de precios.

Podrían estar en camino impactos más amplios para los consumidores. En mayo, Walmart informó que había empezado a subir los precios de algunos productos para compensar el costo de los aranceles y que habría más alzas este verano (Hemisferio Norte). Por ejemplo, en mayo, ejecutivos de Walmart señalaron que los aranceles a los productos provenientes de Sudamérica y Centroamérica habían elevado el precio de los plátanos, uno de los ítems que se compra con mayor frecuencia en Wal-

mart, de 50 centavos a 54 centavos la libra (aprox. 0,45 kilos). A diferencia de las empresas más pequeñas, Walmart puede utilizar su poder de compra y cadena de suministro global para ofrecer precios más bajos que los de muchos competidores. Los proveedores principales de Walmart son China, México, Canadá, Vietnam e India, según los ejecutivos.

“Seguiremos siendo líderes en precios”, aseguró el jefe de finanzas de Walmart, John David Rainey, en junio cuando se le preguntó sobre los aranceles en una conferencia de inversionistas. Para los artículos de precio más alto como las parrillas para asados importadas, Walmart ha adquirido menos inventario para compensar una esperada desaceleración en las ventas debido al aumento de precios relacionado con los aranceles, según explicó.

Muchas grandes empresas se han mostrado indecisas en cuanto a vincular el aumento de precios directamente con los aranceles por temor a enfurecer a Trump. Días después de que Walmart anunciara que subirían algunos precios en mayo, Trump publicó en línea que

Walmart y China deberían “absorber los aranceles”, no subir los precios. Cuando varios otros grandes minoristas dieron a conocer sus informes de ganancias a la semana siguiente, entre ellos Home Depot y Target, pusieron énfasis en sus esfuerzos por resistir el aumento de precios.

Shayai Lucero, una florista residente en las cercanías de Albuquerque, Nuevo México, está asumiendo parte del costo extra de los aranceles, mientras también sube los precios. Las rosas importadas de tallo largo provenientes de Sudamérica que compra a mayoristas estadounidenses solían costar entre US\$ 1,15 y US\$ 1,35 cada una, pero ahora valen entre US\$ 1,95 y US\$ 2,15 la unidad. Eso la ha obligado a subir el precio de un florero con una docena de rosas de US\$ 60 a US\$ 69, según contó.

Las coronas de flores y la espuma que importa de China también han subido de precio desde que Trump agregó aranceles del 30% a esas importaciones. Una corona en forma de corazón proveniente de China que solía costar US\$ 24 hace poco subió a US\$ 38. Esto y los precios más altos de las flores redujeron las ganancias por un arreglo que hizo hace poco para un funeral de US\$ 30 a US\$ 6, aseguró.

Le preocupa que los precios más altos puedan llevar a la pérdida del negocio. “Es una línea realmente delgada entre perder a los clientes o me mantengo en el negocio?”, expresó. Para reducir costos está eliminando algunas coronas caras de su catálogo, lo que incluye algunas con la forma de las palabras Mamá y Papá, y está pidiendo a los miembros de la comunidad que donen flores para su negocio.

Algunas empresas de calzado han anunciado planes para elevar los precios en las próximas semanas, señaló Matt Priest, director ejecutivo de Footwear Distributors and Retailers of America, una asociación comercial.

“Gran parte del impacto ha sido absorbido hasta ahora por la marca y el minorista, pero no podrán seguir así por mucho tiempo más”, manifestó Priest al referirse a las compañías que forman parte de su asociación. Alrededor del 99% de los zapatos que se venden en EE.UU. se importa de China, Vietnam, Italia y otros países.

Artículo traducido del inglés por “El Mercurio”.