

WSJ

CONTENIDO LICENCIADO POR
 THE WALL STREET JOURNAL

STEPHEN WILMOT
 The Wall Street Journal

Los estadounidenses desde hace tiempo se han sentido atraídos por las marcas de autos británicas de lujo como Rolls-Royce y Bentley, las que a su vez han llegado a depender de los compradores estadounidenses. Ahora esa relación especial se está poniendo tirante.

El acuerdo comercial entre EE.UU. y el Reino Unido la semana pasada le evitó a la industria automotriz británica lo peor de los extensos aranceles del Presidente Trump mientras ponía en duda sus perspectivas en un mercado de crecimiento clave.

La producción automotriz británica, en segundo lugar solo después de la estadounidense en la década de 1950, alcanzó un nivel máximo a principios de la década de 1970. Desde entonces, la industria ha pasado por más bajos que altos, ha caído en gran medida en manos extranjeras y se ha convertido en un símbolo de la declinación industrial del país.

No obstante, ha encontrado cierto éxito en un negocio nicho: la fabricación de vehículos para la élite mundial, la que incluye muchos estadounidenses. Estados Unidos es el único mercado más grande para compañías como Aston Martin, Bentley y Jaguar Land Rover, que fabrica el Range Rover.

A pesar del acuerdo de la semana pasada, este negocio se ve ahora amenazado, lo que demuestra cómo incluso las industrias seleccionadas para un trato favorable por parte de la Casa Blanca enfrentan barreras comerciales más altas que hace dos meses.

El nuevo arancel del 10% a los automóviles británicos, aunque muy por debajo de la tasa anterior de un 27,5%, sigue siendo cuatro veces su nivel antes de que el Presidente Trump anunciara los aranceles automotrices el 3 de abril. Además, se aplicará solo a 100 mil vehículos al año, mientras que el resto tendrá el gravamen de un 25%.

La nueva política socava lo que había sido una de las mejores esperanzas de la industria automotriz del Reino Unido para recuperar su encanto mágico previo a la pandemia. Puesto que los consumidores chinos adoptan cada vez más las marcas locales y el crecimiento se muestra cada vez más titubeante en Europa, los fabricantes de autos de lujo de la región vieron la sólida economía estadounidense como su oportunidad de crecimiento más prometedora.

La industria del Reino Unido ya tenía dificultades para el cambio a vehículos eléctricos: La relación de amor de EE.UU. con los autos británicos de lujo está en peligro a pesar del acuerdo comercial

El convenio amenaza las perspectivas de crecimiento de marcas como Bentley y Range Rover en el importante mercado del lujo estadounidense.



La nueva tarifa del 10% para los automóviles británicos cuadruplica el nivel anterior a la implementación de los aranceles automotrices por parte del Presidente Trump.

La producción de la mayoría de modelos con el fin de prepararse para los vehículos eléctricos. En diciembre, organizó un evento en Miami para lanzar nuevamente la marca, y destacó la importancia que le atribuye al mercado estadounidense. Mini, la marca de autos pequeños que ahora es propiedad de BMW, también produjo un 40% menos de vehículos el año pasado.

La prominencia de Gran Bretaña en la industria automotriz mundial después de la Segunda Guerra Mundial se vio pronto eclipsada por el surgimiento de Alemania Occidental, seguida por los nuevos competidores asiáticos. El Brexit y la pandemia apagaron el renacimiento de la década de 2010. El año pasado, Gran Bretaña se ubicó en el lugar 19º en la producción de vehículos livianos, según datos de International Organization of Motor Vehicle Manufacturers.

Sin embargo, la industria sigue siendo importante para Gran Bretaña como un generador de empleos y exportaciones de alto valor. El año pasado, la producción se dividió casi en forma pareja entre Nissan y Toyota, que utilizan el país para producir en masa para el mercado europeo, y las marcas de lujo británicas sobrevivientes que exportan a nivel mundial.

Atender al 'jet set' no es una receta segura para el éxito financiero, en especial sin la ayuda de los grupos automotrices mundiales. Rolls-Royce y Bentley son rentables en forma sólida como subsidiarias de BMW y Volkswagen de Alemania, respectivamente. Pero McLaren y Aston Martin han requerido inyecciones regulares de efectivo.

Jaguar Land Rover reportó esta semana ganancias antes de impuestos de 2.500 millones de libras para el año hasta marzo, lo que equivale a US\$ 3.300 millones, su mejor resultado en una década. Pero este año está determinado a ser más duro para la industria.

"La realidad es que un arancel del 10% eleva en forma significativa los costos en comparación con el año pasado, lo que crea considerables vientos en contra", señaló Palmer.

Algo que contribuyó al declive: Jaguar, la marca de autos de carrera británica también pro-

El año pasado, Gran Bretaña envió alrededor de 96 mil automóviles a EE.UU., según la Administración Internacional de Comercio de EE.UU., un 31% más que en 2023, pero menos de la mitad del nivel de 2019; y solo justo por debajo del nuevo límite para los envíos con aranceles más bajos.

En una visita a la fábrica principal de Range Rover para anunciar el acuerdo comercial de la semana pasada, el Primer Ministro británico, Keir Starmer, les dijo a los trabajadores que había margen para aumentar la cuota. Pero esto probablemente enfrentaría el rechazo de Detroit, que criticó el acuerdo de Trump con el Reino Unido.

En el corto plazo, la flexibilidad del límite puede ser discutible puesto que es probable que el arancel más alto haga subir los precios, reduciendo la demanda, observó Andy Palmer, consultor

que anteriormente estuvo al mando de Aston Martin.

Jaguar Land Rover (JLR), propiedad de Tata Motors de India, está especialmente expuesto a las nuevas condiciones comerciales. Envío aproximadamente 85 mil vehículos de Gran Bretaña a EE.UU. en el año hasta marzo.

Los Range Rover compiten con los SUV de lujo Mercedes-Benz y BMW que se fabrican en EE.UU. Esto hace que sea más difícil para JLR recuperar el costo de los aranceles su- biendo los precios.

"En cierto modo es una estrategia de esperar y ver que pasará durante las próximas semanas", señaló el director ejecutivo de JLR, Adrian Mardell, cuando fue consultado esta semana por el enfoque de la compañía para mitigar los aranceles.

Jaguar Land Rover no vende lo suficiente como para ubicar la producción en EE.UU., como lo

han hecho sus pares alemanes más grandes desde la década de 1990. Mardell afirmó que la compañía "no tenía planes" para fabricar productos en EE.UU.

Otras marcas de autos británicas —como los fabricantes de automóviles deportivos Aston Martin y McLaren, y las marcas tradicionales como Rolls-Royce y Bentley— son más pequeñas y más caras, lo que las deja en una posición más firme para recuperar el costo arancelario adicional con sus clientes más ricos.

"En el extremo de ultra lujo del mercado, no hay realmente un competidor estadounidense. Son marcas europeas las que compiten entre ellas", indicó Andrew Bergbaum, consultor de AlixPartners.

Sin embargo, los analistas aún esperan que los precios más altos disminuyan la demanda. Los actores más pequeños también podrían sufrir en forma desproporcionada con la cuota si JLR adelanta las entregas a EE.UU. para principios de año, agotando la asignación.

El desafío de EE.UU. se pro-

ENVÍOS
 El año pasado, Gran Bretaña envió alrededor de 96 mil automóviles a EE.UU., según la Administración Internacional de Comercio de EE.UU.

Artículo traducido del inglés por "El Mercurio".

