‘Hecho en México’ y ‘América para América’: el frente de batalla en la industria automotriz

Las exportaciones automotrices de México a Estados Unidos cayeron 15% anual en abril, a un total de 196,896 unidades

La industria automotriz es el epicentro de la nueva política comercial del presidente Donald Trump, quien busca que las armadoras trasladen su producción a Estados Unidos desde México; sin embargo, en medio del fuego cruzado en este frente de batalla, ambos países han lanzado campañas en busca de fortalecer la industria local.

Con la incertidumbre comercial, la Secretaría de Economía, a cargo de Marcelo Ebrard, impulsó la campaña ‘Hecho en México’ que actualmente incluye a 623 empresas, así como 1,983 productos con ese distintivo.

Empresas de los sectores automotriz, aeronáutico, electrotécnico, línea blanca, alimentos, refresquero, bebidas alcohólicas, textil, cosméticos, ropa, industria del papel, entre otras, han logrado su obtención, dijo Ebrard recientemente.

Mientras que en Estados Unidos, Ford, que fabrica el 80% de sus autos en Estados Unidos, lanzó ‘From America, For America’, una campaña de descuentos vigente hasta el 2 de junio.

Contamos con el inventario necesario para lograrlo y una amplia gama de opciones para los clientes que necesitan un vehículo, señaló Ford Motor Company, que además explicó que el motivo de esta campaña son las ‘complejidades de una economía en constante cambio y los tiempos de incertidumbre.

Recientemente, ambos países llegaron a un acuerdo para rebajar los aranceles automotrices de las exportaciones mexicanas. Al respecto, el presidente ejecutivo de la Asociación Mexicana de la Industria Automotriz (AMIA), Rogelio Garza, dijo que el promedio del contenido americano en un vehículo que se fabrica en México ronda el 40%, por lo que al restarle el 25% de aranceles ahora baja a 15% aproximadamente.

Este paso hacia delante es algo que ayuda mucho a todas las proyecciones y planes que las armadoras hacen en México. Definitivamente tenemos que continuar buscando quitar ese 15%, dijo Garza en entrevista radiofónica.

Por su parte, Miguel Barrios, catedrático de la UAM, dijo que “se generará una mayor confianza, ya que en un escenario donde la producción global integrada es una característica estructural moderna, todo mecanismo de protección generará amenazas no solamente a las líneas de producción sino a las dimensiones más amplias de confianza económica y financiera”.

Uno de los primeros impactos negativos que vio la industria automotriz fue la debilidad en las exportaciones. Durante abril, los envíos desde México a Estados Unidos cayeron 14.9% anual, a un total de 196,896 unidades.

Si bien la producción de las armadoras no es similar en cada mes, refleja la cautela al interior del sector en un mes en el que Trump intensificó su política arancelaria a todo el mundo y en el que se había fijado una tasa de 25% a los autos mexicanos.

Llama la atención que BMW no exportó a Estados Unidos durante abril; los envíos de Volkswagen cayeron 50.7% anual, y los de General Motors, que es la que más exporta, apenas mostraron un crecimiento de 2.6%.

Además, Ford vio una caída de 10.1% anual de las exportaciones de México a Estados Unidos en el mes de análisis, de acuerdo con datos del INEGI.

Antesala del T-MEC

Por otra parte, el avance en la reducción de los aranceles da muestras de lo que se buscará negociar en el T-MEC: que se aumente el contenido regional de los tres países del bloque.

Habrá un punto clave para determinar cómo va a quedar en general la industria y poder determinar las acciones de cómo las plantas van a reorientar sus modelos de fabricación y logística que tienen a nivel mundial, apuntó Garza.

Barrios dijo que las políticas económicas relativas al proteccionismo de Estados Unidos amenazan el libre comercio.

Si Estados Unidos decide continuar bajo este esquema de cierre de puertas hacia el comercio tarde o temprano habrá naciones como China que respaldarán esta posición, pero en otros aspectos como el mercado financiero, indicó el catedrático.