

labolsa.com

Visítalo en:

<http://www.labolsa.com/noticias/20170111152526485/fabricantes-de-autos-extranjeros-acent?an-su-patriotismo-en-eeuu>

## **Fabricantes de autos extranjeros acent?an su patriotismo en EEUU**

11 de Enero de 2017, 15:25|

[IMAGE]

Declaraciones de fidelidad a Estados Unidos, prioridad a las inversiones e incluso vehículos con los colores de la bandera... En el Salón del Automóvil de Detroit, los fabricantes extranjeros compiten en patriotismo estadounidense.

La tendencia no es nueva: los mensajes publicitarios y el marketing de los fabricantes globales se adaptan a cada zona geográfica. La diferencia es que este año, en Detroit la llegada inminente de Donald Trump al poder le da un significado particular a estas estrategias.

En efecto, el presidente electo presionó a los fabricantes para que favorecieran el empleo en suelo estadounidense más que en México, convertido en un centro de producción automovilística principal debido al Tratado de Libre Comercio en América del Norte (TLCAN).

Algunos fabricantes enviaron señales a Trump, como Toyota, que oportunamente anunció el martes una inversión de 10.000 millones de dólares para los próximos cinco años en el país, y remarcó que allí empleaba a 40.000 personas.

En Detroit, en el stand de la marca japonesa, que renueva este año su Camry, es difícil no ver uno de esos sedanes de los colores de la bandera estrellada y con la frase "Hecho en Estados Unidos".

Detrás de este auto, se ven dos camionetas Toyota. El modelo Tundra tiene los costados tricolores y un dibujo del mapa de Texas, donde fue montado.

A su lado, la decoración del modelo Tacoma, también con los colores estadounidenses, recuerda que Toyota participa en el programa "Contratemos a nuestros héroes", de la fundación de la Cámara de Comercio estadounidense, que incita a emplear a veteranos de Irak o Afganistán.

"Toyota es el único fabricante extranjero que se lanzó en la Nascar", la popular carrera en circuitos ovalados, dice el analista independiente Bertrand Rakoto, basado en Detroit. Para él, en Toyota hay "una voluntad de inscribirse realmente en la cultura estadounidense".

No lejos de allí, en el stand de Hyundai, se ve una 4x4 urbana pintada con los colores de la NFL, la Liga de fútbol americano, un deporte poco difundido en Corea del Sur.

- Construcción local -

La imagen de la bandera de "barras y las estrellas" se proyecta de manera casi subliminal en las pantallas que dominan el stand de Volkswagen, marca que intenta limpiar su imagen después del escándalo de los motores diésel falseados y que expone Atlas, una maciza 4x4 urbana.

Este modelo fue "concebido para el estilo de vida estadounidense y construido acá, en Estados Unidos, en nuestra fábrica de última tecnología en Chattanooga", en el estado sureño de Tennessee, se vanagloriaba el lunes el presidente de la marca en Estados Unidos, Hinrich Woebcken, esquivando mencionar que la otra novedad del día, la 4x4 Tiguan alargada, sale de una fábrica mexicana.

El presidente de Renault-Nissan, Carlos Ghosn, aprovechó por su parte el Salón de Detroit para recordar que su empresa "invierte desde hace 33 años en Estados Unidos" y que su fábrica de Smyrna, en Tennessee, es una de "las fábricas automovilísticas más grandes del país con 642.000 autos producidos en 2016".

De hecho, para prepararse frente a las variaciones del cambio y evitar los gravámenes a la importación, los fabricantes japoneses, coreanos y alemanes instalaron varias fábricas en estos últimos 30 años, sobre todo en el sur de Estados Unidos (Carolina del Norte y Carolina del Sur, Alabama, Tennessee, Misuri), en vez de en Detroit, cuna tradicional de la industria automovilística estadounidense.

Es el caso de Mercedes, BMW y Volkswagen, con producciones estadounidenses que se cuadruplicaron entre 2009 et 2016, de 214.000 a 850.000 unidades, según precisó el lunes la Asociación de la Industria Automovilística alemana (VDA).

El organismo ve "un claro compromiso en Estados Unidos como base industrial", sobre todo porque 59% de estos autos es exportado. El sueco Volvo también quiere que su fábrica de Charleston, en Carolina del Sur, se convierta en una base de exportación.

Cualquiera sea la marca, "los vehículos destinados al mercado estadounidense están esencialmente fabricados en Estados Unidos", señala Rakoto.

Los consumidores estadounidenses "están orgullosos (de su país), quieren comprar estadounidense. Un Honda o un Toyota hecho en Estados Unidos es, a pesar de todo, una compra patriótica, y los constructores juegan abiertamente con eso", concluye.