

El gran avance chino tras las conversaciones sobre la fusión Honda-Nissan

La posible fusión de los fabricantes japoneses y el cargo de US\$ 5.000 millones a GM muestran cómo las empresas se enfrentan a las consecuencias de sus nuevos rivales. Es la versión automovilística de los cambios que el ascenso de China ha provocado en la política y la economía mundiales.

Yoko Kubota /
THE WALL STREET JOURNAL

BEIJING- El auge de los fabricantes chinos de automóviles está reconfigurando la industria automovilística mundial, y las conversaciones de fusión entre Honda y Nissan son el último ejemplo de empresas que intentan responder a la amenaza competitiva.

En Estados Unidos, General Motors dijo este mes que iba a asumir US\$ 5.000 millones en cargos relacionados con su negocio en China. En Alemania, Volkswagen (VW) amenaza con cerrar fábricas y recortar decenas de miles de empleados. Una de las causas subyacentes es el golpe que supone para los beneficios de VW la pérdida de cuota de mercado en China.

Detrás de estos movimientos hay tres hechos fundamentales. Más de la mitad de los autos nuevos que se venden en China son eléctricos o híbridos enchufables. Tres de cada cinco compradores chinos eligen una marca nacional, la proporción más alta desde que el país se convirtió en el mayor mercado automovilístico del mundo.

Y las exportaciones chinas de vehículos de turismo se quintuplicaron entre 2020 y 2023, alcanzando los 4,1 millones de unidades el año pasado, según datos del sector.

Es la versión automovilística de los cambios que el ascenso de China ha provocado en la política y la economía mundiales. El impacto en los automóviles tardó más en llegar porque los fabricantes locales de China, muchos de ellos controlados por el Estado, estaban atrasados en tecnología, calidad y diseño.

Nissan, Honda, GM, Volkswagen y otras marcas occidentales y japonesas dominaron y exprimieron durante décadas el mercado chino, sin temer que sus rivales chinos invadieran sus propios bastiones. En los buenos tiempos, GM confiaba en China para engrasar su cuenta de resultados con unos US\$ 2.000 millones al año.

Las marcas extranjeras se vieron sorprendidas por la rapidez con que los vehículos eléctricos y sus primos híbridos enchufables despegaron en China en cuatro años. Después de que Tesla disparara la demanda de vehículos eléctricos en China, empresas privadas agresivas, en particular BYD, surgieron como líderes en baterías para vehí-



culos eléctricos, fabricación de bajo costo y tecnología de auto conectado. Ahora, las empresas chinas quieren conquistar mercados en Europa, el Sudeste Asiático y Latinoamérica.

BYD, el fabricante chino de automóviles más vendido, está introduciendo agresivamente híbridos enchufables de bajo precio, como el Qin Plus, cuyo precio en algunos anuncios se sitúa en US\$ 7.000 con la ayuda de subvenciones. La empresa también está invirtiendo en fábricas en Tailandia, Hungría, Brasil y otros países.

La combinación Honda-Nissan tendría como objetivo combatir el empuje chino combinando los esfuerzos de los fabricantes japoneses en tecnología de vehículos eléctricos, conducción autónoma y otras áreas en las que China es fuerte, según los analistas.

Aunque la combinación de Honda y Nissan estaría en condiciones de ocupar el tercer puesto en ventas mundiales de vehículos, por detrás de Toyota y Volkswagen, Jin Tang, investigador principal de Mizuho Bank, no está seguro de que dicha alianza sea suficiente.

“Sin avances significativos en tecnología de vehículos eléctricos o inteligentes, no creo

que la fusión por sí sola les permita competir, especialmente en mercados clave”, afirmó Tang.

Honda y Nissan ya han acercado posturas este año, afirmando que colaborarán en tecnologías de electrificación.

A principios de esta década, los dos fabricantes de automóviles dependían de China para más de un tercio de sus ventas mundiales de vehículos. Pero este año, sus ventas en China son la mitad que hace cinco años.

Los problemas de Nissan van más allá, ya que también está obteniendo malos resultados en Estados Unidos. El mes pasado anunció que suprimiría 9.000 puestos de trabajo y reduciría su capacidad de producción mundial en una quinta parte. En noviembre, Effissimo Capital Management, un inversor activista con sede en Singapur, sostuvo que había creado una participación en Nissan.

Los inversores en Nissan han acogido con satisfacción la posible aparición de un socio en el que podría apoyarse el atribulado fabricante de automóviles. Las acciones de Nissan subieron un 23,7% el miércoles en Tokio. Las acciones de Honda bajaron un 3%.

Antes de la subida del miércoles, la capitalización bursátil de Nissan había caído

hasta el equivalente de unos US\$ 8.000 millones, lo que provocó especulaciones sobre el futuro de la empresa.

Foxconn, la empresa taiwanesa conocida por ser el fabricante por contrato del iPhone de Apple, ha hablado de hacer una oferta por Nissan en su intento de ampliar su incipiente negocio de vehículos eléctricos, según han declarado personas familiarizadas con el asunto. Según estas personas, Foxconn está especialmente interesada en los activos de fabricación y diseño de automóviles del fabricante japonés. Ni Nissan ni el representante de Foxconn hicieron comentarios.

Una fuente al tanto de las conversaciones entre Honda y Nissan aseguró que estaban preocupados por el alcance de las nuevas tecnologías a abordar, ya que siguen produciendo millones de vehículos de gasolina cada año que necesitan actualizaciones periódicas. Los analistas afirman que es difícil para una sola empresa del tamaño de Honda o Nissan mantenerse al día de los avances en vehículos inteligentes y electrificación.

Sin embargo, una fusión plantearía sus propios problemas, como posibles choques culturales y carteras de productos competidoras. Honda y Nissan obtienen la mayoría de sus ventas de los mismos mercados: Estados Unidos, Japón y China. Ambos son fabricantes japoneses de automóviles de gran consumo con tipos de vehículos similares, como el utilitario deportivo CR-V de Honda, que compete con el Rogue de Nissan.

Y una Honda-Nissan combinada se enfrentaría al mismo dilema de si intentar recuperar cuota de mercado, o replegarse en torno a su mermada posición.

Volkswagen dejó claro que tiene la intención de invertir y reconstruir en China, su mayor mercado, incluso mientras persigue dolorosos recortes de costos en casa. En el último año, Volkswagen ha pasado a utilizar más componentes chinos obtenidos de proveedores locales para reducir el tiempo de desarrollo y los gastos. También está invirtiendo miles de millones de dólares en empresas locales para hacerse con la tecnología china más avanzada. **WSJ**

Traducido del idioma original por PULSO.