



The Economist:

# Los autos chinos están conquistando el sur global

Los motores de combustión, no las baterías, impulsan su crecimiento.

“El diseño, la calidad de construcción y el acabado eran ‘francamente mediocres’”. Así calificó la revista Car and Driver, una publicación de renombre sobre asuntos de automóviles, a un vehículo fabricado por BYD que se exhibió en el Salón del Automóvil de Detroit en 2009. No era precisamente un augurio prometedor para un auto cuyo fabricante chino esperaba exportar a Estados Unidos en pocos años.

Desde entonces, la industria automotriz global ha cambiado por completo. China se ha convertido en el mayor fabricante de automóviles del mundo. Pese a su inicio poco alentador, BYD ha superado a Tesla como el mayor productor mundial de vehículos completamente eléctricos (EV, por sus siglas en inglés) en términos de volumen (y está aún más adelante si se incluyen los híbridos enchufables). La compañía ha ayudado a desplazar a los competidores extranjeros que alguna vez dominaron el mercado automotor chino. Al mismo tiempo, BYD y otras firmas chinas como Chery, Geely y SAIC han convertido a su país en el mayor exportador de vehículos del mundo, dejando atrás a Alemania y Japón.

Según Pedro Pacheco, de la consultora Gartner, los fabricantes chinos ahora aspiran a destornar a Volkswagen y Toyota en la cima de la industria automotriz global. Expandir aún más las exportaciones es clave para ello. Según Citigroup, el número de autos enviados al extranjero desde China alcanzó los 4,7 millones el

año pasado, el triple de la cifra de hace tres años (aproximadamente un tercio de estos provienen de marcas multinacionales con fábricas en el país). Se espera que el crecimiento continúe: para 2030, el banco estima que las ventas en el extranjero llegarán a 7,3 millones de unidades.

Esto ha causado gran preocupación entre los fabricantes de automóviles establecidos, en particular por la creciente presencia de EV chinos en las carreteras europeas. Sin embargo, la mayoría de las exportaciones de China —casi tres cuartas partes el año pasado— son vehículos con motores de combustión interna (ICE, por sus siglas en inglés). Y la mayoría no tiene como destino Europa occidental ni Estados Unidos, sino el resto del mundo.

## Una ofensiva global

Los barcos que transportan autos están saliendo de los puertos chinos en cantidades cada vez mayores, en parte porque el mercado doméstico, donde se vendieron 23 millones de vehículos de pasajeros el año pasado, ya no crece tan rápido ni es tan rentable como solía serlo. Antes, los consumidores chinos preferían marcas extranjeras, pero hoy los fabricantes nacionales representan cerca de tres quintas partes de las ventas en el país. Como señala Harald Hendrikse, de Citigroup, en su propio territorio, “los chinos han ganado”.

Sin embargo, la victoria ha tenido un costo. La creación de una industria nacional de EV mediante subsidios y otras ayudas gubernamentales ha provocado



Según Citigroup, el número de autos enviados al extranjero desde China alcanzó los 4,7 millones el año pasado, el triple de la cifra de hace tres años.

un grave problema de sobrecapacidad. Según la corredora Bernstein, las fábricas chinas podrían producir casi 45 millones de autos al año, lo que equivale aproximadamente a la mitad de las ventas globales, pero operan solo al 60% de esa capacidad. El exceso de oferta ha desencadenado una feroz guerra de precios. En busca de una salida alternativa, los fabricantes chinos han volcado su mirada al exterior. BYD, Geely y Great Wall han declarado que los márgenes de ganancia en las ventas internacionales son entre cinco y diez puntos porcentuales más altos que en el mercado interno.

No obstante, a medida que la presión para exportar se intensifica, las oportunidades para hacerlo se reducen. El año pasado, la Unión Europea impuso aranceles a los EV fabricados en China para contrarrestar lo que considera subsidios desleales. La participación de las marcas chinas en las ventas de EV en Europa pasó de alrededor del 4% en 2021 al 10% en 2024, pero, según la consultora Schmidt Automotive Research,

podría subir solo al 11% en 2030. Si bien esa puerta está entreabierta, otras están firmemente cerradas. Los aranceles del 100% impuestos durante la presidencia de Joe Biden han hecho que los EV chinos sean prácticamente inalcanzables en Estados Unidos (un gravamen adicional del 10% sobre productos chinos, aplicado recientemente por Donald Trump, tendrá poco impacto adicional). La fuerte lealtad a las marcas nacionales en Japón y Corea del Sur, así como las tensas relaciones diplomáticas con India, han mantenido a raya a los fabricantes chinos en estos mercados.

## Cambiando de rumbo

Sin desanimarse, las automotoras chinas han redirigido su atención hacia el sudeste asiático, Medio Oriente, América Latina e incluso África. Aunque cada uno de estos mercados es relativamente pequeño, en conjunto representan 20 millones de ventas o más. A diferencia de los países ricos o de China, la mayoría de estos mercados están en creci-

miento y carecen de una industria automotriz nacional fuerte que pueda presionar por medidas proteccionistas. Además, las regulaciones ambientales y de emisiones suelen ser menos estrictas, según Felipe Muñoz, de la consultora JATO.

El oportunismo también ha jugado un papel. La escasez de microchips durante la pandemia llevó a los fabricantes occidentales a enfocarse en sus modelos más costosos y rentables en los mercados principales, en lugar de en vehículos más baratos, mejor adaptados a los países en desarrollo. Eso dejó un vacío que China ha sabido aprovechar. Las sanciones occidentales también han ayudado. Rusia es el mayor importador de autos chinos. Tras la invasión de Ucrania, la retirada de las marcas occidentales permitió que la cuota de los fabricantes chinos en el mercado ruso pasara del 9% en 2021 al 61% en 2023, según Rhodium Group. La mayoría de estas ventas fueron de vehículos con motores de combustión interna. Sin embargo, Rusia, que tiene su propia industria automotriz, no está contenta con la situación: en 2024 impuso una elevada “tarifa de reciclaje” sobre los autos importados para frenar el avance chino.

Los fabricantes chinos también están acelerando su expansión en otras regiones. Actualmente tienen el 8% del mercado en Medio Oriente y África, el 6% en Sudamérica y el 4% en el sudeste asiático, según Bernstein. Hasta hace pocos años, su presencia era casi inexistente. La adopción de EV en estos países es menor que en los mercados desarrollados, por lo que la mayoría de los autos chinos vendidos en estas regiones siguen siendo modelos ICE. No obstante, el objetivo a largo plazo de las automotrices chinas es electrificar estos mercados, que los fabricantes tradicionales

todavía consideran sus feudos de combustión interna.

Ya hay señales de cambio. En América Latina, los EV representaron el 6% de las ventas totales en 2024, duplicando la cifra del año anterior, según BloombergNEF. En Brasil, el sexto mayor mercado automotriz del mundo, los EV alcanzaron casi el 7%, y nueve de cada diez son de marcas chinas. En México, la cuota es del 8% y en Tailandia del 15% (en comparación, en EE.UU. es del 8%). Se espera que el auge continúe: para 2030, los EV representarán más de tres cuartas partes de las exportaciones automotrices chinas, frente a alrededor de una cuarta parte en 2023, según Citi.

Pero las empresas chinas no se limitarán a exportar desde su país. También buscan establecer fábricas en el extranjero para evitar aranceles, reducir costos de envío y estar más cerca de los clientes. BYD lidera esta estrategia, con producción en Tailandia y Uzbekistán, y planes para fábricas en Brasil, Hungría, Indonesia, Turquía y posiblemente México. Otras compañías como Chery, Changan, Great Wall y SAIC también han abierto o están construyendo plantas fuera de China. Según Citi, las automotoras chinas fabricarán 2,5 millones de autos en el extranjero para 2030, aproximadamente la mitad en Europa y el resto en el mundo en desarrollo.

Al final, los fabricantes chinos están transformándose en actores globales, desafiando a las marcas establecidas en mercados que antes estas daban por asegurados. No será fácil detener su avance. Como señala la revista británica AutoExpress sobre el BYD Seal, un sedán eléctrico lanzado en Europa en 2024, su “carrocería aerodinámica y gran potencia” lo convierten en “un auto muy serio”. Cómo han cambiado los tiempos.

