

APUESTA NACIONAL. La edición 2023 del Auto Shanghai, celebrada a finales de abril, estuvo dominada por las marcas locales.

NEGOCIO



EL MOMENTO DE CHINA

Las marcas del país asiático quieren dominar la producción automotriz con una estrategia eléctrica, autónoma y conectada.

POR: Ivet Rodríguez / Shanghai, China

A lbert Chen, un joven chino de 24 años que recién empezó su carrera laboral en la industria automotriz, acaba de comprar su primer vehículo. A diferencia de otros jóvenes occidentales de su edad, que aún buscan un modelo a gasolina como su primer coche, optó por un eléctrico de la marca local BYD, que incorpora tecnologías de seguridad, conectividad y manejo autónomo que están poniendo a esta automotriz –y a otro puñado de fabricantes locales– a la vanguardia. Con un clic desde su teléfono, Chen prendió su auto y lo hizo salir del cajón de estacionamiento, sin necesidad de subir a él.

Las marcas nacionales representaron aproximadamente la mitad de las ventas de autos en China en 2022, en comparación con el 38% en 2019, según la Asociación de Automóviles de Pasajeros de China. El auge de los eléctricos es la razón principal de este aumento, ya que los fabricantes extranjeros de vehículos han tardado en competir en este segmento. Los mayores ganadores de lo que se está convirtiendo en una nueva era dorada para la industria automotriz china son un puñado de empresas locales de rápido crecimiento que están superando a los fabricantes extranjeros de automóviles. Y BYD, el rival de Tesla, es la estrella más brillante.

La Asociación de Automóviles de Pasajeros de China prevé que los vehículos eléctricos representen más del 40% de las ventas de automóviles antes de 2030, lo que beneficiará a las empresas chinas que producen automóviles de este tipo, de alta calidad a precios competitivos, aprovechando los recursos estatales y la creciente proveeduría de baterías.

La manufactura automotriz es un negocio relativamente nuevo en China. El primer *joint venture* exitoso fue el de Volkswagen con SAIC Motor, en los años 80. Luego vinieron General Motors y Ford y, más recientemente, las marcas *premium*. Grupo Chery, por ejemplo, tiene un *joint venture* con Jaguar Land Rover. Pero las marcas chinas, que en 2012 superaron a Estados Unidos en la producción, se han adelantado, especialmente en lo que respecta a los eléctricos. También en la puesta en marcha de proyectos de conducción autónoma, conectividad y movilidad compartida. Estas tendencias son la gran apuesta del país, que busca consolidarse como potencia automotriz hacia 2025.



TENDENCIAS DEL AUTO SHANGHAI

La edición 2023 del Auto Shanghai, la primera desde la reapertura económica de China tras el covid-19, estuvo dominada por fabricantes locales. La ausencia notable de Tesla y la abrumadora presencia de marcas chinas reflejaron la creciente presión sobre los fabricantes globales tradicionales de automóviles. En los 320,000 m² de espacio de exhibición, los principales fabricantes de eléctricos, incluidos BYD, Geely, Nio, Xpeng y Li Auto, y otras firmas tecnológicas, como Huawei y Baidu, mostraron sus últimos avances en electrificación, conducción autónoma y movilidad compartida y conectada.



EL FUTURO ES ELÉCTRICO

Eso quedó claro en el Auto Shanghai de este año. Mientras que los modelos eléctricos atrajeron a multitudes de visitantes, los de motor de combustión interna que se mostraban en el piso de exhibición no lograron llamar la atención. El modelo Seagull de BYD, un sedán con un precio inicial bajo (78,800 yuanes, alrededor de 204,762 pesos), atrajo una gran atención.

Las tres nuevas empresas del país asiático que compiten con Tesla por el mercado eléctrico *premium*, NIO, XPeng y Li Auto, conocidas colectivamente como Wei Xiao Li, también hicieron anuncios sobre nuevos modelos en el piso de exhibición, mientras que Volkswagen aprovechó para presentar su modelo eléctrico ID. 7, que se basa en el gran legado del Passat.

Guibing Zhang, CEO de Chery International Company, la división encargada de los mercados fuera de China, está convencido de que el país asiático liderará la producción automotriz global en las siguientes décadas. “Las marcas americanas dominaron a principios del siglo XX gracias al sistema de producción en línea, mientras que las japonesas y surcoreanas tomaron la delantera en los años 70 gracias a sus modelos pequeños y eficientes. En la década del 2000, la plataforma modular de

Volkswagen dio una ventaja competitiva a Alemania. Pero ahora es el momento de China”, dice.

Las nuevas generaciones de eléctricos chinos son muy superiores –en diseño, tren motriz y calidad de construcción– a los modelos imitación producidos por los fabricantes del país hace una década. Eso empieza a abrirles las puertas de mercados más exigentes, como el europeo. La *start-up* china NIO está lista para lanzar dos nuevas marcas y con una de ellas pretende competir



CONDUCCIÓN AUTÓNOMA

El desarrollador de la plataforma de conducción autónoma Baidu lanzó nuevas ofertas de software para mejorar la navegación en entornos urbanos. Su competidor XPeng dijo que su sistema XNGP estaría listo para una conducción autónoma completa a finales de 2024. Li Auto desarrolla un software con el fin de implementarlo en 100 ciudades para fines de 2023.

Huawei, por su parte, presentó una actualización de su sistema de conducción autónoma, el ADS 2.0, que hace que su nuevo vehículo Aito Wenjie M5, desarrollado junto a Seres, sea casi capaz de completar la conducción autónoma L3. Puede detectar cambios en el entorno y tomar decisiones en consecuencia. Gary Wang, experto en gestión de productos de dominio de detección inteligente avanzada, explica que el sistema puede ayudar a evitar el 90% de los accidentes de tránsito.



directamente con Volkswagen en Europa: iniciará en Francia, Italia y España, con un modelo eléctrico por debajo de los 30,000 euros (aproximadamente, 600,000 pesos).

DEL OTRO LADO DEL PACÍFICO

En México, los fabricantes occidentales ven cómo los nuevos competidores chinos amplían rápidamente su participación de mercado. Lucien Pinto, director de Ventas y Mercadotecnia de Ford de México, dijo en una entrevista realizada en febrero que no le parecía descabellada la idea de que los nuevos participantes chinos dominen el segmento de volumen, que representa el 70% de las ventas totales de vehículos nuevos en México. “Nosotros estamos enfocados en ese otro 30%, con modelos de nicho y que generan una alta rentabilidad”, apuntó.

Las marcas chinas ahora son líderes del mercado en Medio Oriente y América Latina, adonde están llegando con modelos muy equipados a precios muy competitivos, lo que resulta llamativo para los concesionarios.

“Piénsalo así: tú, como consumidor, ¿qué vas a preferir, un vehículo con poco equipamiento y caro o uno completamente equipado y a un menor precio?”, dice un directivo de un concesionario que próximamente abrirá un punto de venta de la marca Omoda en México y que pidió no ser identificado.

A diferencia de sus competidores japoneses o alemanes, que esperan entre tres y cuatro años antes de hacer alguna modificación a un vehículo, los fabricantes chinos están poniendo mucha atención a las retroalimentaciones que sus

40%

DE LAS VENTAS DE AUTOS ANTES DE 2030 SERÁN ELÉCTRICOS, SEGÚN LA INDUSTRIA.

clientes les hacen a través de las redes sociales. Si alguien pide un motor más potente, el siguiente modelo seguramente incluirá una versión con él. Lo mismo puede pasar si piden vestiduras en color rojo.

Sin embargo, el ritmo acelerado al que se están lanzando versiones, modelos e, incluso, nuevas marcas en China está añadiendo complejidad a las operaciones de los fabricantes de automóviles. Presentar hasta 20 versiones distintas de un mismo modelo puede ser un desafío para el área de posventa, que debe contar con un gran inventario de refacciones y partes para cada variante. Los expertos en la industria opinan que la cantidad de marcas y modelos es excesiva y que la consolidación se torna inevitable.

Este año se espera la llegada de más marcas chinas al mercado mexicano. Geely, la dueña de Volvo, lo hará en los próximos meses. Además, se rumora que Great Wall también planea ingresar pronto. Isidoro Massri, director de JAC México, opina que más marcas chinas entrarán al país y quien decida hacerlo bien tendrá “una gran oportunidad”. “Esto apenas está comenzando”, dice.



MOVILIDAD COMPARTIDA Y CONECTADA

Dongfeng Motor exhibió su automóvil autónomo de nivel L4, denominado Sharing-VAN. Este automóvil, sin asiento de conductor ni volante o frenos de aceleración, ni siquiera con una parte delantera y trasera en estricto sentido, es la primera plataforma de conducción autónoma 5G desarrollada en China.

Qiuchen Zhu, responsable de Estrategia de Movilidad Compartida de Dongfeng, señala que, actualmente, hay 13 autobuses en funcionamiento en China y cinco en Abu Dabi. El vehículo, equipado en su interior con una televisión, una sala y un escritorio, tiene capacidad para transportar entre tres y cinco pasajeros. Los clientes pueden solicitar los servicios de transporte del Dongfeng Sharing a través de una aplicación.

