

### China, en el centro del mundo automotriz

El auto show de Shanghai se convierte en el más importante del mundo, en congruencia con el tamaño del mercado chino, que es casi el doble del de Estados Unidos. También para las marcas alemanas, el mercado chino es el que mayor proporción de ventas representa. Volkswagen vende ahí el 38% de su volumen mundial. Para BMW, China representa el 33% de sus ventas, y para Mercedes es el 37%. En los últimos años, los mercados europeos y americanos se contrajeron a consecuencia de la pandemia y los problemas de suministro. Pero el mercado chino, a pesar de los frecuentes paros de las fábricas, permaneció prácticamente sin variación. Y además, los clientes chinos están adoptando los autos eléctricos con mucho mayor entusiasmo que los europeos o americanos. Un 25% de los autos vendidos en China ya se cargan con un cable.

Esta situación ha dado entrada a nuevas marcas chinas, especializadas en autos eléctricos, y ha dejado marginados a los europeos y americanos de este segmento. En consecuencia, la participación en el mercado de 2022 de las marcas chinas rebasó el 50% por primera vez, liderados por la marca BYD que le arrebató el primer lugar a Volkswagen. Un 50% de las ventas de BYD fueron autos eléctricos, cuando Volkswagen solo llegó a un 5%.

Las marcas extranjeras tienen que reaccionar en forma rápida y contundente si no quieren perder este mercado que por su tamaño es imposible de reemplazar. De ahí la importancia del auto show de Shanghai, donde se presentaron más de 100 nuevos modelos. Volkswagen estrenó el ID7, un sedán eléctrico mediano que sustituirá al Passat y que directamente compite con Tesla. Ese modelo es igualmente importante para el mercado de Estados Unidos, donde Tesla domina ampliamente no solo el segmento eléctrico, sino que la categoría de autos premium. BMW presenta en China su i7 eléctrico, el más potente de su gama eléctrica con 650 hp. Mientras, Mercedes estrena la versión recargable de su limusina Maybach de superlujo, igualmente con 650 hp. Y finalmente Porsche muestra el rediseño de su modelo de volumen, el SUV Cayenne, que se sigue ofreciendo con motores a gasolina. Que las cuatro marcas alemanas estrenen sus vehículos de alta gama en China, nos habla de que ese país es el mercado más grande también para el segmento premium.

Pero también otras marcas presentan novedades interesantes en Shanghai. Lexus, la marca de lujo de Toyota, estrena el Luxury Mover, un MPV de alta gama. Mini enseña el Aceman, una especie SUV por supuesto totalmente eléctrico - y fabricado en China. Smart, una marca que Mercedes ha concesionado a la china Geely, renace con un SUV compacto llamado #3. BYD estrena un superdeportivo eléctrico, Yanwang U9, con un precio de 150,000 dólares, y un subcompacto a baterías, el Seagull, que cuesta 10,000.

Es un hecho que las marcas chinas están desarrollando automóviles que se diferencian cada vez más de los competidores tradicionales. Tanto en el diseño exterior e interior, como en el equipamiento sobre todo en términos de entretenimiento y ayudas de manejo, los chinos parecen ser más vanguardistas. Esto podrá no impresionar al cliente europeo o americano, pero sin duda entusiasma al público chino.

En consecuencia, Volkswagen acaba de anunciar que invertirá 1000 millones de Euros en un centro de ingeniería en China, para reaccionar a las preferencias del mercado y acercar a sus productos al cliente local. Para Volkswagen es un asunto de supervivencia, dada la importancia que tiene para la marca ese mercado.

## El Pulso de la Industria, por Thomas Karig

Porque marcas como Volkswagen, al igual que General Motors o Toyota, no podrán sobrevivir en China como marcas premium, porque no lo son. Están obligadas a ofrecer también modelos en segmentos de entrada, lo cual es cada vez más difícil dados los requerimientos de emisiones para autos a gasolina y los costos de baterías para los eléctricos. Pero otra vez, los chinos demuestran que si se puede. Y eso representa una ventaja competitiva no solo para las ventas en China, sino para conquistar los mercados del mundo.

Aunque hasta ahora no hayamos escuchado hablar de marcas como Zeekr, Xpeng, Nio, HiPhi, Hongqi o Aito, es probable que pronto las veamos en nuestras calles.