

El nuevo normal de la industria automotriz

En días pasados hubo una noticia sorprendente: en los primeros dos meses de 2026 Volkswagen recupera el liderazgo en el mercado chino, después de que hace dos años se lo arrebató BYD. La razón es que las ventas de autos eléctricos, donde las marcas chinas tienen una ventaja, se contrajeron después de que el gobierno eliminó los incentivos. Volkswagen sigue dominando el mercado de autos con motor de combustión, pero se ha tardado en ofrecer autos eléctricos competitivos a los clientes chinos. La ventaja de Volkswagen contra su mas cercano seguidor, Geely, solo es de 0.1 puntos porcentuales y seguramente no se sostendrá. Pero marca un cambio en la tendencia del mercado. Y si Volkswagen tiene éxito con los nuevos modelos eléctricos que lanzará al mercado chino, desarrollados en China junto con empresas locales, tiene altas probabilidades de sostenerse con éxito en el mercado más grande del mundo. Tal parece que la demanda de autos eléctricos se va a estabilizar en el 50% del mercado que alcanzó actualmente.

Los productores chinos, por el otro lado, están creciendo con su exportación, después de que su mercado interno perdió dinamismo. BYD ya vende mas autos fuera de China que en su mercado de casa. La presencia de marcas chinas ya es notoria en todo el mundo, aunque su éxito se acota todavía por una cierta desconfianza de los clientes. El mercado que sigue cerrado para los chinos es Estados Unidos, aunque Donald Trump recientemente dijo que no tiene problema si estos invierten en fábricas en su país.

Lo que limita el éxito de los chinos en los mercados de exportación es la aceptación de autos eléctricos. En Latinoamérica no hay infraestructura para éstos, y en Estados Unidos se eliminaron todos los incentivos para los clientes y también, en la mayoría de los estados, la obligación para los fabricantes de incrementar las ventas de autos eléctricos para cumplir con las leyes de emisiones. En Europa las ventas de autos eléctricos y enchufables alcanzaron 27% en 2025, y seguramente seguirán creciendo poco a poco en los años que vienen, dependiendo de los precios de los autos, pero también de los combustibles. La participación china en ese segmento se limitó a 14%.

Las tendencias regionales son, por lo tanto, muy divergentes y requieren de estrategias diferenciadas de los fabricantes. Parece que los mercados encontraron un punto de equilibrio entre las diferentes opciones de motorización. Esto es algo que los fabricantes querían evitar, ya que los obliga a mantener abiertas todas las ofertas de tracción por un tiempo indefinido. Varias empresas decidieron aprovechar los cambios de señal para depreciar inmediatamente las inversiones que hicieron en la

El Pulso de la Industria por Thomas Karig

ingeniería y fabricación de autos eléctricos. Eso no necesariamente significa que reduzcan su capacidad para fabricar autos eléctricos, pero disminuyen sus costos fijos (y su carga fiscal) para los años siguientes. Otras medidas para reducir gastos fijos en las empresas tradicionales es reducir su personal administrativo y ajustar sus capacidades de producción a la demanda esperada. Lo hicieron en forma abierta Volkswagen y Nissan, otras fueron más discretas, pero van en la misma dirección. Lo mismo está pasando en la industria de autopartes. Ante la expectativa de que el mercado mundial se mantendrá en los niveles actuales sin mucho dinamismo, pero sí con más jugadores, estas medidas son inevitables.

La nueva realidad de la industria automotriz mundial es que las empresas exitosas serán las que tengan flexibilidad para reaccionar a las preferencias de los distintos mercados, ofrezcan precios competitivos, y sigan desarrollando tecnología que los distinga de la competencia.