

LA NACION > Agencias

Los automóviles chinos duplican su presencia en el Salón de París y desafían a los rivales europeos

Un récord de 20 marcas chinas llega al Salón de París; la industria europea busca frenar su avance en el mercado local

9 de octubre de 2026 • 03:21



Los automóviles chinos duplican su presencia en el Salón de París y desafían a los rivales europeos

STR - AFP



Por Nick Carey y Giulio Piovaccari

PARÍS, 9 oct (Reuters) - Un número récord de 20 marcas de automóviles chinas acudirán al Salón del Automóvil de París de la próxima semana, lo que pone de relieve la rapidez con la que los fabricantes de automóviles chinos se han consolidado como una amenaza competitiva en Europa, a pesar de las crecientes barreras comerciales.

Los fabricantes de automóviles europeos aprovecharán el salón para presentar nuevos modelos e intentar tranquilizar a los inversionistas asegurándoles que pueden competir, mientras sus competidores chinos ganan

cuota de mercado con una gama cada vez más amplia de vehículos eléctricos e híbridos.

La delegación china de este año duplicará el tamaño de la que acudió al último salón en 2024, con marcas consolidadas como BYD y Chery, a las que se sumarán recién llegadas como Aito y Avatr.

El Salón del Automóvil de París llega en un momento crucial para la industria automovilística europea. Las ventas de los fabricantes europeos en China se han desplomado desde la pandemia del COVID-19, mientras que los fabricantes chinos, en gran medida excluidos del mercado estadounidense y enfrentados a una menor demanda en su propio país, han centrado cada vez más su atención en Europa.

"Los chinos dicen: 'Tenemos que intentar dominar Europa porque no podemos hacer nada en EEUU'", dijo Brad Kunz, socio de la consultora Grant Thornton Stax. "Si EEUU hubiera permitido la entrada de los fabricantes de automóviles chinos, Europa... no sería un campo de batalla tan reñido".

Los datos de Schmidt Automotive Research muestran que las marcas chinas alcanzaron una cuota del 10,7% del mercado europeo en el segundo trimestre, frente al 5,7% del año anterior, y por encima de sus rivales japoneses, que llegaron a Europa en la década de 1970.

FABRICANTES EUROPEOS JUEGAN UN "DOBLE JUEGO"

La presión de la competencia china, junto con la débil demanda europea, los aranceles estadounidenses y los costos de la electrificación, está empezando a pasar factura a los fabricantes de automóviles europeos.

Volkswagen está recortando miles de puestos de trabajo y barajando el cierre de fábricas para reducir costos, mientras que su rival en el segmento de lujo, BMW, también está despidiendo a miles de trabajadores.

La Unión Europea impuso aranceles a los automóviles totalmente eléctricos fabricados en China hace dos años, pero los fabricantes chinos han respondido ampliando su oferta a modelos con motor de combustión e híbridos enchufables. Las marcas chinas representaron más del 26% del mercado de híbridos enchufables de Europa Occidental en el segundo trimestre, frente a apenas el 2,2% en el mismo periodo de hace dos años.

La industria automovilística europea está presionando ahora para que se impongan aranceles a los híbridos enchufables chinos, mientras que la UE está elaborando una legislación que incluirá disposiciones de "Fabricado en Europa" que exigirán unos niveles mínimos de contenido local para que los vehículos eléctricos puedan optar a subvenciones clave o contratos públicos.

Mientras compiten con sus rivales chinos por la cuota de mercado, los fabricantes de automóviles europeos también buscan beneficiarse de su auge vendiéndoles capacidad en fábricas infrautilizadas y aprovechando su tecnología de vehículos eléctricos. Stellantis, por ejemplo, se ha asociado con la empresa estatal china Dongfeng.

"Los europeos están jugando una especie de doble juego", dijo Pedro Pacheco, vicepresidente de investigación de Gartner.

"SIGUEN SIENDO FUERTES Y ESTÁN PREPARADOS"

Los fabricantes de automóviles chinos se han convertido en competidores formidables en el ámbito de la tecnología de vehículos eléctricos, pero los fabricantes europeos pretenden contraatacar con una nueva generación de modelos eléctricos más asequibles.

"Probablemente, este salón del automóvil será el más importante de la región desde la pandemia", dijo el analista del sector automovilístico Felipe Muñoz. "Esta es la plataforma que los europeos están utilizando para decirles a los chinos que siguen siendo fuertes y siguen estando preparados".

Uno de los lanzamientos europeos más destacados del salón, el relanzamiento del Citroën 2CV por parte de Stellantis, pondrá a prueba las nuevas normas que permiten a los fabricantes de automóviles reducir algunas prestaciones con el fin de ofrecer vehículos eléctricos más asequibles y hacer frente a la competencia china.

Por su parte, marcas chinas hasta ahora poco conocidas, como Aito —la marca de gama alta propiedad del fabricante de automóviles Seres Group, con sede en Chongqing —, buscarán dar un salto adelante.

Aito quiere que las ventas en el extranjero representen el 20% del volumen total en un plazo de tres años, frente al menos del 1% actual, y tiene previsto presentar en París cuatro SUV eléctricos de gama alta para el mercado europeo.

François Roudier, secretario general de la Organización Internacional de Fabricantes de Vehículos de Motor, dijo que la llegada de las marcas chinas había contribuido a revitalizar los salones del automóvil tras el declive del interés por parte de algunos fabricantes tradicionales.

La gran afluencia de público en París refleja la creciente presión a la que se ven sometidos los fabricantes de ambos bandos para competir por los compradores en un mercado cada vez más saturado, señaló.

"Durante años, la gente compraba vehículos; ahora son los fabricantes los que tienen que venderlos", señaló, y añadió que los fabricantes que no asistieron "han cometido un error".

"En cierto modo, si no hay salón, no hay ventas".

(Información de Nick Carey; edición de Adam Jourdan y Mark Potter; edición en español de María Bayarri Cárdenas)



LA NACION

[...] se y enfrentados a una menor demanda en su propio país, han centrado cada vez más su atención en Europa.

"Los chinos dicen: 'Tenemos que intentar dominar Europa porque no podemos hacer nada en EEUU'", dijo Brad Kunz, socio de la consultora Grant Thornton Stax. "Si EEUU hubiera permitido la entrada de los fabricantes de automóviles chinos, Europa... no sería un campo de batalla tan reñido".

Los datos de Schmidt Automotive Research muestran que las marcas chinas alcanzaron una [...]

Un récord de 20 marcas chinas llega al Salón de París; la industria europea busca frenar su avance en el mercado local
PARÍS, 9 oct (Reuters) - Un número récord de 20 marcas de automóviles chinas acudirán al Salón del Automóvil de París de la próxima semana, lo que pone de relieve la rapidez con la que los fabricantes de automóviles chinos se han consolidado como una amenaza competitiva en Europa, a pesar de las crecientes barreras comerciales.

Los fabricantes de automóviles europeos aprovecharán el salón para presentar nuevos modelos e intentar tranquilizar a los inversionistas asegurándoles que pueden competir, mientras sus competidores chinos ganan cuota de mercado con una gama cada vez más amplia de vehículos eléctricos e híbridos.

La delegación china de este año duplicará el tamaño de la que acudió al último salón en 2024, con marcas consolidadas como BYD y Chery, a las que se sumarán recién llegadas como Aito y Avatr.

El Salón del Automóvil de París llega en un momento crucial para la industria automovilística europea. Las ventas de los fabricantes europeos en China se han desplomado desde la pandemia del COVID-19, mientras que los fabricantes chinos, en gran medida excluidos del mercado estadounidense y enfrentados a una menor demanda en su propio país, han centrado cada vez más su atención en Europa.

"Los chinos dicen: 'Tenemos que intentar dominar Europa porque no podemos hacer nada en EEUU'", dijo Brad Kunz, socio de la consultora Grant Thornton Stax. "Si EEUU hubiera permitido la entrada de los fabricantes de automóviles chinos, Europa... no sería un campo de batalla tan reñido".

Los datos de Schmidt Automotive Research muestran que las marcas chinas alcanzaron una cuota del 10,7% del mercado europeo en el segundo trimestre, frente al 5,7% del año anterior, y por encima de sus rivales japoneses, que llegaron a Europa en la década de 1970.

FABRICANTES EUROPEOS JUEGAN UN "DOBLE JUEGO"

La presión de la competencia china, junto con la débil demanda europea, los aranceles estadounidenses y los costos de la electrificación, está empezando a pasar factura a los fabricantes de automóviles europeos.

Volkswagen está recortando miles de puestos de trabajo y barajando el cierre de fábricas para reducir costos, mientras que su rival en el segmento de lujo, BMW, también está despidiendo a miles de trabajadores.

La Unión Europea impuso aranceles a los automóviles totalmente eléctricos fabricados en China hace dos años, pero los fabricantes chinos han respondido ampliando su oferta a modelos con motor de combustión e híbridos enchufables. Las marcas chinas representaron más del 26% del mercado de híbridos enchufables de Europa Occidental en el segundo trimestre, frente a apenas el 2,2% en el mismo periodo de hace dos años.

La industria automovilística europea está presionando ahora para que se impongan aranceles a los híbridos enchufables chinos, mientras que la UE está elaborando una legislación que incluirá disposiciones de "Fabricado en Europa" que exigirán unos niveles mínimos de contenido local para que los vehículos eléctricos puedan optar a subvenciones clave o contratos públicos.

Mientras compiten con sus rivales chinos por la cuota de mercado, los fabricantes de automóviles europeos también buscan beneficiarse de su auge vendiéndoles capacidad en fábricas infrautilizadas y aprovechando su tecnología de vehículos eléctricos. Stellantis, por ejemplo, se ha asociado con la empresa estatal china Dongfeng.

"Los europeos están jugando una especie de doble juego", dijo Pedro Pacheco, vicepresidente de investigación de Gartner.

"SIGUEN SIENDO FUERTES Y ESTÁN PREPARADOS"

Los fabricantes de automóviles chinos se han convertido en competidores formidables en el ámbito de la tecnología de vehículos eléctricos, pero los fabricantes europeos pretenden contraatacar con una nueva generación de modelos eléctricos más asequibles.

"Probablemente, este salón del automóvil será el más importante de la región desde la pandemia", dijo el analista del sector automovilístico Felipe Muñoz. "Esta es la plataforma que los europeos están utilizando para decirles a los chinos que siguen siendo fuertes y siguen estando preparados".

Uno de los lanzamientos europeos más destacados del salón, el relanzamiento del Citroën 2CV por parte de Stellantis, pondrá a prueba las nuevas normas que permiten a los fabricantes de automóviles reducir algunas prestaciones con el fin de ofrecer vehículos eléctricos más asequibles y hacer frente a la competencia china.

Por su parte, marcas chinas hasta ahora poco conocidas, como Aito -la marca de gama alta propiedad del fabricante de automóviles Seres Group, con sede en Chongqing -, buscarán dar un salto adelante.

Aito quiere que las ventas en el extranjero representen el 20% del volumen total en un plazo de tres años, frente al menos del 1% actual, y tiene previsto presentar en París cuatro SUV eléctricos de gama alta para el mercado europeo.

François Roudier, secretario general de la Organización Internacional de Fabricantes de Vehículos de Motor, dijo que la llegada de las marcas chinas había contribuido a revitalizar los salones del automóvil tras el declive del interés por parte de algunos fabricantes tradicionales.

La gran afluencia de público en París refleja la creciente presión a la que se ven sometidos los fabricantes de ambos bandos para competir por los compradores en un mercado cada vez más saturado, señaló.

"Durante años, la gente compraba vehículos; ahora son los fabricantes los que tienen que venderlos", señaló, y añadió que los fabricantes que no asistieron "han cometido un error".

"En cierto modo, si no hay salón, no hay ventas".

(Información de Nick Carey; edición de Adam Jourdan y Mark Potter; edición en español de María Bayarri Cárdenas)