El sector del automóvil en China, en la encrucijada

La fabricación de automóviles ha aumentado en China de forma exponencial durante los últimos años. Y lo ha hecho en respuesta a un mercado doméstico que también crece rápidamente.

10 de noviembre de 2016

China es el mayor mercado automovilístico del mundo, con unas ventas que superaron los 24 millones de unidades en 2015. Algo que, teniendo en cuenta la enorme población del país y su creciente clase media, no debería sorprender a nadie. Superó a **Estados Unidos** como el mayor mercado de automóviles del mundo ya en 2010, y desde entonces no ha cedido el liderato.

Lo que quizá no sea tan sabido es que China es también el mayor productor de automóviles del mundo, y que fabrica más coches que la suma de Estados Unidos y Japón (los números dos y tres del sector en el mundo, respectivamente). Aunque apenas exporta el 3% de su producción, China ha ocupado el primer puesto durante los últimos siete años.

Son datos de ***The Chinese Automotive Industry in 2016***, un estudio de IESE, CEDARS y CEIBS que se actualiza de forma bianual desde 2012. Según sus autores, coordinados por los profesores del IESE **Jaume Ribera** y **Marc Sachon**, todavía hay mucho margen para el crecimiento en este relativamente joven (y complejo) sector.

Hace diez años, apenas existían unos 600 millones de automóviles en el mundo. En 2050, habrá tantos como 2.950 millones, según las previsiones del FMI. En 2030 encontraremos más coches circulando por las carreteras chinas que por las de Estados Unidos, y en 2050 habrá más coches en China de los que hay hoy en todo el mundo. Lo que es más incierto es saber cuántos de ellos provendrán de fábricas locales.

©IESE Business School

Un giro en los acontecimientos

En lo que llevamos de siglo, el crecimiento del sector de la automoción en China ha sido espectacular. En 1999, dos años antes de unirse a la Organización Mundial del Comercio y, por tanto, de ganar acceso a los mercados extranjeros, el país producía menos de dos millones de vehículos. En 2015, la cifra ya casi alcanza los 25 millones.

No obstante, **la tasa de crecimiento se está frenando**. Tal y como señala el informe, la tasa de crecimiento promedio fue mucho mayor entre 2006 y 2010 que entre 2011 y 2015. Y los últimos dos años el ritmo de crecimiento ha sido de un solo dígito, una tendencia que probablemente se mantendrá en los próximos años. Además, los fabricantes locales chinos han visto cómo su **cuota de mercado** en el país ha caído desde el 60% en 2010 hasta el 49% de 2015. La situación es todavía peor para los vehículos de transporte de pasajeros, un mercado donde la cuota de ventas de las marcas locales se redujo al 43% en 2015.

Una de las posibles explicaciones es que las empresas chinas aún son tecnológicamente débiles, a pesar de una controvertida medida del gobierno que, desde 1994, exige a las empresas automovilísticas internacionales asociarse con empresas chinas para acceder al mercado local. La idea era que los extranjeros compartiesen parte de su conocimiento técnico con sus socios, pero la realidad es que esta **transferencia de conocimiento** no ha cumplido las expectativas chinas, señalan los autores del estudio.

Por lo tanto, para mejorar su imagen y su reputación, tanto en casa como en el extranjero, las marcas chinas deberían invertir más dinero, tiempo y esfuerzo en **I+D**. Tal y como indica el informe, la mayoría de las grandes empresas que registraron una gran rentabilidad en 2015 no habrían sido capaces de sobreviv
ir sin los subsidios del Gobierno y los beneficios cosechados por sus socios extranjeros. De hecho, los tres mayores actores en China (**SAIC**, **FAW** y **DFM**) cuentan con el apoyo del Gobierno. Si se suman, los tres copan más de la mitad del mercado local.

Las perspectivas de futuro de la industria local dependerán de la capacidad del sector privado chino de recortar distancias con las muchas empresas que pertenecen al Estado. Y para que eso suceda, el Gobierno chino debería eliminar de forma progresiva los subsidios, así como la mencionada regulación de 1994 que obliga a formar *joint ventures*, señalan los autores.

©IESE Business School

Algunos brotes verdes

Un área con grandes posibilidades de crecimiento para el futuro de China es el sector de los **vehículos eléctricos**, que el Gobierno ha identificado recientemente como uno de los diez sectores clave de su plan nacional "Fabricado en China 2025".

Los vehículos eléctricos podrían ayudar a reducir la fuerte contaminación atmosférica que asola muchas ciudades chinas y despejar el camino para lograr un crecimiento más sostenible. Todo parece indicar que así será: en 2015, China ya había vendido 450.000 vehículos de nueva energía (VNE), quedándose muy cerca del objetivo de 500.000 unidades que el Gobierno había planteado tres años antes.

China es, hoy en día, el mayor mercado mundial para los vehículos eléctricos. Con la reciente incorporación de actores internacionales, como **Daimler**, **Samsung** y **Tesla**, se espera que esta tendencia se acentúe. Un estudio de McKinsey calcula que, a finales de 2014, el Gobierno chino había gastado unos 37.000 millones de yuanes (unos 5.470 millones de dólares) en el sector de los vehículos eléctricos, de los cuales alrededor de 15.000 millones fueron destinados a subsidios y otros 11.000 millones se invirtieron en infraestructuras eléctricas, un elemento clave de la revolución que supone este tipo de vehículos.

Margen de mejora

Pero todavía hay mucho margen para mejorar, en especial en el sector local de componentes y en la exportación de automóviles chinos. A pesar de estar sumida en una profunda transformación, la industria china tiene dificultades para competir con rivales extranjeros en áreas como la **tecnología** y la **reputación de marca**. En vez de rivalizar en calidad y desarrollo tecnológico, las empresas chinas siguen haciéndolo en **precio**, lo que aumenta las fricciones comerciales con otros países fabricantes de coches, tanto norteamericanos como europeos.

Hasta la fecha, las exportaciones chinas (3%) siguen siendo irrelevantes si se comparan con los números de las ventas internas (97%). Marcas como **Chery** y **JAC** dominan las exportaciones, pero sus vehículos todavía presentan **problemas de calidad**, ya que la mayoría de los modelos no cumplen los estándares de seguridad y calidad que rigen en Europa y Estados Unidos.

Aun así, las empresas chinas están exportando a los mercados de **África**, **Europa del Este** y **Sudamérica**. El sector también parece saber beneficiarse de la iniciativa gubernamental "Un

©IESE Business School

cinturón, una ruta", que promete impulsar el comercio internacional y la inversión extranjera mediante una mejor conexión entre China y el resto de Eurasia utilizando la vieja Ruta de la Seda y otros nuevos caminos.

Con una tasa relativamente baja de coches en propiedad, las ventas de automóviles seguirán creciendo. En cuanto a la producción local, China se encuentra en una encrucijada. El futuro puede depender de la voluntad del Gobierno de reducir su control sobre la industria y de intensificar su apoyo tanto a los vehículos eléctricos como al I+D del sector para diferenciar su oferta.

www.iese.edu/es/insight

©IESE Business School