

El principal mercado de vehículos del mundo a examen

China lidera la industria automovilística desde 2009 y ya produce tantos vehículos como Estados Unidos y Japón juntos. A pesar de su enorme potencial, el análisis de un equipo de investigadores del que forman parte Jaume Ribera y Marc Sachon muestra que el gigante asiático debe acelerar en innovación si quiere conservar la hegemonía mundial.



21 de abril de 2015

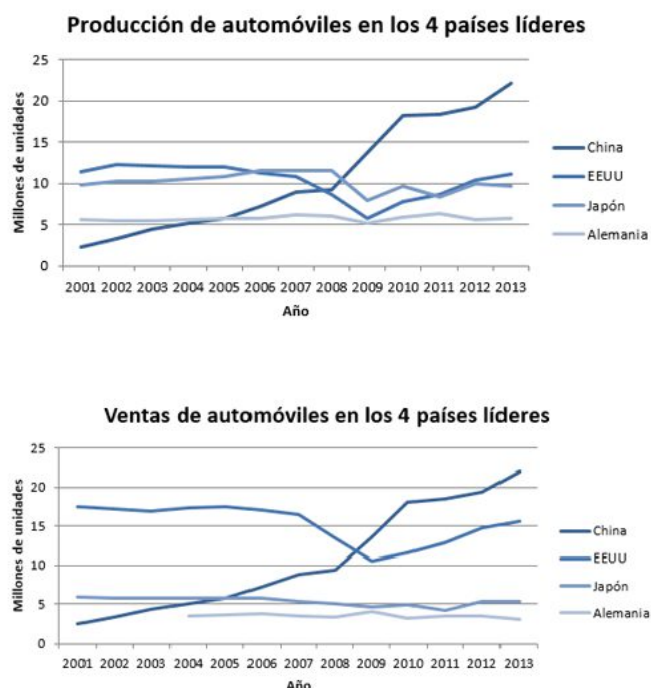
China es el país que más automóviles produce y vende en el mundo: tan solo en 2013 alcanzó la cifra de 22 millones de vehículos vendidos. Pero, ¿cuántas marcas chinas puede nombrar? Como su mercado es básicamente doméstico y está dominado por empresas estatales y *joint ventures* muy reguladas, la industria de la automoción del gigante chino es poco conocida fuera del país.

El exhaustivo informe *The Chinese Automotive Industry in 2014*, realizado conjuntamente por CEDARS (una consultora de la industria china de la automoción), China Europe International Business School (CEIBS) y el IESE, aporta detalles esenciales del sector y señala sus hitos y sus deficiencias.

Junto con otros autores, los profesores del IESE [Jaume Ribera](#) y [Marc Sachon](#) radiografían el pasado, presente y futuro de la automoción en China.

Estímulos gubernamentales

El mercado automovilístico chino ha crecido exponencialmente en los últimos años. En 1999, el país producía menos de dos millones de vehículos. Catorce años después, produjo y vendió 22 millones, más que Estados Unidos y Japón juntos, los países que le siguen en el podio de la industria automovilística mundial.



El **aumento del PIB** y la **emergente clase media** han sido los factores más obvios para el

impulso del sector en China. Sin embargo, un crecimiento tan acusado habría sido imposible sin una **intervención decidida del Gobierno** que, tras la crisis financiera global, aprobó el Plan de ajuste y revitalización del sector, vigente entre 2009 y 2011.

Los resultados fueron espectaculares: las ventas de vehículos aumentaron un 45% en 2009 y un 32% en 2010.

Aunque la tasa de crecimiento se ralentizó en los dos años siguientes, una vez concluido el plan, las ventas volvieron a crecer casi un 14% en 2013. Se trata de un dato importante teniendo en cuenta que el Gobierno anunció que no renovará las medidas de estímulo.

Mucha producción, poca innovación

El sector automovilístico es uno de los pilares de la economía del país, por lo que el Gobierno ejerce un férreo control sobre él. Así, la **presencia y las actividades de las empresas extranjeras** están fuertemente reguladas.

Las firmas foráneas **deben formar *joint ventures*** con empresas locales y su participación accionarial no puede exceder en ningún caso el 50%. Además, solo pueden crear un máximo de dos empresas conjuntas, mientras que las firmas chinas no sufren restricciones.

La estadounidense **General Motors**, por ejemplo, formó una *joint venture* con SAIC Motor, una gran empresa estatal con sede en Shanghái. Y el grupo alemán **Volkswagen** fabrica coches conjuntamente tanto con SAIC como con el grupo FAW, otra gran estatal de Changchun.

Estas tres empresas conjuntas son las más importantes del país, según el informe, pero hay hasta **70 fabricantes de automóviles** registrados en China.

Aunque la finalidad del sistema de *joint ventures* es **alentar el intercambio de conocimiento** y mejorar los esfuerzos de innovación de la industria local, los autores advierten el efecto contrario: China ha pasado a depender enormemente de la tecnología desarrollada por las empresas extranjeras, que prefieren salir del mercado antes que compartir sus innovaciones más punteras con los socios locales.

Por lo tanto, aunque el estímulo del Gobierno ha tenido un efecto considerable en la industria doméstica, sus **consecuencias a largo plazo son difíciles de valorar**, subrayan los autores.

El aumento de las ventas en los dos últimos años parece positivo, pero también es muy posible que la mayoría de las empresas automovilísticas chinas no hubieran sobrevivido más allá de 2013 sin los subsidios gubernamentales y los beneficios reportados por las *joint ventures*.

Para que las firmas chinas se conviertan en actores de peso a nivel global tienen que orientar su **inversión y esfuerzos a la I+D**, y hacerlo pronto.

Horizontes emergentes de exportación

La internacionalización del sector en China se remonta a 1984, cuando se formó la primera *joint venture* internacional, Beijing Jeep S.L. A medida que China adoptaba la economía de mercado, se crearon más empresas conjuntas. Sin embargo, el *boom* automovilístico actual se inició en 2001 con la entrada de China en la Organización Mundial del Comercio.

Aun así, las **ventas domésticas** siguen representando la **inmensa mayoría del total**: las exportaciones equivalieron a tan solo el 4% de las ventas nacionales en 2013, según datos oficiales de la Asociación de Fabricantes de Automóviles de China (CAAM). Tras tres años de crecimiento, en 2013 las exportaciones cayeron un 7%.

El gran reto para la exportación es la calidad, ya que la mayoría de los vehículos producidos en China no cumplen con los **estándares de seguridad y calidad** de Estados Unidos y Europa. Por este motivo, las ventas a **regiones en desarrollo** resultan prometedoras: las exportaciones a Latinoamérica sumaron el 29% del total en 2013 y las dirigidas a África, el 24%.

Retos y posibilidades

A pesar de ciertas dificultades, como el aumento de la **contaminación** y la **congestión del tráfico** en las grandes ciudades (que ha llevado a las autoridades a imponer **restricciones a la conducción** e incluso a la **compra de vehículos**), el porcentaje de nuevos propietarios de coches tiene todos los visos de seguir aumentando.

La **juventud de la industria** automovilística china en comparación con la de otros países más desarrollados (concretamente Estados Unidos, Japón y Alemania) ayuda a explicar este rápido crecimiento y potencial del sector, ya que el aumento del número de propietarios de coches se produce en consonancia con el de la clase media.

Además, los **vehículos usados** solo representan el 25% del total de las compras, en claro

contraste con un mercado maduro como Estados Unidos, donde se venden el triple de coches usados que nuevos.

Por todo ello, la pujante clase media y la demanda en las ciudades de segunda y tercera categoría seguirán alimentando el **crecimiento del sector a corto plazo**.

A largo, China ha anunciado su intención de erigirse en líder mundial en vehículos de nueva generación más respetuosos con el medio ambiente. El desarrollo de **vehículos verdes**, como los coches eléctricos, se enmarca en una política que tiene tres objetivos:

- Reducir la dependencia del país de la importación de petróleo.
- Mitigar los efectos perniciosos en el medio ambiente.
- Catapultar China hacia el liderazgo en tecnologías limpias.

Dos datos son alentadores sobre las perspectivas de la industria automovilística china: la población local tiene **más dinero para gastar**, un excedente del que la industria automovilística va a salir directamente beneficiada, y los mercados de los **países emergentes** ofrecen nuevas posibilidades. Pero será necesario incrementar la **inversión en I+D** para garantizar el papel protagonista de los coches chinos.

Este exhaustivo informe actualiza los datos de una **primera edición publicada en 2012** y ofrece análisis más detallados de una industria tan importante como poco conocida fuera de China.

www.iese.edu/es/insight