

## BYD y Omoda/Jaecoo mantendrán sus precios a pesar de los aranceles

- Las marcas de automóviles chinos BYD y Omoda/Jaecoo han avisado de que mantendrán sus precios a pesar del...



China UE

<https://www.europapress.es/motor/sector-00644/noticia-byd-omoda-jaecoo-mantendran-precios-pesar-arancel...>

Europa Press EsEuropa

Jueves, 19 septiembre 2024

MADRID, 19 Sep. (EUROPA PRESS) -

Las marcas de automóviles chinos BYD y Omoda/Jaecoo han avisado de que mantendrán sus precios a pesar del incremento en los aranceles que ha anunciado la Unión Europea (UE) a los vehículos eléctricos importados de China, según han señalado sus directivos este jueves.

"Nosotros no aumentamos los precios, pero en algún momento de la cadena se tendrá que absorber y al final es un coste adicional que hay que absorber, pero al cliente final, vamos a hacer todo el esfuerzo para que no se le aumente", ha asegurado el director regional para España de BYD, Jordi Cuesta, en la I Cumbre Hispano-China organizada por Faconauto en colaboración con la patronal china de concesionarios, CADA.

Así ha respondido el directivo de la marca china de automóviles eléctricos al ser cuestionado sobre si el fabricante incrementará los precios como consecuencia de la imposición de nuevos aranceles por parte de la UE, en un panel de debate titulado 'Primeros pasos: marcas chinas que operan en España'.

No obstante, Cuesta ha dicho que el arancel, que la UE ha fijado para la marca en el 17%, sí afectará "de manera muy puntual" a su cadena de valor y de distribución.

"Desde mi punto de vista, si el proyecto va enfocado a fomentar la industrialización a nivel local, perfecto, nosotros hemos sido los primeros en comprometernos a inversiones en el entorno europeo, pero para nosotros esto solamente redundaría en el perjuicio al cliente... en el encarecimiento de la cadena de valor, que se tiene que acabar pagando, y eso, como decía, dificulta el acceso del cliente a la tecnología diversificada", ha dicho Cuesta.

Por su parte, el director de ventas de las marcas del grupo chino Chery que se comercializan en España, Omoda/Jaecoo, Francesco Colonnese, ha asegurado que "cualquier cosa que pase... no puede ser el cliente el que vaya a pagar eso".

"De momento nosotros mantendremos los precios que ya enseñamos en el Madrid Car Experience en mayo... la idea es que no podemos permitir que algunas decisiones afecten al cliente final... tenemos que favorecer a la adquisición de coches de este tipo", ha afirmado el directivo italiano.

Colonnese, que ha asegurado que con el mix de motores que tienen la decisión no les afecta tan directamente, se ha sumado a la idea de que la imposición de estos aranceles solo limita a los clientes europeos el acceso a tecnologías menos contaminantes.

## ENCONTRAR LA MANERA DE QUE LA GENTE PIERDA EL MIEDO A LOS ELÉCTRICOS

Asimismo, los directivos se han referido al tema del desarrollo de la infraestructura de recarga y si eso afecta a las ventas de sus marcas.

En este sentido, Colonnese ha dicho que si bien "existe una relación directa entre cuánta distribución de infraestructura de recarga eléctrica pública y privada existe y la venta de los coches eléctricos... también existen marcas que han conseguido resultados increíbles cuando todavía no estaban en buen estado".

"Tenemos que buscar la manera para que la innovación de los coches llegue a la gente y pierdan el miedo en convertirse en usuarios de coches eléctricos. No puede ser esta, entre comillas, una excusa", ha afirmado el directivo de Omoda/Jaecoo.

Asimismo ha sostenido que desde las marcas tienen que analizar "cómo mejorar" el impulso a las ventas de estos vehículos. "Vendemos coches eléctricos y eso no es un producto de gasolina. Entonces también nosotros como marca tenemos que adaptarnos a dar experiencias nuevas y distintas al cliente", ha añadido.

De su lado, Cuesta ha señalado que es un tema cultural y que tienen que ser los primeros clientes los que "generan ese empuje y esa demanda para acabar tirando esas barreras que existen ahora".

"Hay mucho que hacer todavía con la parte de la oferta. Por lo menos en nuestro caso, tenemos muchísimo recorrido por hacer, aún sabiendo que ese mercado todavía es minoritario. Y en ese sentido, pues bueno, hay que crear por parte de la oferta", ha indicado Cuesta al referirse a la entrada de BYD y de sus automóviles eléctricos a nuevos segmentos del mercado español.