



Evento de lanzamiento de la nueva marca Xpeng en nuestro país, el pasado martes. XPENG

**LA UNIÓN EUROPEA, UN MERCADO GOLOSO**

# ¿Por qué vienen tantas marcas chinas a España?

- Somos exigentes como el resto de europeos, pero no tenemos prejuicios y buscamos los precios más bajos
- Para los concesionarios 'es una oportunidad sin precedentes'

**FÉLIX CERESO MADRID**  
Como esa lluvia fina de verano que parece que no moja, pero empapa, las marcas chinas de coches siguen desembarcando en España. Esta semana han sido Xpeng y Leap Motors, que llega de la mano del gigante Stellantis. Además, DFSK presentó los dos nuevos modelos con los que aspira a consolidar su presencia en nuestro

país, donde opera desde 2019 con cifras muy testimoniales. Una década antes, esta compañía fundada en 2003 fue la primera del gigante asiático en introducirse en el Viejo Continente, entonces con vehículos comerciales. Abajo puede ver con qué productos llegan estos constructores, igual que la semana pasada hablábamos de Jaecoo, del grupo Chery.

De este modo, son ya una veintena de fabricantes de aquel país vendiendo en nuestro país. La cifra es sorprendente ya que algunos han aterrizado directamente a las bravas, sin apenas comunicarlo. Y podría llevarnos a pensar en grandes volúmenes de ventas. Pues no, o al menos todavía no: entre enero y agosto, las marcas puramente chinas suman 27.715

matriculaciones. Es un 18% más que en el mismo periodo de 2023, pero apenas un 4% en cuota. Además, casi todo el pastel se lo reparten entre MG (20.134 vehículos); Omoda (4.113) y BYD (1.828). Y aunque parece obligado asociar coche chino con eléctrico, la gran mayoría han sido vehículos de gasolina pura, seguidos por los de baterías. Si bien, al calor de la de-

manda y gracias a la rapidísima capacidad de adaptación de estos fabricantes, cada vez hay más modelos híbridos (puros o enchufables). Entonces, ¿por qué ese gran interés en nuestro mercado, al que también deberían llegar Zeekr, Wey, Dongfeng e incluso Xiaomi si decide (o necesita) saltar al extranjero? En la reciente cumbre entre la federación de concesionarios Faconauto y CADA, su homóloga china, se desveló una de las claves: el 80% de los españoles no tienen prejuicios en adquirir un vehículo *made in China*, cuando el 43% de los alemanes desconfían de ellos. Añada que somos poco fieles a una marca y muy reactivos a un buen precio, que es una de las bazas de los modelos chinos. Dicho lo cual, no dejamos de estar en Europa, con sus exigencias del lado del consumidor (caso de la calidad) o legales (seguridad y emisiones). De modo que somos un excelente laboratorio de entrada al Viejo Continente, con la única rémora que

**DEL MODELO MÁS VISTO A LOS MÁS EXCESIVOS**



**XPENG P7.** Berlina deportiva de 4,89 metros, 100% eléctrica, con tracción trasera o total, 276 o 473 CV y una batería de 82 kWh con hasta 575 km de alcance. Parte de 51.990€ sin ayudas.



**XPENG G9.** El buque insignia es este lujoso todocamino, con pilas de 78 o 98 kWh y un alcance máximo de 570 km. El más potente tiene 551 CV y el más barato sale por 58.970€.



**XPENG G6.** Un SUV de 4,75 m (como un Tesla Model Y) con tracción posterior o total, potencias de 258 a 476 CV y dos tamaños de batería para llegar a los 570 km. Desde 44.990€.



supone la escasa penetración del coche eléctrico. Aunque cuando se haya superado ese escollo, también habrá servido de aprendizaje.

Porque los fabricantes chinos no ocultan lo goloso y rentable que es el mercado europeo. Más cuando sus modelos a pilas –una tecnología en la que son los reyes– hasta reciben ayudas a la compra. Pero llegan tras años de expandirse por el globo, con la excepción de EEUU.

En 2023, Chery fue el mayor exportador de vehículos de país, con cerca de un millón de unidades y casi ninguna llegó a la UE. Además, si en 2023 China ya desbancó a Japón como pri-

mer exportador mundial de vehículos, el exceso de capacidad de producción y la apatía de la demanda local ha disparado esas cifras este año: 4,1 millones desde enero, con un crecimiento del 27%.

Pues bien, uno de cada cinco vehículos que vendieron en el exterior terminaron en Rusia, aprovechando la estampida de las marcas occidentales tras el ataque a Ucrania en 2022. Ese año, China mandó a Rusia cinco veces menos coches. México es el segundo gran destino exportador (323.540 unidades), convertido en un hub para América del Sur.

Algo similar al papel de Bélgica dentro de Europa, como puerto de entrada de modelos eléctricos e híbridos enchufables (NEV o vehículos de nuevas energías). Importó 182.000 automóviles, casi todos NEV.

A expensas de qué pase con los aranceles, la irrupción de los eléctricos chinos ha sido una excelente noticia para los consumidores gracias a sus precios más asumibles.

Otro tanto se puede decir de los concesionarios. Las marcas del gigante asiático tienen primero que darse a conocer. Luego, contar con una pos-

venta adecuada que no castigue su imagen, algo que solo Tesla ha podido permitirse y está corrigiendo.

En este sentido, se han decantado por la distribución selectiva en concesionarios. MG lo ha hecho con tiendas ‘abandonadas’ por Stellantis o enfrentadas a ella. BYD o XPeng se han aliado con grandes grupos como As-tara, Quadis o Salvador Caetano.

«Son una oportunidad sin precedentes» señala Marta Blázquez, presidenta de Faconauto. «Ya hay unos 300 distribuyendo marcas chinas y lo relevante es que apuestan por el modelo tradicional. Si algo hemos visto de estos fabricantes es su gran

capacidad de aprendizaje y adaptación. Es justo lo que están haciendo con la pos-venta, un aspecto que consideran clave para entrar al mercado europeo» añade José Ignacio Moya, director general de la asociación.

¿Podríamos pensar, tras la cumbre de la semana pasada, en concesionarios chinos invirtiendo en España? «Entienden la importancia de nuestro país y sus marcas no solo venden, también van a producir. Por ello, están pensando en entrar en el accionariado de grupos españoles. Pero ese interés lo están mostrando igual otros grupos europeos» dice.

Porque las cifras que llegan desde China asustan. Existen 33.779 concesionarios, por 2.006 de España. Solo los dos primeros conglomerados –ZS Group y China Grand Auto– despacharon 1,4 millones de nuevos y usados en 2023, la mitad que en España. Y facturaron 40.500 millones de euros, 5.000 millones menos que todo el sector en nuestro país.

Pero no es oro todo lo que reluce. Según Song Tao, vicepresidente de CADA, este año solo el 20% de estos negocios obtengan ganancias.

## BRIAN GU VICEPRESIDENTE MUNDIAL DE XPENG

# «Fabricaremos en Europa. Pero es pronto para saber dónde»

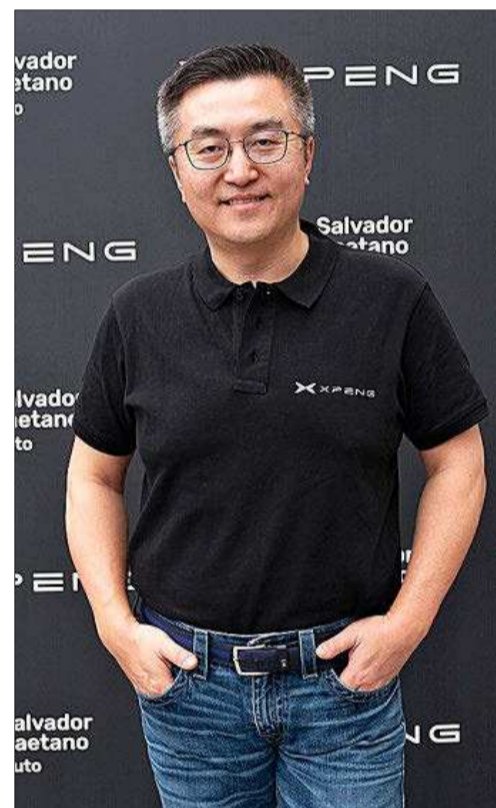
F. C. Madrid

«Somos una empresa joven centrada en la tecnología, distinta a los fabricantes tradicionales». Así resume su compañía Brian Gu, vicepresidente mundial de Xpeng. Lo primero es obvio: en una industria más que centenaria, su empresa apenas tiene 10 años. Sobre el resto, le preguntamos en un reducido encuentro con periodistas con motivo del lanzamiento de su marca en España. Para final de año, estarán en más de una decena de mercados, incluyendo todos los grandes europeos. **Pregunta. ¿Quiénes considera que son sus competidores?**

**Respuesta.** Nos comparan con Tesla, por tener visiones similares: eléctricos, con un gran enfoque tecnológico y muy implicados en la conducción autónoma. Pero tenemos otros rivales en Europa de los que aprendemos y a los que respetamos. **P.** Uno de los éxitos de Tesla es contar con su propia red de recarga. ¿Tendrán algo igual ustedes?

**R.** Lo tenemos en China, pero a nivel global es demasiada inversión. Lo que estamos haciendo es asegurarnos de que nuestros coches se puedan usar en Europa con todos los operadores y mostrando a éstos la tecnología de carga que usamos en China. Es más rápida, podemos ayudarles y el cliente lo percibirá. **P.** ¿Tendrán coches más pequeños que los que han mostrado ahora? ¿Vehículos comerciales?

**R.** En Europa se necesitan automóviles más pequeños, así que esta-



EL MUNDO

mos estudiando uno con un precio de unos 30.000 euros. No nos planteamos vehículos comerciales, aunque sí tendremos un coche volador el año que viene, **P.** Dicen que Europa está en el corazón de su estrategia internacional. ¿Abrirán una fábrica en la región? ¿Está España bien colocada en ese sentido?

**R.** Europa es un mercado grande, premium y con clientes de perfil alto. Encaja bien con nosotros. Pero no basta con exportar si quieres ser un líder y tener éxito a largo plazo. En algún momento habrá que apostar por lo local, sea una fábrica propia, comprando una existente o con una joint venture. Primero tenemos que saber dónde está la oportunidad y qué inversiones hacer. Todas las posibilidades están encima de la mesa, aunque es demasiado pronto para decidir. España tiene muchos atractivos, pero ahora estamos centrados en elegir la estrategia correcta. No podemos ir con prisa. **P.** ¿Han tenido contactos con nuestro gobierno en ese sentido?

**R.** Hemos tenido conversaciones preliminares con media docena de países. Pero no puedo comentar nada. **P.** ¿Qué piensa de los aranceles a los coches eléctricos chinos?

**R.** Es una medida proteccionista comprensible porque la industria se siente amenazada, aunque espero que se busquen soluciones en lugar de imponer barreras comerciales. Como hizo China cuando impulsó las empresas conjuntas con las marcas occidentales para fomentar la inversión y que todos ganásemos.

**P.** ¿En qué se concreta su relación con el Grupo Volkswagen?

**R.** Primero, hay un acuerdo para el desarrollo conjunto de nuevos productos y VW podrá usar nuestra plataforma para construir dos SUV eléctricos en China en 2026. También podrán usar la arquitectura eléctrica y electrónica. Mientras, nosotros nos beneficiaremos de su fortaleza en aspecto como acceso a proveedores, diseño o cadena de montaje.



**LEAP C10.** No hay en el mercado un SUV eléctrico equiparable a este que sea más barato: mide 4,74 m, con cinco plazas, 218 CV y una autonomía de 420 km. Sin ayudas, cuesta 34.969€.



**LEAP T03.** Un eléctrico urbano de solo 3,62 m y 265 kms. entre recargas. Modesto en potencia (95 CV), no lo es en dotación. Por precio (20.000€ sin ayudas) es rival directo del Dacia Spring.



**DFSK E5.** Su tamaño de 4,7 metros le permite tener siete plazas. Y su sistema híbrido enchufable de 217 CV, hasta 87 km en modo eléctrico. Por eso es imbatible en precio (35.449€).