

JULIO 2025

CLIENTES BLACK

SIOMAA en FOCO

El avance de marcas chinas en Argentina 2025-2030

La creciente presencia de vehículos de origen chino, que en el pasado fue un fenómeno de nicho, se ha consolidado como una ofensiva estratégica, calculada y multifacética que está redefiniendo la oferta, los precios y las expectativas de los consumidores.

El mercado automotor argentino se encuentra en medio de una de las transformaciones más profundas de su historia. La creciente presencia de vehículos de origen chino, que en el pasado fue un fenómeno de nicho, se ha consolidado como una ofensiva estratégica, calculada y multifacética que está redefiniendo la oferta, los precios y las expectativas de los consumidores. Esta "avalancha" de modelos no es un suceso aleatorio, sino el resultado de una decisión deliberada por parte de los gigantes automotrices chinos de conquistar uno de los mercados más importantes de América Latina.

Este proceso se ve acelerado por un cambio fundamental en la percepción de los productos. Las marcas chinas han evolucionado drásticamente, dejando atrás la imagen de ser meras alternativas de bajo costo. Hoy, desembarcan en Argentina con vehículos que compiten directamente con los de marcas tradicionales en términos de tecnología, calidad de materiales, seguridad y diseño. Esta evolución es particularmente notoria en los segmentos de mayor crecimiento y rentabilidad: los SUV y los vehículos de nuevas energías, que incluyen híbridos y eléctricos. La llegada de estos modelos no solo diversifica el mercado, sino que también introduce una nueva dinámica competitiva que obliga a los jugadores establecidos a reevaluar sus estrategias. El período 2025-2030 será testigo de la consolidación de esta ofensiva, con una cartera de lanzamientos que promete alterar permanentemente el panorama automotor nacional.

Panorama actual y jugadores clave: El ecosistema de importadores y marcas

Para comprender la magnitud y la dirección de la avanzada china, es crucial analizar el ecosistema de empresas que la articula. En Argentina, el éxito o fracaso de una marca automotriz está intrínsecamente ligado al poder, la visión y la capacidad de ejecución de su grupo importador local. Estos conglomerados no solo gestionan la logística de importación, sino que también son responsables de construir la red de concesionarios, desarrollar la estrategia de marketing, garantizar el servicio de postventa y, fundamentalmente, navegar el complejo entorno regulatorio y económico del país.

Actualmente, el mercado cuenta con 17 marcas chinas activas, representadas por ocho grandes grupos importadores. La configuración de estas alianzas es un mapa estratégico que revela las ambiciones y el potencial de cada jugador. Entre los más destacados se encuentran:

- **Grupo Car One (familia Antelo):** Un actor de enorme peso en el sector, representa a las marcas del gigante Great Wall Motors (GWM), incluyendo Haval (SUVs), Great Wall (pick-ups, ahora evolucionando a Poer/Cannon), y la inminente llegada de Tank (off-road) y Ora (eléctricos). También maneja Changan. Su experiencia y solidez financiera lo posicionan como un "kingmaker" en el mercado.
- **Grupo Corven (familia Iraola):** Conocido por su dominio en el mercado de las motos, ha protagonizado uno de los movimientos estratégicos más importantes del último tiempo al asumir la representación de Chery, la marca china con mayor trayectoria en el país. También gestiona la línea de SUVs de DFSK y la marca de utilitarios y pick-ups Foton. Su vasta red de distribución y conocimiento del mercado masivo le otorgan un potencial de volumen formidable.
- **Grupo Sideco (ex Socma, familia Macri):** Tras una reestructuración estratégica, ha cedido la representación de Chery y DFSK utilitarios para concentrar todos sus esfuerzos en JAC Motors, con una clara apuesta por la electrificación y la producción local de componentes.
- **Otros Jugadores Relevantes:** Completan el panorama grupos como Ralitor (con un portafolio de utilitarios que incluye JMC, Shineray, DFM y Victory), Famly (representante de Jetour y KyC), y Grupo Belcastro (a cargo de BAIC y la marca de eléctricos Skywell).

La siguiente tabla consolida este ecosistema, proporcionando una visión clara del panorama competitivo actual y de los actores que protagonizarán los lanzamientos de los próximos años.

TABLA 1. Mapa de los principales jugadores locales en representación de marcas chinas.

Marca	Casa Matriz Global	Importador / Representante en Argentina	Foco de Mercado Principal
BAIC	BAIC Group	Grupo Belcastro	SUVs y Vehículos Eléctricos
BYD	BYD Auto	BYD Argentina (Operación Directa)	Vehículos Eléctricos e Híbridos
Changan	Changan Automobile	Grupo Car One	Utilitarios y SUVs (expansión futura)
Chery	Chery International	Grupo Corven	SUVs de Volumen
DFSK (SUVs)	Dongfeng Sokon	Grupo Corven	SUVs de Volumen (Glory)
DFSK (Utilitarios)	Dongfeng Sokon	Grupo Socma (Sideco)	Utilitarios Livianos
Foton	BAIC Group	Grupo Corven	Pick-ups y Camiones
Geely	Geely Holding Group	Grupo Eximar	Híbridos y SUVs (Relanzamiento)
Great Wall (Poer)	Great Wall Motor	Grupo Car One	Pick-ups
Haval	Great Wall Motor	Grupo Car One	SUVs (Combustión e Híbridos)
JAC	JAC Motors	Grupo Sideco	SUVs, Pick-ups y Eléctricos
Jetour	Chery International	Famly	SUVs de Diseño y Tecnología
JMC	Jiangling Motors Corp.	Ralitor	Pick-ups y Utilitarios
KyC	Changan Automobile	Famly	Utilitarios (Minitrucks)
Lynk & Co	Geely Holding Group	Grupo Eximar	Híbridos Premium (Nuevo Ingreso)
Maxus	SAIC Motor	Grupo Empresario Prieto	Pick-ups y Utilitarios Eléctricos
Omoda / Jaecoo	Chery International	Buscando importador	SUVs de Diseño y Premium
Ora	Great Wall Motor	Grupo Car One	Vehículos Eléctricos Urbanos
Shineray	Shineray Group	Ralitor	Utilitarios (con ensamblado local)
Skywell	Skywell New Energy	Grupo Belcastro	SUVs Eléctricos
Tank	Great Wall Motor	Grupo Car One	Vehículos Off-Road
Victory	Victory Auto	Ralitor	Utilitarios (Minitrucks)

FUENTE: Investigación propia

El análisis de esta estructura revela dos tendencias clave que definirán el futuro. Primero, la elección del socio local es la decisión estratégica más crítica para cualquier marca china. Un importador poderoso como Car One o Corven no solo ofrece una red de concesionarios y capacidad de marketing, sino también una influencia significativa para navegar las complejidades del comercio exterior

argentino, acelerando drásticamente la penetración de mercado. El traspaso de Chery de Sideco a Corven es un ejemplo paradigmático: se espera que la experiencia de Corven en la distribución masiva impulse el volumen de Chery a un nuevo nivel.

Segundo, estamos presenciando el fin del modelo de "importador único" para las grandes corporaciones chinas. La decisión de Chery International de buscar un representante independiente para sus marcas Omoda y Jaecoo, separado del que gestiona la marca Chery, y la estrategia de BYD de establecer operaciones directas en el país, marcan un punto de inflexión. Esto demuestra una mayor sofisticación estratégica. Las casas matrices ya no agrupan todo su portafolio bajo un solo paraguas, sino que buscan socios especializados para marcas de nicho o toman el control total para garantizar la coherencia de su estrategia global de precios y posicionamiento de marca, como es el caso de BYD, que busca evitar intermediarios para proteger su imagen y su estructura de costos a nivel mundial.

Hoja de ruta de lanzamientos confirmados y probables (2025-2026)

El bienio 2025-2026 marcará una aceleración sin precedentes en la introducción de nuevos modelos de origen chino. La ofensiva se centrará en vehículos con alto valor agregado, especialmente SUVs y una notable gama de opciones híbridas y eléctricas, aprovechando las ventanas regulatorias para la importación de tecnologías más limpias.

BYD: El desembarco directo del gigante eléctrico

La llegada de BYD (Build Your Dreams) es, quizás, el evento más disruptivo para el mercado argentino en la próxima década. A diferencia de sus competidores, BYD ha decidido operar directamente, sin intermediarios, estableciendo BYD Argentina. Esta estrategia, justificada por la vicepresidenta de la compañía, Stella Li, con la frase "Argentina es un mercado grande, necesitamos estar nosotros", señala un compromiso a largo plazo y un control total sobre la experiencia del cliente, el posicionamiento de la marca y, crucialmente, la política de precios.

Lanzamientos Confirmados (Segundo Semestre de 2025):

La ofensiva inicial de BYD se compondrá de tres modelos estratégicamente seleccionados para cubrir diferentes necesidades dentro del espectro de la nueva movilidad:

- **BYD Dolphin:** Un hatchback 100% eléctrico del segmento C que se posicionará como el buque insignia tecnológico de la gama inicial. Construido sobre la avanzada e-Platform 3.0 y equipado con la reconocida Blade Battery, promete altos estándares de seguridad y eficiencia. Su motor de 150 kW le permite una aceleración de 0 a 100 km/h en 7 segundos, y ofrece una autonomía declarada de hasta 559 km (en ciclos de medición optimistas). Su capacidad de carga rápida permite pasar del 30% al 80% de la batería en solo 29 minutos.

BYD Dolphin Mini (conocido como Seagull en China): Este hatchback 100% eléctrico del segmento B está destinado a ser la puerta de entrada a la electromovilidad en Argentina. Su objetivo es democratizar el acceso a los vehículos eléctricos con un precio competitivo. Las proyecciones iniciales, basadas en declaraciones y análisis de mercado, sitúan su precio de lanzamiento cercano a los 25 millones de pesos. Tomando como referencia su precio en México (aproximadamente 399.800 MXN, equivalentes a unos USD 21.000), se puede anticipar un posicionamiento muy agresivo en el mercado local.

BYD Song Pro: Un SUV del segmento C con tecnología híbrida enchufable (PHEV). Este modelo utiliza el sistema DM-i (Dual Motor-intelligent) de BYD, enfocado en la máxima eficiencia de combustible. Su principal argumento de venta será una autonomía combinada (motor a combustión + eléctrico) superior a los 1.000 km, ofreciendo una solución práctica para los usuarios que desean una transición gradual hacia la electrificación sin sufrir la "ansiedad de rango".

Al menos desde lo discursivo, el plan de BYD en Argentina es mucho más ambicioso. La compañía dejó trascender su intención de establecer una planta de producción local de vehículos eléctricos e híbridos. De ser cierto, este plan de industrialización local representa un cambio de paradigma para la industria automotriz nacional.

Great Wall Motors (GWM): Una estrategia de incursión Multi-Marca (vía Grupo Car One/Antelo)

El Grupo Car One, a través de la gestión de la familia Antelo, está ejecutando una de las estrategias más agresivas y diversificadas del mercado. Bajo el paraguas de GWM, lanzará una ofensiva coordinada atacando múltiples segmentos de manera casi simultánea con sus submarcas especializadas: Haval, Tank, Ora y Poer / Cannon.

La marca de SUVs de GWM se fortalecerá con la llegada de versiones híbridas de sus modelos más exitosos y la introducción de nuevos productos.

- **Haval H6 HEV:** La versión híbrida no enchufable del conocido SUV del segmento C tiene su lanzamiento confirmado. La variante Deluxe llegará a los concesionarios a mediados de 2025, seguida por la versión tope de gama Supreme en octubre de 2025. Como referencia, en el competitivo mercado chileno, el H6 Híbrido se comercializa con precios que parten desde los \$24.190.000 CLP (aproximadamente USD 25.000), lo que anticipa un posicionamiento en la parte alta del segmento en Argentina.
- **Haval Jolion Pro HEV:** La renovación del exitoso Jolion llegará directamente en su versión híbrida no enchufable, con un lanzamiento confirmado para mediados de año. Su precio en Chile, donde la versión híbrida parte de los \$20.490.000 CLP (unos USD 21.500), sugiere que competirá fuertemente en la franja de los SUVs del segmento B+ y C-.

- **Haval H7:** Este modelo no se anunció, pero su llegada es bastante probable para 2026. Basándose en el cronograma de lanzamientos de GWM en Australia, donde el H7 está previsto para el tercer trimestre de 2025, se puede proyectar su arribo a Argentina con un desfase de 6 a 12 meses. El H7 se posiciona como un SUV mediano ligeramente más robusto y con mayores capacidades que el H6, pero sin llegar al nivel de un todoterreno puro como el Tank 300.

El lanzamiento de la **Tank 300** (Off-Road) está confirmado para la segunda mitad de 2025. Inicialmente, llegará con una motorización naftera 2.0 litros turbo de aproximadamente 213-220 CV. Posteriormente, se espera la incorporación de la variante híbrida (HEV), que combina el motor 2.0T con un motor eléctrico para una potencia conjunta de 341-350 CV. El modelo se destaca por su construcción robusta (chasis de largueros), sistema de tracción 4x4 con caja reductora, bloqueo de diferenciales y un interior que combina lujo y tecnología, con doble pantalla de 12.3 pulgadas. Su precio de referencia en México, desde \$909.900 MXN (alrededor de USD 50.000), lo posiciona como un competidor directo del Ford Bronco y el Jeep Wrangler, pero con una propuesta de valor potencialmente más agresiva.

Por último, **Ora** es la marca de GWM dedicada a vehículos 100% eléctricos con un fuerte enfoque en el diseño, la tecnología y la seguridad.

- **Ora 03:** Este hatchback eléctrico del segmento B tiene su lanzamiento confirmado para mediados de 2025. Su diseño retro-futurista y su calificación de 5 estrellas de seguridad en Euro NCAP son sus principales cartas de presentación. Se posicionará como una opción de movilidad urbana sofisticada y segura. En Chile, su precio con bonos parte desde los \$19.990.000 CLP (aproximadamente USD 21.000), lo que anticipa una competencia directa con el BYD Dolphin Mini y otros EVs de entrada.

La Pick-Up de la marca es la **Poer** está establecida en el mercado argentino desde 2024 y, si bien no hay confirmaciones oficiales, la evolución natural de la gama, siguiendo el precedente de mercados como Australia, apunta a una expansión significativa.

- 2026-2027: Es altamente probable que GWM introduzca en Argentina la **GWM Cannon Alpha**, una pick-up de un segmento superior a la Poer actual, más grande y potente. En Australia, este modelo se lanzó con motorizaciones diésel 2.4T y, más importante aún, versiones híbridas (HEV) e híbridas enchufables (PHEV). La llegada de estas variantes electrificadas a Argentina representaría un salto cualitativo en la oferta de pick-ups y un desafío directo a las líderes del mercado.

JAC Motors: La nueva apuesta estratégica del Grupo Sideco

Con la salida de Chery de su portafolio, el Grupo Sideco (ex Socma) ha concentrado todos sus recursos y estrategia en la marca JAC Motors. Este reenfoque viene acompañado de una clara ofensiva hacia modelos de mayor valor agregado y, sobre todo, hacia la electrificación, buscando posicionar a JAC como un referente en la nueva movilidad.

Lanzamientos confirmados (Segundo Semestre de 2025):

Los planes de JAC incluyen una importante ampliación de su gama con la llegada de tres nuevos modelos y la expansión de su producción local.

- **JAC JS6:** Un SUV mediano (segmento C) que se ubicará estratégicamente entre el ya conocido JS4 y el JS8 de siete asientos. Este modelo es clave para competir en el corazón del mercado de SUVs y llegará en dos variantes de motorización: una a combustión con motor 1.5 turbo y una híbrida enchufable (PHEV), marcando el debut de esta tecnología en la marca para Argentina. Los precios de referencia en mercados regionales como Perú (desde USD 17.990) y Chile (desde \$20.890.000 CLP, unos USD 22.000) anticipan una propuesta de valor muy competitiva.
- **JAC T9:** Una pick-up mediana que se posicionará por encima de la actual T8 en términos de potencia, equipamiento y precio. Su llegada a Argentina será en dos versiones que atacarán dos frentes distintos: una a combustión, equipada con un motor diésel 2.0 litros turbo de 167 CV y 410 Nm de torque, y una disruptiva versión 100% eléctrica (EV). La variante eléctrica está diseñada para competir directamente con la Maxus T90 EV, buscando capturar una porción del mercado de flotas y usuarios interesados en la movilidad sostenible. El modelo se destaca por su capacidad de carga de 1.000 kg y un alto nivel de equipamiento. Su precio en Chile, que parte desde los \$20.990.000 CLP más IVA (aproximadamente USD 26.000), sirve como un indicador de su posicionamiento.
- **JAC E30X:** Un hatchback 100% eléctrico del segmento B. Con un diseño exterior distintivo y un enfoque urbano, este modelo buscará competir en el nicho de vehículos eléctricos de entrada, enfrentándose directamente al BYD Dolphin Mini y al GWM Ora 03.

Producción Local

Además de los nuevos modelos importados, JAC y Sideco profundizarán su estrategia de industrialización local. Ya confirmaron la expansión de las operaciones en la planta de Ralitor en La Plata para comenzar a ensamblar la versión eléctrica de su camión liviano, el X200 EV, que se sumará al X200 diésel que ya se produce allí.

Geely y Lynk & Co: El regreso y la novedad sofisticada (vía Grupo Eximar)

El Grupo Eximar, actual representante de marcas premium como Volvo, Jaguar y Land Rover, se prepara para un relanzamiento de **Geely** y la introducción de la marca **Lynk & Co**. La confirmación de su llegada es sólida, ya que el Gobierno Nacional ha asignado cupos de importación con arancel preferencial para modelos específicos de ambas marcas.

Lanzamientos confirmados (2025):

- **Geely GX3Pro (Híbrido):** El Gobierno asignó un cupo de 500 unidades para este modelo, lo que confirma su desembarco inminente. Se trata de un SUV del segmento B con motorización híbrida, que buscará competir en el segmento de volumen con una propuesta de eficiencia y tecnología.
- **Lynk & Co 01 (Híbrido):** Con un cupo asignado de 1.800 unidades, la llegada de Lynk & Co es uno de los eventos más esperados. Esta marca, perteneciente al holding Geely y que comparte tecnología con Volvo, se posiciona en un escalón superior, con un enfoque en el diseño, la conectividad y una experiencia de usuario premium. El modelo 01 es un SUV del segmento C con motorización híbrida que buscará atraer a un público sofisticado.

Expansión probable del portafolio (2026-2027):

La estrategia de Geely en la región sugiere que la ofensiva no se detendrá en el GX3Pro.

- **Geely Cityray:** El reciente y exitoso lanzamiento de este SUV en mercados vecinos como Uruguay y Chile lo convierte en el candidato más lógico para expandir la gama de Geely en Argentina. Es un SUV del segmento B/C con un diseño moderno, motor 1.5 turbo y un alto nivel de equipamiento tecnológico, incluyendo una pantalla central de 13.2 pulgadas y un chip Snapdragon 8155 para el sistema de infoentretenimiento.
- **Geely Starray / Okavango:** Para competir en segmentos superiores, es probable que Geely siga la estrategia implementada en Chile e introduzca modelos más grandes como el Starray (SUV segmento C+) o el Okavango (SUV de siete plazas), completando así un portafolio para competir en casi todos los segmentos de SUVs.

Novedades de marcas establecidas

Las marcas chinas ya presentes en el mercado también continuarán renovando y ampliando sus ofertas.

- **BAIC (Grupo Belcastro):** Se espera la llegada del BAIC X7 durante 2025. Este es un SUV de un segmento superior (C/D) que se destaca por su diseño futurista, un alto nivel tecnológico con un interior dominado por tres pantallas, y una motorización 1.5 turbo de 200 CV. Su precio de referencia en Chile, que parte desde los \$23.690.000 CLP (aproximadamente USD 25.000), indica que buscará competir en la franja alta del segmento C.
- **DFSK (Grupo Corven):** El reciente lanzamiento del Glory 500 consolida la estrategia de Corven para la marca. Se trata de un SUV del segmento B con motor 1.5 de 115 CV y caja CVT, que llega para complementar la oferta del Glory 580 de siete asientos. Con estos dos modelos, Corven establece una sólida presencia en el mercado de SUVs familiares de volumen.
- **Jetour (Famly):** Tras los recientes lanzamientos de los SUVs Dashing y X70 Plus, la próxima gran novedad de la marca es el Jetour T2. Este modelo, que ya ha sido fotografiado en Argentina, se diferencia por una estética y capacidades todoterreno más marcadas, buscando atraer a un público aventurero. Su lanzamiento se proyecta para este año. Aunque globalmente existen versiones electrificadas, para Argentina se espera inicialmente con motor a combustión.

La avalancha de lanzamientos electrificados tiene una explicación que va más allá de la tendencia ecológica global. Al importar vehículos híbridos (HEV), híbridos enchufables (PHEV) y eléctricos (EV), las empresas pueden acogerse a los cupos de importación con aranceles aduaneros reducidos, que van del 2% al 5%, en lugar del 35% que se aplica a los vehículos de combustión interna extra-Mercosur. Esto funciona como un "Caballo de Troya" arancelario: les permite introducir en el mercado argentino sus modelos más avanzados tecnológicamente y de mayor valor percibido a un costo que los hace ferozmente competitivos, incluso frente a modelos de producción regional que, en teoría, deberían tener una ventaja de costos. Un SUV híbrido de alta gama importado de China con un arancel del 5% puede llegar a tener un precio final al público similar o incluso inferior al de un SUV de combustión interna fabricado en el Mercosur, pero ofreciendo un nivel superior de tecnología y eficiencia.

Además, los lanzamientos en mercados regionales clave como Chile y mercados desarrollados como Australia funcionan como un predictor casi perfecto de la hoja de ruta para Argentina. Estos países, con regulaciones más estables y mercados más abiertos, suelen recibir primero las últimas novedades y las especificaciones más completas. Analizar las fichas técnicas y los precios en estos mercados de avanzada ofrece una vista previa muy precisa de los modelos, equipamientos y posicionamientos que veremos en el mercado local en el futuro cercano.

Proyecciones y Análisis Estratégico (2027-2030)

Mirando más allá de los lanzamientos inmediatos, el período 2027-2030 estará marcado por la consolidación de las estrategias a largo plazo, la influencia de la producción regional y la intensificación de la competencia en segmentos clave. La capacidad de cada marca para ejecutar sus planes de inversión, postventa y expansión de red definirá a los ganadores en esta nueva era del mercado automotor argentino.

El futuro de Chery, Omoda y Jaecoo: Reconfiguración e incertidumbre

El futuro de la marca china con más historia en Argentina está en un momento de profunda redefinición.

- **El plan original vs la nueva realidad:** En 2023, Chery International presentó un ambicioso "Product Planning" que contemplaba el lanzamiento de 14 nuevos modelos en Argentina para 2027, incluyendo cuatro vehículos 100% eléctricos y cinco híbridos, con el objetivo de alcanzar ventas de 100.000 unidades anuales. Sin embargo, este plan fue concebido bajo la gestión del importador anterior, Grupo Socma. La realidad actual es diferente: la representación de Chery ha pasado a manos del Grupo Corven, un actor con una visión y una estrategia de mercado distintas, más enfocada en el volumen y la capilaridad de la red. La ejecución de aquel plan original dependerá ahora de la nueva estrategia que defina Corven.
- **El destino de la inversión:** El anuncio de una inversión de USD 400 millones para construir una planta de producción de vehículos eléctricos en Argentina, con una capacidad de 100.000 unidades anuales y la creación de 6.000 empleos, fue una de las noticias más resonantes de los últimos años. Este proyecto estaba fuertemente asociado a la gestión diplomática y política de la administración anterior, con la figura del ex embajador en China, Sabino Vaca Narvaja, como uno de sus principales impulsores. Con el cambio de gobierno y el nuevo contexto macroeconómico, el futuro de esta inversión es incierto. Su concreción dependerá de las nuevas negociaciones que pueda llevar adelante el Grupo Corven y de las condiciones que ofrezca el nuevo marco político-económico.
- **Omoda y Jaecoo. La estrategia independiente:** Reforzando la tendencia de especialización, las submarcas de Chery, Omoda (enfocada en diseño y tecnología para un público joven) y Jaecoo (con un perfil más premium y aventurero), están buscando activamente un importador propio en Argentina, completamente separado de la estructura de Chery/Corven. Los modelos clave a observar son el Omoda C5 (y su versión eléctrica E5) y el Jaecoo 7, los cuales ya se comercializan con notable éxito en mercados de la región como Chile y Brasil. La llegada de estas marcas a Argentina se proyecta para el período 2026-2027, una vez que logren establecer una alianza con un socio local que comprenda y pueda ejecutar su estrategia de nicho.

La influencia regional: El eje Brasil-Chile como laboratorio predictivo

La estrategia de las marcas chinas en Argentina no puede entenderse de forma aislada. Está profundamente influenciada por sus operaciones en los mercados vecinos, que funcionan como un laboratorio y una plataforma de lanzamiento para la región.

- **Producción en Brasil, impacto en Argentina:** La decisión de GWM y BYD de establecer grandes complejos industriales en Brasil es, quizás, el factor estratégico más importante para el futuro del Mercosur. Una vez que modelos como el Haval H6 (GWM) y el BYD Dolphin comiencen a ser producidos en Brasil, tendrán un gran paso dado para certificar origen e ingresar al mercado argentino con arancel cero, de acuerdo con los parámetros establecidos en el acuerdo del Mercosur. De concretarse, esto les otorgará una ventaja de costos decisiva sobre cualquier otro vehículo importado de extra-zona y les permitirá competir en igualdad de condiciones (o incluso con ventaja) contra los modelos fabricados en Argentina. Además, asegurará un flujo de suministro mucho más estable y predecible, independizándose de la volatilidad de los cupos de importación y las licencias.
- **Chile como "Showroom" regional:** El mercado automotor chileno, uno de los más abiertos y competitivos del mundo, funciona como un verdadero "showroom" de lo que está por venir a Argentina. Los modelos y las marcas que logran tener éxito en Chile son observados de cerca por los importadores argentinos. El hecho de que modelos como el Chery Tiggo 2, el GWM Jolion y el Omoda C5 se encuentren entre los SUVs más vendidos de Chile en 2025 es un fuerte indicador de su potencial en Argentina. El análisis del portafolio completo que marcas como Changan, Geely y GWM ofrecen en Chile es, en esencia, un catálogo de los futuros lanzamientos probables para el mercado argentino.

La batalla por los segmentos clave

La ofensiva china se concentrará en los segmentos más rentables y de mayor volumen del mercado, intensificando la competencia a niveles nunca antes vistos.

- **SUVs (Segmentos B y C):** Este será el campo de batalla principal. La competencia será feroz entre los nuevos modelos híbridos (Jolion HEV, H6 HEV, JS6 PHEV), los eléctricos de volumen (gama BYD) y los nuevos modelos a combustión con alto contenido de diseño y tecnología (Jetour Dashing, BAIC X7, DFSK Glory 500). La ecuación precio/equipamiento/tecnología será el factor decisivo para el consumidor.
- **Pick-ups:** Las marcas chinas buscarán erosionar el histórico dominio de Toyota, Ford y Volkswagen. La ofensiva se dará en dos oleadas. La primera, ya en marcha, con modelos de trabajo y uso dual como la GWM Poer, JAC T8/T9 y JMC Grand Avenue. La segunda oleada, proyectada para 2026-2028, será mucho más sofisticada, con la introducción de variantes electrificadas (JAC T9 EV, Maxus T90 EV) y modelos de mayor porte, potencia y tecnología, como

la GWM Cannon Alpha, que buscarán competir en el corazón del segmento mediano.

Infraestructura y Postventa: El diferencial crítico para la sostenibilidad

El éxito a largo plazo no dependerá solo de la calidad del producto, sino de la capacidad de los importadores para construir una estructura de soporte sólida y confiable.

- **La Red de Concesionarios:** La capilaridad es clave. Una red federal de concesionarios y talleres oficiales es fundamental para generar confianza y llegar a clientes en todo el país. Marcas con una red ya establecida, como JAC, parten con una ventaja significativa. Los nuevos jugadores, especialmente BYD con su operación directa, enfrentan el desafío de construir esta red desde cero, una tarea que requiere tiempo y una inversión considerable. La velocidad y la calidad de la expansión de la red serán un termómetro del compromiso real de cada marca con el mercado.
- **Repuestos y Garantía:** Históricamente, la disponibilidad de repuestos ha sido el "talón de Aquiles" de las marcas nuevas en Argentina. La percepción de que puede ser difícil y costoso conseguir un repuesto es un poderoso freno de compra. Para contrarrestar esto, los importadores están implementando estrategias agresivas. El Grupo Antelo, por ejemplo, ha prometido dar "el doble" de respaldo para sus marcas de GWM, reconociendo la necesidad de construir confianza desde cero. Asimismo, las políticas de garantía extendida, como los 7 años o 150.000 km que ofrece JAC en algunos de sus modelos, son herramientas cruciales para mitigar el riesgo percibido por el consumidor y demostrar la confianza del fabricante en su producto.

La producción en Brasil representa la amenaza más significativa para los fabricantes tradicionales instalados en Argentina. Mientras los modelos importados de China deben sortear barreras arancelarias, los vehículos que salgan de las plantas de BYD y GWM en Brasil ingresarán al país con arancel 0% (cuando logren cumplir origen). Esto les permitirá ofrecer tecnología de punta (plataformas nativas eléctricas e híbridas) a precios que podrían ser iguales o incluso inferiores a los de los modelos de combustión interna producidos localmente. Este es la verdadera apuesta estratégica que las marcas chinas están preparando para el período 2027-2030, una jugada que podría forzar una reconversión acelerada de las plantas argentinas para no perder competitividad.

Simultáneamente, estamos presenciando una "bifurcación" del mercado chino en Argentina. Ya no se puede hablar de "los autos chinos" como un bloque homogéneo. Por un lado, marcas de volumen como Chery, JAC y DFSK se enfocarán en la competencia por precio, la financiación y la capilaridad de su red para atacar los segmentos masivos. Por otro lado, marcas como BYD, Lynk & Co, y las submarcas de nicho como Tank (GWM) y las futuras Omoda/Jaecoo (Chery), competirán en segmentos de mayor valor, enfocándose en la tecnología, el diseño, la seguridad y la experiencia de marca. Esta especialización es un claro signo de la

madurez y la sofisticación que ha alcanzado la estrategia de las automotrices chinas en la región.

En síntesis

El análisis de los planes de lanzamiento para los próximos cinco años confirma que la ofensiva de las marcas chinas en Argentina es un plan coordinado, de largo plazo y profundamente estratégico. La fase inicial, caracterizada por la competencia basada exclusivamente en el precio, ha quedado atrás. La nueva etapa se define por una batalla en múltiples frentes: tecnología, seguridad, diseño y, de manera fundamental, el liderazgo en la transición hacia la electromovilidad.

Las automotrices chinas no solo buscan vender autos; buscan redefinir los estándares del mercado, introduciendo equipamientos y motorizaciones que hasta hace poco estaban reservados para segmentos premium, a precios cada vez más accesibles.

Desafíos y Oportunidades

A pesar del impulso y la planificación, la estrategia china enfrenta importantes cuestiones a sortear en el contexto argentino.

Desafíos:

- **Inestabilidad macroeconómica:** La volatilidad económica de Argentina, con sus fluctuaciones cambiarias y restricciones a la importación, sigue siendo el principal riesgo para cualquier plan de inversión a largo plazo.
- **Infraestructura de carga:** La adopción masiva de vehículos eléctricos estará condicionada por el desarrollo de una red de carga pública, rápida y confiable a nivel nacional, un área en la que el país aún presenta un considerable rezago.
- **Confianza del consumidor:** Superar el escepticismo residual sobre la calidad y, sobre todo, la robustez del servicio de postventa y la disponibilidad de repuestos, sigue siendo un desafío crucial para consolidar la lealtad de los clientes.

Oportunidades:

- **Demanda contenida:** Existe una gran porción del mercado argentino ávida de vehículos modernos, seguros y bien equipados, que a menudo quedan fuera de su alcance debido a los altos precios de las marcas tradicionales. Las marcas chinas están perfectamente posicionadas para capitalizar esta demanda.
- **Políticas de fomento:** Aunque volátiles, las políticas gubernamentales que actualmente benefician la importación de vehículos con tecnologías limpias (híbridos y eléctricos) representan una ventaja competitiva clave que está siendo explotada al máximo.

- **Industrialización del Litio:** La posibilidad de integrar la cadena de valor, utilizando el litio argentino para producir baterías localmente, como planean BYD y Chery, es una oportunidad estratégica única que podría transformar a Argentina en un polo de producción de electromovilidad regional.

¿Quiénes ganaran?

Basado en el análisis de las estrategias, los productos confirmados y el respaldo de los grupos importadores, es posible hacer un ejercicio para entender quiénes están mejor posicionados para liderar esta transformación del mercado en un horizonte a 5 años.

Mejor Posicionados:

- **BYD:** Su decisión de operar directamente, su indiscutible liderazgo tecnológico global en el desarrollo y producción de vehículos eléctricos y baterías (Blade Battery, e-Platform 3.0), y su ambicioso plan de producción regional en Brasil la colocan en una posición de privilegio para dominar el futuro mercado de la electromovilidad en Argentina.
- **GWM (Grupo Car One):** Su agresiva y diversificada estrategia multi-marca (Haval, Tank, Ora, Poer), una sólida cartera de productos híbridos y eléctricos ya confirmados para 2025, y el respaldo de uno de los grupos importadores más poderosos y experimentados del país (Grupo Antelo), le otorgan una capacidad de ejecución y penetración de mercado formidable.

Con Gran Potencial (pero con variables a resolver):

- **Chery (Grupo Corven):** El potencial de volumen de Chery es inmenso. Si el Grupo Corven logra aplicar su exitoso modelo de distribución y marketing del mundo de las motos al sector automotor y, fundamentalmente, si logra destrabar y concretar el proyecto de la fábrica local, podría convertirse en un líder del mercado masivo.
- **JAC (Grupo Sideco):** La apuesta enfocada en JAC, con una clara orientación hacia la electrificación (JS6 PHEV, T9 EV, E30X) y modelos de mayor valor, es una estrategia inteligente. Si logran capitalizar su red de concesionarios existente y comunicar eficazmente su salto tecnológico, pueden consolidarse como un jugador muy relevante.

En conclusión, para el año 2030, el mercado automotor argentino no solo registrará una participación significativamente mayor de marcas de origen chino, sino que estas habrán sido el catalizador de su transformación más importante en décadas. Habrán elevado la vara en términos de equipamiento de serie, acelerado la transición energética y forzado a las marcas tradicionales a innovar y reajustar sus estrategias de producto y precio para poder competir. La nueva era ya no es una proyección; es una realidad en plena construcción.

© Serie de informes
SIOMAA en Foco
Año 2025. N° 01
julio 2025
SIOMAA SA

Tigre. BA. Argentina

PUBLICACIONES SIOMAA

Las publicaciones Siomaa pueden ser consultadas en
<https://www.siomaa.com/Reports>.
También pueden solicitarse al teléfono (+54) 11 5272 2330
o al email info@siomaa.com