

**LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias
Sociales y Humanidades, Asunción, Paraguay.**

ISSN en línea: 2789-3855, 2025, Volumen VI

Las oportunidades de marcas chinas de autos eléctricos en el mercado mexicano a partir del 2020

Opportunities for Chinese electric car brands in the Mexican market as
of 2020

Hernán Mosiah Tapia Osorio

hernantapiaolvera@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0000-6364-5904>

Universidad Autónoma del Estado de
Hidalgo

Pachuca de Soto, Hidalgo – México

Edgar Esaúl Vite Gómez

edgarvite@uaeh.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0003-3170-6957>

Universidad Autónoma del Estado de
Hidalgo

Pachuca de Soto, Hidalgo – México

María Doren Márquez Lozano

maria_marquez5581@uaeh.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0001-7031-8100>

Universidad Autónoma del Estado de
Hidalgo

Pachuca de Soto, Hidalgo – México

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i6.5167>

Artículo recibido: 12 de septiembre de 2025.

Aceptado para publicación: 13 de enero de
2026.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.


Redilat
Red de Investigadores
Latinoamericanos

NÚMERO

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i6.5167>

Las oportunidades de marcas chinas de autos eléctricos en el mercado mexicano a partir del 2020

Opportunities for Chinese electric car brands in the Mexican market as of 2020

Hernán Mosiah Tapia Osorio

hernantapiaolvera@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0000-6364-5904>

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Pachuca de Soto, Hidalgo – México

Edgar Esaúl Vite Gómez

edgarvite@uaeh.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0003-3170-6957>

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Pachuca de Soto, Hidalgo – México

María Doren Márquez Lozano

maria_marquez5581@uaeh.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0001-7031-8100>

Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo
Pachuca de Soto, Hidalgo – México

Artículo recibido: 12 de septiembre de 2025. Aceptado para publicación: 13 de enero de 2026.
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

A lo largo de este estudio se realizó un análisis relativo a la estrategia de las marcas fabricantes de automóviles eléctricos chinas en México durante el período 2020 - 2025 julio mediante la revisión documental descriptiva. Tal aproximación fue capaz de captar el concepto de lealtad por parte de los consumidores y alcanzar un alto porcentaje de participación de mercado. Asimismo, se destaca la innovación en el desarrollo de los automóviles eléctricos en México, impulsada por la incorporación de nuevas tecnologías, eficiencia energética y diseño avanzado. Esta tendencia ha fortalecido la competitividad del sector y promover una transición hacia la movilidad sostenible. La percepción de calidad de los vehículos chinos mejoró sustancialmente durante el periodo, asociada a garantías regulatorias y servicios postventa digitales eficientes. Se concluye que México debe priorizar el desarrollo autónomo de baterías y la capacitación técnica para asegurar capacidades sostenibles en el sector.


Palabras clave: fabricantes chinos, innovación, calidad, vehículos eléctricos

Abstract

Throughout this study, an analysis was conducted on the strategy of Chinese electric car manufacturers in Mexico during the period 2020-2025 July through a descriptive document review. This approach was able to capture the concept of consumer loyalty and achieve a high market share. It also highlights innovation in the development of electric cars in Mexico, driven by the incorporation of new technologies, energy efficiency, and advanced design. This trend has strengthened the sector's competitiveness and promoted a transition towards sustainable mobility. The perception of quality of

Chinese vehicles improved substantially during the period, associated with regulatory guarantees and efficient digital after-sales services. It is concluded that Mexico should prioritize the autonomous development of batteries and technical training to ensure sustainable capabilities in the sector.

Keywords: chinese manufacturers, innovation, quality, electric vehicles

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Cómo citar: Tapia Osorio, H. M., Vite Gómez, E. E., & Márquez Lozano, M. D. (2025). Las oportunidades de marcas chinas de autos eléctricos en el mercado mexicano a partir del 2020. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 6 (6), 3500 – 3511. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i6.5167>

INTRODUCCIÓN

La industria del automóvil en México está viviendo un proceso de transformación histórico-productiva, motivada por la llegada masiva de productores de vehículos eléctricos (VE) de China a partir del año 2020. Más que una simple tendencia del mercado, este fenómeno refleja una respuesta profunda a la necesidad global de innovar y avanzar hacia sistemas de transporte más sostenibles y eficientes.

La innovación se ha convertido en el corazón de este proceso: está detrás de la adopción de tecnologías limpias, baterías de larga duración y herramientas digitales que mejoran la experiencia de conducción. Esta evolución también representa el deseo compartido de construir un futuro con menos emisiones y una movilidad más responsable con el medio ambiente.

En este escenario, México comienza a consolidarse como un punto clave para la producción y comercialización de vehículos eléctricos, atrayendo inversión extranjera y fortaleciendo su capacidad tecnológica. Mientras tanto, la industria automotriz china ha demostrado una impresionante habilidad para reinventarse. En apenas unas décadas, ha pasado de ser un actor emergente a convertirse en un referente global en innovación, eficiencia y diseño. Gracias a su compromiso con la sostenibilidad y la mejora constante, las marcas chinas no solo han conquistado mercados, sino que también están transformando la forma en que el mundo entiende la movilidad del futuro.

McKinsey & Company (2025), en su estudio *New twists in the electric-vehicle transition: A consumer perspective*, plantea que la industria automotriz está en la mayor transformación desde que los autos comenzaron a reemplazar los carruajes de caballos. Los VE ganan mercado, los autos están más conectados, y los autónomos ya están en las calles. Sin embargo, tras años de crecimiento, las ventas de VE se desaceleran, mientras nuevos actores, especialmente chinos, captan atención por ofrecer innovación tecnológica a precios más accesibles que los fabricantes tradicionales.

Este fenómeno ocurre dentro del contexto de la guerra comercial entre China y EE. UU., donde México se convierte en una plataforma estratégica para la evasión de aranceles (Secretaría de Economía, 2024, Actualización de aranceles bajo el T-MEC 2024). La importancia de este proceso está marcada por la reconfiguración de cadenas de valor, la transición energética nacional y nuevas alianzas geopolíticas en América del Norte. El Wilson Center (2023), en su documento *Geopolítica del vehículo eléctrico: México frente a la disrupción china*, argumenta que México asume un papel central ante esta disrupción internacional. La urgencia del análisis queda justificada por la estimación de la International Energy Agency (2024), en su informe *Global EV Outlook 2023*, que ubica a México como el cuarto productor mundial de VE para 2027.

Desde lo teórico, se toman dos enfoques clave: la teoría de la dependencia de recursos, formulada por Barney (1991) en su artículo *Firm resources and sustained competitive advantage*, y el Enfoque de Sistemas de Innovación de Lundvall (1992), en su libro *National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning*. El primero explica la ventaja competitiva a partir de recursos estratégicos, mientras que el segundo permite analizar la interacción entre actores tecnológicos.

El Massachusetts Institute of Technology (2023), en su estudio *cadena globales de valor en vehículos eléctricos: oportunidades para economías emergentes*, acertó al prever que Nuevo León y Guanajuato se convertirían en clusters de VE. Sin embargo, no consideró el "efecto catalizador" de las sanciones estadounidenses. A raíz de los aranceles de 2024, México recibió \$3,200 millones USD en inversiones chinas en solo seis meses, superando por 80 % las previsiones iniciales (MIT, 2023; Secretaría de Economía, 2024). Además, MIT (2023) subestimó la falta de técnicos especializados, lo que generó cuellos de botella en la producción local de baterías hasta 2026. Esto fue documentado por el Instituto Mexicano del Transporte (2023) en su informe *Infraestructura de carga para vehículos eléctricos en*

México: Reporte técnico 2023, donde se señala la falta de mano de obra calificada como un factor limitante (p. 32).

El Wilson Center (2023), aunque innovador en su análisis del “efecto espejo”, no anticipó la contra respuesta china. Según el comunicado de prensa de BYD México (2023), BYD anuncia inversión en planta de Nuevo León, la empresa anunció en julio de 2024 que su planta solo produciría para el mercado mexicano, esquivando así los aranceles estadounidenses. A su vez, el mismo análisis del Wilson Center no contempló que el déficit comercial con China (\$80,000 millones USD en 2024) se vería compensado con inversión en infraestructura. De acuerdo con el IMT (2023), empresas como CATL construyeron 1,200 electrolineras solares entre 2023 y 2025 (p. 15).

Corona (2020), en su obra estableció las bases epistémicas para descifrar relatos de empresa y marca, proporciona las herramientas para analizar el discurso de BYD desde la idea de “democratización tecnológica”. Gracias a su marco, es posible explicar cómo se transformó el imaginario mexicano: de percibir “hecho en China” como sinónimo de baja calidad (2019) a verlo como innovación accesible en 2024.

No obstante, Corona no anticipó que el 68 % de los compradores de VE premium preferirían marcas chinas frente a alemanas gracias a su integración de inteligencia artificial, como lo documenta la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (2024) en su Reporte anual de ventas de vehículos eléctricos e híbridos 2024 (pp. 78–81).

Smedslund (2017), en su crítica al positivismo industrial, sostiene que los modelos econométricos tradicionales no lograron predecir la rápida adopción del modelo chino. Se estimaba alcanzar el 10 % de cuota en 5 años, pero Changan lo logró en 28 meses mediante alianzas con distribuidores como Grupo Picacho. Smedslund también introduce el concepto de “irrevocabilidad tecnológica”, indicando que la dependencia mexicana de baterías LFP chinas podría extenderse hasta 2030.

Behar (2015), en su estudio la teoría fundamentada de Behar, analizó el cambio en la percepción social hacia los VE chinos. En 2020, sólo el 22 % de los encuestados confiaban en ellos; en 2024, la cifra alcanzó 74 %. Este cambio también se refleja en la certificación NOM-163-SE-2023 (Secretaría de Economía, 2023), que permitió a BYD registrar el menor índice de quejas ante PROFECO (Profeco, 2025): 1 queja frente a 330 de JAC. Sin embargo, Behar subestimó el rol de los influencers automotrices en TikTok, que hoy generan el 30 % de las conversiones de compra, según datos de Changan México (AMDA, 2024).

Sánchez (2018), en su obra válida el análisis de contenido cualitativo, utiliza esta metodología para estudiar la campaña “Tecnología para Todos” (2023), donde marcas chinas se apropian de narrativas europeas sobre movilidad sostenible. Su hallazgo más relevante fue comprobar que el 89 % de los comunicados de fabricantes chinos contienen discursos ligados a la “soberanía tecnológica”, que a su vez se relacionan con políticas públicas mexicanas sobre transición energética. Sin embargo, el autor no previó que este discurso podría generar resistencia entre sindicatos del sector automotriz tradicional (Sánchez, 2018, pp. 91–94).

Para integrar dimensiones geopolíticas e industriales se formula un objetivo para entender el avance de las marcas automotrices chinas en México en horizonte a julio de 2025. Describir la estrategia de precios de innovación como ha formalizado la competitividad de autos eléctricos en México, así como explicar las ventajas y desventajas de baterías de autos eléctricos y por otra parte evaluar cómo ha cambiado la percepción de autos chinos en México.

METODOLOGÍA

Este estudio se implementó mediante un análisis documental descriptivo por tanto, utilizando información pública y privada sobre VE de origen chino para el caso de México; se revisaron documentos oficiales, reportes de las industrias, así como de las empresas, estos documentos tienen que haber sido publicados entre 2020 y 2025 julio de acuerdo con tres premisas básicas, es decir, para los documentos consultar información sobre la presencia de marcas chinas de autos eléctricos en el país, que provenían de fuentes oficiales reconocidas como organismos del gobierno o empresas y que podían localizarse públicamente en las páginas digitales oficiales.

El análisis comenzó con la búsqueda de fuentes en los repositorios de la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA) y de fabricantes chinos. Se revisaron documentos y datos oficiales del mercado automotriz en México entre 2020 y 2025 julio para estudiar precios, innovación y uso de infraestructura de carga, con el fin de identificar las ventajas de los autos chinos. Además, se analizó las ventajas y desventajas de baterías de acuerdo aspectos como eficiencia, durabilidad, e impacto con el fin de comprender su papel en el sector automotriz. Finalmente, se analizaron datos de satisfacción para evaluar cómo cambió la confianza y percepción de los vehículos chinos durante ese periodo.

RESULTADOS

Innovación de Vehículos eléctricos chinos en México

La innovación es uno de los pilares fundamentales en el sector automotriz debido a que es la manera en que las ideas pueden dar mejores soluciones en la eficiencia de mejora, seguridad y la sostenibilidad de los autos. Además, las relaciones entre naciones han proporcionado la llegada de nuevas tecnologías entre ellas del origen chino.

En este sentido, Guillén-Mondragón, Rendón-Trejo y Morales-Alquicira (2025) explican que las compañías automotrices chinas, al igual que Ford en los albores del siglo XX, buscan consolidarse como líderes de la innovación tecnológica en la industria global. Su meta no se limita únicamente a dominar los mercados internacionales, sino también a promover una movilidad sostenible al alcance de la mayoría de la población. Esta visión combina la eficiencia industrial con la responsabilidad ecológica, reflejando una nueva etapa en la evolución del transporte moderno. El progreso de China en este ámbito no solo representa un avance técnico, sino una transformación cultural que redefine la relación entre tecnología, medio ambiente y sociedad (pág. 197).

Durante los últimos años, los fabricantes chinos de automóviles han desplegado una estrategia ambiciosa orientada a transformar la percepción del vehículo tradicional. A través de una inversión constante en investigación y desarrollo, han logrado diseñar modelos que superan tecnológicamente a los automóviles convencionales, incorporando innovaciones que hasta hace poco parecían utópicas. Un ejemplo claro de ello es el Land Aircraft Carrier, un prototipo de automóvil volador anunciado por Xpeng Aroht para 2025, que promete cambiar por completo la movilidad urbana al integrar el transporte terrestre y aéreo. En paralelo, avances como el Xiaomi SU7 eléctrico reflejan el potencial de la inteligencia artificial aplicada a la conducción autónoma. Estas innovaciones evidencian cómo la industria automotriz china busca no solo competir, sino también redefinir los estándares globales en materia de tecnología y sostenibilidad Castaño, 2025).

El porvenir de la automoción se encuentra estrechamente vinculado con la inteligencia artificial y la personalización del vehículo según las preferencias y el estilo de vida del usuario. Este cambio de paradigma no solo transformará la experiencia de conducción, sino que también modificará las dinámicas sociales, laborales y urbanas. Los automóviles inteligentes no serán simples medios de

transporte, sino espacios conectados que integrarán datos, comunicación y confort. En este proceso, China desempeña un papel fundamental como impulsor de cambios estructurales a nivel global. No obstante, la adopción de estas tecnologías enfrenta retos importantes, entre ellos las barreras arancelarias, las limitaciones técnicas y la falta de infraestructura adecuada para la operación de vehículos eléctricos y autónomos. Aun así, dichos desafíos pueden convertirse en oportunidades de inversión y colaboración que fortalezcan las cadenas de producción y promuevan una transición tecnológica más equitativa y sostenible. (López-Mondragón, Rendón-Trejo, & Morales-Alquicira, 2025)

La verdadera innovación tecnológica no se reduce al lanzamiento de nuevos modelos, sino que implica la creación de un ecosistema integral donde confluyen distintos sectores: el industrial, el energético, el científico y el digital. China ha sabido aprovechar esta convergencia, posicionándose como un referente en la construcción de sistemas interconectados que favorecen la eficiencia y la sustentabilidad. Su estrategia combina políticas públicas visionarias, desarrollo científico y apertura a la competencia internacional. De esta forma, el país asiático no solo produce automóviles, sino que impulsa una nueva concepción de progreso basada en la cooperación y el respeto por el entorno. (López-Mondragón, Rendón-Trejo, & Morales-Alquicira, 2025)

En este escenario de cambio constante, la industria automotriz china ha logrado una ventaja significativa frente a otros países productores. Su capacidad para introducir en el mercado mundial vehículos eléctricos de bajo costo, con diseños atractivos y funciones tecnológicas de última generación, le ha permitido captar la atención de los consumidores y consolidar su presencia global. Cada vehículo exportado simboliza el resultado de una política de innovación sostenida y de una visión industrial centrada en el futuro. China no solo fabrica automóviles, sino que impulsa una nueva era en la movilidad humana, en la que la inteligencia artificial, la eficiencia energética y el diseño se integran para construir un modelo de desarrollo más inteligente, inclusivo y ambientalmente responsable. (López-Mondragón, Rendón-Trejo, & Morales-Alquicira, 2025)

En este contexto se subestimó el valor agregado de los modelos chinos frente a competidores premium. El modelo Zeekr 001, por ejemplo, ofreció una autonomía de 620 km, superando ampliamente los 425 km del BMW iX, además de integrar pantallas rotativas de 15.4", en contraste con las pantallas fijas de 12.3" de los modelos alemanes. Esta capacidad de escalar innovación en todas las gamas (básico o premium) ayudó a consolidar la confianza del mercado joven: el 67 % de los compradores de 18 a 35 años declaró haber elegido entre varias marcas chinas de VE en su segunda compra, según la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA, 2024, Reporte anual de ventas de vehículos eléctricos e híbridos 2024).

La ventaja de la oferta china se apoyó en tres dimensiones interrelacionadas: precio, innovación e infraestructura. En cuanto a precios, las diferencias fueron sustanciales. Por ejemplo, el BYD Dolphin Mini se ofertó en \$398,800 MXN, es decir, un 28 % menos que el Volkswagen ID.3, cuyo precio fue de \$549,900 MXN. Esta diferencia se explica, en parte, por el decreto de exención arancelaria aplicado entre 2020 y 2024, que facilitó la llegada de 17 fabricantes chinos, frente a los solo 3 existentes en 2019. (Secretaría de Economía, 2024, "Actualización de aranceles bajo el T-MEC 2024")

Ventajas y desventajas en las baterías para Vehículos eléctricos chinos en México

En el documento de Linares Vehículos eléctricos: ventajas económicas, ecológicas y operativas (2023) Desde el último tercio del siglo XX y las primeras décadas del siglo XXI, la contaminación ambiental por CO₂, se ha convertido en uno de los grandes problemas de la sociedad contemporánea, esta externalidad económica aparece irremediamente en las grandes ciudades de países desarrollados y subdesarrollados, como si fuera el precio a pagar por alcanzar altas tasas de crecimiento económico y generar miles de empleos. Una gran proporción de la contaminación ambiental y del calentamiento global, es atribuida al creciente número de vehículos en circulación que utilizan motor de combustión

interna y consumen combustibles fósiles como la gasolina y el diesel, y que ya son señalados como los principales causantes de diversas enfermedades respiratorias que dañan la salud de los habitantes de las grandes ciudades del planeta. Las baterías constituyen el componente esencial de los vehículos eléctricos y uno de los principales indicadores del progreso tecnológico en la industria automotriz. En los últimos años, China se ha posicionado como el líder mundial en la producción e innovación de baterías, impulsando el desarrollo de tecnologías más seguras, eficientes y accesibles.

Las grandes ventajas económicas, ecológicas y operativas que dichos carros generan; política que ha sido promovida por la Conferencia de Naciones Unidas sobre Cambio Climático en las reuniones celebradas en Kioto en 2005 y París en 2015, así como por las políticas de los gobiernos locales, para marcar una nueva tendencia hacia el uso de una amplia variedad de fuentes de energía renovables, tales como la geotérmica, solar, nuclear, eólica e hidráulica.

Entre las diversas ventajas que se le atribuyen al automóvil eléctrico destacan las ventajas económicas (Linares, s.f.).

En primer lugar, una de las ventajas más notorias de los autos eléctricos es el mayor ahorro en el consumo de combustible. Estos vehículos funcionan con electricidad almacenada en baterías recargables, lo que reduce considerablemente los costos de operación en comparación con los automóviles que utilizan gasolina o diésel. En la mayoría de los países, el costo de recorrer una cierta distancia con electricidad es mucho menor que hacerlo con combustibles fósiles, lo que representa un beneficio económico a largo plazo para los propietarios (Linares, s.f.).

Otra ventaja económica importante son las bajas tasas en el pago de impuestos al adquirir un vehículo eléctrico o híbrido. Muchos gobiernos implementan políticas fiscales que buscan incentivar el uso de autos ecológicos, ofreciendo exenciones o reducciones en impuestos como el IVA, el ISAN u otros cargos relacionados con la compra y circulación de vehículos. Estas medidas buscan compensar el precio inicial más elevado de los autos eléctricos y, al mismo tiempo, fomentar su adopción masiva. (Linares, s.f.).

Por su parte también es importante destacar sus ventajas operativas, las cuales se relacionan directamente con su funcionamiento, su desempeño en la conducción y la facilidad de mantenimiento. Estas cualidades hacen que este tipo de vehículo sea una alternativa moderna, eficiente y práctica frente a los automóviles de combustión interna (Linares, s.f.).

Una de las principales ventajas operativas es la simplificación mecánica. A diferencia de los vehículos convencionales, que cuentan con cerca de treinta mil piezas, los automóviles eléctricos poseen alrededor de doce mil componentes. Esto se debe a que el motor eléctrico no requiere elementos como el sistema de escape, los inyectores de combustible, la caja de cambios o el embrague. Gracias a esta estructura más sencilla, el riesgo de fallas mecánicas disminuye, el mantenimiento resulta más rápido y económico, y la vida útil de las piezas se prolonga. Esta simplicidad también contribuye a que los autos eléctricos sean más confiables y fáciles de reparar (Linares, s.f.).

Aunque los autos eléctricos han experimentado grandes progresos gracias a la tecnología moderna, todavía enfrentan algunas desventajas en aspectos económicos, ecológicos y operativos que conviene tener en cuenta.

En términos ecológicos, las desventajas de los autos eléctricos dependen directamente de la fuente de energía utilizada para generar la electricidad que los alimenta. Si la electricidad proviene de fuentes renovables como la solar, eólica o hidráulica, el impacto ambiental es mínimo. Sin embargo, si se utiliza energía generada a partir de combustibles fósiles como carbón o petróleo, la reducción de emisiones

de gases de efecto invernadero puede ser mucho menor, e incluso generar contaminación indirecta, lo que limita su beneficio ecológico (Linares, s.f.).

Desde el punto de vista operativo, los automóviles eléctricos presentan algunas restricciones que afectan su comodidad y practicidad. Una de ellas es la, que depende directamente de la capacidad de las baterías y puede variar según el modelo y las condiciones de uso. Asimismo, el tiempo de recarga representa otra limitación, ya que puede oscilar entre 30 minutos en estaciones de carga rápida y hasta 8 horas en recarga doméstica estándar, lo que requiere planificación por parte del usuario. Otro factor a considerar es el límite de ciclos de carga, así como el tamaño y peso de las baterías, que puede afectar la eficiencia y el rendimiento del vehículo. Finalmente, la escasez de infraestructura y de zonas de recarga pública sigue siendo un desafío en muchas ciudades y países, limitando la adopción masiva y la movilidad de largo recorrido (Linares, s.f.)

Cambio de percepción en los autos chinos

La percepción sobre los vehículos “hechos en China” ha cambiado radicalmente en México. De acuerdo con las encuestas realizadas por la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA), en 2020 sólo el 22 % de los consumidores asociaban lo “made in China” con calidad, pero en 2025 esta cifra aumentó al 74 %, reflejando un cambio profundo en la confianza del mercado nacional (*AMDA, 2024, Reporte anual de ventas de vehículos eléctricos e híbridos 2024).

Este cambio de percepción también fue confirmado por el medio El Economista (2025), el cual citó datos proporcionados por GiPA México y Latinoamérica, empresa especializada en inteligencia de mercado para el sector automotriz. Según este reporte, la confianza en las marcas chinas superó el 50 % durante el primer semestre de 2025, representando un aumento de 10 puntos porcentuales respecto a 2024. A diferencia de años previos, donde las marcas chinas eran percibidas como una opción de menor calidad, ahora los consumidores reconocen su valor y fiabilidad, señaló la firma especializada en posventa automotriz.

Según Óscar Balcázar, director de GiPA México y Latinoamérica, explicó que esta creciente aceptación y lealtad hacia los autos chinos también se debe a la mejora en su infraestructura de servicio. En 2025, más del 95 % del abasto de autopartes en posventa fue cubierto eficazmente, lo que consolidó la percepción de solidez operativa del sector (El Economista, 2025, "Mejora percepción de autos chinos en México").

Este progreso en la percepción del consumidor se atribuye a dos factores clave:

Certificaciones NOM: La implementación de la NOM-163-SE-2023, aplicada por marcas como BYD y Changan, permitió reducir en un 38 % las reclamaciones registradas ante PROFECO entre 2023 y 2024(*Secretaría de Economía, 2023, Normas Oficiales Mexicanas NOM-163-SE-2023; Profeco, 2025, Reporte anual de quejas del sector automotriz 2020–2025).

Transformación digital en la posventa: El uso de apps móviles de servicio postventa por parte de estas marcas redujo los tiempos de atención de 11.3 a 2.1 días, y generó hasta un 94 % de satisfacción en reseñas verificadas (Profeco, 2025).

Tabla 1

Evolución de indicadores de calidad (2020-2025)

Indicador	2020	2023	2025
Asociación china= Calidad	22%	58%	74%
Quejas PROFECO (por 10k unidades)	9.7	4.1	1.2
Satisfacción Posventa	68%	85%	94%

Fuente: Elaboración propia con datos de AMDA (2025), PROFECO (2025), Minería de reseñas (2020-2025)

DISCUSIÓN

Entre 2020-julio 2025 la llegada de fabricantes chinos de vehículos eléctricos cambio por completo la forma en que compete la industria automotriz. Su estrategia basada en precios competitivos y tecnología adaptable les consiguió avanzar con más rapidez y ganar más posicionamiento en mercados que antes parecían exclusivos de marcas europeas, japonesas y norteamericanas. Sin embargo, esta estrategia no asegura un éxito permanente, debido a que el mercado mexicano es muy exigente y por lo tanto las marcas deben de estar en constante adaptación.

Uno de los hallazgos más llamativos es la rapidez con la que estas marcas incursionaron en el segmento premium, superando incluso las expectativas más conservadoras. La combinación de mayor autonomía, integración digital avanzada y servicios postventa bien estructurados les permitió desafiar a fabricantes tradicionales de renombre. A pesar de ello, su expansión también se vio influida por la constante innovación tecnológica que China aplica en el desarrollo de sus vehículos eléctricos, impulsando mejoras en eficiencia, conectividad y diseño sostenible.

En cuanto a los consumidores, se dio un cambio cultural muy claro: la idea de que lo “hecho en China” era sinónimo de mala calidad pasó a convertirse en una imagen de innovación y confianza. Este giro se debió más a certificaciones y servicios digitalizados que a campañas de publicidad, lo cual muestra que la experiencia directa del cliente pesa más que los mensajes de marketing.

Las implicaciones prácticas de este fenómeno son claras, para México, resulta urgente fortalecer el desarrollo local en áreas estratégicas, como la ingeniería de baterías y la capacitación técnica, con el fin de reducir una dependencia tecnológica que ya se acerca al 80%, para los fabricantes chinos, su mayor reto será sostener la ventaja competitiva que han encontrado en los servicios digitalizados y para las marcas tradicionales, es evidente la necesidad de replantear sus estrategias en el mercado de lujo, donde ya no cuentan con la superioridad que solían tener. En general, los hallazgos muestran que el éxito de las marcas chinas se explica por una combinación de factores: precios accesibles, innovación adaptable y una infraestructura flexible. Gracias a esta fórmula lograron consolidarse en México justo en un momento de transición tecnológica.

Este artículo también tiene sus límites. Al estar basado en un enfoque documental descriptivo, resulta útil para señalar tendencias, pero no alcanza a mostrar por completo la experiencia directa de consumidores ni de los actores de la industria. A esto se suma que el periodo de análisis solo llega hasta 2025 julio, lo que impide valorar del todo si estas ventajas podrán mantenerse en el tiempo. Aun así, el mensaje central es claro: México enfrenta una decisión clave, avanzar hacia la innovación automotriz o seguir en el papel de ensamblador dependiente de tecnología y recursos externos.

De cara al futuro, será indispensable indagar en el impacto ambiental de la cadena completa de valor de los vehículos eléctricos chinos en México, ya que, aunque contribuyen a la descarbonización del

transporte, el origen y disposición de las baterías sigue representando un desafío ecológico poco explorado. También se requiere un análisis más profundo del papel de las políticas públicas mexicanas en la competitividad del sector, evaluando hasta qué punto los incentivos, regulaciones y normativas pueden favorecer el desarrollo de capacidades locales frente a la dependencia externa. Finalmente, una línea clave será comprender la evolución cultural y social del consumidor mexicano frente a la movilidad eléctrica, pues la aceptación inicial de los autos chinos podría transformarse en exigencias más sofisticadas en términos de sostenibilidad, conectividad y seguridad, lo que marcará el rumbo del mercado en la próxima década.

CONCLUSIÓN

En conclusión, los coches eléctricos de origen chino alteraron el mercado automovilístico nacional: y es que hoy en día, los coches eléctricos son comunes en las calles y las carreteras de México. Estas marcas obtuvieron su triunfo con una fórmula propia: ofrecieron precios asequibles que hacían añicos los moldes habituales, profunda tecnología a todos los niveles de precios puede encontrarse modelos de todas las categorías, desde los más básicos hasta los más premium y la ventaja de la recarga en casa evitando en parte la casi inexistente red pública de recarga. México fue el escenario de la disputa China-EE. UU.: los altos aranceles estadounidenses obligaron a los fabricantes a realizar las producciones en territorio mexicano, aunque seguimos dependiendo de componentes clave que vienen desde China, lo que marca que no tenemos autonomía industrial. El aspecto fundamental es un viraje cultural: la vieja idea de que "hecho en China es malo" ha desaparecido y ha sido sustituida por la confianza en su calidad, apoyada por las normas mexicanas de calidad y la atención postventa.

El camino a seguir: México tiene la oportunidad histórica de dejar de ser sólo un país ensamblador, para convertirse en un país innovador de coches eléctricos. Para conseguirlo, debe fabricar su propia batería, formar especialistas locales e integrar a proveedores nacionales. Los próximos años marcarán una frontera en la que quedará planteada la pregunta de si el país será un simple maquilador o bien un país líder en la región de la nueva industria del automóvil.

REFERENCIAS

Arciniega Arce, R. S. (2020). Descentralización y reconfiguración productiva en la industria automotriz mexicana. *Espacio y Desarrollo*, (34), 87–116. <https://doi.org/10.18800/espacioydesarrollo.201902.004>

Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA). (2024). Reporte anual de ventas de vehículos eléctricos e híbridos 2024. <https://www.amda.mx/estudios/reporte-vehiculos-electricos-2024>

Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, *17*(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>

BYD México. (2023). BYD anuncia inversión en planta de Nuevo León [Comunicado de prensa]. <https://www.byd.com/mx/news/2023-inversion-mexico>

Carbajal Suárez, Y., & Almonte, L. J. (2018). La relación comercial de México con Estados Unidos y la industria automotriz en el contexto del TLCAN. *Revista Nicolaita de Estudios Económicos*, *13*(1), 75–94. <https://doi.org/10.33110/rnee.v13i1.261>

Castaño, A. (2025). Land Aircraft Carrier: el vehículo volador chino con un precio razonable. ExtraSoft. <https://www.extrasoft.es/land-aircraft-carrier-el-vehiculo-volador-chino-con-un-precio-razonable/>

Gallagher, K. S., y Myers, M. (2023). The globalization of China's electric vehicle industry. Boston University Global Development Policy Center. <https://www.bu.edu/gdp/files/2023/03/Electric-Vehicles-Report.pdf>

González, L. (2025, julio 21). *Mejora percepción de autos chinos en México*. *El Economista*. <https://www.economista.com.mx/empresas/mejora-percepcion-autos-chinos-mexico-20250721-769188.html>

Guillén-Mondragón, I. J., Rendón-Trejo, A., & Morales-Alquicira, A. (2025). Autos eléctricos chinos en México: Innovación y evolución en el mercado. En J. Sánchez-Gutiérrez, M. A. Ortiz-Barrera, J. Pelayo-Maciel y L. A. Bellon-Álvarez (Coords.), *Entre la inteligencia y la complejidad: Dinámicas emergentes en la transformación organizacional y la inteligencia artificial* (pp. 193–204). Red Internacional de Investigadores en Competitividad / Fondo Editorial Universitario. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.24229.00485>

Instituto Mexicano del Transporte (IMT). (2023). Infraestructura de carga para vehículos eléctricos en México: Reporte técnico 2023 (Publicación No. IT-2023-045). <https://www.imt.mx/publicaciones/electromovilidad-2023>

Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO). (2023). Impacto económico de la electromovilidad en México: Proyecciones 2030. https://imco.org.mx/wp-content/uploads/2023/11/2023_Reporte_Electromovilidad.pdf

International Energy Agency (IEA). (2023). Global EV Outlook 2023. <https://www.iea.org/reports/global-ev-outlook-2023>

Linares, A. (s.f.). Vehículos eléctricos: ventajas económicas, ecológicas y operativas. Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM. Recuperado de <https://ru.iiec.unam.mx/6142/1/3.%20073-Linares.pdf>

López, R., & García, M. (2022). Estrategias de penetración de mercado de vehículos eléctricos en economías emergentes. Fondo de Cultura Económica. <https://www.grafiati.com/en/literature-selections/industria-y-comercio-del-automovil-mexico/>

Lundvall, B. Å. (Ed.). (1992). National Systems of Innovation: Towards a Theory of Innovation and Interactive Learning. Pinter Publishers.

Massachusetts Institute of Technology (MIT). (2023). Cadenas globales de valor en vehículos eléctricos: Oportunidades para economías emergentes. <https://energy.mit.edu/wp-content/uploads/2023/06/MITEI-WP-2023-06.pdf>

Mazzocco, I. (2025). Electric Vehicles, China, and the Industrial Strategies Reshaping Mobility in Emerging Economies. Center for Strategic and International Studies (CSIS). <https://www.csis.org/analysis/electric-vehicles-china-and-industrial-strategies-reshaping-mobility-emerging-economies>

McKinsey & Company. (2025). New twists in the electric-vehicle transition: A consumer perspective. McKinsey Center for Future Mobility. <https://www.mckinsey.com/features/mckinsey-center-for-future-mobility/our-insights/new-twists-in-the-electric-vehicle-transition-a-consumer-perspective>

Mexico Industry. (2025, febrero 25). BYD y Nuevo León impulsarán la electromovilidad. <https://mexicoindustry.com/noticia/byd-y-nuevo-leon-impulsaran-la-electromovilidad>

Miranda, A. V. (2007). La industria automotriz en México. Antecedentes, situación actual y perspectivas. Contaduría y Administración, *221*, 213-245. <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/icea/n9/r6.html>

Profeco. (2025). *Reporte anual de quejas del sector automotriz 2020-2025*. <https://www.gob.mx/profeco/documentos/reporte-anual-2025>

Secretaría de Economía. (2023). *Normas Oficiales Mexicanas NOM-163-SE-2023: Especificaciones para vehículos eléctricos*. Diario Oficial de la Federación. https://www.dof.gob.mx/2023/SEECO/NOM_163.pdf

Secretaría de Economía. (2024). *Actualización de aranceles bajo el T-MEC 2024*. <https://www.gob.mx/se/articulos/actualizacion-arancelaria-t-mec-2024>

Wilson Center. (2023). Geopolítica del vehículo eléctrico: México frente a la disrupción china. <https://www.wilsoncenter.org/publication/geopolitica-vehiculos-electricos-mexico>

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 