LUMEN ET VIRTUS

Industria automotriz China en México: Perspectivas y desafíos

https://doi.org/10.56238/levv15n39-100

Tamayo Contreras Porfirio
Departamento de Gestión y Dirección de Empresas de la División de Ciencias Económico-Administrativas de la Universidad de Guanajuato
E-mail: aeinegocios1@gmail.com

López Téllez Alan Edwin
Universidad Iberoamericana Campus León
E-mail: alanlopeztellez@gmail.com

RESUMEN
Desde la entrada de marcas de vehículos chinos como JAC y BAIC a México entre 2014 y 2017, su crecimiento del mercado se ha vuelto exponencial y en gran medida se debe a la capacidad del país oriental por brindar una oferta atractiva para el consumidor mexicano a costos competitivos con relación a las otras marcas. El objetivo de esta investigación es analizar las importaciones y ventas de vehículos ligeros en México (eléctricos y de gasolina) y su tendencia. Se seleccionaron como variables de importaciones a todas las fracciones que se relacionan con vehículos ligeros, de acuerdo con la clasificación de la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA) en su reporte mensual. Se utilizó el método de regresión lineal para pronosticar las ventas, así como las importaciones a 5 años. Los resultados mostraron una tendencia significativa de crecimiento en el mercado mexicano.

Palabras clave: Vehículos Ligeros Chinos, Mercado Mexicano, Importaciones, Ventas.

1 INTRODUCCIÓN

China se ha definido como una economía que durante todo el siglo XXI ha crecido, en promedio, a doble digito y que su económica ha pasado de ser netamente manufacturera a una de servicios e innovación (McDonald, 2020; Valdés Lakowsky , 2024). México, por otro lado, con el establecimiento de sus tratados comerciales, en primera instancia con Estados Unidos de Norteamérica, país consumidor de los bienes que México maquilaría y le suministraría (Miranda Arroyo, 2020). En el contexto de la primera y segunda década del siglo XXI, China llega como una potencia en el sector automotriz que aunado a los apoyos que el gobierno le provee, por los menos un grupo empresarial chino de este sector se ha posicionado dentro de los 6 grupos más grandes a nivel mundial (Redacción, 2023). Desde la entrada de marcas como JAC y BAIC a México entre 2014 y 2017, el crecimiento del mercado se ha vuelto exponencial y en gran medida se debe a la capacidad del país oriental por brindar una oferta atractiva para el consumidor mexicano a costos competitivos con relación a las otras marcas. Durante el presente año China se perfila como el principal proveedor de autos, ya sea por marcas propiamente chinas o por empresas extranjeras que establecieron su producción en aquel país, pero que, en términos generales, en 2023 representaron un crecimiento anual del 48%. Aunado a lo anterior y tomando en cuenta que actualmente la oferta de marcas chinas en México se establece por trece (Chirey, MG, BYD, Geely, Omoda, GWM, GAC Motor, SEV, Jetour, JAC, BAIC, JMC, Changan) y que se espera que en el corto plazo arriben al mercado mexicano otras siete marcas, se estima que la composición de la oferta de vehículos en México se volverá aún más compleja (Gonzales, 2024; Navarrete, 2023; Swanson y Romero, 2024).

China se ha caracterizado por desarrollar su industria direccionándola hacia la fabricación principalmente de automóviles eléctricos e híbridos, y que obedeciendo a la tendencia de relocalización por parte de los principales consumidores mundiales buscan desarrollar una mayor relación de inversión, en 2023 fue considerado como uno de los 4 principales países con mayor Inversión Extranjera Directa en México (Carbajal, 2024). Resiale Viano, (2019) en su estudio sobre la consolidación local e internacional de la industria automotriz china, establece aspectos históricos que definieron las bases de lo que hoy es la oferta del país oriental. Uno de los ejemplos más claros puede identificarse como el *Going Out Policy*, una política impulsada desde el gobierno que buscaba romper el paradigma de la manufactura barata de poca competitividad con respecto a sus competidores en otras partes del mundo y volverla una industria no solo capaz de formularse como propuesta de alto atractivo para el mercado interno, sino de poder introducirse a mercado regionales y globales compitiendo con marcas automotrices consolidadas con muchos años de historia y experiencia.

Baker y Hyvonen (2011 tomaron en cuenta que la fabricación no era nada nuevo para China ya que su historia data de inicios de la segunda mitad del siglo XX, también es cierto que marcas como FAW (First Auto Works) se limitaban únicamente a la producción de vehículos pesados para proveer de estos

productos a sectores productivos como la industria agrícola. Alvares Medina y Sepúlveda Reyes (2022) establecieron que si bien, es cierto desde épocas post revolucionarias, en aquellos planes quinquenales se había determinado que la industria automotriz era una prioridad para la nación, en la práctica los esfuerzos no fueron los suficientemente efectivos ya que de cerca de 417 plantas con las que se contaban solo 4 de ellas producían hasta 1,000 unidades.

Lou (2022) resalta que a finales de última década del siglo XX ya con empresas automotrices con una consolidación avanzada se levantó la prohibición a la inversión privada china y con ello se originaron "Los Tigres Jóvenes", empresas que en sus inicios producían aparatos electrónicos y motocicletas (Lifan o Geely), pero que, ante esta oportunidad, tomaron la decisión de reconfigurar sus plantas para la producción de vehículos. Aunque comenzaron su producción con vehículos austeros pero baratos, conforme avanzaría su curva de experiencia también lo haría en el valor añadido a su oferta. Para Gachúz y Montes (2020) el impacto de una relación recíproca entre México y China puede generar oportunidades de mucho valor para el futuro de la industria, por un lado, si se considera que el impacto de la industria automotriz en el PIB Nacional ha llegado a crecer hasta 4.6 veces lo que el PIB total.

En su análisis Dussel Peters (2020), establece que, aunque existe una efervescente relación entre ambos países, es imperante poder contar con un marco más amplio de estudios que permitan profundizar el entendimiento de las dinámicas en la relación bilateral y elevar la propuesta para mejorarla. Haciendo referencia a la visión en la relación bilateral, Chuanming (2020) quien se desempeña como ministro y consejero económico en la embajada de China en México, así como y Reyes Zuñiga (2020) declararon que las relaciones se han acelerado de forma importante. Kaltenecker (2020) y Ortiz y Córdova, (2020) comentaron que en los tiempos actuales estamos viviendo la *globalización 2.0,* que consiste en que tomando en cuenta el elevado dominio en los procesos industriales y de manufacturas en la industria automotriz, las nuevas tendencias se han inclinado a desarrollar intercambios virtuales de valor, en donde la transferencia de información y de datos crece de forma exponencial; y es necesario la creación de plataformas capaces de soportar esta evolución.

1.1 OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

Analizar las importaciones y ventas de vehículos ligeros en México (eléctricos y de gasolina) y su tendencia. Dicho lo anterior, es pertinente el planteamiento de las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1: La industria automotriz de importación de vehículos ligeros chinos durante los años 2019 a 2023 ha manifestado una aceptación por el consumidor mexicano.

Hipótesis 2: La importación de marcas chinas, a pesar de la aceptación del consumidor mexicano, tienen aún una competencia internacional en México, sobre todo, de los Estados Unidos, de Europa y de Japón.

Hipótesis 3: Las ventas de los vehículos chinos importados de varias marcas, así como los fabricados y vendidos en territorio nacional por la compañía JAC se mantienen en constante crecimiento en comparación con sus competidores americanos, coreanos y europeos.

Hipótesis 4: La tendencia de crecimiento en ventas de los vehículos ligeros chinos se incrementará en los próximos 5 años.

2 METODOLOGÍA

2.1 CONSIDERACIONES GENERALES

Se seleccionaron como variables de importaciones a todas las fracciones que se relacionan con vehículos ligeros, de acuerdo con la clasificación de la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (AMDA) (2023) en su reporte mensual. El análisis de las variables comprendió el periodo de enero del 2019 a diciembre del 2023, con datos acumulados que se representan en términos absolutos.

2.2 ANÁLISIS DE DATOS

2.2.1 Importación de vehículos ligeros de china

Con el objetivo de conocer el comportamiento futuro en la importación de vehículos ligeros se utilizó la herramienta de Veritrade (2024) que permite acceder al detalle a nivel de razones sociales que cuentan con un padrón de importadores vigentes y que tienen autorización para poder introducir y comercializar vehículos en territorio nacional. Para ellos se consideran las siguientes subpartidas: 870322, 870323, 870324, 870360, 870380, y 870390

2.2.2 Ventas de vehículos ligeros de marcas chinas

Para medir el comportamiento en la comercialización de vehículos se consultaron las bases de datos que reflejan las ventas de vehículos por segmento y marca. Este reporte permitió conocer el comportamiento no solo a nivel de origen de los vehículos, sino de la marca con la que son vendidas en México. Estos datos son reportados por el INEGI y se actualizan de forma mensual.

2.2.3 Regresión lineal

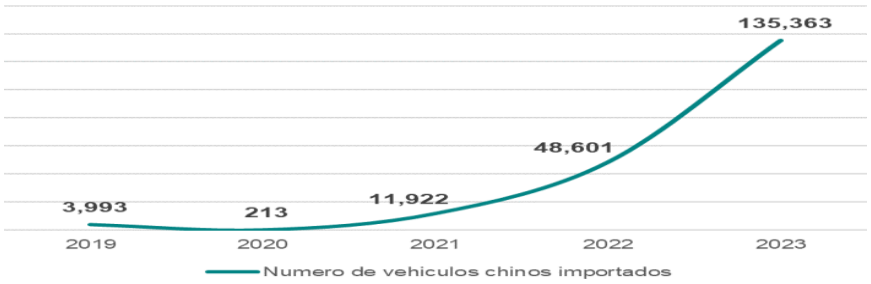
Se utilizó para pronosticar las ventas, así como las importaciones, se estableció como variable dependiente la referente a los años y a partir de ahí se obtuvo la estimación a 5 años.

3 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Conforme a la hipótesis 1 se encontró un crecimiento significativo en la importación de vehículos ligeros de marcas chinas, esto de acuerdo con lo observado en la figura 1 es de notar que

ulterior a la pandemia se incrementaron las importaciones a un promedio anual revelador del 243% durante los años 2022 y 2023

Figura 1. Cantidad de vehiculos importados de marcas chinas. Adaptado de Fuente: Elaboración propia con base en los datos de Veritrade (2024)



Desde el año 2019 al 2023 el volumen de importación, como resultado de la preferencia del consumidor mexicano, ha crecido de forma exponencial año tras año. Entre las marcas de mayor manifestación se encontró en las marcas de Chirey, JAC y MG como se observa en la tabla 1. Es importante remarcar que si bien es cierto la marca BYD ha tenida una gran aceptación en el público mexicano, factores como el precio a los que se ofrecen sus vehículos eléctricos e híbridos superan a los que ofrecen las demás marcas chinas y la recién llegada al mercado mexicano, explican que hasta el 2023 su volumen de importación sea significativamente menor al de las demás marcas chinas.

Tabla 1. Tendencia de Crecimiento en importación de las Marcas Chinas como Preferencia del consumidor mexicano.

Marca	Pais	2019	2020	2021	2022	2023	Total	% Participación
JAC	China	43	114	8,307	25,329	21,122	54,915	27%
Chirey	China	-	-	-	12,158	42,577	54,735	27%
MG	China	-	-	-	-	49,611	49,611	25%
Motornation	China	1,090	-	1,198	6,682	10,300	19,270	10%
Geely	China	2,802	6	2,362	3,926	5,777	14, 873	7%
GWM	China	-	-	-	-	3,812	3,812	2%
GAC	China	-	-	-	-	1,522	1,522	1%
BYD	China	58	93	55	506	642	1,354	1%

Fuente: Elaboración propia con base en los datos de Veritrade (2024)

De la hipótesis 2 se pudo confirmar que, si bien es cierto que el volumen de marcas europeas, estadounidenses y japonesas es mayor con respecto a las marcas chinas, se observa que en promedio su participación de mercado se ha estabilizado y en algunos casos se ha visto disminuido. Esto se explica en parte por el desabasto de componentes electrónicos que afectaron la producción de las marcas con mayor presencia en México. Por otro lado, es importante considerar que la estrategia

comercial con la que ingresaron las marcas chinas al mercado mexicano se caracterizó por contar con un alto número de unidades físicas en sus inventarios, lo que podía garantizar una compra inmediata; y también por el nivel promedio de sus precios que la volvían atractiva a los sectores de ingresos medio-bajo y medio-medio, véase tabla 2.

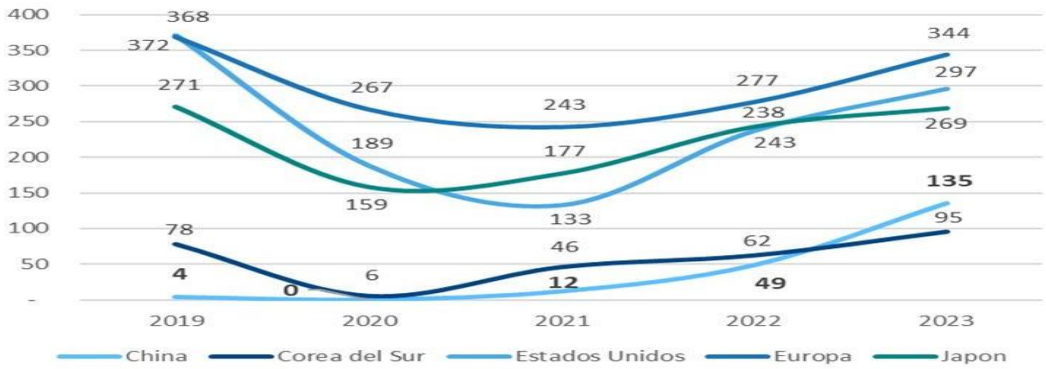
Tabla 2. Cantidad y participación de vehiculos importados por país-región.

Pais - Región	2019	% 2019	2020	% 2020	2021	% 2021	2022	% 2022	2023	% 2023
China	3,993	0.4%	213	0.0%	11,922	2.0%	48,601	5.6%	135,363	11.9%
Corea del Sur	77,976	7.1%	5,980	1.0%	46,080	7.5%	62,275	7.2%	95,252	8.4%
Estados Unidos	371,697	34.0%	189,093	30.4%	133,331	21.8%	237,596	27.3%	296,641	26.0%
Europa	368,449	33.7%	267,344	43.0%	242,577	39.7%	277,495	31.9%	343,824	30.2%
Japón	271,368	24.8%	158,609	25.5%	177,357	29.0%	243,146	28.0%	269,268	23.6%
Total, general	1,093,483		621,239		611,267		869,113		1,140,348	

Fuente: Elaboración propia con base en los datos de Veritrade (2024)

En la figura 2. Se vuelve evidente como en cinco años la oferta de vehículos chinos en México se ha venido incrementando de forma considerable, dando como consecuencia que para el 2023, el volumen de importaciones represente cerca del 43% del volumen de unidades importadas por las marcas europeas y estadounidenses.

Figura 2. Evolución de la importación de vehiculos por país-región (miles de unidades).



Fuente: Elaboración propia con base en los datos de Veritrade (2024)

Si bien es cierto que la tendencia en la importación de vehículos de marcas chinas ha venido incrementando, actualmente tienen algunas barreras que tienen que superar, entre las que se encuentra la forma en la que el consumidor mexicano percibe a la producción china en torno a su baja calidad y por consiguiente el riesgo que le implica adquirir un vehículo de dudosa condición. Mientras que, por el otro, son los esfuerzos que las nuevas marcas deben de realizar para que el consumidor mexicano las conozca y las considere dentro de su decisión de compra. En ambos rubros las principales marcas de países europeos, Estados Unidos y Japón ya los dominan de forma amplia, con referencia a un considerable nivel de calidad percibida, así como un alto conocimiento de marca por parte de la demanda local.

Con relación a la hipótesis 3 y de acuerdo a la tabla 3 se concluye que si bien es cierto que después de una caída significativa en las ventas hubo una paulatina recuperación observada desde el 2020, para el caso de muchas marcas cuya oferta está orientada al segmento de lujo Premium (Como BMW, Mercedes-Benz, Jaguar y Land Rover) así como al de lujo de entrada (Como Honda, Mazda y Kia) tuvieron un estancamiento en sus niveles de ventas, esto orientado al alza de precios que se tuvieron por la inflación generalizada, que inclusive se remonta al 2016 (Hernández del Arco, 2022; y Rodriguez, 2024), y que en fecha más recientes dio espacio a que aquellos compradores interesados por comprar un auto nuevo hubieran perdido poder adquisitivo y replantearán su decisión de compra a segmento más accesibles como el de las marcas chinas (Redacción, 2022; Regalado-Pezúa y Zapata, 2022; y Villaman, 2024).

Tabla 3. Cantidad de vehiculos vendidos por marca y por país-región.

Marca	Pais - Región	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Volkswagen	Alemania - Europa	181,691	125,895	130,115	109,136	149,936	696,773
BMW	Alemania - Europa	23,645	15,112	16,912	16,139	17,703	89,511
Mercedes Benz	Alemania - Europa	20,602	14,788	13,751	15,515	14,386	79,042
Renault	Francia - Europa	32,890	25,516	28,218	36,598	43,779	167,001
Jaguar-Land Rover	Inglaterra - Europa	1,786	1,025	1,125	1,183	1,849	6,968
Stellantis	Italia - Europa	74,325	58,743	65,909	74,417	96,795	370,189
Total	334,939	241,079	256,030	252,988	324,448	1,409,484	
MG	China	-	710	16,358	48,112	60,128	125,308
Chirey	China	-	-	-	8,670	38,484	47,154
JAC	China	4,709	4,271	8,203	16,357	21,067	54,607
Motornation	China	3,230	1,544	2,032	6,314	9,650	22,770
Geely	China	2,391	2,486	3,343	4,043	5,326	17,589
Total	10,330	9,011	29,936	83,496	134,655	267,428	
Kia	Corea del Sur	95,539	73,620	82,040	89,140	93,490	433,829
Hyundai	Corea del Sur	45,607	32,231	37,209	41,357	49,757	206,161
Total	141,146	105,851	119,249	130,497	143,247	639,990	
General Motors	Estados Unidos	211,987	150,256	127,300	165,117	184,051	838,711
Ford	Estados Unidos	59,257	38,132	41,735	42,690	49,242	231,056
Total	271,244	188,388	169,035	207,807	233,293	1,069,767	
Nissan	Japón	269,558	195,214	204,569	169,787	242,044	1,081,172
Toyota	Japón	105,663	76,577	91,145	98,087	106,794	478,266
Mazda	Japón	60,081	46,117	46,901	48,275	76,017	277,391
Honda	Japón	74,796	48,996	43,790	39,960	38,911	246,453
Suzuki	Japón	31,211	25,975	33,044	40,366	37,372	167,968
Mitsubishi	Japón	15,738	10,447	17,872	19,622	19,183	82,862
Subaru	Japón	1,287	1,444	2,119	2,258	4,001	11,109
Total	558,334	404,770	439,440	418,355	524,322	2,345,221	

Fuente: Elaboración propia con base en los datos de INEGI (2024).

Con respecto a la participación de mercado que representan las marcas chinas dentro de la industria, su volumen aún no está en los mismos niveles que las ya consolidadas por mucho tiempo

como las marcas europeas, de Estados Unidos de Norteamérica y de Japón, si bien actualmente, dominan los primeros lugares de la participación de mercado en México, su desempeño no muestra una tasa de crecimiento importante, siendo que en algunos casos las marcas que representan a los segmentos de lujo no han podido retomar los niveles de ventas previos a la pandemia, por lo que pueden llegar a correr el riesgo de perder dicha participación con las marcas orientales emergentes (véase tabla 4).

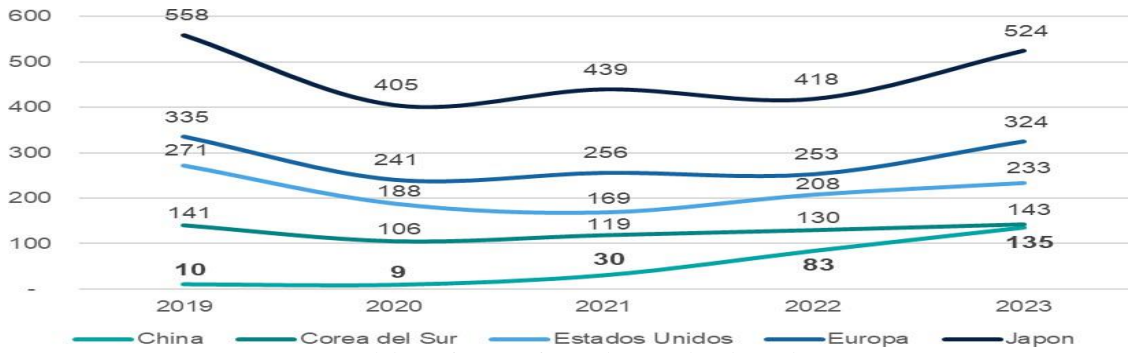
Tabla 4. Cantidad y participación de vehiculos vendidos por país-región. Adaptado de [26]

Pais -Región	2019	% 2019	2020	% 2020	2021	% 2021	2022	% 2022	2023	% 2023
China	10,330	0.8%	9,011	0.9%	29,936	3.0%	83,496	7.6%	134,655	9.9%
Corea del Sur	141,146	10.7%	105,851	11.2%	119,249	11.8%	130,497	11.9%	143,247	10.5%
Estados Unidos	271,244	20.6%	188,388	19.8%	169,035	16.7%	207,807	19.0%	233,293	17.2%
Europa	334,939	25.5%	241,079	25.4%	256,030	25.3%	252,988	23.1%	324,448	23.9%
Japón	558,334	42.4%	404,770	42.6%	439,440	43.4%	418,355	38.3%	524,322	38.6%
Total, general	1,315,993		949,099		1,013,690		1,093,143		1,359,965	

Fuente: Elaboración propia con base en los datos de INEGI (2024).

En el caso de la propuesta China, esta se ha caracterizado por contar con una amplia gama de marcas, vehículos y que, aunque comenzó su arribo comenzó en 2018 con la llegada de JAC, las ventas de todas las marcas del país oriental no han hecho más que crecer, véase figura 3

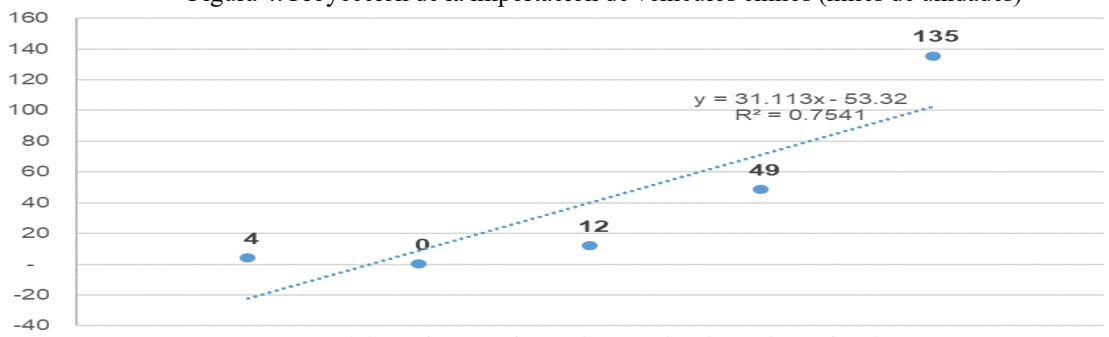
Figura 3. Evolución de la venta de vehiculos por país-región (miles de unidades).



Fuente: Elaboración propia con base en los datos de INEGI (2024).

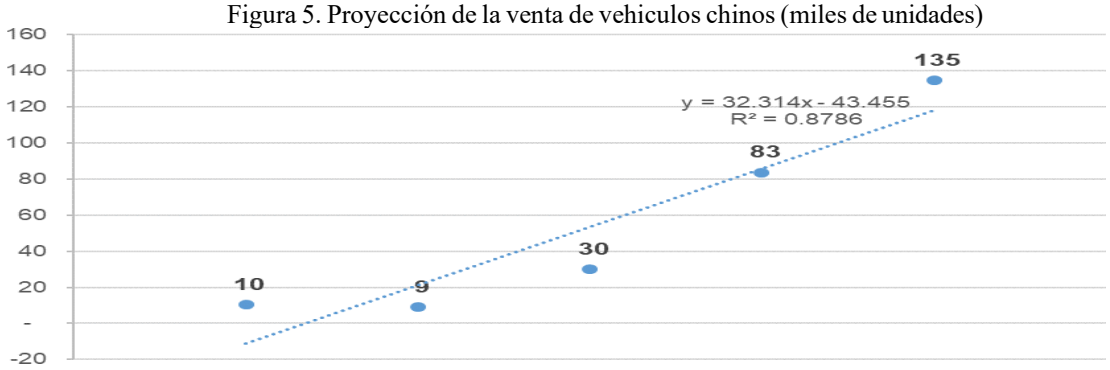
Finalmente, en la hipótesis 4 tomando en cuenta las importaciones, véase figura 4, y las ventas, véase figura 5 se estableció, por medio de un modelo de regresión lineal, la tendencia en torno a estas dos variables durante los próximos 5 años.

Figura 4. Proyección de la importación de vehiculos chinos (miles de unidades)



Fuente; Elaboración propia con base en los datos de Veritrade (2024)

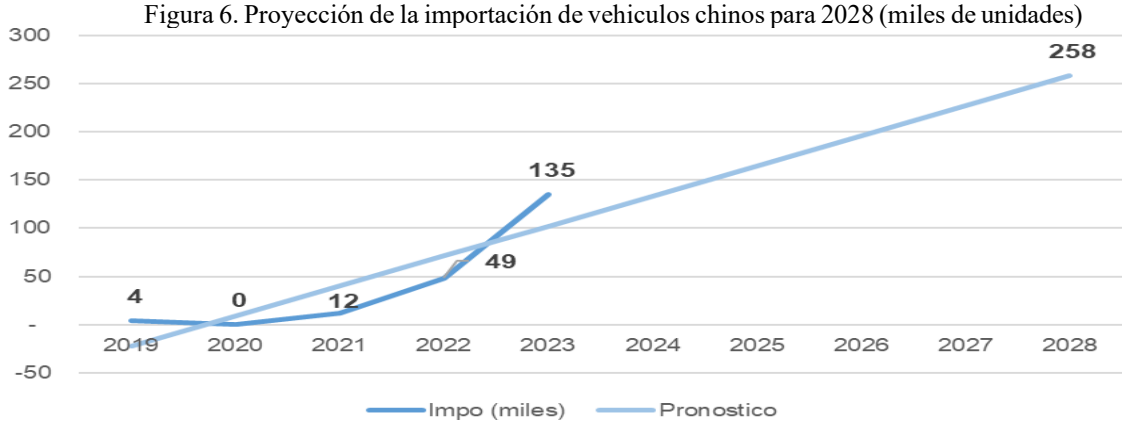
Figura 5. Proyección de la venta de vehiculos chinos (miles de unidades)



Fuente; Elaboración propia con base en los datos de Veritrade (2024)

Es importante determinar que durante los próximos años el número de unidades importadas provenientes de marcas chinas pudiera estarse duplicando hasta llegar a las 258,000 unidades anuales, esto representaría una tasa de crecimiento del 122% del 2024 al 2028. Lo que a su vez pudiera posicionarlo dentro de los 4 países por marca con mayor número de importaciones a México, véase figura 6.

Figura 6. Proyección de la importación de vehiculos chinos para 2028 (miles de unidades)

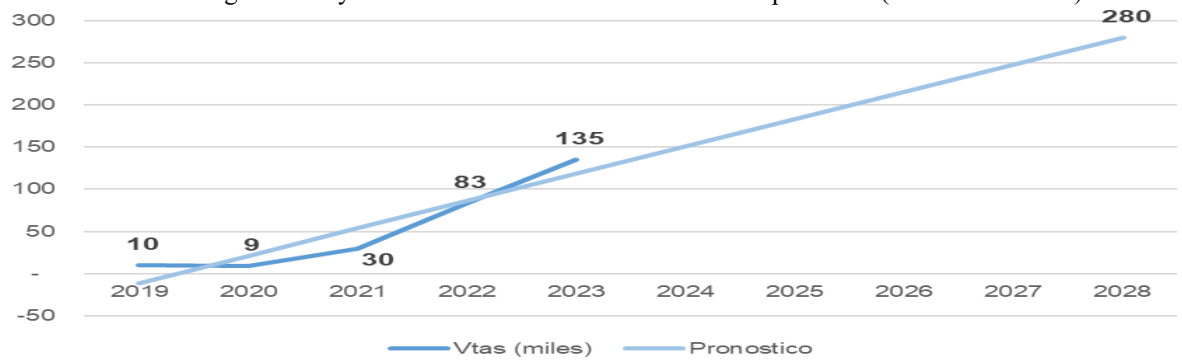


Fuente; Elaboración propia con base en los datos de Veritrade (2024)

Por otro lado, la misma tendencia se puede apreciar con respecto al volumen de ventas que desde del 2019 al 2023, en promedio, generaba ventas por 53,000 unidades para el 2028 estimaría estar cerrando

ese año en 280,000 unidades vendidas, esto implicaría una tasa promedio de crecimiento cercana al 114% en sus niveles de ventas, véase tabla 7

Figura 7. Proyección de las ventas de vehiculos chinos para 2028 (miles de unidades)



Fuente; Elaboración propia con base en los datos de Veritrade (2024)

4 TRABAJO A FUTURO

Es relevante expandir la investigación para predecir el establecimiento de ensambladoras chinas en territorio mexicano, estrategia que reduciría los costos de producción de los vehículos, para tener una mejor posición en el mercado de nuestro país, e incluso con amplias probabilidades hacia el mercado de los Estados Unidos de América y Canadá bajo el amparo del Tratado del Libre Comercio conocido como T-MEC.

5 CONCLUSIONES

A lo largo de este análisis se mostró el comportamiento del sector automotriz, de acuerdo con la relación comercial que actualmente se desarrolla entre México y China. Una vinculo que puede significar una gran oportunidad para ambas naciones. Para México, la oportunidad de obtener transferencias de tecnologías y conocimiento que les permitan innovar y ofrecer una propuesta de mayor valor a todo el mundo con el objetivo de mejorar la competitividad. Para China llevar su oferta de valor a un nuevo nivel, evolucionar la calidad en la mano de obra de sus vehículos para poderlos vender no solo a México sino a toda Norteamérica y con ello poderse consolidar como uno de los tres países más importantes en cuanto a la industria automotriz se refiere.

REFERENCIAS

Álvarez Medina, L., y Sepúlveda Reyes, E. (2022). Reformas económicas, inversión extranjera directa y cambios en la estructura de la industria automotriz china (1980-2004). *Universidad Nacional Autónoma de México.*

Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores (2023), Mercado Interno Automotor de Vehículos Ligeros. *Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores.*

Baker, M., y Hyvonen, M. (2011). The Emergence of the Chinese Automobile Sector. *Reserve Bank of Australia.*

Carbajal, B. (2024). *IED de China a México supera por al menos 10 veces el registro oficial.* [Online]. Recuperado de https://www.jornada.com.mx/noticia/2024/03/10/economia/ied-de-china-a-mexico-supera-por-al-menos-10-veces-el-registro-oficial-4402

Chuanming, Z. (2020). La relación entre China y México mostrará nuevos puntos brillantes en el futuro. *Bancomext.*

Dussel Peters, E. (2020). México y China: condiciones y retos en el comercio en el corto, mediano y largo plazo. *Bancomext.*

Gachúz, J.C., y Montes, M.P. (2020). La industria automotriz en México y China: Oportunidades de complementariedad. *Universidad de Chile.*

Gonzales, L. (2024). *China afianza liderazgo como proveedor de autos a México.* [Online]. Recuperado de https://www.eleconomista.com.mx/empresas/China-afianza-liderazgo-como-proveedor-de-autos-a- Mexico-20240102-0093.html

Hernández del Arco, L. (2022). *¿Cuánto y por qué han subido de precio los autos nuevos en México en los últimos seis años?* [Online]. Recuperado de https://mexico.as.com/motor/cuanto-y-por-que-han-subido-de- precio-los-autos-nuevos-en-mexico-en-los-ultimos-seis-anos-n/

INEGI (2024). Registro administrativo de la industria automotriz de vehículos ligeros. Recuperado de https://www.inegi.org.mx/datosprimarios/iavl/

Kaltenecker, E. (2020). Globalización 2.0 y las opciones para México. *Bancomext.*
Lou, J. (2022). The Impact of Government Policies on Industrial Evolution: The Case of China´s Automotive Industry. *Massachusetts Institute of Technology.*

McDonald, T. (2020). *Cómo se frustró el gran negocio del Grupo Hormiga, el coloso del millonario chino Jack Ma*. [Online] Recuperado de https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-54894892#:~:text=Cuando%20la%20Oferta%20P%C3%BAblica%20de,digitales%20podr%C3%ADan%20haber%20sido%20un.

Miranda Arroyo, J.C. (2020). *¿A dónde va el Reformismo Educativo en México?* [Online]. Recuperado de https://www.sdpnoticias.com/columnas/a-donde-va-el-reformismo-educativo-en-mexico.html
Navarrete, F. (2023). *Industria automotriz aportará 6% del PIB por autos eléctricos.* [Online]. Recuperado de https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/2023/07/25/industria-automotriz-aportara-6-del-pib-por- autos-electricos/

Ortiz, D., y Córdova, C. (2020). Modelos de transferencia de tecnología: La experiencia china. *Bancomext.* Redacción (2022). *KIA da 'banderazo' de salida a venta en México.* [Online]. Recuperado de https://www.elfinanciero.com.mx/empresas/kia-da-banderazo-de-salida-a-venta-en-mexico/

Redacción (2023). *Estos son los principales grupos automovilísticos del mundo* [Online]. Recuperado de https://elcomercio.pe/ruedas-tuercas/automotriz/estos-son-los-principales-grupos-automovilisticos-del-mundo-el-grupo-volkswagen-controla-ocho-marcas-peru-mexico-espana-estados-unidos- noticia/

Regalado-Pezúa, O., y Zapata, G.A. (2022). Estrategias de internacionalización de empresas chinas: casos de la industria automotriz en el mercado sudamericano. *Revista Académica & Negocios*.

Resiale Viano, J.M. (2019). La Industria Automotriz China en el Nuevo Siglo: Consolidación Local y Expansión hacia Nuevos Mercado. *Centro de Investigaciones Maria Saleme de Burnichon, Córdoba.*

Reyes Zúñiga, M. (2020). Foro CELAC-China: oportunidades y retos para México en diversos ámbitos de cooperación. *Bancomext.*

Rodriguez, I. (2024). *El precio de los autos sube 4%, Stellantis supera a Kia y marcas chinas aceleran.* [Online]. Recuperado de https://expansion.mx/empresas/2024/01/04/ventas-de-autos-en-mexico- 2023

Swanson, A., y Romero, S. (2024). *For First Time in Two Decades, U.S. Buys More From Mexico Than China.* [Online]. Recuperado de https://www.nytimes.com/2024/02/07/business/economy/united- states-china-mexico-trade.html

Valdés Lakowsky, V. (2024). *Mexico y China, Del galeon de Manila al primer tratado 1899.* [Online] Recuperado de https://moderna.historicas.unam.mx/index.php/ehm/article/view/69005/68931

Veritrade (2024). *Información de comercio exterior de latinoamérica y el mundo*. Recuperado de https://www.veritradecorp.com/

Villaman, D. (2024). *Burbuja automotriz estalla: automóviles reducen su precio.* [Online]. Recuperado de https://revistaespejo.com/2024/02/14/burbuja-automotriz-estalla-automoviles-reducen-su-precio/