

El proceso de internacionalización de las automotrices chinas en Argentina (2008-2019)

José María Resiale Viano

CIECS- CONICET y Universidad Nacional de Córdoba

jose.resiale@unc.edu.ar

Resumen

A inicios del siglo XXI las empresas automotrices de la República Popular China comenzaron a ganar presencia en el extranjero mediante las exportaciones de vehículos y la inversión extranjera directa (IED), en un contexto marcado por el ingreso de China a la Organización Mundial de Comercio (OMC) y el lanzamiento de la *Go Global Strategy*.

En el presente trabajo pretendemos profundizar el estudio sobre el proceso de expansión internacional de las automotrices chinas a partir de un estudio de caso centrado en la República Argentina. En este sentido, el objetivo de nuestro examen es el de analizar, desde una perspectiva histórica, cómo se ha desarrollado el proceso de internacionalización de las automotrices chinas en Argentina entre 2008 y 2019; es decir, desde el ingreso regular de los primeros vehículos de marcas chinas al mercado argentino, hasta el último año antes de que la pandemia de Covid-19 trastocara las estructuras productivas y comerciales a nivel mundial.

Para cumplir con nuestro objetivo, tomaremos como puntos de análisis el modo de ingreso de las compañías automotrices chinas a la Argentina, y las actividades comerciales y de inversión desarrolladas por las mencionadas firmas en el mercado argentino. A tal fin, recurrimos a información estadística publicada por la American Enterprise Institute (China Global Investment Tracker), SIOMAA S.A (Reportes de patentamientos) y la Red Académica de América Latina y el Caribe sobre China (Monitor de la OFDI). Además, trabajamos con sitios web de las empresas automotrices, prensa y fuentes secundarias.

Palabras clave: Industria automotriz china; República Popular China; Argentina; Internacionalización de empresas

Introducción

A inicios del siglo XXI las empresas automotrices de la República Popular China comenzaron a ganar presencia en el extranjero mediante las exportaciones de vehículos y de la inversión extranjera directa (IED), en un contexto marcado por el ingreso de China a la Organización Mundial de Comercio (OMC) y el lanzamiento de la *Go Global Strategy*.¹

En este proceso de internacionalización, las automotrices extendieron sus actividades por todo el mundo, siendo Europa Occidental y Asia los espacios que concentraron un mayor volumen de las inversiones (Resiale Viano, 2021). En menor medida, Sudamérica también recibió el impacto de la salida al exterior de las compañías chinas, y esta circunstancia acaparó la atención de algunos académicos latinoamericanos con respecto al desarrollo automotriz del país oriental y sus implicancias para América Latina (Kamiya y Ramírez, 2004; Cordeiro Pires *et. al.*, 2015; Ragalado-Pezúa y Zapata, 2019); sin embargo, no se avanzó más allá de investigaciones generales sobre dicho fenómeno. En este sentido, en el presente trabajo pretendemos profundizar en los estudios referidos a la expansión internacional de las automotrices chinas a partir de un estudio de caso, que se centrará en la República Argentina. Creemos que recuperar las diferentes experiencias nacionales, a partir del estudio de casos, es un paso necesario que nos permitirá reconocer particularidades sobre la internacionalización de las compañías chinas en el MERCOSUR y para que, de este modo, posteriormente, podamos obtener conclusiones transversales a las diferentes economías nacionales que componen el foro.

El objetivo de nuestro examen es el de analizar desde una perspectiva histórica cómo se ha desarrollado el proceso de internacionalización de las automotrices chinas en Argentina entre 2008 y 2019; es decir, desde el ingreso regular de los primeros vehículos de marcas chinas al mercado argentino, hasta el último año antes de que la pandemia de Covid-19 trastocara las estructuras productivas y comerciales a nivel mundial.

Para cumplir con nuestro objetivo, tomaremos como punto de análisis a las actividades comerciales y de inversión, en cuanto constituyen diferentes fases del proceso de internacionalización de una empresa de acuerdo al modelo Uppsala (también denominado Escuela Nórdica) (Johanson y Wiedersheim-Paul, 1975; Johanson y Vahlne, 1977).² De este modo, con fines prácticos, procuramos

¹ La *Go Global Strategy* se lanzó bajo el liderazgo de Jiang Zemin, y pretendía estimular las inversiones de las empresas chinas en el exterior. Esta política atravesó por diferentes etapas desde su formulación: en un primer momento, se instó a las compañías a establecer redes de ventas en el extranjero; en una segunda etapa –liderazgo de Hu Jintao–, cobró preponderancia la internacionalización de las empresas estatales (EPE) ligadas a la explotación de recursos estratégicos; en la tercera etapa –transición entre Hu y Xi Jinping–, se incorporaron las empresas privadas; en la cuarta etapa –liderazgo de Xi–, se pretende reforzar la participación de las empresas chinas en diferentes sectores de la economía y mejorar sus posiciones en las cadenas globales de valor (SCPRC, 2016).

² El modelo Uppsala sostiene que el proceso de internacionalización de las empresas se realiza mediante una serie de fases sucesivas, las cuales están atravesadas por dos factores: el conocimiento adquirido y el grado de compromiso. En otras palabras, se puede decir que una empresa se compromete cada vez más con un determinado mercado extranjero a medida que va adquiriendo cada vez más conocimiento sobre ese mercado. En este sentido, el modelo identificó cuatro etapas

organizar el trabajo partiendo de los postulados del modelo Uppsala, pero de ninguna manera pretendemos explicar el proceso de internacionalización de las automotrices chinas en Argentina ajustando la evidencia empírica al modelo teórico. En ese sentido, existen suficientes antecedentes (Peng, 2012; Quer *et. al.*, 2012; Ramamurti y Hillemann, 2017) que demuestran que la dinámica de las compañías chinas en el exterior no siempre se ajustó al desempeño de las empresas occidentales en base a las cuales se construyó el mencionado modelo (especialmente, las compañías suecas); y, recientemente, algunos referentes de la Escuela Nórdica han sostenido que debería hablarse más bien de paradigma antes que de modelo, ya que el “modelo” Uppsala sería más un enfoque de un problema de investigación antes que un modelo teórico (Vahlne, 2020: 245).

Para el análisis de la comercialización de los vehículos de marcas chinas en el mercado argentino para el período 2015-2019, trabajamos a partir de la información estadística proporcionada por el Sistema de Información Online del Mercado Automotor de Argentina (SIOMAA S.A.).³ Para los datos correspondientes con el período 2009-2014, debimos recurrir a fuentes secundarias (publicaciones periódicas del sitio web especializado en la industria automotriz, Argentina-Autoblog), ante la imposibilidad de obtenerlos de la fuente mencionada anteriormente.⁴

En cuanto al estudio de las inversiones, por una parte, obtuvimos información estadística proporcionada por la American Enterprise Institute (AEI), a través de su publicación en línea de “*China Global Investment Tracker*” (CGIT).⁵ Por otra parte, para complementar la información ofrecida por CGIT, también recurrimos a datos estadísticos ofrecidos por la Red Académica de América Latina y el Caribe sobre China (Red ALC-China) mediante la publicación del “Monitor de la OFDI”. Además de las fuentes señaladas, también hemos consultado sitios web de las empresas automotrices y prensa.

En función de lo expuesto, el trabajo se estructura de la siguiente manera: en primer lugar, analizamos el comercio de vehículos de marcas chinas en la Argentina; en segundo término, consideramos las actividades de inversión de las compañías orientales; en tercer lugar, exploramos cómo se materializó el ingreso de esas compañías al país sudamericano; y para concluir, exponemos algunos comentarios finales.

progresivas en el proceso de internacionalización: actividades irregulares de exportación; exportaciones mediante representantes independientes; establecimiento de subsidiarias de venta, establecimiento de plantas de producción.

³ Siomaa recaba y gestiona información estadística diversa sobre el mercado automotriz de Argentina, y proporciona dicha información a la Asociación de Concesionarias de Automotores de la República Argentina -ACARA-.

⁴ El sitio “Argentina Autoblog” fue adquirido en 2021 por Motorsport Network, constituyendo ahora parte de su plataforma web “Motor1.com”.

⁵ CGIT ofrece datos referidos al valor de la inversión, el sector económico receptor de los capitales y el modo de ingreso de esas inversiones –*Greenfield* y/o Fusiones y adquisiciones (M&A)-; no obstante, sólo registra operaciones iguales y/o superiores a 100 millones de dólares, a partir del año 2005.

Internacionalización a través del comercio⁶

Los primeros pasos de las automotrices chinas en Argentina fueron realizados mediante la importación y comercialización de vehículos a través de representantes locales. Si bien hacia finales del siglo XX arribaron a la Argentina los primeros automóviles de empresas chinas (bajo la marca Yuejin, por entonces propiedad de Nanjing Automobile Corporation -NAC-), su incursión en el mercado argentino no tuvo éxito y las importaciones se interrumpieron.⁷ (Clarín, 13-04-1998) Fue recién a partir de 2008, con el ingreso de Chery, que las automotrices chinas comercializaron sus vehículos de manera regular en el territorio argentino.

La llegada de Chery a la Argentina se produjo a través de la conformación de una *joint venture*, Chery-Socma, entre la empresa china y la firma local, Grupo Socma, en 2007.⁸ El objetivo de Chery-Socma consistía en ensamblar vehículos de la marca china en Uruguay, en la planta que Socma poseía en la ciudad de Carrasco, y desde allí se pretendía abastecer al mercado argentino (Chery Argentina, 2021).⁹ Sin embargo, el establecimiento de ensamblado de Chery-Socma en Uruguay cerró sus puertas en 2015, mientras que la firma china había inaugurado una nueva planta en Brasil en 2014. De todos modos, Socma continuó representando a Chery en la Argentina y comercializando sus vehículos (importados) en el mercado local.

Durante el segundo gobierno de Cristina Fernández (2011-2015), además de Chery, se incorporaron otras tres marcas chinas al mercado argentino: DongFeng Motors (DFM) en 2012, Jiangling Motors Corporation (JMC) en 2014, y Lifan en 2015.¹⁰ A diferencia de Chery, que ofrecía vehículos sedan y utilitarios deportivos (SUV),¹¹ Lifan se concentró en el segmento de SUV y vehículos comerciales (furgones y furgonetas),¹² mientras que DFM y JMC sólo se dedicaron a la comercialización de vehículos comerciales (camiones).

⁶ En este punto se analizará el comercio de los vehículos de marcas chinas en el mercado argentino, y no debe confundirse con el comercio de vehículos fabricados en China; en este sentido, no todos los vehículos de marcas chinas vendidos en Argentina fueron fabricados en el país oriental, y algunos vehículos fabricados en la República Popular que se comercializaban en Argentina no pertenecían a una marca china, como es el caso de la Ford Territory

⁷ Actualmente, Yuejin pertenece a Shanghai Automotive Industry Corporation (SAIC), luego de que NAC se convirtiera en subsidiaria de la empresa con sede en Shanghai.

⁸ Socma fue creada en 1976 por el empresario Franco Macri, padre del ex presidente argentino, Mauricio Macri. Desde sus inicios, Socma pretendió diversificar sus actividades y, en ese marco, ingresó al mercado automotriz con la adquisición de Sevel, en 1982. (Gaggero, A. y Perez-Almansi, B., 2020)

⁹ De esta planta salieron hacia el mercado argentino el modelo *Tiggo* y, en 2010, el *Face*, mientras que el modelo *QQ* se continuaba importando desde China (Chery Argentina, 2021).














¹⁰ DFM es una empresa estatal con sede en Shiyan (Hubei), fundada en 1969 como Second Auto Works (SAW), y desde 1992 se denomina Dongfeng. JMC es una firma creada en 1947, pero recién en 1968 produjo el primer automóvil. Tiene sede en la ciudad de Nanchang (Jiangxi). Lifan es una compañía privada fundada en 1992, y su casa matriz se encuentra en la ciudad de Chongqing.

¹¹ En la industria automotriz es de uso corriente la sigla SUV (del inglés *Sport Utility Vehicle*) para hacer referencia a los vehículos utilitarios deportivos.

¹² El Anexo A del Decreto Reglamentario 32/2018 emitido por el Poder Ejecutivo Nacional de Argentina distingue entre: Furgoneta (categoría N, estructura de monocasco, cabina simple o doble, con capacidad para 2 a 5 personas con caja cubierta

El cambio de gobierno producido en diciembre de 2015, con la llegada de Mauricio Macri a la Casa Rosada, implicó la apertura del mercado argentino para el arribo de nuevas automotrices chinas: Geely, Great Wall Motor (GWM), Beiqi Foton Motor (Foton), Beijing Automotive Industry Corporation (BAIC), Anhui Jianghuai Automobile Company (JAC), Brilliance Shineray Automobile Company (Shineray), Changan, DongFeng Motor-Sokon Motor (DFSK), y First Automobile Works (FAW).¹³ De esta manera, durante el gobierno de Macri (2015-2019) se triplicó la presencia de las automotrices chinas en el mercado argentino, contabilizándose para finales de su mandato (diciembre de 2019) un total de 13 marcas. (Gráfico 1). Estas empresas recién llegadas se centraron en la comercialización de SUV, furgones y furgonetas; además, a diferencia de las compañías preexistentes, algunas de estas firmas (GWM, Foton) también incursionaron en el segmento de las *pick ups*. De este modo, para 2019, existía un modelo chino para prácticamente todos los tipos de vehículos comercializados en Argentina.

Gráfico 1: Año de ingreso y permanencia de las marcas chinas de vehículos en el mercado argentino. Elaboración propia. Fuente: Siomaa, 2016; 2017; 2018; 2019; 2020. Argentina Autoblog, 5-1-2009; 5-1-2010; 4-1-2011; 6-1-2011; 4-1-2012; 5-1-2012; 2-1-2013; 3-1-2013; 3-1-2014; 6-1-2014; 3-1-2015; 21-1-2015.

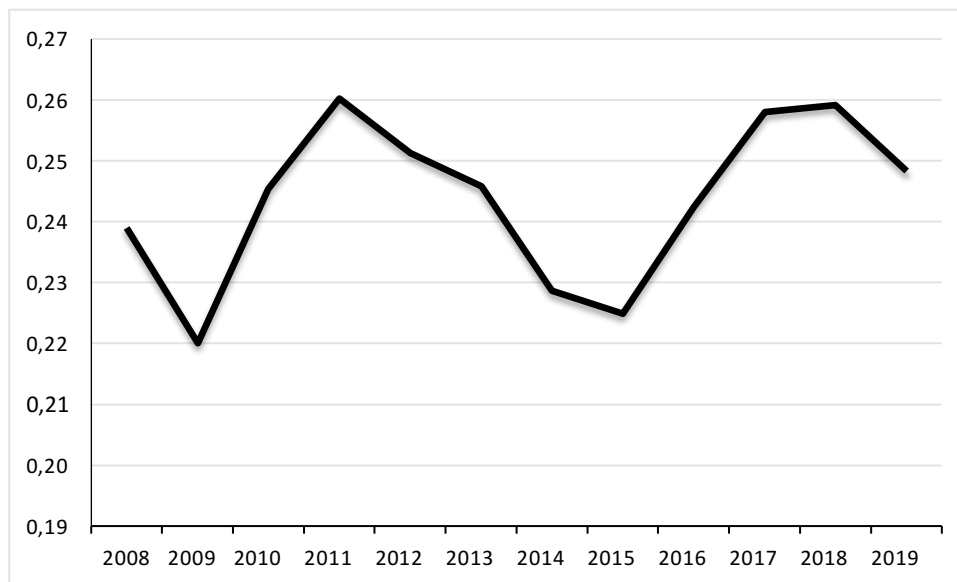
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
 Chery													
 DFM													
 JMC													
 Lifan													
 Geely													
 GWM													
 Foton													
 BAIC													
 JAC													
 Shineray													
 Changan													
 DFSK													
 FAW													

o descubierta); y Furgón (categoría N1/N2, estructura monocasco o chasis con carrocería, cabina integrada, con capacidad para 2 a 5 personas, y caja cerrada)

¹³ Geely es una empresa privada con sede en Hangzhou (Zhejiang), fundada en 1984, pero recién en 1997 ingresó a la industria automotriz. GWM es una empresa privada con sede en Baoding (Hebei), fundada en 1990. Foton tiene sede en Beijing, fue fundada en 1996, y actualmente es una firma subsidiaria de BAIC. BAIC es una empresa estatal con sede en Beijing, fundada en 1958. JAC es una empresa estatal con sede en Hefei (Anhui), fundada en 1964. Shineray es una JV conformada entre Grupo Brilliance Auto y Chongqing Eastern Shineray Holdings en 2012, con sede en Chongqing. Changan es una empresa estatal con sede en Chongqing fundada en 1862, pero ingresó a la industria automotriz en 1959. DFSK es una JV conformada entre DFM y Sokon Motor en 2003, y tiene sede en Chongqing. FAW es una empresa estatal con sede en Changchun (Jilin) fundada en 1953.

La llegada masiva de nuevas marcas chinas al mercado argentino iniciada en 2016 se produjo en consonancia con la política aperturista del nuevo gobierno nacional conformado en diciembre de 2015; en este sentido, durante los años de Macri, el coeficiente de apertura externa (CAE) de la economía argentina pasó de 0,22 en 2015 a 0,26 en 2018.¹⁴ (Gráfico 2)

Gráfico 2: Coeficiente de apertura externa de la economía argentina, 2008-2019. Elaboración propia. Fuente: Banco Mundial



Si bien, como mencionamos arriba, para 2019 era significativa la diversidad de empresas chinas que comercializaban sus vehículos en la Argentina, el volumen de ventas alcanzado en su conjunto por los vehículos chinos todavía ocupaba un lugar marginal, con respecto a las ventas totales de vehículos de todas las marcas.¹⁵ Si embargo, es posible percibir que, en doce años, la participación de los vehículos chinos en el total de vehículos patentados por año en el mercado argentino pasó de representar el 0,05 por ciento en 2008 a poco más del 1 por ciento entre 2017 y 2019; en otros términos, podríamos decir que, lentamente, los vehículos chinos fueron encontrando un lugar en el mercado argentino. (Tabla 1)

¹⁴ El Coeficiente se obtiene considerando la suma de exportaciones e importaciones como porcentaje del PBI; de este modo, se obtiene un resultado entre 0 y 1, en donde 0 significa que una economía no realiza actividades de comercio exterior, y 1 implica que determinada economía importa todo lo que consume y exporta todo lo que produce.

¹⁵ En este artículo entendemos por “vehículos chinos” a los vehículos comercializados bajo la marca de una automotriz china, y no de acuerdo al origen de su fabricación.

Tabla 1: Patentamiento de vehículos de marcas chinas en el mercado argentino, 2008-2019.

Año	Patentamientos (cant. de unidades)	Var. Interanual (%)	Participación en el mercado (%)
2008	319		0,05
2009	1.263	295,92	0,25
2010	2.494	97,47	0,38
2011	4.614	85,00	0,54
2012	6.251	35,48	0,74
2013	7.960	27,34	0,83
2014	3.863	-51,47	0,56
2015	5.046	30,62	0,78
2016	4.308	-14,63	0,61
2017	9.013	109,22	1
2018	10.720	18,94	1,34
2019	4.602	-57,07	1

Elab. Propia. Fuente: Siomaa, Op. cit.; Argentina Autoblog, op. cit.

Es importante agregar que todos los vehículos chinos que se comercializaron en el mercado argentino durante el período en estudio fueron importados y, como se verá en el apartado siguiente, aún no se fabrican ni ensamblan vehículos chinos en el país sudamericano.

Como se muestra en la Tabla 2, el ingreso al mercado argentino de los diferentes tipos de vehículos 0km de diversas marcas chinas se realizó de manera muy competitiva en cuanto al precio de venta, comparado con vehículos del mismo tipo de otras automotrices no chinas. En esta línea, podemos considerar algunos ejemplos: el modelo QQ de Chery, importado desde Uruguay, se presentó entre 2011 y 2013 como el más económico frente a otros vehículos sedan de los segmentos A/B, que también eran importados (por ejemplo, el Fiat Uno desde Brasil, y el Chevrolet Spark desde Corea del Sur y la India); en 2011-2012, el modelo Tiggo 2 de Chery se comercializaba por debajo del precio de la Ford EcoSport (importada desde Brasil); entre 2017 y 2019, los modelos Emgrand 7 GS de Geely y el Arrizo 5 de Chery, se vendían por precios marcadamente inferiores a otros sedanes del segmento C, como el Volkswagen Vento y el Nissan Sentra (importados desde México), y el Toyota Corolla (importado desde Brasil). Asimismo, el modelo Foison Cargo de Lifan se mantuvo competitivo frente a la Fiat Fiorino, importada desde Brasil.

Tabla 2: Precio de venta de vehículos 0km, en pesos (ARS)

Marca	Modelo	Mes/Año			Tipo
		Dic. 2011	Dic. 2012	Dic. 2013	
Chery	QQ 1.1 Light	46.000	53.500	63000	
Suzuki	Fun	50.000	-		Sedan
Kia	Picanto	56.000	68.000		Seg. A-B
Fiat	Uno Fire	47.700	57.000	66300	
Chevrolet	Spark	79.300	87.800		
		Dic. 2017	Nov. 2018	Dic. 2019	
Chery	Arrizo 5	-	724.000	1.140.000	
Geely	Emgrand 7 GS	364.000	500.000	-	Sedan
Chevrolet	Cruze	447.000	894.000	1.550.000	Seg. C
Volkswagen	Vento	481.000	836.000	1.455.000	
Nissan	Sentra	397.000	601.000	1.260.000	
Toyota	Corolla	520.000	826.000	1.647.000	
		Dic. 2011	Dic. 2012		
Chery	Tiggo 2	93.500	106.500		SUV
Ford	Ecosport	96.800	131.600		
		Nov. 2016	Nov. 2017	Nov. 2018	
Lifan	Foison Cargo	254.000	281.000	529.000	Furgón
Fiat	Fiorino furgón	244.000	294.000	560.000	chico
Renault	Kangoo	289.000	334.000	352.000	
Peugeot	Partner Presence	225.000	262.000	308.000	

Elaboración propia. Fuente: Infoauto, 2022.

De este modo, los vehículos chinos, indistintamente de la marca y el tipo, parecen sostener durante todo el período su competitividad a nivel de precios frente a otros vehículos importados. Sin embargo, la situación fue diferente a la hora de competir contra la producción local. Por ejemplo, entre 2016 y 2018, el modelo Foison Cargo perdió competitividad ante la Kangoo, fabricada en la planta de Renault de Santa Isabel (Córdoba), y frente a la Partner de Peugeot, producida en la planta de El Palomar (Buenos Aires).

El comportamiento de las automotrices chinas delineado hasta aquí no constituye una novedad, sino que es el mismo camino que siguieron otras automotrices orientales cuando comenzaron a penetrar en el mercado argentino. En este sentido, Nissan comercializó sus vehículos en Argentina a través de Renault Argentina S.A. -que también se encargaba de importarlos- entre 1980 y 2011, y recién a partir de enero de 2012 Nissan Argentina S.A. asumió la representación comercial. (Nissan Argentina S.A.,

s.f.)¹⁶ Otro ejemplo es el caso de la coreana Kia, cuyos productos son importados y comercializados a través del Grupo SK Bergé desde 2001 (siete años antes de la llegada de los vehículos Chery), cuando la marca coreana comenzó su expansión por Sudamérica. (Kia Argentina, s.f.).¹⁷

De acuerdo a lo revisado hasta aquí, el arribo de las automotrices chinas a la Argentina, a través de las exportaciones regulares de vehículos mediante representantes locales, parece enmarcarse en los comportamientos tradicionales de las compañías que comienzan a operar por primera vez en nuevos mercados. De este modo, la fase de exportaciones mediante representantes independientes identificada por el modelo Uppsala parece ser consistente con el comportamiento demostrado por las automotrices chinas en Argentina. No obstante, como veremos en el apartado siguiente, este comportamiento no puede atribuirse a todas las automotrices chinas que arribaron a la Argentina.

Internacionalización mediante inversiones

Si consideramos los postulados del modelo Uppsala con respecto a la internacionalización de las empresas, las compañías comenzarían a invertir en el exterior una vez que acumularon información y experiencia suficiente sobre el mercado que receptorá sus capitales, mediante las actividades de exportación de su producción, de las relaciones establecidas con socios locales, y del establecimiento de una oficina de representación de ventas bajo su control. En este sentido, y de acuerdo a lo expuesto en el apartado anterior, las condiciones aún no se habrían establecido para que las automotrices chinas hubieran invertido en la Argentina, porque todavía no tomaron el control directo de sus actividades comerciales a través del establecimiento de una subsidiaria de venta y, en el mejor de los casos, para 2019 solo tres compañías llevaban cinco o más años con presencia en el mercado argentino; sin embargo, la situación es más compleja. Como se verá a continuación, por una parte, se realizaron anuncios de inversión desde las compañías que presentaban mayor antigüedad en el mercado argentino, pero esos proyectos se diluyeron. Por otro lado, las inversiones realizadas hasta el momento fueron ejecutadas por una empresa sin presencia en el mercado automotriz de Argentina, contradiciendo así a las formulaciones teóricas arriba mencionadas.

Las inversiones de las automotrices chinas concretadas en Argentina durante el período 2001-2019 fueron muy limitadas, contabilizándose sólo una operación por 100 millones de dólares ejecutada

¹⁶ Renault se encuentra presente en Argentina desde 1959, cuando se asoció con Industrias Kaiser Argentina (IKA) para producir vehículos en la planta de Santa Isabel, en la provincia de Córdoba. Desde 1975 la denominación de la empresa es Renault Argentina S.A. (Renault Argentina S.A., s.f.). Además, es válido recordar que Renault y Nissan establecieron una alianza estratégica en 1999 (Alliance) y, en ese marco, la línea de producción de Nissan en la Argentina se instaló dentro de los límites de la planta que Renault posee en Córdoba.

¹⁷ SK Bergé cambió su denominación a Astaro en 2022.

por BYD, que aún no comercializa sus vehículos en Argentina.¹⁸ Por su parte, los anuncios de inversión que no se concretaron sumaron 800 millones de dólares, y están distribuidos entre dos empresas: Chery y DFM, de propiedad estatal. (Tabla 3).

Tabla 3: Inversiones anunciadas y concretadas por las empresas automotrices chinas en Argentina, 2001-2019.

Inversiones	Año	Empresa	Valor	Tipo	Lugar
			*		
Anunciadas	2008	Chery	500	Greenfield	No especificado
	2017	DFM	300	Greenfield	José C. Paz (Buenos Aires)
	Total 2001-2019		800		
Concretadas	2017	BYD	100	Greenfield	Buenos Aires
	Total 2001-2019		100		

*Millones de dólares

Elaboración Propia. Fuentes: AEI, 2022; Red ALC-China, 2021; Gobierno de Salta, 20 de junio de 2017; El Tribuno, 21 de junio de 2017; Municipalidad José C. Paz, 2017; Ámbito Financiero, 18 de abril de 2017.

Durante el período 2001-2019, el primer anuncio de inversión china para la constitución de una terminal automotriz en la Argentina llegó de la mano de Chery que, como vimos anteriormente, fue la primera empresa en colocar sus vehículos en el mercado argentino y comercializarlos con regularidad.¹⁹ En este sentido, Yu Baochen, responsable por entonces de Chery en la región, expresó en enero de 2008 que estaba en estudio el lanzamiento de un segundo modelo de vehículo -además del Tiggo que se ensamblaba en Uruguay- para ser exportado a todo el mundo, y que para eso instalarían “una segunda planta más grande, que muy probablemente esté en Argentina” (Himitian, 2008). En esta línea, Franco Macri, titular del Grupo Socma (representante de Chery en Argentina), anunció en julio de 2008 una inversión de 500 millones de dólares para la construcción de una planta de Chery, que estaría operativa para 2010 (La Nación, 11-07-2008). En 2011, Chery llegó a presentar ante el gobernador de Buenos Aires, Daniel Scioli, un proyecto para la instalación de una planta en Berazategui (Clarín, 22-07-2011); sin embargo, la operación nunca se concretó. Por el contrario, como se mencionó en el apartado anterior, Chery invirtió 400 millones de dólares para la construcción de una planta en Jacareí (Estado de São

¹⁸ BYD no comercializa vehículos particulares ni posee concesionarias en Argentina; no obstante, a mediados de 2019, 12 unidades del modelo de buses K9 de BYD fueron presentados por el gobernador mendocino, Alfredo Cornejo, como nuevos integrantes de la flota de colectivos del transporte público de la ciudad de Mendoza. (Gobierno de Mendoza, 2019; BYD, 2019)

¹⁹ Con anterioridad al período en estudio, ya se habían realizado otros anuncios de inversión que nunca se concretaron. En este sentido, en 1997 se había anunciado que una JV conformada entre una importadora local, Nakai, y la firma china Norinco, invertirían 375 millones de dólares para instalar una planta en Córdoba que produciría vehículos de marca Changan (Clarín, 18-05-1997; 5-09-1997). En 1998 también se había anunciado la inversión de 2 millones de dólares para la instalación de una planta ensambladora de vehículos Yuejin, en Mendoza (Clarín, 13-04-1998).

Paulo), que comenzó a funcionar en 2014, mientras que en 2015 cerró la planta que operaba en Uruguay.²⁰

El segundo anuncio de inversión fue realizado en 2017, y se corresponde con la firma DFM, cuyos vehículos llevaban ya cinco años en el mercado argentino. El anuncio fue realizado por el intendente del partido de José C. Paz, Mario Ishii, luego del acuerdo firmado entre el municipio y la compañía oriental (Parabrisas, 14-04-2017). Dicho anuncio comunicaba la inversión de 300 millones de dólares para construir una planta que fabricaría y ensamblaría vehículos eléctricos en el parque industrial de José C. Paz, y que generaría 500 empleos directos (Municipalidad de José C. Paz, 25-04-2017; Telam, 13-04-2017). Sin embargo, para 2019 el parque industrial no había sido creado y la inversión china no se concretó (Municipalidad de José C. Paz, 05-04-2019).

También en 2017 la empresa BYD firmó un acta de intención con el gobierno de la provincia de Salta para instalar una fábrica automotriz en el parque industrial de Güemes, que significaría una inversión de 100 millones de dólares. Se estipulaba que la planta produjera buses eléctricos, generando aproximadamente 600 empleos directos (Gobierno de Salta, 20-06-2017, 22-09-2017; El Tribuno, 21-06-2017; Cristófalo, 2017). Esta operación se realizaría en conjunto con la firma local CTS Auto, que había obtenido la autorización del gobierno nacional para instalar una nueva terminal automotriz en el país. En este sentido, CTS presentó el proyecto de la nueva terminal ante el Ministerio de Ambiente y Producción Sustentable del gobierno de Salta y, Stella Li, vicepresidenta de BYD, firmó la carta de intención ante el gobernador salteño Juan Manuel Urtubey (El Tribuno, 26-08-2017). De esta manera, la firma china se instalaría en cercanías a las fuentes de litio que existen en la provincia, recurso esencial para la elaboración de las baterías de los vehículos eléctricos. Sin embargo, a pesar del anuncio, la inversión no se materializó en el norte argentino.²¹

Al mismo tiempo que se desarrollaban las negociaciones para instalar una terminal en Salta, también surgió la posibilidad de que la planta que fabricaría buses BYD se estableciera en Córdoba, aprovechando la tradición automotriz y la mano de obra calificada que posee la provincia; no obstante, la ciudad mediterránea tampoco recibió la inversión.

Finalmente, BYD invirtió en Buenos Aires, distrito que era gobernado por María Eugenia Vidal, y que pertenecía al mismo espacio político que el presidente de la Nación; en este sentido, algunos

²⁰ En Brasil, en 2017, Chery se fusionó con Grupo Caoa, conformado así Caoa-Chery.

²¹ El anuncio de inversión se produjo en el marco del llamado a licitación de la empresa Sociedad Anónima de Transporte Automotor (SAETA), que prestaba el servicio de transporte público de pasajeros en la zona metropolitana de Salta, para incorporar 40 nuevos buses eléctricos. Tres empresas presentaron ofertas: BYD, Vía Bariloche y Colgás; no obstante, el proceso licitatorio se dilató por las acusaciones cruzadas entre las empresas con respecto a incumplimientos con los pliegos de condiciones, y terminó diluyéndose (Oieni, 2017, 6-08-2017b; SAETA, 1-08-2017; El Tribuno, 6-08-2017). Los enfrentamientos entre Vía Bariloche y CTS (representante de BYD en Argentina), ya se habían iniciado meses antes, cuando el Ministerio de Ambiente de la Nación había llamado a licitación para la adquisición de 50 buses, y el proceso licitatorio fue confuso, con acusaciones de favoritismo hacia una de las empresas de parte del ministerio de ambiente, generando sospechas de corrupción. (Delfino, 2017)

empresarios del sector automotriz especulaban con que la decisión de radicar allí la inversión se explicaba más por cuestiones de política nacional (Infonegocios, 19-01-2018), que por otros factores ligados estrictamente a la producción, como la cercanía a las fuentes de litio que ofrecía Salta, o la disponibilidad de mano de obra calificada de Córdoba. Las obras para la construcción de la nueva planta iniciaron en el parque industrial Ruta 6; sin embargo, el trabajo no ha concluido y, para finales de 2022, BYD no reconoce la existencia de bases industriales ni de oficinas comerciales en la Argentina. (BYD Global, s/d)

Las limitadas inversiones de las automotrices chinas en Argentina podrían explicarse, por una parte, y si seguimos las premisas del modelo Uppsala, argumentando que la presencia de las compañías chinas es demasiado reciente en el territorio argentino como para comprometerse mediante la inversión de capitales; sin embargo, como vimos en el caso de BYD, esa situación no parece ser un obstáculo para todas las firmas. Por otro lado, y quizás la razón que cobra mayor relevancia, es que el tamaño del mercado nacional no asegura la escala necesaria para radicar inversiones; en términos históricos, el consumo interno de vehículos en la Argentina ha sido insuficiente para impulsar un incremento en la escala y, si bien la conformación del Mercosur implicó un aumento de tamaño del mercado, más de la mitad de los vehículos que se patentan en la Argentina son importados (Bil, 2016: 8).

En este sentido, Brasil se presenta como más atractivo a la hora de recibir inversiones, por el tamaño de su mercado interno en comparación con otras economías del Mercosur, y se estaría posicionando como plataforma de exportación regional para las compañías chinas. De esta manera, puede comprenderse la decisión de Chery de instalar su terminal en Brasil y no en Argentina, un mercado que podría cubrir mediante exportaciones desde su planta en Jacareí. En esta línea, el gerente general de Chery Argentina, Alejandro Nicoloni, consultado por el cierre de la planta de Chery en Carrasco, respondía en 2016 que "...todo lo que se producía en Uruguay se trasladó a Brasil, por una cuestión de escala". (Cristófalo, 2016a)

Para dimensionar el problema de la escala para las compañías chinas, podemos comparar los resultados que experimentaron Chery, la marca china con mayor tradición en la Argentina, y otras compañías orientales, como Honda y Nissan, antes de establecer terminales propias en la Argentina. (Tabla 4).²² En este sentido, podemos advertir que, en el momento en que las líneas de producción de Honda y Nissan entraron en funcionamiento, esas compañías vendieron 17.489 y 21.955 unidades anuales, respectivamente, sobrepasando en 9.685 y 14.151 unidades a las ventas de Chery en su mejor año (7.804 en 2013); además, cuando Nissan anunció la inversión, ya había experimentado ventas

²² En 2002 se conformó Honda Motors de Argentina S.A. y, en 2007, la compañía anunció la radicación de una planta automotriz para la fabricación de automóviles -Honda ya fabricaba motocicletas en el país desde 2002-; finalmente, en 2011 se inauguró la planta situada en Campana (Honda Argentina, s.f). Por otra parte, Nissan Argentina S.A, que en 2012 ya había asumido la representación comercial de sus vehículos, anunció en 2015 una inversión de 600 millones de dólares para producir el modelo Frontier NP300 en la planta que Renault posee en Santa Isabel -Córdoba-, que vería luz en 2018, convirtiéndose así en una nueva terminal automotriz (Nissan Argentina, s.f).

anuales por encima de las 10.000 unidades. Para completar el panorama, debemos añadir que Chery no sólo es la firma china con mayor presencia en el mercado argentino, sino también la compañía que mayor volumen de ventas alcanzó en dicho mercado; por lo tanto, la situación del resto de las automotrices chinas en Argentina no es mejor que la presentada por la compañía con sede en Wuhu.

Tabla 4: Patentamiento de vehículos, por marcas, en el mercado argentino. 2008-2019.

	Honda	Nissan	Chery
2008	18.714	3.029	319
2009	15.085	4.072	1.263
2010	20.657	10.017	2.494
2011	17.489**	13.800	4.614
2012	16.143	4.093	6.106
2013	12.357	5.689	7.804
2014	8.950	5.916	3.780
2015	5.588	7.438*	4.872
2016	10.048	9.019	3.779
2017	18.083	16.376	6.250
2018	9.952	21.955**	6.169
2019	8.664	16.498	2.004

*Patentamientos durante el año del anuncio de inversión.

**Patentamientos durante el año de inicio de la producción en la nueva terminal.

Elaboración propia. Fuentes: Siomaa, Op. cit. Argentina Autoblog, Op. cit.

A modo de cierre de este apartado, es válido reflexionar sobre las posibilidades de la Argentina para atraer inversiones chinas con el fin de establecer nuevas terminales automotrices. En este sentido, podemos presentar dos escenarios posibles: el primero de ellos consiste en el establecimiento de alguna línea de producción en la Argentina para compensar las importaciones realizadas desde Brasil.

El Acuerdo sobre la Política Automotriz Común entre la República Argentina y la República Federativa del Brasil, que rige el comercio automotriz entre ambos países sudamericanos, establece un coeficiente de desvío sobre las exportaciones (también conocido como *flex*) que pretende mantener cierto equilibrio en el intercambio bilateral de autopartes y vehículos terminados. En este sentido, el equilibrio comercial se mide a nivel individual de empresa, y no de rama de producción; por lo tanto, cada compañía debe mantener el equilibrio estipulado para mantener los beneficios con respecto de las

preferencias arancelarias establecidas para la producción y comercialización intra-bloque.²³ En este sentido, sería posible esperar inversiones chinas en el establecimiento de alguna línea de producción de algún modelo de vehículo particular, o en algún nodo de la cadena de valor de la industria automotriz para mantener el equilibrio importaciones-exportaciones.

El segundo escenario está asociado a la producción de vehículos eléctricos y a las reservas de litio que posee la Argentina. Los recientes proyectos de inversión de DFM y BYD, más allá del resultado final de los anuncios, estaban destinados hacia la instalación de plantas que fabricarían vehículos eléctricos, y no automóviles tradicionales. De este modo, las inversiones en nuevas terminales para el desarrollo de vehículos eléctricos podrían ingresar en la mesa de negociaciones entre Argentina y China a la hora de definir los permisos para la extracción del mineral.²⁴ De este modo, creemos que no solo entran en juego las decisiones adoptadas con criterios de racionalidad económica de cada empresa automotriz china, sino también variables relacionadas con las relaciones bilaterales entre Argentina y China, y los acuerdos estratégicos alcanzados entre los estados por el acceso al litio.

El modo de ingreso de las automotrices chinas al mercado argentino

El arribo de las automotrices chinas a la Argentina, ya sea mediante el comercio y/o las inversiones, ha sido a través de representantes locales. En este sentido, seis firmas nacionales han concentrado la representación de las 13 automotrices chinas que comercializan sus vehículos en Argentina. (Tabla 5)

²³ Chery podría servir de ejemplo, nuevamente: en 2011, la compañía enfrentó trabas para ingresar a la Argentina sus vehículos producidos en Uruguay (demoras en la aprobación de los permisos de importación), y fue intimada por el gobierno nacional para equilibrar su balanza comercial (La Nación, 7-3-2011; *Ámbito Financiero*, 19-5-2011).

²⁴ Más allá del componente estratégico que suponen las reservas de litio, en Argentina no se advierte la existencia de un proyecto que pretenda llevar adelante una transformación del parque automotor, reemplazando los vehículos tradicionales por vehículos eléctricos, tendientes a incrementar la escala en el mercado local. Más bien en sentido contrario, las reservas de petróleo y gas de Vaca Muerta (que se presentan como una importante fuente de recursos para el estado nacional y los estados provinciales que poseen el petróleo), los subsidios a los combustibles fósiles -gasoil- del que gozan las empresas de transporte de pasajeros (y que podría perder y reducir su margen de ganancia si se reemplazan sus buses actuales por otros eléctricos), y los intereses antagónicos entre las compañías petroleras y el desarrollo de los vehículos eléctricos (que se traduce en presión sobre los gobiernos y capacidad de lobby por parte de las primeras), parecen conspirar contra el desarrollo de vehículos eléctricos en Argentina y la extensión de su uso.

Tabla 5: Representante locales de las automotrices chinas.

Marca	Representante en Argentina	CEO/Presidente***
GWM	Car One	Manuel Antelo
Changan		
Geely	Eximar*	Federico Pieruzzini
Lifan	Famly**	Paula Cavicchioli
FAW		
BAIC	Grupo Belcastro	Hugo Belcastro
Foton		
JMC	Grupo Ralitor	Ruben Robert
DFM		
Shineray		
Chery	Grupo Socma	Leonardo Maffioli
DFSK		
JAC		

*Desde 2021. Anteriormente, el importador era Grupo Fiancar, de capitales uruguayos.

** Desde 2020 representa a Lifan. Anteriormente, el importador era Lifcar. S.A.

*** En 2021

La importación, distribución, y comercialización de los vehículos chinos, así como los servicios de postventa dentro del territorio argentino, fueron gestionados por representantes locales de las compañías chinas.

De igual modo, las inversiones también se canalizaron mediante representantes locales; por una parte, la única inversión concretada, ejecutada por BYD, se produjo en asociación con CTS Auto, que había obtenido el permiso necesario del Ejecutivo Nacional para instalar una nueva terminal automotriz; por otro lado, la gestión de los permisos para instalar nuevas terminales automotrices, pero que no llegaron a concretarse como inversión, también fueron obtenidos por Ralitor S.A., que operaba como representante de DFM, Shineray, Foton y JMC.²⁵

En este punto, es importante mencionar que para poder instalar nuevas terminales automotrices en Argentina o realizar el cambio de titularidad de las existentes, se requería de la autorización directa del Poder Ejecutivo Nacional, de acuerdo a lo establecido en la Ley 21.932, sancionada el 19 de enero de 1979.²⁶ En este sentido, hasta el ingreso de Toyota en 1994, primaba la fabricación de vehículos de

²⁵ Si bien Ralitor había realizado la solicitud ante el ejecutivo con el objetivo manifiesto de producir vehículos de otra firma china, Shineray, lo esperable habría sido que la inversión anunciada por DFM se canalizara a través de Ralitor, en tanto que la empresa china no poseía autorización para ingresar como nueva terminal automotriz.

²⁶ En enero de 2018, mediante el Decreto 27/2018 (Desburocratización y Simplificación), el Art. N° 3 de la Ley 21.932 fue derogado. Se argumentó que el mencionado artículo presentaba un carácter restrictivo que resultaba inapropiado y que su derogación era “congruente con los criterios de simplificación y reducción de cargas y complejidades innecesarias, enmarcados en la conversión a un estado moderno” (Decreto 27/2018, 10 de enero de 2018).

firmas estadounidenses -Ford, General Motors, Chrysler- y de las europeas -Fiat, Renault, Peugeot-Citröen, Volkswagen, Mercedes Benz, Scania-, pero el ingreso de la mencionada compañía japonesa anticipó la llegada de otras firmas connacionales durante el siglo XXI: Honda y Nissan. Estas últimas compañías consiguieron permisos para operar como terminal automotriz durante los gobiernos kirchneristas, en 2007 y 2015, respectivamente.

El otorgamiento de los permisos para establecer nuevas terminales automotrices aseguraba al Ejecutivo Nacional el control de la competencia interna entre las diferentes firmas que fabricaban vehículos en la Argentina, decidiendo quién y cuándo podía entrar a competir al mercado; en este sentido, Fernando Marino, director de Ralitor, consultado en 2016 sobre la falta de respuesta por parte del estado nacional a su proyecto de producción local presentado en 2012, respondía que "...no creo en las brujas, pero que las hay, las hay. Las empresas multinacionales con plantas industriales locales son poderosas" (Cristófalo, 2016b).

El nuevo gobierno nacional que asumió en diciembre de 2015 continuó con la política aperturista a nuevas terminales automotrices que se venía desarrollado durante los gobiernos anteriores, pero puede advertirse una mayor presencia de representantes de las automotrices chinas asociadas a los nuevos permisos. (Tabla 6)

Tabla 6: Empresas autorizadas a operar como terminal de la industria automotriz, 1987-2018

Año	Empresa autorizada	Decreto N°
1987	Carrocerías El Detalle S.A.C.I. y F.	116
1994	Toyota Argentina S.A.	895/94
1998	International Motor S.A.	100/98
2000	AyL S.A.	574/2000
2003	Belavtomaz S.A.	154/2003
2004	Pauny S.A.	1344/2004
2004	Tecnología Avanzada en Transporte S.A. (TATSA)	1723/2004
2007	Material Ferroviario S.A. (Materfer)	1447/2007
2007	Honda Motor de Argentina S.A.	1518/2007
2007	Agrale Argentina S.A.	38/2007
2009	HP Global S.A.	414/2009
2015	Nissan Argentina S.A.	2146/2015
2017	Minarelli S.A.	297/2017
2017	CTS Auto S.A.	332/2017
2017	Ralitor S.A.	48/2017

Elaboración propia. Fuentes: Decretos presidenciales publicados en el Boletín Oficial de la República Argentina.

En este sentido, durante el gobierno de Macri, además de registrarse un importante crecimiento de la cantidad de marcas de vehículos chinos, también se autorizó a compañías locales asociadas con firmas chinas a la apertura de nuevas terminales automotrices. Durante 2017, por un parte, se autorizó

la instalación de una nueva terminal automotriz a CTS Auto S.A., que constituiría la base de producción de los vehículos BYD (Decreto 332/2017, 12 de mayo de 2017); por otro lado, se otorgó el permiso a Ralitor S.A., en cuya terminal se producirían los vehículos utilitarios de Shineray y, potencialmente, DFM. (Decreto 48/2017, 19 de enero de 2017)²⁷

A modo de cierre del apartado, podemos decir que las firmas locales que operan como representantes de las compañías chinas constituyen un nodo fundamental en la expansión de las automotrices orientales en la Argentina, en tanto que las operaciones comerciales y de inversión fueron canalizadas a través de éstas. En este sentido, las automotrices chinas aún no se hacen presentes de manera directa en el país sudamericano, y sus representantes locales estarían constituyendo el primer vehículo a través del cual las firmas chinas estarían obteniendo conocimiento sobre el mercado argentino. Esta estrategia, además, no sólo parece reducirse al mercado argentino, sino también al MERCOSUR; por ejemplo, en 2017, Chery vendió el 50 por ciento de su planta en Jacareí a Grupo Ccoa (conformando así Ccoa-Chery), y Luis Curi, vicepresidente de Chery Brasil, expresó que la automotriz china llevaba ya desde 2014 buscando un socio local que conociera el mercado. (O Globo, 2-11-2017)

Consideraciones finales

En este trabajo nos propusimos analizar cómo se había desarrollado el proceso de internacionalización de las automotrices chinas en Argentina entre 2008 y 2019. En ese sentido, partimos del examen de la comercialización de los vehículos chinos en el mercado argentino. Como dijimos, la presencia regular de las automotrices chinas en Argentina se puede registrar desde 2008, pero fue a partir de la apertura económica iniciada en 2016 cuando asistimos a una ola de automotrices chinas que desembarcó en la Argentina, a través de representantes locales.

Además, notamos que las automotrices chinas compiten en el mercado argentino con variados tipos de vehículos (diferentes segmentos de sedanes, SUV, *pick up*, furgones, furgonetas, camiones) y en diferentes segmentos del mercado, desde autos costosos hasta los más económicos; no obstante, no podemos pasar por alto que las empresas chinas ya no compiten solo contra las marcas tradicionales – Ford, Chevrolet, Fiat, Renault, Peugeot, Toyota, entre otras-, sino también entre ellas.

Asimismo, advertimos que los mejores resultados en cuanto a volumen de venta fueron experimentados por las compañías chinas que presentaban mayor trayectoria en el mercado, y que, a

²⁷ Durante el gobierno de Macri también se otorgó autorización para funcionar como terminal automotriz a Minarelli S.A., que trabajaba en alianza con Zanella.

pesar de ocupar un lugar secundario en el total de vehículos vendidos, los productos chinos fueron ganando gradualmente espacio en el mercado y conquistando consumidores.

En segundo término, consideramos las inversiones de las automotrices chinas, y señalamos que las operaciones de inversión concretadas fueron muy limitadas (y que aún no resultaron productivas por no haberse concluido las obras), mientras que los anuncios de inversión pueden rastrearse durante todo el período en estudio, pero nunca fueron más allá de anuncios. En este sentido, también advertimos que el mercado interno presentó límites para alcanzar la escala que una empresa automotriz necesitaría para proyectar inversiones y que, aunque se considere el mercado ampliado que ofrece el MERCOSUR, la Argentina tampoco parece jugar un rol protagonista, en tanto que Brasil asoma como la economía elegida para invertir y cubrir la demanda generada por el Mercado Común. Sin embargo, no debemos pasar por alto que la única inversión concretada tenía por finalidad la producción de vehículos eléctricos, y que la mayoría de los anuncios de inversión realizados tenían el mismo propósito. En esta línea, y con una mirada prospectiva, sostuvimos que la producción de vehículos eléctricos puede constituir el factor que estimule las inversiones de las automotrices chinas en la Argentina, principalmente, impulsada por las reservas de litio que posee el país sudamericano. En este punto, también deberían ingresar otras variables en el análisis, como el contenido de los acuerdos alcanzados en el marco de las relaciones bilaterales entre China y la Argentina, y las decisiones del gobierno nacional del país sudamericano sobre política doméstica, especialmente en lo referido a estrategia económica y administración de los recursos, en tanto que, como vimos, el factor institucional ha sido muy influyente para el arribo de nuevas marcas chinas al mercado argentino y para la apertura de nuevas terminales automotrices.

Finalmente, nos centramos en el modo en que las automotrices chinas actúan en la Argentina. Allí constatamos que las compañías orientales operaron mediante firmas locales que funcionaron como intermediarias, y no existe presencia directa de las automotrices chinas en el mercado argentino. Asimismo, notamos que, no habiendo subsidiarias de las firmas chinas, fueron sus representantes locales quienes, por una parte, importaron, distribuyeron y comercializaron los vehículos de marcas chinas; por otro lado, fueron esos mismos representantes quienes gestionaron las licencias para la instalación de nuevas terminales automotrices y canalizaron las inversiones.

Para concluir, debemos decir que el proceso de internacionalización de las automotrices chinas en Argentina parece reducirse al establecimiento de agencias de ventas bajo representantes locales y a la comercialización regular de vehículos, siguiendo el camino delineado por el modelo Uppsala. Sin embargo, BYD presenta una excepción a la teoría, en tanto que aún no comercializa sus productos en Argentina, pero es la única compañía que invirtió. En función de lo expuesto, considerando la experiencia de Chery, y a falta de otros estudios centrados en la internacionalización de las automotrices chinas en diferentes economías del MERCOSUR, podemos decir que Brasil parece constituirse en el destino elegido por las automotrices chinas como base de producción y comercialización de vehículos

tradicionales en el MERCOSUR, pero que, sin embargo, las reservas de litio le ofrecen a la Argentina una nueva oportunidad para atraer inversiones ligadas a la fabricación de vehículos eléctricos.

Referencias

- Ámbito Financiero (18 de abril de 2017). Primera fábrica de eléctricos. En: <http://www.ambito.com/edicion-impres/primera-fabrica-electricos-n3979565> Cons. 30-09-2021
- Ámbito Financiero (19 de mayo de 2011). Chery se comprometió a revertir su déficit comercial. En: <https://www.ambito.com/economia/chery-se-comprometio-revertir-su-deficit-comercial-n3683475> Cons.
- American Enterprise Institute (AEI) (2022). China Global Investment Tracker. En: <https://www.aei.org/china-global-investment-tracker/> Cons. 15-02-2022
- Argentina Autoblog (2 de enero de 2013). Así fueron las ventas totales de 2012. En: <https://ar.motor1.com/news/469936/asi-fueron-las-ventas-totales-del-2012/> Cons. 20-08-2021
- Argentina Autoblog (21 de enero de 2015). Los Slow-Sellers de 2014. En: <https://ar.motor1.com/news/472407/los-slow-sellers-de-2014/> Cons. 20-08-2021
- Argentina Autoblog (3 de enero de 2013). Los Slow-Sellers de 2012. En: <https://ar.motor1.com/news/469937/los-slow-sellers-del-2012/> Cons. 20-08-2021
- Argentina Autoblog (3 de enero de 2014). Así fueron las ventas totales de 2013. En: <https://ar.motor1.com/news/471096/asi-fueron-las-ventas-totales-del-2013/> Cons. 20-08-2021
- Argentina Autoblog (4 de enero de 2011). Así fueron las ventas totales de 2010. En: <https://ar.motor1.com/news/467978/asi-fueron-las-ventas-totales-de-2010/> Cons. 20-08-2021
- Argentina Autoblog (4 de enero de 2012). Así fueron las ventas totales de 2011. En: <https://ar.motor1.com/news/468756/asi-fueron-las-ventas-totales-de-2011/> Cons. 20-08-2021
- Argentina Autoblog (5 de enero de 2009). Los más vendidos del 2008. En: <https://autoblog.com.ar/2009/01/06/los-mas-vendidos-del-2008/> Cons. 20-08-2021
- Argentina Autoblog (5 de enero de 2010). Así fueron las ventas del año 2009. En: <https://autoblog.com.ar/2010/01/05/asi-fueron-las-ventas-del-ano-2009/> Cons. 20-08-2021
- Argentina Autoblog (5 de enero de 2012). Los Slow-Sellers de 2011. En: <https://ar.motor1.com/news/468754/los-slow-sellers-del-2011/> Cons. 20-08-2021
- Argentina Autoblog (6 de enero de 2011). Los Slow-Sellers de 2010. En: <https://autoblog.com.ar/2011/01/06/los-slow-sellers-del-2010/> Cons. 20-08-2021
- Argentina Autoblog (6 de enero de 2014). Los Slow-Sellers de 2013. En: <https://ar.motor1.com/news/471097/los-slow-sellers-del-2013/> Cons. 20-08-2021
- Argentina Autoblog (6 de enero de 2015). Así fueron las ventas totales de 2014. En: <https://ar.motor1.com/news/472359/asi-fueron-las-ventas-totales-de-2014/> Cons. 20-08-2021
- Banco Central de la República Argentina (BCRA) (2023). Estadísticas, Tipo de Cambio. En: https://www.bcra.gob.ar/publicacionesestadisticas/Tipos_de_cambios.asp Cons. 10-01-2023
- Bil, D. (2016). Crisis y perspectivas de la industria automotriz argentina, Sociohistórica n. 38, pp. 1-21.
- BYD (2019). Argentina presenta la primera flota de buses eléctricos en Mendoza. En: <http://www.bydchile.com/info-noticias.php?not=44> Cons. 22-07-2022
- BYD Global (s.d.). Visión Global. En: <https://www.bydglobal.com/es/CompanyIntro.html> Cons. 22-07-2022

- Chery Argentina (2021). Institucional. En: <https://www.cheryargentina.com.ar/institucional> Cons. 19-08-2021
- Clarín (13 de abril de 1998). Crean una fábrica de autos chinos en Luján de Cuyo. En: https://www.clarin.com/sociedad/crean-fabrica-autos-chinos-lujan-cuyo_0_SyREe7JkL31.html Cons. 12-08-2021
- Clarín (18 de mayo de 1997). Los chinos van a fabricar autos en Córdoba. En: https://www.clarin.com/economia/chinos-van-fabricar-autos-cordoba_0_HJpgiT-ZAte.html Cons. 12-08-2021
- Clarín (22 de julio de 2011). La automotriz China Chery analiza instalar una planta en Berazategui. En: https://www.clarin.com/empresas_y_negocios/automotriz-China-Chery-instalar-Berazategui_0_H1EgRLkaD7g.html Cons. 05-07-2022
- Clarín (5 de septiembre de 1997). Llegan a la Argentina los autos chinos. En: https://www.clarin.com/economia/llegan-argentina-autos-chinos_0_BkOipgWAte.html Cons. 12-08-2021
- Cordeiro Pires, Marcos, Santillán, Gustavo y Valenzuela Álvarez, José (2015). Las relaciones China-América Latina en 2015, Anuario de la Integración Regional de América Latina y el Caribe, n. 11, pp. 52-74
- Cristófalo, C. (2016a). Chery: Ya no hay trabas para importar. Motor1.com. En: <https://ar.motor1.com/news/474125/103408/> Cons. 17-09-2021
- Cristófalo, C. (2016b). Foton: nueva automotriz china llega a la Argentina (y con planes de producción). Motor1.com. En: <https://autoblog.com.ar/2016/10/31/foton-una-nueva-automotriz-china-llega-a-la-argentina> Cons. 17-09-2021
- Cristófalo, C. (2017). BYD fabricará sus vehículos eléctricos en Salta, Motor1.com-Autoblog. En: <https://ar.motor1.com/news/475832/byd-fabricara-sus-vehiculos-electricos-en-salta/> Cons. 19-07-2022
- Decreto 332/2017 (15 de mayo de 2017). Boletín Oficial de la República Argentina N° 33.624, Primera Sección, p. 3
- Decreto 48/2017 (20 de enero de 2017). Boletín Oficial de la República Argentina N° 33.549, Primera Sección, p. 2
- Decreto 27/2018 (11 de enero de 2018). Boletín Oficial de la República Argentina N° 33.789, Primera Sección, pp. 3-54
- Delfino, E. (29-01-2017). Escándalo en Medio Ambiente por una licitación, Perfil. En: <https://www.perfil.com/noticias/politica/escandalo-en-medio-ambiente-por-una-licitacion.phtml> Cons. 19-07-2022
- El Tribuno (21 de junio de 2017). Una empresa china quiere fabricar vehículos eléctricos en Salta. En: <https://www.tribuno.com/salta/nota/2017-6-21-7-5-16-una-empresa-china-quiere-fabricar-vehiculos-electricos-en-salta> Cons. 30-09-2021
- El Tribuno (26 de agosto de 2017). Avanza el proyecto para fabricar buses eléctricos. En: <https://www.tribuno.com/salta/nota/2017-8-26-0-0-0-avanza-el-proyecto-para-fabricar-buses-electricos> Cons. 30-09-2021
- El Tribuno (6 de agosto de 2017). La pelea de Vía Bariloche contra la china BYD se trasladó a Salta. En: <https://www.tribuno.com/salta/nota/2017-8-6-0-0-0-la-pelea-de-via-bariloche-contra-la-china-byd-se-traslado-a-salta> Cons. 19-07-2022
- Gaggero, A. y Perez-Almansi, B. (2020). La diversificación del grupo empresarial Macri en el sector automotriz durante la última dictadura militar en Argentina. América Latina en la Historia Económica, v. 27, n. 2, e1019.
- Gobierno de Mendoza (2019). Cornejo presentó los nuevos colectivos eléctricos para el transporte público de Mendoza. En: <https://www.mendoza.gov.ar/prensa/cornejo-presento-los-nuevos-colectivos-electricos-para-el-transporte-publico-de-mendoza/> Cons. 19-07-2022

- Gobierno de Salta (20 de junio de 2017). Empresa china planifica fabricar vehículos eléctricos en Salta con una importante inversión. En: <https://www.salta.gob.ar/prensa/noticias/empresa-china-planifica-fabricar-vehiculos-electricos-en-salta-con-una-importante-inversion-53103> Cons. 30-09-2021
- Gobierno de Salta (22 de septiembre de 2017). Se afianza el interés de la multinacional BYD por instalarse en Salta. En: <https://www.salta.gob.ar/prensa/noticias/seafianzaelinteresdelamultinacionalbydporinstalarseensalta-54674> Cons. 21-09-2021
- Himitian, E. (18 de enero de 2008). Macri, aliado con los chinos. La Nación. En: <https://www.lanacion.com.ar/autos/al-volante/macri-aliado-con-los-chinos-nid979687> Cons. 05-07-2022
- Honda Argentina (s.f). Honda en Argentina. En: <https://www.honda.com.ar/index.php> Cons. 19-05-2022
- Infoauto (2022). Guía oficial de precios. En: <https://www.infoauto.com.ar/> Cons.16-05-2022
- Infonegocios (19 de enero de 2018). Ni Córdoba, ni Salta: la china BYD lleva su fábrica de ómnibus eléctricos a Baires. En: <https://infonegocios.info/nota-principal/ni-cordoba-ni-salta-la-china-byd-lleva-su-fabrica-de-omnibus-electricos-a-baires> Cons. 30-09-2021
- Johanson, J. y Vahlne, J. (1977). The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitment. *Journal of International Business Studies*, v. 8, n. 1, pp. 23-32
- Johanson, J. y Wiedersheim-Paul, F. (1975). The internationalization of the firm. Four Swedish cases. *The Journal of Management Studies*, v.12, n. 3. pp. 305-323
- Kamiya, M. y Ramírez, C. (2004). La industria automotriz. *Desarrollos en China y sus implicancias para América Latina*, ESAN-Cuadernos de Difusión, n.17, Año 9, pp. 5-20.
- Kia Argentina (s.f). Nuestra empresa. En: <https://www.kia.com.ar/kia-argentina> Cons. 23-06-2022
- La Nación (11-07-2008). Anunciaron inversión para la Argentina. En: <https://www.lanacion.com.ar/autos/al-volante/anunciaron-inversion-para-la-argentina-nid1029045/> Cons. 05-07-2022
- La Nación (7 de marzo de 2011). Uruguay: una automotriz, en crisis por las trabas argentinas. En: <https://www.lanacion.com.ar/economia/uruguay-una-automotriz-en-crisis-por-las-trabas-argentinas-nid1355470/> Cons. 17-09-2021
- Municipalidad de José C. Paz (5 de abril de 2019). Ishii crea el parque industrial y la facultad de ciencia, tecnología y robótica. En: <https://josecpaz.gob.ar/ishii-crea-el-parque-industrial-y-la-facultad-de-tecnologia-ciencia-y-robotica/> Cons. 30-09-2021
- Municipalidad José C. Paz (25 de abril de 2017). Comenzaron los trabajos para el parque industrial en José C. Paz. En: <https://josecpaz.gob.ar/comenzaron-los-trabajos-para-el-parque-industrial-en-jose-c-paz/> Cons. 30-09-2021
- Nissan Argentina (s.f). Perfil. Nissan Motor Co. LTD. En: <https://www.nissan.com.ar/> Cons. 19-05-2022
- Oieni, A. (6 de agosto de 2017). Jaquean la licitación de los buses eléctricos por la caja negra del gasoil subsidiado, *El Tribuno*. En: <https://www.tribuno.com/salta/nota/2017-8-6-0-0-0-jaquean-la-licitacion-de-los-buses-electricos-por-la-caja-negra-del-gasoil-subsidiado> Cons. 19-07-2022
- O Globo (2 de noviembre de 2017). Caoa invertirá R\$ 6 bilhões para tornar Chery conhecida no Brasil. En: <https://epocanegocios.globo.com/Empresa/noticia/2017/11/caoa-investira-r-6-bilhoes-para-tornar-chery-conhecida-no-brasil.html> Cons. 10/08/2019.
- Parabrisas (14 de abril de 2017). Dongfeng abrirá la primera fábrica de autos eléctricos de la Argentina. En: <https://parabrisas.perfil.com/noticias/noticias/2017-04-14-dongfeng-abrira-la-primera-fabrica-de-autos-electricos-de-la-argentina.phtml> Cons. 19-07-2022

- Peng, M. (2012). The global strategy of emerging multinationals from china, *Global Strategy Journal*, n. 2, pp. 97-107.
- Quer Ramón, D., Claver Cortés, E. y Rienda García, L. (2007). Multinacionales China. El nuevo reto del escenario global, *Boletín Económico de ICE*, n. 2925, pp. 11-24.
- Ragalado-Pezúa, Otto y Zapata, Gabriel (2019). Estrategias de internacionalización de empresas chinas: casos de la industria automotriz en el mercado sudamericano, *Revista Academia & Negocios*, v. 4, n. 2, pp. 115-130.
- Ramamurti, R. y Hillemann, J. (2018). What is “Chinese” about Chinese multinationals? *Journal of International Business Studies*, v.49, n.1, pp. 34-48.
- Red Académica de América Latina y el Caribe sobre China (2021). Chinese OFDI in Argentina: transactions (2000-2020). En: <https://www.redalc-china.org/monitor/> Cons. 15-02-2022
- Renault Argentina S.A. (s.f.). Mundo Renault. En: <https://www.renault.com.ar/fabrica-santa-isabel.html> Cons. 23-06-2022
- Resiale Viano, J. (2022). La expansión internacional de las empresas automotrices de China a través de la inversión extranjera directa (2001-2020), *Relaciones Internacionales*, v. 31, n.62.
- Sanchez Robles, B. (2013) La industria automotriz china y los mercados latinoamericanos en el período 2005-2010, en: Dussel Peters, E. (Coord.); *América Latina y el Caribe-China. Economía, comercio e inversiones*, México: Unión de Universidades de América Latina y el Caribe, pp. 493-518.
- Siomaa (2016). Reporte de patentamientos 2015. En: <https://www.siomaa.com/Reports> Cons. 18-04-2019
- Siomaa (2017). Reporte de patentamientos 2016. En: <https://www.siomaa.com/Reports> Cons.18-04-2019
- Siomaa (2018). Reporte de patentamientos 2017. En: <https://www.siomaa.com/Reports> Cons. 20-08-2021
- Siomaa (2019). Reporte de patentamientos 2018. En: <https://www.siomaa.com/Reports> Cons. 20-08-2021
- Siomaa (2020). Reporte de patentamientos 2019. En: <https://www.siomaa.com/Reports> Cons. 20-08-2021
- Sociedad Anónima de Transporte Automotor (SAETA) (1 de agosto de 2017). Son tres las ofertas para la compra de los colectivos eléctricos. En: <http://www.saetasalta.com.ar/noticia.asp?id=468> Cons. 5-10-2021
- State Council of the People’s Republic of China (SCPRC) (2016). Chinese enterprises enter ‘Go Global’ era 4.0. En: http://english.gov.cn/news/top_news/2016/04/11/content_281475325205328.htm Consultado: 25-04-2018
- Telam (13 de abril de 2017). Invertirán u\$s 300 millones para instalar la primera fábrica de vehículos eléctricos de la Argentina. En: <https://www.telam.com.ar/notas/201704/185634-invertiran-us-300-millones-para-instalar-la-primera-fabrica-de-vehiculos-electricos-de-la-argentina.html> Cons. 30-09-2021
- Vahlne, J. (2020). Development of the Uppsala model of internationalization process: from internationalization to evolution. *Global Strategy Journal*, n.10, pp. 239–250.

Resiale Viano, J. M. (2023). La internacionalización de las automotrices chinas en Argentina (2008-2019). En: Santillán, G. y Resiale Viano, J. (Eds), *Los estudios asiáticos y africanos en 2022. Actas del X congreso nacional de ALADAA -Argentina-*. La Plata: Asociación Latinoamericana de Estudios de Asia y África. Pp. 444-465.