



NOTA SECTORIAL

La Industria Automotriz en Japón

Antena del IGAPE en Japón

Autores: Masahiro Masuda y Jon Ander Musatadi
Antena del IGAPE en Japón.

Fecha: 27/04/2026

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN.....	3
2.	CONSIDERACIONES GENERALES	4
1.1	CLASIFICACIÓN.....	5
1.2	ASPECTOS ECONÓMICOS	6
1.3	FISCALIDAD	7
1.	COMPETITIVIDAD Y ESPECIALIZACIÓN.....	8
2.1	ALIANZAS Y ESTRATEGIA DE FUTURO	9
2.2	CONSIDERACIONES SOBRE EL MERCADO Y LA DEMANDA.....	9
2.	EL SECTOR ANTE UN NUEVO CONTEXTO SOCIAL Y ECONÓMICO	12
3.1	PRINCIPALES EMPRESAS DE LA INDUSTRIA	12
3.2	TENDENCIAS DEL MERCADO DE VEHÍCULOS ELÉCTRICOS (EV).....	15
3.3	CONDUCCIÓN AUTÓNOMA	19
3.5	DESARROLLO DE SOFTWARE-DEFINED VEHICLE (SDV).....	22
3.6	SEMICONDUCTORES Y TIERRAS RARAS. PIEZAS CLAVE	23
3.	PRESENCIA DE LA INDUSTRIA JAPONESA EN ESPAÑA.....	24

1. INTRODUCCIÓN

La industria automotriz japonesa constituye uno de los pilares fundamentales del tejido industrial y económico del país, desempeñando un papel clave en la producción manufacturera, así como también en la imagen internacional de Japón. Su relevancia se sustenta en su volumen de actividad y empleo, su capacidad de innovación, su integración en cadenas globales de valor y su efecto tractor sobre múltiples sectores auxiliares.

En un **contexto global marcado por profundas transformaciones tecnológicas, regulatorias y sociales**, el sector se enfrenta a desafíos estructurales que están redefiniendo su modelo de negocio. La transición hacia la **neutralidad de carbono, el auge de los vehículos eléctricos, el desarrollo de la conducción autónoma y la creciente digitalización del automóvil** marcarán la agenda de los próximos años.

Al mismo tiempo, **factores geopolíticos**, como el incremento del proteccionismo comercial, y cambios en las alianzas internacionales añaden nuevas capas de complejidad a un sector ya altamente competitivo y que se encuentra en una tesitura compleja. En este escenario, los fabricantes japoneses han demostrado una notable capacidad de adaptación, apoyándose en su liderazgo tecnológico, su eficiencia productiva y el establecimiento de alianzas estratégicas tanto dentro como fuera del sector.

Así, por medio de la presente nota sectorial, se analiza la industria automotriz en Japón, abordando sus principales características, su estructura competitiva, las tendencias que marcarán su evolución futura y su presencia internacional.

2. CONSIDERACIONES GENERALES

La industria automotriz es una industria integral que engloba una amplia gama de actividades relacionadas: desde el desarrollo tecnológico y el diseño del vehículo, pasando por la adquisición de materiales y piezas, la producción (incluido el ensamblaje), el transporte de los vehículos terminados, hasta la venta y el mantenimiento a través de redes de concesionarios. Se trata así de una **industria que cubre toda la cadena de valor, abarcando desde las etapas iniciales hasta las finales.**

A fin de ilustrar el funcionamiento de la industria, pongamos como ejemplo el caso de los vehículos de gasolina. En su fabricación y ensamblaje se necesitarán una enorme variedad de componentes -hasta unas 30.000 piezas-. Para ello, los fabricantes encargan piezas a proveedores de su propio grupo o las adquieren a fabricantes externos, bien directamente o a través de la subcontratación de su fabricación por parte de la industria auxiliar. Además, los concesionarios que se ocupan de la venta y del servicio posventa también se organizan en redes afiliadas y establecen una red de tiendas en todo el país. Se configura así **una estructura industrial amplia y de tipo piramidal, en la que los fabricantes de vehículos se sitúan en la cúspide.**

El contexto global, si bien con algunos contrapesos de importancia, está encaminado hacia la **neutralidad de carbono, considerándose una estrategia universal.** Muchos países, particularmente Japón, China y la UE, están promoviendo políticas que incentivan la transición hacia los vehículos de cero emisiones (ZEV), con el fin de reducir las mismas. El vehículo eléctrico (EV), como ejemplo representativo de ZEV, tiene un número de piezas menor (en torno a 10.000), por lo que se prevé que disminuya drásticamente el número de subcontratistas que tradicionalmente suministraban componentes a los fabricantes de vehículos completos. En consecuencia, es posible que la estructura piramidal tradicional cambie de forma significativa.

En paralelo al impulso de los ZEV, las empresas están intensificando el desarrollo de los SDV (Software-Defined Vehicle). En un SDV, las funciones principales del vehículo pueden controlarse mediante un software básico que integra dichas funciones y, como ocurre con un smartphone, es posible añadir o mejorar prestaciones -por ejemplo, asistencia a la conducción o prevención de accidentes- mediante conectividad y actualizaciones, elevando el rendimiento. Es decir, el SDV puede influir decisivamente en el valor del automóvil. En este campo participan no solo los fabricantes de automóviles, sino también grandes empresas de IT y grandes proveedores de componentes ("megaproveedores") como Bosch o Continental, que están entrando en este mercado de manera progresiva.

Entre los fabricantes de automóviles japoneses hay empresas que, como Toyota Motor o Nissan Motor, comenzaron desde el inicio con la producción de vehículos de cuatro ruedas, y otras que, como Honda o Suzuki, empezaron con la fabricación de motocicletas.

Toyota, Nissan y Honda ofrecen un catálogo muy amplio que abarca desde berlinas de gama alta hasta compactos asequibles y kei-cars. En cambio, Suzuki y Daihatsu se enfocan principalmente en los kei-cars, avanzando con gamas de producto que aprovechan sus tecnologías y fortalezas. Para completar la oferta, existen casos en los que una empresa cubre modelos que no produce internamente mediante suministro OEM (producción para otra marca). Por ejemplo, Toyota y SUBARU reciben suministro OEM de kei-cars de Daihatsu; Mitsubishi Motors y Mazda reciben suministro OEM de kei-cars de Suzuki.

Si ampliamos la mirada al exterior, han surgido fabricantes especializados exclusivamente en vehículos eléctricos (EV), como la estadounidense Tesla.

2.1 CLASIFICACIÓN

Los automóviles se clasifican con base en dos normas: la Ley de Vehículos de Transporte por Carretera y la Ley de Tráfico por Carretera.

- **La Ley de Vehículos de Transporte por Carretera** establece criterios para el registro del vehículo, la inspección técnica, las notificaciones y el seguro obligatorio, entre otros. En esta ley, los vehículos se clasifican en tres categorías: **automóvil ordinario**, **automóvil pequeño** y **el vehículo ligero o kei-car** (minivehículo).

Tipo de coche		Coche Ordinario	Coche Pequeño		Vehículo ligero
		Autobus, Camión, Coche	Camioneta, Coche pequeño	Camioneta con 3 ruedas	Coche ligero, Camioneta ligera (kei)
Estructura	Número de rueda	4 =<	4 =<	3	=< 3
	Tamaño (m)	Más grande que coche pequeño con 4 ruedas	Longitud <4.7m ancho<1.7m altura<2.0m	Más grande que vehículo ligero con 3 ruedas	Longitud <3.4m ancho<1.48m altura<2.0m
	Cilindrada total del motor (cm3)	Más grande que coche pequeño con 4 ruedas	660< <2000	<660	=<660

La definición de cilindrada total no se aplica al motor diésel.

(Fuente: Automobile Inspection & Registration Information Association)

- **La Ley de Tráfico por Carretera** se utiliza en ámbitos como el permiso de conducir y los controles de tráfico, y clasifica los vehículos en cuatro categorías: **vehículo grande, vehículo mediano, vehículo semimediano y vehículo ordinario.**

Además, en el argot propio de los fabricantes, estos realizan una clasificación de los turismos por su forma y uso, denominándolos sedán, coupé, monovolumen, SUV, familiar o compacto.

2.2 ASPECTOS ECONÓMICOS

La industria automotriz se considera una **industria fundamental que lidera el sector manufacturero japonés.** Según la Asociación de Fabricantes de Automóviles de Japón (JAMA), el empleo en las industrias relacionadas con el automóvil alcanzó 5,59 millones de personas en 2024. En 2023, **el valor de los envíos del sector representó el 19 % del total de la manufactura,** con 71,6 billones de yenes (equiv 457,6 mil millones de euros). Su efecto de arrastre sobre toda la industria -por ejemplo, a través de la demanda de materiales y piezas- tiene un gran peso, por lo que influye de manera significativa en el ciclo económico.

Además de la producción nacional, **las empresas niponas también han apostado activamente por la producción en el extranjero,** con el fin de vender vehículos adaptados a cada mercado y, al mismo tiempo, mitigar riesgos como las fluctuaciones del tipo de cambio asociadas a la exportación. Según JAMA, los fabricantes japoneses cuentan con 170 plantas de producción en 40 países y regiones.

Esta pujanza y capacidad tractora no es exclusiva de la economía nipona, sino que está presente en muchos países como Estados Unidos, Alemania o la propia España. Debido a ello, **la industria también se enfrenta a retos crecientes como por ejemplo el proteccionismo articulado principalmente a través de aranceles.** El caso más paradigmático es el decretado por el gobierno de Donald Trump, lo que unido a una economía aletargada y la competencia de otros actores globales están generando fricciones económicas que afectan de forma significativa al sector. También es importante señalar la incidencia que las regulaciones nacionales tienen en la industria, siendo especialmente relevantes las relativas a aspectos medioambientales.

Producción de automóviles fabricados por empresas japonesas

Región	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Japan	9.684	8.068	7.847	7.835	9.000	8.235	8.410
Asia	10.847	9.169	10.049	10.543	10.008	8.964	8.856
Middle East	0	0	0	0	0	0	0
Europe	1.638	1.237	1.232	1.212	1.289	1.227	1.196
EU	620	440	463	626	624	616	614
North America	4.407	3.499	3.443	3.498	4.173	4.236	4.216
USA	3.531	2.716	2.724	2.823	3.271	3.280	3.277
Central, South America	1.746	1.319	1.533	1.478	1.811	1.877	1.874
Africa	212	153	205	230	231	177	214

(Fuente Japan Manufactures Association)

2.3 FISCALIDAD

En el automóvil se aplican **diversos impuestos en cada etapa: compra, tenencia y uso**. El total de impuestos pagados por los propietarios de vehículos asciende a unos 9 billones de yenes en el presupuesto inicial del ejercicio fiscal 2025, constituyendo una fuente importante de ingresos para el Estado y las administraciones locales.

Con la subida del impuesto al consumo al 10 % en octubre de 2019, se eliminó el impuesto de adquisición de automóviles (tributo local) que gravaba la compra, y se introdujo en su lugar el “impuesto medioambiental por rendimiento”, cuya tasa varía según la eficiencia (p. ej., consumo/ahorro de combustible), lo que supuso en la práctica una reducción de la carga fiscal. En la fase de tenencia existen el impuesto sobre vehículos y el impuesto sobre kei-cars (ambos locales), así como el impuesto sobre el peso del vehículo (impuesto estatal y local) que se paga al registrar el vehículo o al pasar la inspección técnica. Además, la gasolina y el gasóleo también están gravados.

En un contexto de subida de precios y creciente descontento de los consumidores por la carga fiscal, así como la victoria electoral de la primera ministra Sanae Takaichi -en su campaña electoral la bajada de impuestos ocupó un espacio predominante-, **se ha eliminado el “impuesto medioambiental por rendimiento” sobre la gasolina a partir de abril de 2026**. También se han intensificado dentro del Gobierno los debates para revisar otros impuestos relacionados con el automóvil.

Principales impuestos relacionados a los coches privados (abril, 2026)			
Estado	Tipo de impuesto	Valor	Nota
Adquisición	Impuesto medioambiental sobre la adquisición de vehículos	Dado de baja en abril 2026	---
	IVA	10%	---
Mantenición	impuesto sobre el peso del coche	JPY 4100 / 0.5t / año (< 13 años de antigüedad)	coche de pasajeros
		JPY 3300 / año	vehículo ligero
		hay descuento según aprobación	---
	impuesto al automóvil	Según cilindrada total del motor, función, y tamaño	---
	impuesto al automóvil ligero	JPY 10800 / año (< 13 años de antigüedad)	---
Utilización	impuesto a la gasolina (nacional y provincial)	JPY 53800 / kl	---
	impuesto sobre las transacciones de diésel	JPY 15000 / kl	---
	impuesto al petróleo y al gas	JPY 17500 / kg	---
	IVA	10%	---

(Fuente: Ministerio de Hacienda, Tokyo Metropolitan Government., etc)

3. COMPETITIVIDAD Y ESPECIALIZACIÓN

En un entorno global competitivo y exigente las principales empresas del sector han perfilado estrategias diferentes. En lo referente a **los fabricantes japoneses han aumentado su valoración y su cuota de mercado mundial gracias a su tecnología para reducir el consumo y cumplir con las exigencias medioambientales, su control de calidad y su competitividad en precios**. En lo que respecta a fabricantes europeos como Mercedes-Benz Group y BMW (Alemania) o Ferrari (Italia) han tenido éxito con estrategias basadas en una imagen “premium” y un carácter más deportivo. Por su parte, Tesla (EE. UU.) ha reforzado su penetración en el mercado destacando su condición de fabricante especializado en vehículos eléctricos (EV) y desarrollando, entre otras cosas, una red de infraestructura de recarga, si bien es cierto que su liderazgo se ha puesto en entredicho en los últimos.

Todas las compañías buscan de forma constante medidas de reducción de costes, como el “just-in-time”, que minimiza el inventario de piezas en planta. En los últimos años, fabricantes europeos y Toyota, entre otros, han impulsado la mejora de la productividad y el recorte de costes mediante la estandarización de plataformas por tamaño de vehículo y la comunización de componentes.

En el ámbito comercial, además de ampliar la red de puntos de venta, se exploran múltiples canales, como la venta en línea. Asimismo, se apoya a los concesionarios con incentivos (subvenciones para sostener descuentos) y la oferta de financiación (préstamos para automóviles). También es una estrategia clave reforzar los servicios posventa, como el mantenimiento y la organización de eventos, para mejorar la competitividad.

3.1 ALIANZAS Y ESTRATEGIA DE FUTURO

Tradicionalmente, los fabricantes de automóviles han repetido alianzas y reestructuraciones transfronterizas para ampliar escala de producción y ventas, pero en los últimos años también se ha acelerado la colaboración con empresas de otros sectores. El objetivo es ganar ventaja en el desarrollo de tecnologías y servicios de nueva generación agrupados bajo el concepto CASE: Connected (vehículos conectados), Autonomous (conducción autónoma), Shared/Services (compartición/servicios) y Electric (electrificación). Las empresas combinan sus tecnologías para reducir costes y, al mismo tiempo, acelerar la innovación.

Toyota ha firmado alianzas de capital y negocio con Suzuki, SUBARU y Mazda para cooperar en el desarrollo de vehículos electrificados, incluidos los EV. También se asoció en 2018 con SoftBank Group para impulsar negocios de movilidad de próxima generación, como la conducción autónoma, y ambas compañías lanzaron MONET Technologies para desarrollar servicios avanzados de movilidad.

Por su parte, Honda anunció en 2024 que cooperaría con Nissan y Mitsubishi Motors en el desarrollo de vehículos de próxima generación. En 2024 también anunció la colaboración a tres bandas (Honda-Nissan-Mitsubishi) para el desarrollo de vehículos de próxima generación.

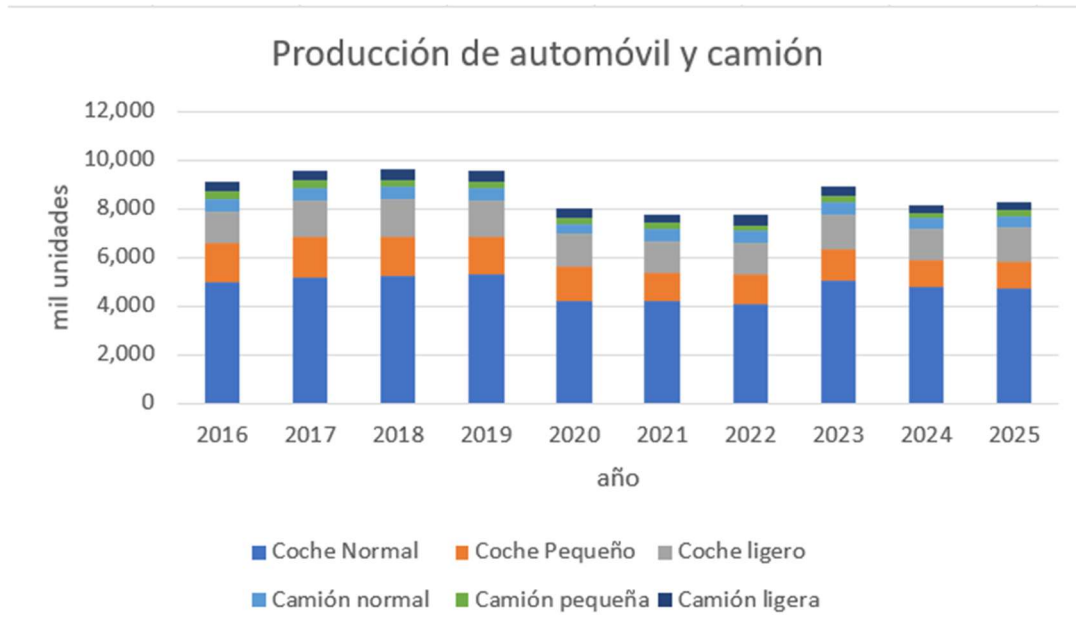
Las empresas también están intensificando el desarrollo de los SDV (Software-Defined Vehicle). Los SDV aprovechan la comunicación bidireccional con el exterior para actualizar el software - como en un smartphone- y así mejorar al día el rendimiento de conducción y las funciones de prevención de accidentes. En este terreno, el elemento clave es el sistema operativo del vehículo (OS embarcado), que controla los dispositivos y aplicaciones instalados en el coche. Por ello, no solo los fabricantes de vehículos completos, sino también grandes proveedores de componentes y empresas de TI, compiten intensamente por el liderazgo.

3.2 CONSIDERACIONES SOBRE EL MERCADO Y LA DEMANDA

En 2025, la producción nacional y la venta de vehículos han presentado un comportamiento positivo. Según la Asociación de Fabricantes de Automóviles de Japón (JAMA), en 2025 la producción nacional de turismos (categorías de vehículo ordinario, pequeño y kei) fue de 7.207.000 unidades, un +1,0 % interanual. La disminución de los vehículos ordinarios y pequeños quedó más que compensada por el aumento de los kei (minivehículos).

Asimismo, la producción de camiones fue de 1.084.000 unidades (+9 % interanual) y el total de vehículos de cuatro ruedas (excluyendo autobuses) alcanzó 8.291.000 unidades (+1,9 %).

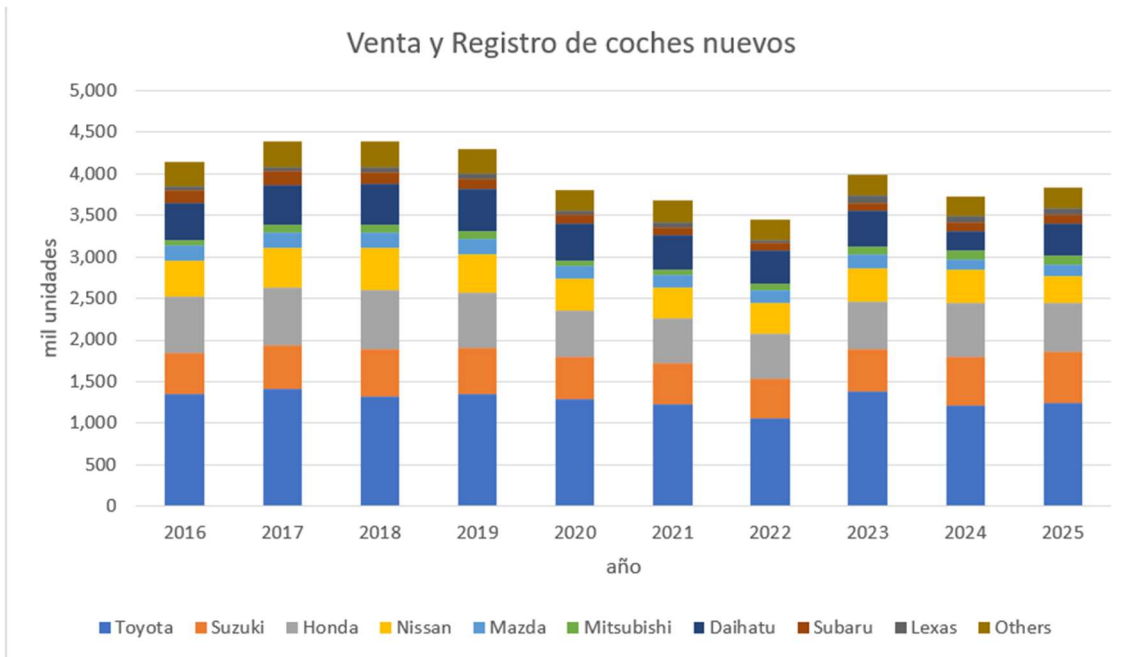
Por otro lado, la producción en el extranjero de los fabricantes japoneses de turismos en 2025 fue de 16.357.000 unidades, un -0,7 % respecto a 2024.



(Fuente: Japan Automobile Manufacturers Association)

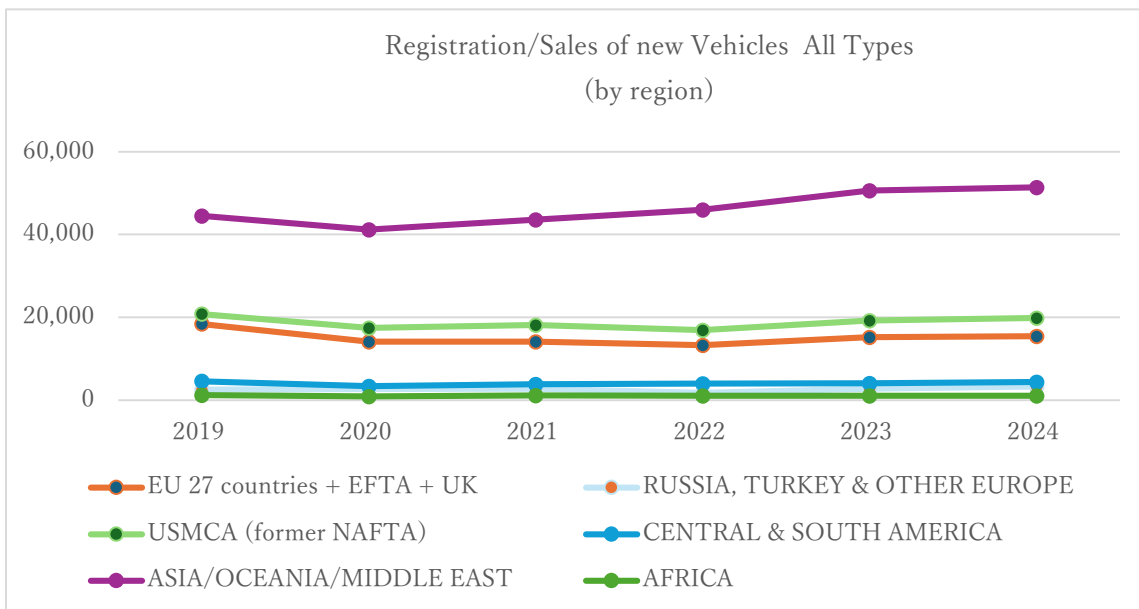
En relación con **las ventas de coches nuevos en el ejercicio 2025 se han alcanzado las 3.836.000 unidades, un 3,0 % más interanual, y aumentaron por primera vez en dos años.** Por fabricante, Daihatsu -que en 2024 suspendió temporalmente los envíos debido al problema de irregularidades en la certificación de motores- incrementó notablemente sus ventas hasta 380.000 unidades (+61,6 %). En cambio, Nissan, en pleno proceso de reestructuración, registró una fuerte caída del 16,8 %, hasta 331.000 unidades, el nivel más bajo de los últimos 30 años.

La marca con mayor volumen de ventas fue Toyota (sin incluir Lexus), con 1.241.000 unidades (+2,7 %). En segundo lugar se situó Suzuki, con 615.000 unidades (+2,7 %), y en tercero Honda, con 589.000 unidades (-7,6 %).



(Fuente: Japan Automobile Manufacturers Association)

En relación con la demanda, según los datos estadísticos de la Organisation Internationale des Constructeurs d'Automobiles (OICA), en 2024 **las ventas mundiales de turismos alcanzaron 95.315.000 unidades, lo que supuso un crecimiento de un 2,7 % interanual**, que se ha repartido de manera desigual por todas las regiones globales.



(Fuente: Organisation Internationale des Constructeurs Automobiles)

Por principales regiones, América del Norte registró 19.802.000 unidades (+3,2 %). Asia-Pacífico y Oriente Medio sumaron 51.406.000 unidades (+1,5 %) y esta región representa el 54 % del total mundial. La región con el menor crecimiento fue África, con un +0,3 %.

Realizando el análisis por países se observa como el primer puesto en el año 2024 ha sido para China, con 31 millones de unidades (+4,5 % interanual), y el segundo Estados Unidos, con 16 millones de unidades (+2,1 % interanual).

REGISTRATIONS OR SALES OF NEW VEHICLES - ALL TYPES							
(Unidad: mil)	2019	2020	2021	2022	2023	2024	24 vs 23
CHINA	25,797	25,311	26,314	26,864	30,094	31,436	104.5%
UNITED STATES OF AMERICA	17,488	14,881	15,409	14,230	16,009	16,340	102.1%
INDIA	3,817	2,939	3,759	4,726	5,080	5,227	102.9%
JAPAN	5,195	4,599	4,448	4,201	4,779	4,421	92.5%
GERMANY	4,017	3,267	2,973	2,964	3,204	3,192	99.6%
BRAZIL	2,788	2,058	2,120	2,104	2,309	2,635	114.1%
UNITED KINGDOM	2,737	1,965	2,049	1,944	2,307	2,369	102.6%
FRANCE	2,756	2,100	2,142	1,927	2,209	2,155	97.6%
CANADA	1,976	1,586	1,705	1,563	1,762	1,907	108.2%
RUSSIA	1,779	1,631	1,742	809	1,317	1,834	139.2%
ITALY	2,133	1,565	1,670	1,505	1,798	1,793	99.7%
SOUTH KOREA	1,795	1,906	1,735	1,684	1,750	1,633	93.3%
MEXICO	1,360	978	1,047	1,134	1,416	1,555	109.8%
TURKEY	492	796	773	831	1,284	1,286	100.1%
AUSTRALIA	1,063	917	1,050	1,081	1,218	1,223	100.4%
SPAIN	1,501	1,031	1,034	959	1,128	1,219	108.1%
OTHER COUNTRIES/REGIONS	15,372	12,139	13,669	14,460	15,185	15,090	99.4%
TOTAL	92,065	79,669	83,638	82,986	92,850	95,315	102.7%

(Fuente: Organisation Internationale des Constructeurs Automobiles)

4. EL SECTOR ANTE UN NUEVO CONTEXTO SOCIAL Y ECONÓMICO

4.1 PRINCIPALES EMPRESAS DE LA INDUSTRIA

En 2024, el Grupo Toyota fue líder mundial en ventas de coches nuevos por quinto año consecutivo. Este ranking mantuvo el mismo top 6 que en 2023: el Grupo Toyota, el Grupo Volkswagen (VW), el Grupo Hyundai, el Grupo General Motors (GM), Stellantis y Ford Motor.

Sin embargo, de esas seis compañías, las ventas de cinco (todas salvo Ford) fueron inferiores a las del año anterior. El Grupo Toyota registró 10,82 millones de unidades (-3,7 %), debido principalmente a problemas de oferta, como la suspensión de envíos por irregularidades en la certificación y el impacto de fallos de calidad. GM y Stellantis también tuvieron ventas débiles, afectadas por el aumento de la competencia en el mercado estadounidense, la entrada de

empresas chinas y el deterioro económico en Europa. Entre los fabricantes japoneses, aunque se mantuvieron dentro del top 15, Honda, Nissan y Suzuki descendieron en el ranking.

Ranking de ventas de coches nuevos por grupo			
	Group	Unidad: 10 mil	vs 2023
1	Toyota	1082	-3.7%
2	VW	903	-2.3%
3	Hyundai	723	-1.1%
4	GM	600	-3.0%
5	Stellantis	542	-12.2%
6	Ford	447	1.3%
7	BYD	427	41.3%
8	Honda	380	-4.6%
9	Nissan	335	-0.8%
10	Geely	333	20.0%
11	Suzuki	325	5.7%
12	Changan	268	5.1%
13	Chery	260	38.4%
14	BMW	245	-4.1%
15	Mercedes-Benz	239	-4.1%
(Fuente: Nikkan Jidosha Shimbun)			

En contraste, los fabricantes chinos reforzaron su presencia. BYD, que subió del 10.º al 7.º puesto, aceleró su expansión no solo en China, sino también en el Sudeste Asiático y Europa, y elevó sus ventas hasta 4,27 millones de unidades (+41,3 %). También mejoraron su posición en el ranking el Grupo Geely y Chery.

El motor del crecimiento chino han sido los híbridos enchufables (PHV/PHEV). En el ranking por tipo de tren motriz elaborado por MarkLines (a principios de febrero), 7 de las 10 primeras compañías eran fabricantes chinos. BYD, que desde 2024

despliega su sistema PHV de quinta generación, vendió 2,38 millones de PHV (+68,0 %) y alcanzó una cuota del 30 %.

Los fabricantes locales chinos han intensificado la introducción de PHV para captar demanda fuera de China, especialmente en mercados donde la infraestructura de recarga aún es insuficiente. El Grupo Geely y Changan Automobile también aumentaron sus volúmenes de PHV en más de un 50 %. Impulsado por China, en 2024 el mercado de PHV superó por primera vez al de híbridos (HV). De cara al futuro, se prevé un escenario de competencia en el mercado de PHV con los fabricantes japoneses, fuertes en híbridos “full/strong HV”.

Las ventas mundiales de coches nuevos seguirían creciendo de forma moderada, mientras que el mercado japonés se prevé a la baja. Según el informe de Mizuho Bank «Perspectivas a medio plazo de la industria japonesa», se estima que las ventas globales de coches nuevos en 2029 alcanzarán 92,4 millones de unidades. Aunque India seguirá creciendo con fuerza, la desaceleración del crecimiento en China y una recuperación económica menos vigorosa en los países desarrollados harían que, entre 2025 y 2029, el mercado aumente a un ritmo moderado, con una tasa media anual de +1,1 %.

En cuanto al mercado japonés de coches nuevos, debido a factores como la disminución de la población, se prevé que entre 2025 y 2029 evolucione con una tasa media anual de $-0,8\%$, y que en 2029 se sitúe en 4.554.000 unidades.

Mención especial debe realizarse a las implicaciones de la política arancelaria desarrollada por Donald Trump. Tras el inicio de su segundo gobierno en enero de 2025, el presidente Trump aplicó fuertes subidas arancelarias. Hasta entonces, la importación de turismos estaba gravada con un $2,5\%$, pero en abril de 2025 se activó un arancel adicional del 25% . Además, en mayo del mismo año se impuso también un arancel adicional del 25% a la importación de piezas de automoción. No obstante, para los vehículos ensamblados en EE. UU., se adoptó una medida temporal (con vigencia de dos años) que eximía parcialmente del arancel a una parte de los componentes importados.

Posteriormente, como resultado de las negociaciones entre Japón y Estados Unidos, a partir de septiembre de 2025 el arancel aplicado a los turismos exportados desde Japón se redujo del $27,5\%$ al 15% . Aun así, seguía siendo un nivel elevado frente a los que estaba acostumbrada la industria. En los estados financieros consolidados del periodo abril–septiembre de 2025 de las siete principales automotrices japonesas, el impacto de los aranceles de Trump alcanzó en conjunto aprox. 1,5 billones de yenes, y se tradujo en un deterioro del resultado final de todas ellas por primera vez desde la pandemia de 2020. Ante escenario muchos fabricantes y proveedores afiliados se han visto obligados a revisar sus centros de producción, la cadena de suministro y los precios de venta.

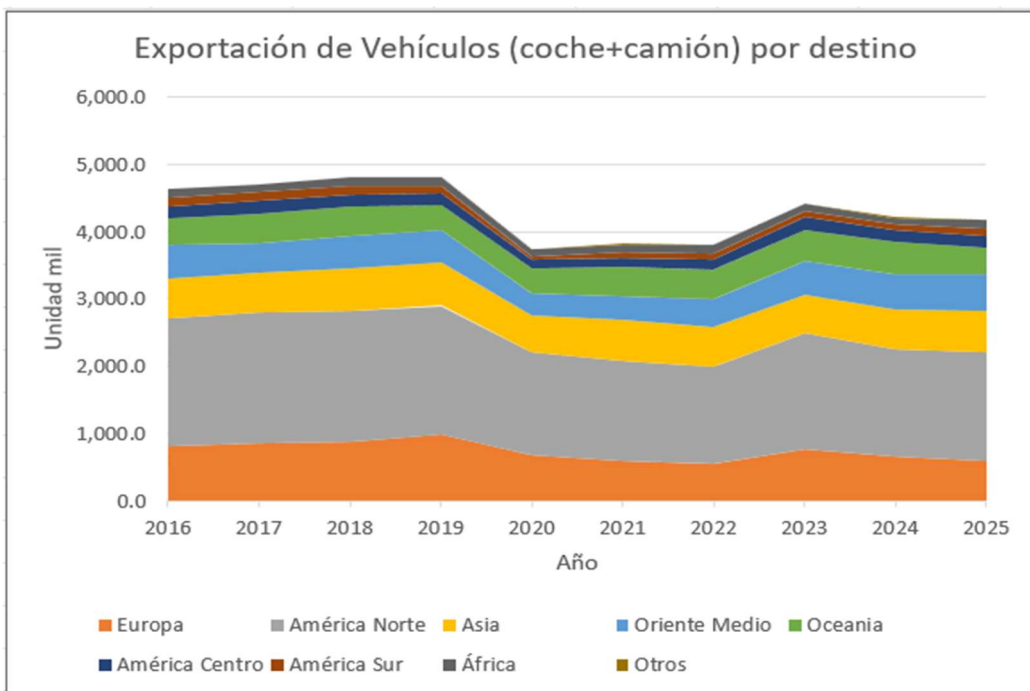
Además, el Gobierno de EE. UU., con el objetivo de reactivar su industria naval, está estudiando cobrar tasas portuarias cuando buques transportadores de automóviles fabricados en China utilicen puertos estadounidenses. En un principio, la medida debía comenzar en diciembre de 2025. Aunque en octubre de 2025, tras una cumbre EE. UU.–China, se acordó aplazarla un año, la posible introducción de este “impuesto de entrada” -considerado por algunos como un arancel encubierto sobre los automóviles- se ha convertido en una gran preocupación para fabricantes y navieras.

Los fabricantes japoneses, presionados a subir precios en EE. UU. y a revisar su sistema de producción

En abril de 2025, el gobierno de Trump elevó de forma significativa los aranceles con el objetivo de revitalizar la industria manufacturera nacional. En el caso de los automóviles importados

desde Japón, el arancel, que era del 2,5 %, se incrementó hasta el 15 % en septiembre de 2025. Según la Asociación de Fabricantes de Automóviles de Japón, en 2024 **Estados Unidos fue el principal destino de exportación de los fabricantes japoneses, representando más del 30 % del total exportado**, por lo que todas las compañías se han visto forzadas a responder. SUBARU, Mazda y Mitsubishi Motors, entre otras, han aplicado subidas de precios vinculadas a la política arancelaria estadounidense.

También hay movimientos para revisar el sistema productivo y la cadena de suministro en plantas dentro de EE. UU. Toyota está reduciendo la producción de Lexus y utilizando las líneas liberadas para aumentar la producción de vehículos híbridos (HEV), que se venden bien en el segmento de precio medio, con el fin de mitigar el impacto arancelario. Nissan, por su parte, está trasladando parte de la producción desde Japón a plantas estadounidenses y, según la edición digital del Nikkei del 11 de julio de 2025, Nissan y Honda han iniciado conversaciones para que Honda produzca vehículos en una planta de Nissan en EE. UU. con baja utilización.



(Fuente: Japan Automobile Manufacturers Association)

4.2 TENDENCIAS DEL MERCADO DE VEHÍCULOS ELÉCTRICOS (EV)

El mercado mundial de EV entra en una fase de estancamiento: influyen el fin de las subvenciones en algunos países, la falta de infraestructura de recarga, etc.

El mercado de los vehículos eléctricos de batería (BEV) está perdiendo impulso. Según la

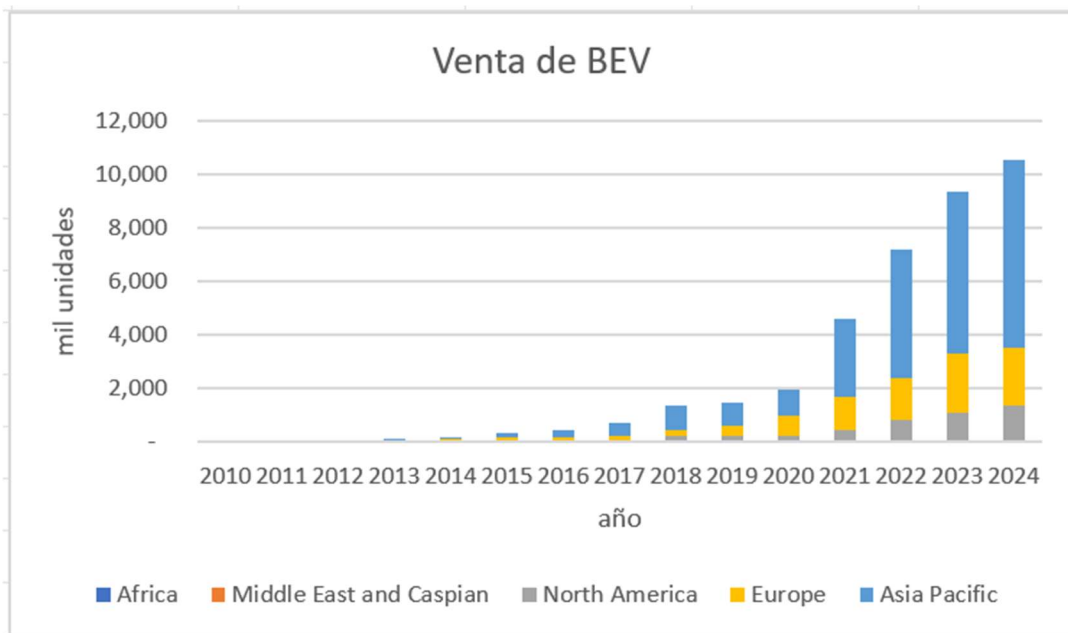
Agencia Internacional de la Energía (IEA), en 2024 las ventas mundiales de BEV fueron de 11,0 millones de unidades, un +15,7 % interanual. En comparación con +30,1 % en 2023 y +55,3 % en 2022, el crecimiento, si bien mantiene una tendencia de doble dígito, se ha desacelerado notablemente.

Entre los factores que explican esta situación están la finalización o reducción de subvenciones a la compra en muchos países que incluso han comenzado una política contraria a esta tecnología y de incentivos fiscales en países clave como Alemania y China; el retraso en el despliegue de infraestructura de recarga; la incertidumbre del mercado de EV en Estados Unidos; y, además, la ofensiva de bajadas de precios de fabricantes chinos liderados por BYD, que está obligando a los fabricantes de Japón, Europa y EE. UU. a revisar sus estrategias de EV.

Ante la posibilidad de un menor dinamismo del mercado, la IEA publicó en noviembre de 2025 una previsión: si los países aplican políticas de descarbonización de forma activa, la cuota mundial de vehículos electrificados superaría el 50 % en 2035; si no, se quedaría en algo más del 40 %.

Desde el Acuerdo de París (2015), el movimiento global hacia la descarbonización se ha intensificado. Muchos países han lanzado políticas para impulsar la adopción de vehículos eléctricos (EV) con el objetivo de alcanzar la neutralidad de carbono en 2050. Japón, por ejemplo, se ha fijado como meta que para 2035 el 100 % de las ventas de coches nuevos sean vehículos electrificados, incluidos los híbridos (HEV) y los híbridos enchufables (PHEV).

Sin embargo, principalmente en los últimos años, también han surgido movimientos para revisar las restricciones a los vehículos de gasolina con el fin de reforzar la industria automotriz nacional. En Estados Unidos, tras el inicio del segundo gobierno de Trump, se declaró la eliminación de las regulaciones sobre vehículos de gasolina que había impulsado la administración Biden. En la Unión Europea (UE), con un calendario mucho más riguroso y exigente, se planeaba prohibir desde 2035 la venta de coches nuevos con motor de combustión y también de híbridos (HEV), pero, teniendo en cuenta la ralentización de la adopción del EV y la oposición de fabricantes europeos y del Gobierno alemán, así como la ralentización económica del viejo continente, la Comisión Europea presentó en diciembre de 2025 una propuesta para permitir la venta de coches de gasolina después de 2035 si se cumplen determinadas condiciones.



(Fuente: IEA Global EV Data Explorer)

La debilidad del mercado de BEV y la ofensiva de precios de los fabricantes chinos obligan a Japón-EE. UU.-Europa a revisar su estrategia; refuerzan los HEV y otros vehículos electrificados

Entre los fabricantes de Japón, Estados Unidos y Europa se están sucediendo las revisiones de la estrategia de vehículos eléctricos (EV), especialmente de los vehículos eléctricos de batería (BEV).

Toyota rebaja su objetivo de ventas mundiales de EV para 2026 de 1,5 millones a 800.000 unidades. Audi, del Grupo Volkswagen, estudia revisar su objetivo de finalizar la venta de vehículos con motor de combustión en 2033.

Al mismo tiempo, **las compañías están reforzando los vehículos con motor que son populares entre los consumidores, como los híbridos (HEV) y los híbridos enchufables (PHEV).** Volvo Cars (Suecia), que había fijado el objetivo de que todos sus coches nuevos fueran BEV, anunció que hasta 2030 producirá nuevos modelos híbridos (HV) en Estados Unidos. Honda también revisa su estrategia centrada en BEV y prevé lanzar en Norteamérica SUV híbridos (HV) de gran tamaño hasta 2029.

Ante la desaceleración del mercado de EV y el retroceso de políticas pro-EV bajo el gobierno de Trump en Estados Unidos, **los fabricantes están revisando sus inversiones vinculadas a los EV.**

Toyota aplazó el plan de construir una planta de baterías para automoción en un terreno industrial adquirido en 2025 en la prefectura de Fukuoka. Además, evalúa cambiar los productos a fabricar -de baterías a vehículos o piezas de automoción- en función de cómo evolucione la demanda de EV.

Honda reduce su inversión prevista para EV hasta 2030 de 10 billones a 7 billones de yenes, y también decide retrasar, de 2028 a después de 2030, la puesta en marcha de las plantas de EV y de baterías previstas en Canadá.

SUBARU, que planeaba invertir 1,5 billones de yenes en electrificación hasta 2030, también está conteniendo la inversión para la producción masiva de EV y, en su lugar, refuerza el desarrollo de híbridos (HV).

General Motors (GM) anunció en mayo de 2025 una nueva inversión de 888 millones de dólares en una planta de motores del estado de Nueva York. Inicialmente, preveía invertir 300 millones de dólares para producir allí componentes para EV, pero, considerando la evolución del mercado de EV y el contexto político bajo el gobierno de Trump, cambió de rumbo para producir nuevos motores para vehículos grandes.

Estrategia de vehículos eléctricos (EV) de los principales fabricantes.

Volkswagen	VW prevé alcanzar casi el 100 % de vehículos de cero emisiones (ZEV) en 2040. Las empresas del grupo, Audi y Porsche, están revisando sus objetivos.
Mercedes-Benz	Mercedes-Benz revisa su objetivo de que, para 2030, todas las ventas de coches nuevos sean de vehículos de cero emisiones (ZEV). También aplaza hasta finales de la década de 2020 la meta de alcanzar un 50 % de ventas de vehículos eléctricos.
General Motors	GM aplazó el inicio de la producción de su pick-up eléctrica de gran tamaño, prevista en una planta de Michigan (EE. UU.).
Volvo Car	Volvo retiró su objetivo de que, para 2030, todas las ventas de coches nuevos fueran de vehículos de cero emisiones (ZEV) y está reforzando el desarrollo de los híbridos enchufables (PHEV).
Toyota	Toyota revisa su plan inicial de vender 1,5 millones de vehículos eléctricos de batería (BEV) en 2026.
Honda	Honda revisa a la baja la proporción de ZEV en sus ventas mundiales de coches nuevos para 2030, del 30 % a alrededor del 20 %.

(Fuente: Nikkei)

La estructura del sector podría transformarse por el avance en nuevos ámbitos como CASE, y están aumentando las entradas de empresas emergentes y de sectores complementarios.

El entorno que rodea a los fabricantes de automóviles está cambiando drásticamente. Se dice que las tecnologías y nuevos servicios de próxima generación, conocidos como CASE -por las siglas de Connected (vehículo conectado), Autonomous (conducción autónoma), Shared/Services (servicios compartidos) y Electric (electrificación)-, determinarán el futuro de la industria automotriz.

Tradicionalmente, las barreras de entrada eran altas porque fabricar motores de combustión, de estructura compleja, y contar con grandes instalaciones de producción requería capacidades considerables. Sin embargo, **a medida que ganan protagonismo los vehículos eléctricos (EV), de estructura más simple que los coches de gasolina, esas barreras se están reduciendo.** Ejemplos de empresas que han ganado presencia con los EV son Tesla, fundada en 2003 en Silicon Valley, y la china BYD, que se expandió al sector del automóvil desde su negocio principal de fabricación de baterías.

En los ámbitos de la conducción autónoma y los coches conectados, la importancia del software aumenta, por lo que **se espera una intensificación de la competencia con la entrada de grandes empresas de TI y startups que antes no tenían relación con la industria automotriz.** Al mismo tiempo, también avanzan alianzas y reorganizaciones. Sony Group, fuerte en tecnología de sensores de imagen -clave para la conducción autónoma-, creó en 2022 una empresa conjunta con Honda para el negocio de EV. Sharp también se ha lanzado al desarrollo de EV junto con su matriz, Foxconn.

En el frente comercial, **nuevas empresas como Uber Technologies han logrado el apoyo de los consumidores con servicios como ridesharing y carsharing.** Por ello, se prevé que la estructura de ingresos del sector, basada tradicionalmente en la venta definitiva del vehículo, cambie de forma significativa. Se están intensificando los movimientos para desarrollar servicios y adaptarse a nuevos modelos de negocio, como la inversión de Toyota en Uber, entre otras alianzas con actores emergentes.

4.3 CONDUCCIÓN AUTÓNOMA

Gracias a los avances en cámaras y sensores, sistemas de posicionamiento por satélite, mapas 3D de alta precisión y inteligencia artificial (IA), la conducción autónoma está cada vez más cerca de ser una realidad.

Los robotaxis (taxis autónomos) ya se han puesto en práctica. Waymo, filial de Alphabet, opera robotaxis de nivel 4 en tres ciudades de Estados Unidos, incluida Arizona. En

China, el gigante de internet Baidu, que desarrolla robotaxis en su propio país, prevé iniciar el servicio también en Emiratos Árabes Unidos (EAU) y Suiza a partir de 2025.

En Japón, Honda vendió de forma limitada en 2021 un vehículo equipado con nivel 3, mientras que Toyota y Nissan se encuentran en la fase de comercialización de vehículos con nivel 2. No obstante, también existen claroscuros, así empresas como Tesla, General Motors (GM) y Apple anunciaron en 2024 su retirada de este campo debido a desafíos de seguridad y técnicos.

Aunque la tecnología avanza, se señalan problemas pendientes, como la necesidad de adaptar el marco legal, por ejemplo, en lo relativo a la responsabilidad en caso de accidente.

Nivel de automatización.		Definición
0	No Automation	El conductor tiene el control total de las tareas de conducción.
1	Driver Assistance	El vehículo cuenta con un único sistema automatizado.
2	Partial Automation	El vehículo puede realizar la dirección y la aceleración.
3	Conditional Automation	El vehículo puede controlar la mayoría de las tareas de conducción.
4	High Automation	El vehículo realiza todas las tareas de conducción en determinadas condiciones.
5	Full Automation	El vehículo realiza todas las tareas de conducción en cualquier condición.

(Fuente: Society of Automotive Engineers)

4.4 NUEVAS TENDENCIAS DE NEGOCIO

Con el auge de la economía colaborativa y el incremento de los precios, **el coche está cambiando su concepción de “propiedad” a “uso” en la conciencia del consumidor.**

Tanto en Japón como en el extranjero, especialmente entre los jóvenes, avanza el “alejamiento del coche” y **aumenta el número de personas que evitan la carga económica que implica poseer un vehículo.** En este contexto, se están extendiendo servicios que no requieren la propiedad del automóvil, como el carsharing (vehículos compartidos entre miembros) y el ridesharing (viajes compartidos).

Según un estudio de la Fundación para la Ecología del Transporte y la Movilidad, a marzo de 2025 el número de vehículos utilizados para carsharing en Japón alcanzó 84.887 (+26,3 % interanual) y el número de socios llegó a 5.602.120 (+19,3 %), manteniendo una tendencia de

crecimiento. En el carsharing japonés, operadores de aparcamientos como Park24 han consolidado una posición destacada. Además de empresas vinculadas al automóvil -como concesionarios y compañías de alquiler-, también se observa la entrada de compañías de otros sectores, como trading companies e inmobiliarias.

El ridesharing aún no está muy extendido en Japón debido a cuestiones regulatorias, pero a nivel mundial empresas como la estadounidense Uber Technologies y la china DiDi Chuxing están expandiendo activamente estos servicios en diversas regiones.

Los servicios de movilidad de nueva generación conocidos como Mobility as a Service (MaaS) están ganando protagonismo. Su objetivo es que las personas no tengan que poseer un medio de transporte (como un coche), sino que puedan usarlo cuando lo necesiten pagando por ello, y también que puedan aprovechar el tiempo dentro del vehículo de forma cómoda y útil durante el trayecto. Esto está empujando a la industria automotriz a alejarse del modelo de negocio tradicional.

Se están desarrollando servicios que conectan mediante TI distintos medios de transporte -automóvil, tren, autobús, taxi, carsharing, bicicletas de alquiler, etc.- para que el usuario pueda buscar, reservar y pagar desde una app. También se espera la expansión de tarifas diversas, como suscripciones de uso ilimitado y precios dinámicos según la demanda. Según Yano Research Institute, el mercado japonés de MaaS -incluyendo servicios de movilidad y negocios relacionados de plataformas y apps- crecerá de 490.590 millones de yenes (2021, 3.705 millones de euros @130.29 JPY/EUR) a 2,3608 billones de yenes (2035 12,9 mil millones de euros @183.60 JPY/EUR).

Ante la necesidad de dejar atrás un modelo basado en “vender y listo”, los fabricantes están intensificando su respuesta al MaaS: se asocian con empresas emergentes de ridesharing como Uber (EE. UU.), Grab (Singapur) o DiDi Chuxing (China), o bien entran directamente en el negocio del carsharing.

En el desarrollo del vehículo, además de la conducción autónoma, se impulsa la creación de tecnologías y equipamiento MaaS “a bordo” para que el usuario pueda, por ejemplo, disfrutar de entretenimiento o asistir a reuniones remotas durante el trayecto. Por ello, también se están incorporando empresas de otros sectores con fortaleza en TI, como Sony, Sharp, Xiaomi y Huawei.

4.5 DESARROLLO DE SOFTWARE-DEFINED VEHICLE (SDV)

En paralelo a los vehículos de cero emisiones (ZEV) como los EV, **las compañías están reforzando el desarrollo de los Software-Defined Vehicle (SDV)**. Un SDV es un vehículo cuyas funciones principales se controlan mediante un software básico (OS) instalado en el coche y que, como un smartphone, puede actualizar su software para mejorar prestaciones y añadir o perfeccionar funciones como la asistencia a la conducción o la prevención de accidentes.

Con el cambio del consumidor de “propiedad” a “uso”, para los fabricantes que buscan salir del modelo de ingresos basado solo en vender coches nuevos, el SDV permite ofrecer actualizaciones de software de pago y otros servicios que elevan el valor del vehículo tras la venta, creando nuevas fuentes de ingresos. Boston Consulting Group estima que, para 2030, los SDV generarán más de 650.000 millones de dólares de valor en el mercado relacionado con el automóvil.

Además de Tesla, fabricantes chinos como BYD ya están empezando a introducir SDV en el mercado. En Japón, Toyota incorporará un OS embarcado en un nuevo SUV eléctrico que ha lanzado en 2025, y Honda y Nissan también planean introducir en 2026 vehículos con OS desarrollado internamente. Honda y Nissan, además, están discutiendo la estandarización (común) del OS para acelerar el desarrollo de SDV.

Los SDV permiten que, incluso después de la venta, se puedan mejorar mediante actualizaciones las funciones de asistencia, la seguridad y las opciones del vehículo. El software básico que controla los distintos dispositivos integrados en el SDV es el OS embarcado (vehicle OS). Como los EV tienen muchas menos piezas que los coches de gasolina, resultan más “controlables” mediante software.

Al igual que Windows o iOS se convirtieron en OS de referencia en PC y smartphones, si el OS embarcado desarrollado internamente por una empresa se convierte en el estándar de facto, puede permitirle ganar cuota rápidamente. Además, a medida que terceros que entren en servicios de movilidad (MaaS) utilicen ese OS, la empresa puede liderar un amplio abanico de negocios relacionados con la movilidad. Por eso, no solo los fabricantes de automóviles, sino también grandes proveedores de componentes y empresas de TI compiten intensamente en el desarrollo del OS embarcado.

Toyota avanza en el desarrollo propio de su OS. Por otro lado, Honda y Nissan, que también desarrollan el suyo, están negociando su compatibilización. Al mismo tiempo, hay fabricantes

que se apoyan en empresas de TI como Alphabet, y grandes proveedores como Bosch o Continental también desarrollan soluciones, lo que intensifica la competencia intersectorial.

4.6 SEMICONDUCTORES Y TIERRAS RARAS. PIEZAS CLAVE

Con el auge de los EV, **los semiconductores para automoción se han convertido en componentes cada vez más importantes**. Se dice que un EV necesita aproximadamente el doble de semiconductores que un coche de gasolina, y la llegada de EV y de la conducción autónoma está cambiando de forma significativa la composición de componentes del automóvil.

La estabilidad del suministro de semiconductores influye directamente en la producción.

Por ejemplo, en 2020, tras el anuncio del primer gobierno de Trump de bloquear transacciones con Huawei, la producción se concentró en fabricantes taiwaneses y se produjo una escasez global. Además, en marzo de 2021 un incendio en una planta clave de Renesas Electronics detuvo temporalmente líneas de producción de semiconductores para automoción, agravando la escasez y obligando a múltiples fabricantes en el mundo a recortar producción o parar fábricas.

Ya en 2025, en torno a Nexperia (fabricante de semiconductores de capital chino), el Gobierno de los Países Bajos —donde se ubica la sede— puso a la empresa bajo supervisión en septiembre por preocupaciones de seguridad nacional, lo que provocó la reacción de China. Como Nexperia fabrica el 80 % de sus productos finales en China, y el Gobierno chino aplicó de facto medidas equivalentes a un embargo, surgió el riesgo de falta de suministro de semiconductores para automoción a nivel mundial, lo que forzó a fabricantes como Honda y Nissan a ajustar la producción.

Cuando hay escasez, los semiconductores pasan a competir con la demanda de otros sectores (por ejemplo, TI). Por ello, los fabricantes de automóviles ya no pueden asegurar una producción estable solo con las redes tradicionales de suministro centradas en sus “keiretsu” (redes afiliadas).

Los EV utilizan tierras raras como neodimio, terbio y disprosio, esenciales para los imanes empleados en motores y en otros componentes (asociados también a baterías y sistemas). **Se estima que alrededor del 70 % de estas tierras raras se extraen en China y que China concentra cerca del 90 % del refinado.**

Fabricantes chinos como BYD aprovechan la cadena de suministro doméstica para producir EV competitivos en coste y ampliar su cuota dentro y fuera de China. En cambio, para los fabricantes de Japón, EE. UU. y Europa, el suministro depende en gran medida de la política china. Actualmente, China está reforzando los controles de exportación tratando las tierras raras como

recursos estratégicos y usándolos como herramienta de negociación diplomática, lo que puede afectar de forma importante a las cadenas de suministro de los fabricantes occidentales.

Para reducir la dependencia de China, los países están impulsando -sector público y privado- el desarrollo de baterías y motores que no dependan de tierras raras. También se intensifica el desarrollo de nuevas minas en países como Australia y Canadá, y avanza la I+D en tecnologías de reciclaje para recuperar tierras raras de motores usados y reutilizarlas.

5. PRESENCIA DE LA INDUSTRIA JAPONESA EN ESPAÑA

La industria automotriz está presente en España a través de cuatro de los grupos nipones más relevantes, así como otras compañías de menor tamaño. De los principales grupos por volumen de facturación podemos resumir la situación como sigue:

Actividad de producción en España por grupo		
Grupo	Empresa (localidad)	Producto
Toyota	PSA como empresa aliada (Vigo)	Toyota PROACE (Compact-Van)
	Denso Sistemas Termicos España(Vigo)	Aire acondicionado, calefactor, módulo de refrigeración del motor
	Denso Ten España (Malaga)	Equipos electrónicos (sistema de seguridad y de audio)
Honda	Montesa Honda (Barcelona)	Recambios posventa para automóviles y motos.
Nissan	Nissan Motor Ibérica (Ávila, Cantabria)	Componentes y piezas para nuevas series de vehículos.
Mitsubishi	Renault como empresa aliada (Valladolid)	Mitsubishi ASX y Grandis

De acuerdo con la tabla resume anterior, extraemos las siguientes conclusiones acerca de la inversión japonesa en nuestro país:

- (I) **El grupo Toyota no tiene planta propia de vehículos completos en España**, pero sí se fabrican modelos Toyota mediante acuerdos. Su socio principal es PSA (hoy Stellantis) con el que tiene un **acuerdo para la producción del vehículo Toyota PROACE en la planta de Vigo, Galicia**.

El grupo sí cuenta con presencia directa a través de la sociedad DENSO Sistemas Térmicos España a través de la cual produce componentes. En concreto en la **planta de Vigo fabrica aires acondicionados, calefactores y módulos de refrigeración del motor** y en Málaga produce sistemas eléctricos y electrónicos.

- (II) Por su parte el **grupo Honda concentra su producción en Montesa Honda**, Barcelona, donde produce motocicletas y recambios posventa.
- (III) En cuanto al **grupo Nissan** mantiene plantas en Ávila y Cantabria, con componentes para nuevas series de vehículos.

- (IV) Finalmente, el **Grupo Mitsubishi** no produce en plantas propias; fabrica modelos vía **OEM con Renault en Valladolid** (ASX y Grandis).