

Autos & toys

Edición:  hablamos autos / Producción: EISA / Viernes 31 de octubre de 2025 / Año. 12 No. 460



■ CONGRESO CHIREY CO-CREATE CO-DESIGN

PÁG. 8 Desde China, fuimos testigos del mayor evento de reflexión, creación y propuesta de Chery Group, juntando a clientes, distribuidores y prensa para mejorar hacia el futuro.



NISSAN Y EL JAPAN MOBILITY SHOW

PÁG. 4 A la mitad de una profunda restructura financiera, la multinacional japonesa no deja de sorprendernos con nuevas tecnologías, alianzas y productos.

Japan
Mobility
Show 2025

EL FUTURO



MERCEDES SPRINTER EV

PÁG. 12 Conocimos la nueva generación de una de las vans favoritas para trabajar, que ahora también podrán ser eléctricas



COLECCIÓN COMPLETA

Hot Wheels lanzó oficialmente la colección completa de la Fórmula 1, que ahora incluirá los 10 equipos oficiales del circuito, entre ellos la Scuderia Ferrari HP Team y Aston Martin Aramco Formula One Team. La serie Premium de la colección se comenzará a vender en el país a partir de 2026, en cualquier tienda de Mattel, junto con la colección tradicional que se comercializará en paquetes individuales, de cinco y 10 monoplazas. La firma adelantó que a lo largo del siguiente año presentará nuevos sets de pistas inspiradas en los circuitos de F1.

LLEGA A MÉXICO

JETOUR SOUEAST México confirmó la llegada al país de su nuevo SUV compacto híbrido enchufable: JETOUR T1 i-DM 2026. Cuenta con un motor térmico 1.5 TGDI de quinta generación capaz de entregar 141 caballos de fuerza, más dos motores eléctricos que producen 210 hp, para una potencia combinada de 342 caballos de fuerza. Gracias a su paquete de baterías de fosfato de hierro y litio de 26.7 kWh, ofrece una autonomía eléctrica de 177 km y combinada de hasta de 1,300 km. Se pondrá a la venta antes de que finalice 2025.



MACAN GTS ELÉCTRICO

Porsche amplía la gama del Macan Electric con la nueva versión GTS, que alcanza una potencia con overboost de 571 caballos de fuerza. En combinación con el Launch Control capaz de alcanzar el 0 a 100 km/h en apenas 3.8 segundos. Tiene un tren motriz de alto rendimiento, bloqueo de diferencial trasero controlado electrónicamente y suspensión neumática deportiva con altura de manejo reducida. También está disponible el paquete GTS para el interior, con molduras en fibra de carbono.



MUSTANG RTR

Ford, en colaboración con RTR Vehicles, anunciaron el lanzamiento del primer Mustang RTR construido directamente de fábrica. Estará disponible a partir de verano de 2026 en Estados Unidos, con planes de expansión para otros mercados más adelante durante ese año. Contará con un motor turbocargado EcoBoost, acoplado a una transmisión automática de 10 velocidades, que entregará 315 caballos de fuerza; con la opción de agregar un tune plug-and-play para elevar la potencia hasta los 350 caballos de fuerza.



#hablamosautos
CARLOSSANDOVAL @Sandowalsky

JAPÓN AYER Y HOY

Amo japon, pero también lo idealizo. Entre su cultura, la atención y el cuidado de su gente, la limpieza, la sensación general de seguridad, sus paisajes y resiliencia, es difícil de superar. También admiro su cultura e historia automotriz, uno de los mercados más particulares, pero que también han generado algunos de los mayores cambios en la industria automotriz global, desde su logística y organización de métodos de producción, hasta la gran calidad de la mayoría de sus productos. Sin embargo, hay un fenómeno que no deja de sorprenderme cada que pongo pie acá en los últimos años: hay muy pocos vehículos eléctricos. Entre su excelente sistema de transporte público, una buena parte de la población que vive en micro departamentos sin siquiera lugar de estacionamiento, una infraestructura eléctrica que no es mala pero tampoco perfecta como procuran hacer todo, además de una fuerte dependencia energética de combustibles fósiles importados, cerrando con una muy buena experiencia en motorizaciones híbridas, no parecen querer electrificarse. El problema radica en que los tiempos de desarrollo en japon son lentos. Su cultura hiper tradicional, planeación a largo plazo y preferencia por no cambiar lo que ya funciona, los ha rezagado notablemente respecto al resto de la industria, priorizando una visión local en lugar de un desarrollo internacional acorde a las tendencias y necesidades de un mundo más allá de Japón. Así, hay muy pocos EVs en la nación del sol naciente, pero también están muy retrasados en su desarrollo, donde China se los está comiendo vivos, tanto, que incluso en un nicho de mercado exclusivo de Japón como los son los Kei Cars, BYD acaba de presentar su propuesta para poner a temblar a todos ahí. Si Japón y su industria automotriz no aceleran a fondo el ritmo de electrificación, serán los líderes en híbridos por algunos años, pero quedarán fuera del juego global muy pronto.

hablamos autos

Sandowalsky Media / Carlos Sandoval Editor en Jefe / Laura Malaver Coeditora / Eduardo Polaco Colaborador / Fotos: Cortesía armadoras, Redacción
carlos@sandowalsky.com laura@sandowalsky.com redacción@sandowalsky.com

EL FINANCIERO

DIRECTOR GENERAL
Y PRESIDENTE DEL CONSEJO
EDITORIAL
MANUEL ARROYO RODRÍGUEZ

VICEPRESIDENTE
Y DIRECTOR
GENERAL EDITORIAL
ENRIQUE QUINTANA

DIRECTOR DE INFORMACIÓN
ECONÓMICA Y DE NEGOCIOS Y EDITOR
EN JEFE DE EL FINANCIERO IMPRESO
VÍCTOR PIZ

DIRECTOR GENERAL
DE INFORMACIÓN
POLÍTICA Y SOCIAL
PABLO HIRIART

DIRECTOR GENERAL
DE PROYECTOS ESPECIALES
Y EDICIONES REGIONALES
JONATHAN RUIZ

DIRECTOR
EDITORIAL
DE EL FINANCIERO TV
GUILLERMO ORTEGA

DIRECTOR DE TELEVISIÓN
ARIEL BARAJAS
DIRECTOR DE INTERNET
JARDIEL PALOMEC

DIRECTOR
GRÁFICO
RICARDO
DEL CASTILLO

COORDINADORA
DE OPERACIÓN
EDITORIAL
ELIZABETH TORREZ

CONSULTOR/DIRECTOR
EN ENCUESTAS
Y ESTUDIOS DE OPINIÓN
ALEJANDRO MORENO

DIRECTOR
COMERCIAL
GERARDO
TREVÍÑO GARZA

Esta es una publicación editada, impresa y distribuida por Grupo Multimedia Lauman, SA de CV. Lago Bolsena No. 176, Col. Anáhuac, Delegación Miguel Hidalgo. CP. 11320. Tel: 5227-7600, www.elfinanciero.com.mx Editor responsable: Enrique Quintana, Reserva de Derechos al Uso Exclusivo: en trámite. Licitud de Título: en trámite. Licitud de contenido: en trámite, ambos otorgados por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Franqueo pagado, Publicación Periódica, Registro No. 1231190. Características 121651703. El Financiero se publica de lunes a viernes, derechos reservados. Queda estrictamente prohibida la reproducción parcial o total de los contenidos e imágenes de la publicación, sin previa autorización de Grupo Multimedia Lauman, SAPI de CV. La información, opinión y análisis contenido en esta publicación es responsabilidad de los autores, salvo error de apreciación de su parte.

SUSCRIPCIONES: 55 68 20 94 50 al 94 79 extensiones 103, 104, 105 y 107 y 01 8001 80 83 83 extensiones 103, 104, 105 y 107 y suscripciones@elfinanciero.com.mx ATENCIÓN A CLIENTES: Tels. 55-6820 94 50 al 94 74, 01 800 180 83 83 y atención@elfinanciero.com.mx EN INTERNET: http://www.elfinanciero.com.mx * Marca Registrada



NUEVA PIEL

En su 75 aniversario, SEAT inicia una nueva etapa con la renovación de dos de sus vehículos más populares: Ibiza y Arona, que llegan con un diseño e interior actualizados. Ambos vehículos cuentan con nuevos colores de carrocería, un facelift de la parte delantera que los hace ver más deportivos y un cambio total de la firma lumínica con faros Full LED. En el nivel de acabado FR, ahora el anagrama está grabado con láser en el poste B, con una gama renovada de rines de aleación, en medidas de 15 a 18 pulgadas.



#Evolución

EUGENIO GRANDIO
Presidente
EMA, Electro Movilidad Asociación México

ROBOTAXIS

Stellantis anunció una nueva colaboración con NVIDIA, Uber Technologies y Foxconn para explorar el desarrollo conjunto de robotaxis en todo el mundo que contarán con Nivel 4 de autonomía, lo que significa que no necesitarán conductor. Este proyecto combinará ingeniería de vehículos, computación con inteligencia artificial, operaciones de transporte y electrónica en una solución escalable para ofrecer una nueva opción de transporte seguro, eficiente, sostenible y económico.



MANTENER EL RUMBO

La electromovilidad vive una etapa de cambios y turbulencia. La dificultad para alcanzar metas, el retiro de subsidios y el cambio de prioridades de algunos gobiernos y fabricantes han puesto a prueba su avance. Se escucha con frecuencia que varias marcas que prometieron electrificar toda su gama han decidido retrasar o suavizar esos compromisos. En Estados Unidos, el segundo mercado automotriz más grande del mundo, se superó el millón de autos eléctricos vendidos en lo que va del año, impulsados por consumidores que aprovecharon incentivos de 7,500 dólares antes de su eliminación. Será interesante ver cómo se comporta la demanda sin estos. Aun así, los apoyos a la infraestructura y la producción de baterías continúan mostrando una política de largo plazo.

En México, la historia es alentadora: los miembros de EMA vendieron 69,000 vehículos eléctricos en 2024, y este año ya se alcanzaron 68,000. Todo lo que se venda de aquí a diciembre superará el récord anterior, evidencia del interés creciente de los mexicanos en esta tecnología. Sin embargo, el mercado enfrenta el desafío de que más marcas estén representadas en el éxito que describen las estadísticas.

Para que la adopción avance, los gobiernos deben establecer reglas claras y exigentes. Las regulaciones de emisiones son el motor que impulsa a los fabricantes a ofrecer sus mejores tecnologías en cada mercado. Cuando estas normas no existen o son laxas, las marcas tienden a retrasar sus planes, priorizando países con marcos más estrictos. Así como en su momento se exigieron cinturones, bolsas de aire o gasolina sin plomo, los gobiernos deben promover la transición a tecnologías más limpias por el bien común. México no puede quedar rezagado: debe garantizar que los ciudadanos tengan acceso a las mismas innovaciones que ya están disponibles en otros lugares.

La movilidad eléctrica no se impulsa porque sea fácil, sino porque es necesaria. Las marcas, los gobiernos y los consumidores tenemos la responsabilidad de mantener el rumbo hacia una movilidad sin emisiones y ciudades más limpias, sin ceder ante la comodidad ni el corto plazo.



EL NUEVO JEFE

El Jeep Grand Cherokee 2026 llega al mercado con un sistema de propulsión completamente nuevo: el motor Hurricane 4 Turbo de 2.0 litros que entrega 324 caballos de fuerza y una autonomía estimada de 814 kilómetros, para ofrecer una combinación de potencia y capacidad 4x4 con una capacidad de remolque de 2,800 kilos. Este vehículo continuará disponible en configuraciones de dos y tres filas, además de opciones híbridas enchufables. Se prevé que su lanzamiento ocurra durante la primera mitad de 2026 en el mercado de Estados Unidos.

SPORTAGE HÍBRIDO

Kia México inició la venta de una nueva versión híbrida de su SUV Sportage en el mercado nacional para expandir su oferta electrificada. Al contar con el mismo nivel de equipamiento de su contraparte a gasolina, el Sportage EX Pack HEV 2026 se posiciona por debajo de la configuración tope de gama, X Line. Esta variante híbrida cuenta con un motor de cuatro cilindros 1.6 turbo y un motor eléctrico que en conjunto entregan 227 caballos de fuerza, con transmisión automática de seis velocidades.



En palabras de...



Iván Espinosa, Presidente y CEO, Nissan Motor Corporation

En el marco de el Show de la Movilidad de Japón, Iván Espinosa —mexicano recientemente nombrado CEO de Nissan— nos platicó de los retos de la reestructuración global, la estrategia de electrificación y el papel clave de América Latina en el futuro de la compañía.

¿Cómo describirías el momento actual que vive Nissan tras el proceso de reestructuración global?

Estamos pasando a una nueva etapa. Dejamos atrás los anuncios de reestructuración y temas de costos para enfocarnos en lo que mejor sabemos hacer: buenos autos, que satisfacen y hacen sonreír a los clientes. Ahora entramos en la segunda y tercera velocidad del plan, con mucha energía, ambición y optimismo hacia el futuro.

¿Qué lugar ocupa América Latina en esa estrategia?

Es una de las regiones más importantes para Nissan. Tenemos un hub muy fuerte con México y varios mercados relevantes en Sudamérica. El complejo de Aguascalientes es enorme, y aunque anunciamos cambios en Cuernavaca, buscamos consolidarnos para ser más competitivos y sostenibles. Esa es la disciplina con la que estamos ejecutando el plan.

¿Cómo se mantiene la calidad con menos plantas y personal?

Lo logramos optimizando los tiempos de desarrollo. Pasamos de 54 a 37 meses para el primer producto de una familia, y 30 meses para el segundo.

Eso redujo costos de ingeniería y nos permitió mantener la gama sin recortes. Además, cambiamos la relación con los proveedores: ahora los vemos como socios estratégicos. Ellos están más cerca de nuevas tecnologías y materiales, así que aprovechamos su conocimiento para mejorar la competitividad y compartir beneficios.

¿Qué implican los ajustes de producción en México?

No cambiaremos el posicionamiento de la marca. Solo ajustamos la capacidad instalada y los costos fijos, porque estaban pensados para vender ocho millones de autos hace una década, cuando el pico real fue de 5.7 millones. Nissan seguirá ofreciendo una gama completa y competitiva en México y Sudamérica, desde los K-Car hasta modelos como Patrol.

¿Cómo se combina la oferta de tecnologías —combustión, e-Power y eléctrica— dentro del portafolio?

Tenemos las tres tecnologías y todas son relevantes. Contamos con motores eléctricos de última generación, un e-Power de tercera generación que comparte componentes con los eléctricos y que mejora consumo y rendimiento, y motores de combustión muy eficientes como el V6 biturbo del Patrol. La clave es adaptar la tecnología a las necesidades del consumidor. El mercado se está moviendo más lento de lo que se preveía hacia los eléctricos, así que necesitaremos coexistencia tecnológica.

¿El contexto geopolítico y los aranceles en Estados Unidos, cómo impactan la estrategia global?

El mundo es más complejo que nunca. Cada día hay una nueva crisis: falta de chips, materiales o conflictos comerciales. Por eso diseñamos un sistema flexible, con cobertura global pero con tamaño ajustado a los ingresos reales. Esa flexibilidad industrial es vital para reaccionar rápido ante cualquier cambio.

¿Qué papel juega la planta Brasil dentro del nuevo plan?

Es clave. Actualmente produce el Kicks y pronto fabricará el nuevo Kait que complementará la gama SUV y aumentará la escala productiva. Más adelante se revelará el diseño, pero es un producto muy competitivo que reforzará la presencia de Nissan en Sudamérica.

¿Se planea una pick-up más pequeña o nuevas versiones electrificadas?

No hay nada concreto en el segmento de pick-ups pequeñas; la prioridad sigue siendo Frontier. Sin embargo, estamos considerando versiones híbridas enchufables. De hecho, la Frontier PHEV que se produce en China es una opción que analizamos para algunos mercados de la región.

¿La integración de proveedores chinos afectará la calidad de los productos?

En absoluto. Los estándares de Nissan son los mismos en cualquier país. Estamos aprendiendo procesos y tecnologías de China, pero no sustituimos proveedores japoneses por chinos. Lo que hacemos es reducir el número de proveedores para darles mayor volumen y mantener relaciones sostenibles a largo plazo.

¿Existe la posibilidad de usar productos de otras marcas bajo la insignia Nissan, como hacen algunas empresas occidentales con marcas chinas?

No, el re-badging no es parte de nuestra estrategia. Hay colaboraciones de desarrollo, como con Renault y Dongfeng, donde se comparte una base pero se adapta el diseño, la tecnología y el manejo para que el vehículo se sienta como un Nissan. Proteger la identidad de la marca es fundamental.



BUSCANDO EL MAÑANA

El Autoshow de Tokio se reinventa como el Show de la Movilidad de Japón, mientras que Nissan se reinventa como una marca funcional, aterrizada y más eficiente bajo un nuevo líder. Entre conceptos y un espíritu de persistencia, como cada dos años, quedamos boquiabiertos.

Carlos Sandoval, desde Tokio, Japón
@Sandowalsky

Durante el Japan Mobility Show 2025, Nissan presentó una selección de modelos que reflejan su enfoque renovado hacia la electrificación, la innovación y la conexión emocional con los conductores. El anuncio forma parte de su estrategia Re:Nissan, orientada a fortalecer sus mercados mediante productos más inteligentes.

El nuevo Nissan Elgrand fue una de las principales novedades, pues inauguró el concepto de “miniván premium” en 1997, llegando a su cuarta generación con un diseño refinado y un tren motor e-POWER de tercera generación combinado con tracción e-4ORCE.

Además de presumirnos la nueva generación del Nissan Leaf, que ahora evoluciona como un crossover compacto eléctrico, también pudimos ver el nuevo N7, un sedán compacto más o menos del tamaño de un Altima, pero co-desarrollado y fabricado en China junto con sus socios de Dongfeng. Éste se convierte en uno de los vehículos más prometedores, y de más rápido desarrollo para Nissan. Posiblemente uno de los modelos más relevantes que veremos de la marca en los próxi-

mos meses y años.

Junto al Elgrand, Nissan confirmó la llegada del nuevo Patrol a Japón en 2026. Este SUV robusto y emblemático regresa al país tras más de una década de ausencia, como símbolo de fuerza, tecnología avanzada y capacidad todoterreno.

Por su parte, Ariya eléctrico estrena facelift este mismo año fiscal, con mejoras en confort, suspensión y un sistema de infoentretenimiento impulsado por Google, además de función Vehicle-to-Load (V2L).

Para cerrar, se anunció el nombre del futuro nuevo integrante de su línea de SUV exclusivamente para el mercado latinoamericano. Será producido en Resende, Brasil: Nissan KAIT. Este modelo, basado en la plataforma de la generación anterior de Kicks, forma parte de la estrategia de renovación y fortalecimiento de la línea de productos de la marca a nivel global.

El Nissan KAIT es el segundo SUV anunciado dentro del marco de la inversión de 540 millones de dólares que la marca está realizando en Brasil. Se prevé que el nuevo modelo sea exportado a más de 20 países. El primer SUV que surgió de este plan de inversión fue el nuevo Nissan Kicks,

lanzado en el mercado de Brasil en julio de este año.

A pesar de que aún no tenemos especificaciones ni precios, ya pudimos ver las primeras imágenes del modelo y se siente como una especie de Facelift profundo o Extreme Make Over de la generación anterior de Kicks, adaptándolo a las nuevas necesidades de imagen de la marca con más y mejor

equipamiento y llenando el espacio en un segmento menor que el nuevo Kicks, pero no tan pequeño como Magnite.

Con estas presentaciones, Nissan reafirma su propósito de ofrecer vehículos que combinen herencia, innovación y emoción, fortaleciendo su liderazgo en movilidad eléctrica y sostenible.





TOYOTA CENTURY

La empresa japonesa anunció el renacimiento de Century como marca propia que formará parte de Toyota junto a Lexus y Daihatsu como el escalón superior del grupo. En palabras de Akio Toyoda, presidente del Consejo de Administración: “es un nuevo nivel de lujo”. La nueva era de Century se rige por el lema “One on One” para describirlos como un producto único que adopta elementos de la cultura y tradición nipona como el fénix para el logotipo de la marca. El nombre representa el centenario de la era Meiji y el nacimiento de Sakichi Toyoda, fundador de la franquicia. Ahora será una marca internacional.



LEXUS LS CONCEPT

Durante su presentación, la marca premium que forma parte de Toyota, presentó tres vehículos: Lexus Sport Concept, Coupé Concept y el más novedoso de todos, el LS Concept. Este último es un SUV lleno de lujo y con seis ruedas en lugar de las clásicas cuatro, con lo que la firma busca maximizar el espacio interior, además de proporcionar comodidad en todo tipo de terrenos, con lo que podría convertirse en el próximo buque insignia de la marca.



COROLLA CONCEPT

Con un diseño más emparentado a su gama eléctrica y al reciente Prius, así podría verse la nueva generación del compacto más exitoso de la historia. Por fuera, este Corolla tiene un diseño frontal rediseñado con luces angulares diurnas LED, con una carrocería sedán con caída coupé de cuatro puertas, ventanas sin marcos y manijas al ras de las puertas. Por dentro tiene un diseño minimalista, con acabados bitono en gris y blanco, un volante de tres rayos, con el cuadro de instrumentos flotante y mandos táctiles ya no en el volante, sino en el cuadro de instrumentos.



SUPER-ONE PROTOTYPE

Honda presentó sus nuevos vehículos que incluyen todo tipo de movilidad, desde bicicletas hasta eléctricos compactos como el Super-ONE Prototype, que ahora está equipado con un nuevo modo Boost que mejora la potencia del auto y que simula un cambio de marchas múltiple. El último modelo eléctrico EV de la firma llegará a Japón y a ciertos mercados globales, como Reino Unido a partir de 2026, aunque la firma no descarta introducirlo en otras regiones si tiene buen éxito.



VISION X-COUPÉ Y X-COMPACT

Mazda mostró dos vehículos concepto. El primero es un coupé deportivo propulsado por un sistema híbrido enchufable que integra un motor rotativo turboalimentado de dos rotores con un motor eléctrico y una batería, para una autonomía de hasta 800 km. El segundo es un subcompacto con una inteligencia artificial capaz de entablar conversaciones y sugerir destinos, un sistema que representa la visión del futuro de la firma japonesa.



SUZUKI VISION E-SKY

La empresa exhibió su prototipo de minicoche eléctrico Vision e-Sky, diseñado para los trayectos urbanos del día a día. Es un auto conceptual de batería (BEV) para satisfacer las demandas de movilidad diarias de las personas, como ir al trabajo, hacer las compras o incluso hacer un viaje corto de vacaciones, ya que tiene una autonomía de hasta 270 kilómetros. Suzuki tiene previsto que este vehículo comience a comercializarse dentro del año fiscal 2026, en el mercado japonés.



BYD RACCO

La firma china reveló su primer kei car totalmente eléctrico, el BYD RACCO, que está diseñado de manera exclusiva para el mercado japonés. Además, anunció la llegada del primer modelo de BYD híbrido enchufable, el BYD SEAL U DM-i, que en el país nipón se comercializará como SEALION 6 DM-i. Con el lanzamiento de estos dos autos electrificados, la firma avanza hacia su objetivo de lanzar entre siete y ocho modelos eléctricos e híbridos para 2027. Por último, presentó su camión 100% eléctrico BYD T35 y el J6 Living Car Concept.



KIA PV5 CARGO

Tras conocer su primer modelo PBV (Platform Beyond Vehicle), PV5, como parte de la estrategia de la marca ante el auge de demanda de furgonetas eléctricas. La firma surcoreana presentó el PV5 Cargo Long-Range, que ofrece una autonomía de hasta 528 kilómetros con una sola carga (WLTC con batería de 71,2 kWh), con mayor espacio para la carga, una puerta trasera de doble apertura para facilitar la carga y descarga, asientos plegables flexibles y sistema modular Kia AddGear.

DAIHATSU K-OPEN

Es el minivehículo convertible de la firma perteneciente a Toyota Group. Cuenta con tracción trasera pese a ser un auto de pequeñas dimensiones y con un motor en la parte delantera. “Es necesario colocar el motor bajo, empaquetar con cuidado la transmisión y el eje, y diseñar la disposición de los pedales de manera que todo encaje perfectamente en este cuerpo”, dijo Koji Sato, presidente y director ejecutivo, miembro del Consejo de Administración de la marca. Adelantó que Akio Toyoda, será el piloto principal de Daihatsu y su próximo Copen.



HONDA 0 ALFA

La firma nipona presentó al tercero de su nueva serie de autos eléctricos llamada Serie 0, el Honda 0 ALFA, será el modelo de entrada de esta serie. Este modelo se exhibe junto con sus dos hermanos concepto: el sedán Honda 0 SALOON, que podría ser el modelo insignia, y el Honda 0 SUV, que se pretende comercializar principalmente en Japón e India. Además de estos autos, la marca presentó sus diferentes prototipos para movilidad por cielo, mar y tierra, que incluyen un cohete sostenible.



SUBARU IMPREZA PERFORMANCE-B STI CONCEPT

Este es el nuevo auto concepto de la firma. Cuenta con un motor bóxer, un bajo centro de gravedad y tracción integral simétrica, todo acoplado a una transmisión manual. Contará con una silueta baja y prominentes salpicaderas ensanchadas. Podríamos estar ante el eminente regreso del WRX STi. Asimismo, el fabricante japonés presentó otro prototipo, el ESTI Concept, un deportivo eléctrico de batería que mantiene el ADN de la marca, pero en un formato muy propositivo visualmente.

MINI PAUL SMITH

MINI y Paul Smith, dos firmas británicas de larga tradición, realizaron una colaboración al presentar el MINI Paul Smith Edition. Estará disponible para todos los autos, tanto en sus versiones eléctricas como a combustión, de los MINI Cooper de tres y cinco puertas, así como para el Cabrio, con excepción de los modelos John Cooper Works. Ofrecerá tres acabados de pintura exterior, dos de ellos exclusivos de esta edición: Statement Grey, una interpretación moderna del clásico color del Mini Austin Seven de 1959.





UN FUTURO JUNTOS

➔ El Chery Global User Ecosystem Summit 2025 marcó un punto de inflexión en la estrategia internacional del grupo. Más que un encuentro tecnológico, el evento reflejó la transformación de un gran grupo, ahora de la mano de clientes, concesionarios y prensa.

Carlos Sandoval, desde Wuhu, China
@Sandowsky

En un contexto en el que la industria automotriz se debe redefinir tras el contundente arribo global de las marcas chinas de nueva generación, Chirey celebró 28 años de evolución y una presencia en más de 120 países. La idea de este foro de más de 3,000 asistentes, no sólo era presentarnos lo último y el futuro de las marcas del grupo, sino también comenzar con un proceso de definición y creación de lo que será Grupo Chery en los próximos años de la mano de clientes, socios y prensa especializada.

La marca planteó una visión global guiada por su filosofía “In somewhere, For somewhere, Be somewhere”, reflejando una apuesta por la innovación con identidad local. La Chirey International Eco-Exhibition, se planteó como una muestra inmersiva que presentó el universo WCWL (With Chirey, With Love) y su idea de co-creación entre marca y usuarios del Chirey Global User Ecosystem Summit.

Además de exponer su historia, la exhibición mostró cómo la empresa se ha consolidado como el mayor exportador de vehículos de pasajeros de China durante 22 años consecutivos. Con más de 17.7 millones de usuarios en todo el mundo, su crecimiento va más allá de las cifras: representa una relación directa entre ingeniería, cultura y comunidad. Esta conexión se manifestó en la sección “User Co-Creation Living Room”, donde los asistentes compartieron ideas con ingenieros y diseñadores, demostrando que la movilidad del futuro nace de la empatía y la colaboración.

UNA CUMBRE GLOBAL DE COLABORACIÓN

Durante cinco días, cerca de 3,000 asistentes de más de 100 países compartieron experiencias en un espacio dedicado a la innovación tecnológica, la sostenibilidad y la colaboración global.

En el Pabellón del Ecosistema Internacional Chirey, la marca reafirmó su vocación de crecer junto a sus usuarios, de brazos abiertos y con oídos dispuestos a escuchar la crítica constructiva. Las experiencias inmersivas permitieron conocer avances en la plataforma Chirey Super Hybrid (CSH), la manufactura inteligente y el asistente de inteligencia artificial AiMOGA Robot. Además, las submarcas EXEED, OMODA y JAECOO presentaron nuevos modelos que integran eficiencia, diseño y tecnología orientada al bienestar.

El ambiente de la cumbre combinó innovación y comunidad. Espacios como la LEPAS Lifestyle Boutique o el Festival de Usuarios mostraron cómo la marca busca crear entornos de convivencia donde la tecnología se percibe cercana.



En cada demostración se reafirmó la idea de que los usuarios no son clientes, sino aliados en la construcción de un futuro compartido.

EL TIGGO 9 Y LA BÚSQUEDA DE LA SEGURIDAD ABSOLUTA

Uno de los eventos más destacados fue una demostración sin precedentes: el “Tai Chi Crash Challenge”, una doble colisión de 15 grados que será realizada por el Tiggo 9 en su centro de pruebas global. La marca la define como una de las evaluaciones más complejas de la industria, donde la energía del impacto se dirige a las zonas más vulnerables de la estructura.

El ensayo simboliza la filosofía de la marca: una seguridad basada no solo en resistencia, sino en armonía y gestión de la energía. El vehículo, compuesto por 85 % de acero de alta resistencia, distribuye la fuerza del golpe mediante rutas de carga precisas inspiradas en los principios del Tai Chi. Chirey ha llevado esta visión a una serie de ensayos internacionales que incluyen impactos, vuelcos y pruebas de batería en países como Indonesia, México y Sudáfrica. Cada prueba busca comprobar que su tecnología de seguridad no solo cumple estándares, sino que redefine sus límites.

La compañía resume este enfoque

bajo el principio Safety for Family: la seguridad como compromiso y valor humano. En palabras de sus creadores, “la verdadera seguridad no es solo resistir, sino proteger incluso en los escenarios más extremos”.

OMODA 4 ULTRA: DISEÑO Y ALTO DESEMPEÑO

Durante el OMODA Dream Day, la marca juvenil del grupo presentó el nuevo OMODA 4 Ultra, un SUV compacto que inaugura una nueva etapa para la división OMODA. Inspirado en el lenguaje “Cyber Mecha”, el modelo combina líneas atrevidas y bien definidas, materiales de calidad y elementos aerodinámicos que optimizan su imagen de alto desempeño.

El evento fue concebido como una “Base de Exploración del Futuro”, con una disposición en forma de “X” que simboliza la evolución conceptual de la marca. OMODA 4 Ultra integrará ADAS de nivel L2+ con asistencia avanzada a la conducción, cabina digital con pantalla vertical y conectividad total. La marca define este vehículo como “una declaración de identidad”, reflejando la búsqueda de una movilidad más expresiva y tecnológica.

El modelo encabezó también la Eco-exhibición OMODA | JAECOO,

reforzando la idea de “auto + vida”: una movilidad emocional que se integra en la rutina diaria. Su lanzamiento simbolizó la convergencia de diseño, inteligencia y experiencia, pilares del nuevo posicionamiento global del grupo.

UNA ECO-EXHIBICIÓN PARA EL FUTURO DE LA MOVILIDAD

Bajo el concepto “Next Cool”, OMODA y JAECOO inauguraron una Eco-exhibición global que fusionó tecnología, diseño y estilo de vida. El evento ofreció una experiencia multisensorial donde la movilidad inteligente se conectó con la vida cotidiana, consolidándose como una de las principales atracciones de la cumbre.

El espacio de OMODA recreó una atmósfera de inspiración cyberpunk con luces en tonos azul y púrpura, estructuras geométricas y un ambiente pensado en el público joven. Los modelos OMODA C5 SHS y C7 compartieron protagonismo con dispositivos del ecosistema inteligente: relojes, bocinas, estaciones de carga y fragancias digitales. En paralelo, la zona de JAECOO trasladó a los visitantes a un entorno natural, con madera, césped y mobiliario de camping, donde se exhibieron los modelos 5 BEV, 7 SHS y 8 SHS.



La jornada concluyó con el “Festival de Música en el Césped”, una experiencia que combinó comunidad y entretenimiento, reforzando la visión de OMODA | JAECOO como marcas que vinculan tecnología y emoción.

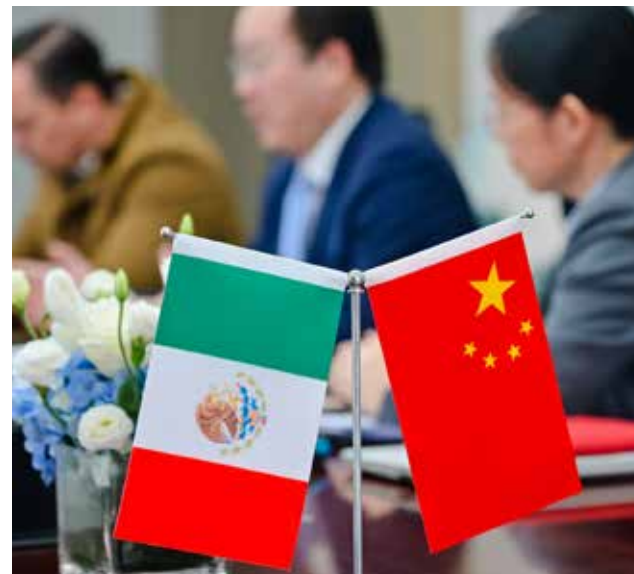
UN NUEVO PARADIGMA PET-FRIENDLY

En el marco de la Eco-exhibición, JAECOO presentó el JAECOO 5 BEV, un modelo totalmente eléctrico que introduce el paradigma “Car + Life” con enfoque pet-friendly. Su cabina ofrece baja altura de acceso, asientos abatibles y materiales certificados por TÜV Rheinland, diseñados para confort y seguridad. El sistema de gestión de aire integra filtros de alta eficiencia que eliminan alérgenos y mantienen una temperatura estable para pasajeros y mascotas.

El modelo se acompaña de un ecosistema de accesorios sostenibles —tiendas plegables, rejillas divisorias, tapetes antideslizantes y platos portátiles— que amplían las posibilidades de viaje. Los visitantes pudieron comprobar durante las demostraciones cómo cada elemento se integra al vehículo de forma práctica. Con esta propuesta, JAECOO reinterpreta la movilidad como una experiencia compartida, donde la tecnología se adapta a los estilos de vida contemporáneos de los usuarios y sus mascotas, con muy bajo impacto ambiental y un dinamismo eléctrico.

UN ECOSISTEMA QUE TRASCIENDE EL AUTOMÓVIL

Adicionalmente, pruebas de nuevas versiones, como la actualización de la moda C5, el OMODA 7, Tiggo 9, nuevas versiones Tiggo 8



con carrocería pickup de caja corta o su hermana pick-up mediana de 1 tonelada Himla para trabajo, e incluso el lanzamiento y muy probablemente confirmación de la llegada de una nueva marca del grupo enfocada a todo terreno de dimensiones contenidas de nombre y iCAUR, nos anticipan mucho de lo que vendrá de este grupo a nuestro mercado en los próximos meses.

A través de cada presentación, Grupo Chery consolidó una narrativa que trasciende la idea del automóvil como producto aislado. Su apuesta por la inteligencia artificial, la seguridad, la robótica, el compromiso al cuidado ambiental,

la sostenibilidad y la experiencia del usuario conforma una visión integral de movilidad, donde tecnología y humanidad convergen.

Desde el Tai Chi Crash Challenge hasta la filosofía “auto + vida”, el grupo refuerza una idea central: el futuro de la movilidad no depende solo de la potencia ni de la eficiencia, sino de la capacidad de crear vínculos significativos entre las personas, la tecnología y su entorno. Con esta cumbre, Chirey, OMODA y JAECOO... más las marcas que se sumen en nuestro país en los próximos años, reafirman que la innovación más relevante es aquella que se comparte.

EL TRANSPORTE DEL MAÑANA

➔ La nueva generación de vans Mercedes-Benz combina diseño, conectividad y eficiencia, en un paso decisivo hacia la movilidad inteligente.



Laura Malaver, desde Stuttgart, Alemania
@MalaverLau

En la antesala de los 130 años del primer vehículo de reparto, Mercedes-Benz vans revela cómo planea reinventar el transporte una vez más. El punto de partida no es un modelo, sino una escultura: THE BOULDER. Tallada en un bloque sólido de más de seis metros de largo, la pieza anticipa el diseño y las proporciones de la próxima generación de Sprinter, y simboliza el equilibrio entre tradición y transformación que guía a la marca hacia su nueva era.

Lejos de ser solo un homenaje, esta presentación marca el inicio de una etapa clave en la evolución de los vehículos comerciales de la estrella. Con la introducción de la nueva

arquitectura VAN, Mercedes-Benz redefine el estándar del segmento al combinar ingeniería avanzada, digitalización y una plataforma flexible pensada para múltiples propósitos. A partir de 2026, esta base servirá para todos los modelos medianos y grandes de la gama, diferenciando con claridad las versiones privadas (VLE y VLS) de las comerciales, ambas en el rango premium.

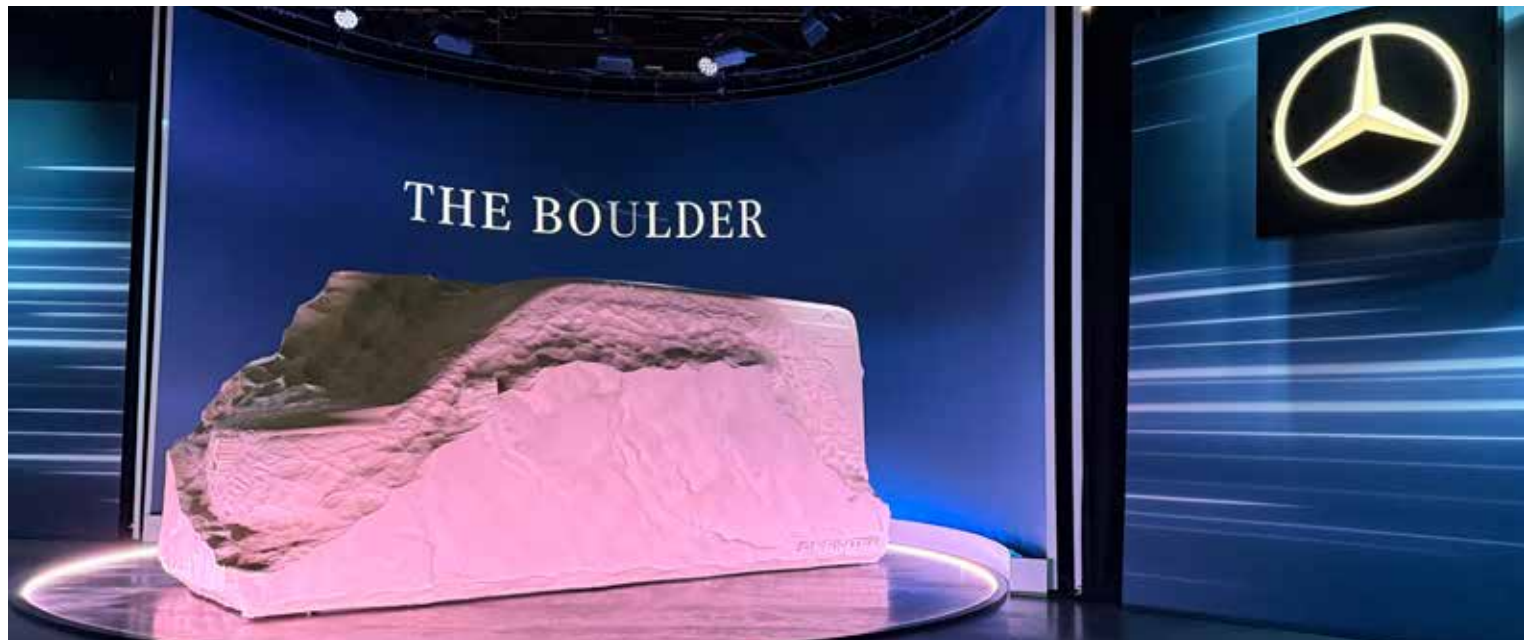
La VAN.EA (Van Electric Architecture) será el corazón de la ofensiva eléctrica para clientes particulares, mientras que la VAN.CA (Van Combustion Architecture) mantendrá opciones de combustión modernas y eficientes para usos profesionales. Con ello, la marca busca ofrecer configuraciones a medida para cada industria, desde mensajería y construcción, hasta transporte de pasajeros o campers. En todos los casos, la prioridad es la misma: versatilidad, durabilidad y un nivel de tecnología superior.

Esa evolución no se limita a la mecánica. El futuro Sprinter y sus derivados estarán impulsados por el nuevo Mercedes-Benz Operating System (MB.OS), un ecosistema digital desarrollado internamente que transformará por completo la experiencia de uso. Gracias a su arquitectura chip-to-cloud, cada componente —desde los asistentes de conducción hasta la gestión de carga— estará conectado de forma inteligente, permitiendo actualizaciones over-the-air y la integración directa de aplicaciones de terceros. Así, cada van podrá adaptarse y mantenerse actualizada durante años, del mismo modo que un smartphone evoluciona con cada actualización.

Este avance significa eficiencia real: mantenimiento predictivo mediante VAN Uptime, navegación optimizada para vehículos grandes y compatibilidad con herramientas propias de gestión de flotas. El resultado es un vehículo que no solo transporta mercancías, sino también información, datos y soluciones adaptadas a cada negocio.

Treinta años después de su debut, Sprinter sigue siendo el referente del segmento y el espejo donde se mide la competencia. Más de cinco millones de unidades producidas avalan su papel como símbolo de confiabilidad y flexibilidad. Ahora, con esta nueva arquitectura y un sistema operativo propio, Mercedes-Benz le otorga un nuevo significado: el de ser la plataforma que llevará al transporte comercial hacia su etapa más inteligente, conectada y sostenible.

La marca que inventó la van en 1896 vuelve a adelantarse a su tiempo. Si THE BOULDER representa el futuro tallado en piedra, la próxima generación del Sprinter será la forma viva de esa visión: robusta, digital y lista para mover al mundo otra vez.





PERIÓDICO VIAJE

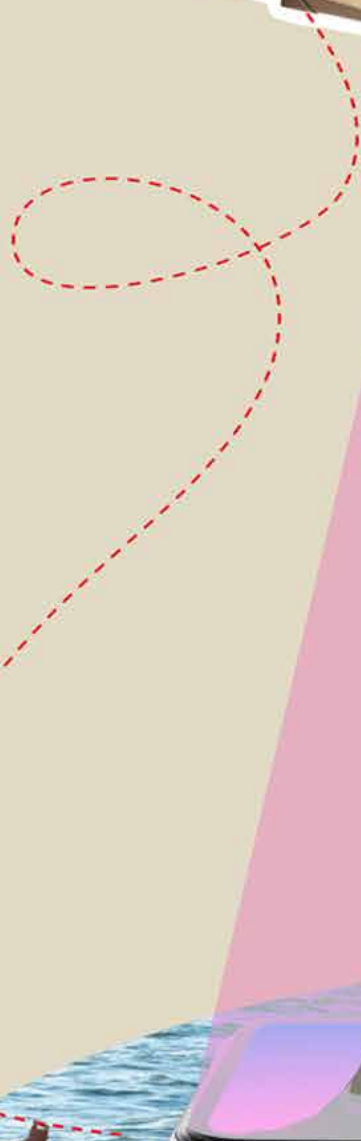
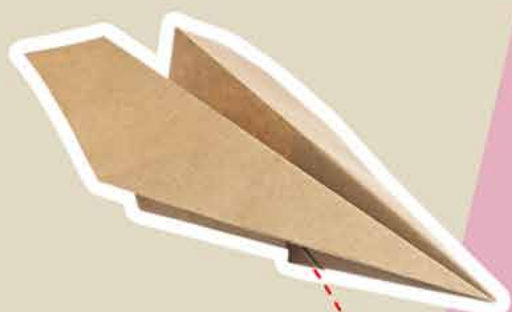


EL

TURISMO

TAMBIÉN

SE LEE



periodicoviaje.com



@periodicoviaje