

RADAR CHINA MOTOR



CARTA DE COLORES DEL RADAR

Una pintura por marca, la misma en todas las páginas

BYD	Omoda	Jaeoo	Geely	Xpeng	Leapmotor	Changan	Zeekr	Lynk & Co	GWM	Lepas

新

xīn, nuevo.

Informe trimestral de Sneakerlost sobre once marcas de coche chinas en España: cuánto se busca cada una en Google, cuántos coches vende, quién los compra y si el comprador encuentra su concesionario. Datos públicos y pruebas propias, con fuente y fecha.

Para quien dirige marketing, red o concesionarios de marca.

Las marcas chinas atraen más búsquedas que ventas: el 18,5 % de las búsquedas de 41 marcas en Google y el 11,8 % de sus matriculaciones



Las once marcas chinas que sigue el Radar China Motor, el informe trimestral de Sneakerlost, concentraron en julio y agosto de 2026 el 18,5 % de las búsquedas en Google del nombre de 41 marcas de coche, pero solo el 11,8 % de los coches que esas 41 marcas matricularon, es decir, vendieron. Las 41 suman el 91,5 % de los coches que se venden en España.

Las once son BYD, Omoda, Jaecoo, Geely, Xpeng, Leapmotor, Changan, Zeekr, Lynk & Co, GWM y Lepas. Cinco de ellas (Geely, Changan, Zeekr, GWM y Lepas) empezaron a vender en España en 2026 y el informe las llama «recién llegadas». MG, Ebro y GAC, también de origen o capital chino, no forman parte de las once.

La diferencia. Por cada 1.000 búsquedas de una marca china se matricularon 11 coches, frente a 19 por cada 1.000 búsquedas en las otras 30 marcas medidas (las 41 menos las once chinas). En proporción, las marcas chinas atraen más búsquedas que ventas. Escribir «byd» o «zeekr» en Google indica interés por la marca, no necesariamente intención de compra.

Quién compra. Parte de la distancia se explica por el tipo de comprador. En el resto del mercado (todas las marcas que no son las once chinas, según los registros de la DGT), el 47 % de los coches nuevos va a empresas y a renting (alquiler de larga duración con cuota mensual); en las chinas, el 29 %. En esas compras la decisión suele tomarla una empresa, por lo que las búsquedas de particulares en Google explican menos las ventas. Si solo se cuentan los coches vendidos a particulares, la diferencia se reduce a unas 8 matriculaciones por cada 1.000 búsquedas en las chinas frente a unas 10 en las demás, una estimación, porque las búsquedas no distinguen quién compra.

Lo que queda sin explicar. Tras ese ajuste sigue habiendo una diferencia, menor, cuyo origen el Radar no puede determinar. Puede haber varias causas: que parte de las búsquedas sea curiosidad por marcas nuevas, que falten coches disponibles para entregar o que una parte se pierda cuando el comprador, después de buscar la marca, no encuentra con facilidad un concesionario cercano. El Radar solo ha explorado esta última posibilidad, que no puede demostrar: buscó desde un móvil «concesionario», la marca y la ciudad, como haría un comprador. En Madrid, el mapa de Google mostró el concesionario de 10 de las 11 marcas; en Sevilla, el de una. La prueba es de un solo día y no demuestra el motivo, pero indica dónde mirar. Medirlo cada trimestre, con el mismo método, es el objetivo del informe.

Cómo se mide. El Radar combina datos públicos y pruebas propias hechas desde fuera, como las haría un comprador: cuánta gente busca cada marca en Google (Google Ads), cuántos coches matricula (ANFAC, a través de km77, y DGT) y si quien quiere comprar encuentra después un concesionario. Este es el número 0, el primero de la serie, y cubre julio y agosto de 2026, los dos meses del tercer trimestre con datos ya publicados.

Por Nacho Vizán, Sneakerlost · Madrid, octubre de 2026



Glosario: los términos del informe

Nueve términos se repiten en todas las páginas; cada página define además sus propias cifras.

Las once marcas chinas del Radar BYD, Omoda, Jaecoo, Geely, Xpeng, Leapmotor, Changan, Zeekr, Lynk & Co, GWM y Lepas: marcas de coche de origen o capital chino con modelos a la venta en España. Cinco empezaron a vender aquí en 2026 y el informe las llama «recién llegadas»: Geely, Changan, Zeekr, GWM y Lepas. MG, Ebro y GAC, también de origen o capital chino, no son del Radar.	Búsqueda de marca Una búsqueda en Google que contiene el nombre de una marca, como «byd» o «precio omoda 5». Las cifras salen de Google Ads (su planificador de palabras clave) y son aproximadas, porque Google las agrupa por tramos. Miden interés, no intención de compra: en julio y agosto de 2026, Tesla recibió unas 402.000 búsquedas y matriculó 435 coches (ANFAC).	Las 41 marcas medidas Las marcas de coche cuyo nombre no se confunde con otra cosa en el buscador. Suman el 91,5 % de los coches que se venden en España. Quedan fuera MG, Ebro, Mini, Smart, DS, Honda y Suzuki. Las 30 que no están entre las once chinas son «las demás marcas»; «el resto del mercado» incluye además las marcas que no se miden.
Matriculación, o venta Matricular un coche nuevo es darlo de alta en el registro de la DGT (Dirección General de Tráfico) para que pueda circular. El informe lo usa como medida de venta. Las cifras vienen de ANFAC, la asociación de fabricantes (publicadas por km77), y de los microdatos de la DGT.	Particular, empresa y renting Quién figura como titular de un coche nuevo. Particular: una persona física, autónomos incluidos. Empresa: sociedades y flotas, y los coches que el propio concesionario matricula a su nombre. Renting: alquiler de larga duración con cuota mensual.	Matriculaciones por cada 1.000 búsquedas Medida del Radar para comparar lo que se vende con lo que se busca: se dividen los coches matriculados en un periodo entre las búsquedas de la marca en el mismo periodo. Si sale 11, por cada 1.000 búsquedas se matricularon 11 coches. Es una medida orientativa.
Red y grupos de concesionarios La red de una marca es el conjunto de sus concesionarios y puntos de venta en España. Un grupo de concesionarios es una empresa que vende varias marcas en distintos puntos (Quadis, Astara, Caetano...). El importador es la empresa que trae y distribuye una marca en el país.	Mapa y ficha de Google Al buscar un concesionario cerca, Google puede mostrar un mapa con los negocios más próximos. Cada negocio tiene una ficha: su perfil, con dirección, horario, teléfono, fotos, nota de 1 a 5 y reseñas de clientes. Si sale en el mapa, el comprador ve la ruta y puede llamar sin salir de Google.	Cómo leer las cifras «18 de cada 100» equivale al 18 %: el informe lo escribe así para facilitar la lectura y da la cifra exacta (18,5 %) en letra pequeña. «×2,3» quiere decir «2,3 veces». Como los volúmenes de Google son aproximados, los decimales son orientativos.

Una marca, un color, siempre el mismo:

● BYD

● Omoda

● Jaecoo

● Geely

● Xpeng

● Leapmotor

● Changan

● Zeekr

● Lynk & Co

● GWM

● Lepas

Los colores sirven para reconocer cada marca de una página a otra; no son sus colores corporativos. En los gráficos de conjunto, los mismos tonos son un código: rojo, las cinco recién llegadas; violeta, las otras seis.

En este número

Tercer trimestre de 2026 · julio y agosto

- 1

Búsquedas y ventas de las marcas chinas
Cuánta gente busca estas marcas en Google, cuántos coches venden y cómo ha cambiado el peso de las búsquedas desde finales de 2025.
Las once marcas chinas pasan del 13,0 % al 18,5 % de las búsquedas desde finales de 2025; BYD ya es la tercera marca más buscada.
- 2

Quién compra y dónde
Los coches chinos matriculados en julio y agosto, uno a uno, con los datos de la DGT: qué motor llevan, quién los compra y en qué provincias pesan más.
Las once marcas chinas suman el 31 % de las matriculaciones de eléctricos, pero el 10,7 % del total de turismos nuevos.
- 3

Qué se busca de cada marca
Qué escribe la gente junto al nombre de cada marca: precio, confianza (opiniones, origen), dónde comprar o comparaciones con otras marcas.
Las búsquedas de precio pesan el 22 % en Zeekr y el 19 % en Lepas, frente al 6 % en BYD.
- 4

Google frente a IA
Cuánto se consulta cada marca en Google y en asistentes de IA, qué marcas proponen tres asistentes ante 30 preguntas de comprador que no nombran ninguna, y qué fuentes cita la inteligencia artificial de Google.
BYD aparece en 26 de 120 respuestas de IA; ninguna de las cinco recién llegadas aparece en ninguna.
- 5

La prueba del concesionario
Qué ve un comprador que busca «concesionario», una marca y una ciudad desde el móvil (55 búsquedas: once marcas en cinco ciudades), y qué nota dan las reseñas de Google a cada red.
El mapa de Google mostró el concesionario de 10 de las 11 marcas chinas en Madrid y el de una en Sevilla.
- 6

La red de concesionarios: aperturas pendientes
Cuántos concesionarios tiene hoy cada marca, cuántos ha anunciado que tendrá y en qué comunidades se la busca más.
Once redes de marcas de origen o capital chino necesitan unas 190 aperturas para llegar a sus objetivos.
- 7

Confianza, posventa y fabricación en Europa
Garantías, plazos de recambios, opinión de los propietarios y las fábricas que las marcas proyectan en Europa.
Siete de las once marcas chinas del Radar ofrecen siete años de garantía o más; la legal es de tres.
- 8

Lanzamientos y marcas por llegar
Los coches que salen a la venta o abren pedidos desde julio de 2026 hasta 2027, con su precio de tarifa, y las marcas que aún no venden en España.
Los lanzamientos chinos con precio de tarifa publicado van de 20.990 € (Geely E2) a 121.500 € (Zeekr 9X).
- 9

Método y fuentes
Cómo se midió cada dato de este número, la lista completa de fuentes y cómo citar el Radar.
La encuesta a concesionarios y el panel de directores llegan en el número 1.

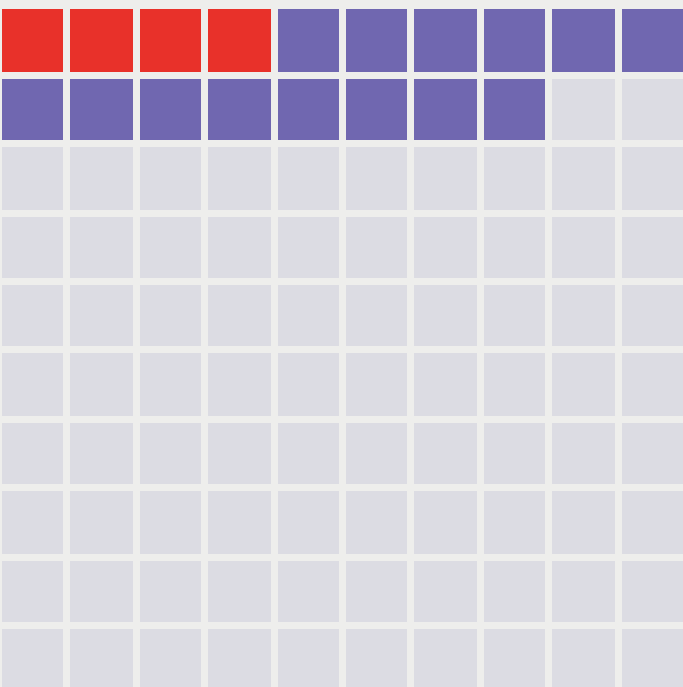
Las once marcas chinas pesan el 18,5 % en las búsquedas de marca de coche en Google y el 11,8 % en las matriculaciones

En julio y agosto de 2026, 18 de cada 100 búsquedas en Google del nombre de una marca de coche fueron de una de las once marcas chinas que sigue el Radar China Motor (el 18,5 %), pero solo 12 de cada 100 coches vendidos llevaban una de esas marcas (el 11,8 %).

La comparación se hace sobre 41 marcas, que suman el 91,5 % de los coches que se venden en España. Una búsqueda de marca es la que contiene el nombre de la marca («byd», «zeekr», «volkswagen»); la venta se mide por las matriculaciones, es decir, por los coches dados de alta en el registro de la DGT. En proporción, las marcas chinas atraen más búsquedas que ventas.

18 de 100

de las búsquedas del nombre de una marca de coche en Google fueron de una de las once marcas chinas

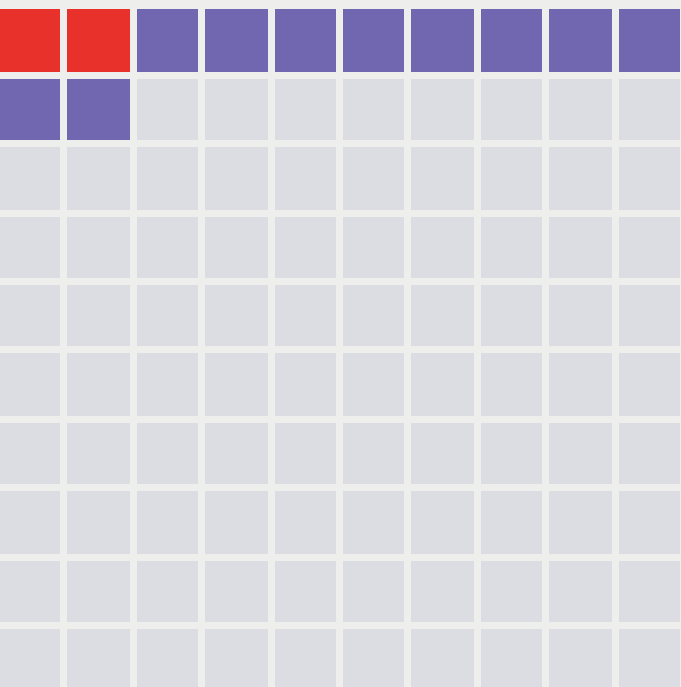


Cifra exacta: 18,5 %. Base: búsquedas de las 41 marcas medidas, julio y agosto de 2026. Las cinco recién llegadas (en rojo) suponen el 4,2 %.

- Las cinco recién llegadas (empezaron a vender en España en 2026): Geely, Changan, Zeekr, GWM y Lepas
- Las otras seis marcas chinas
- Las otras 30 marcas medidas

12 de 100

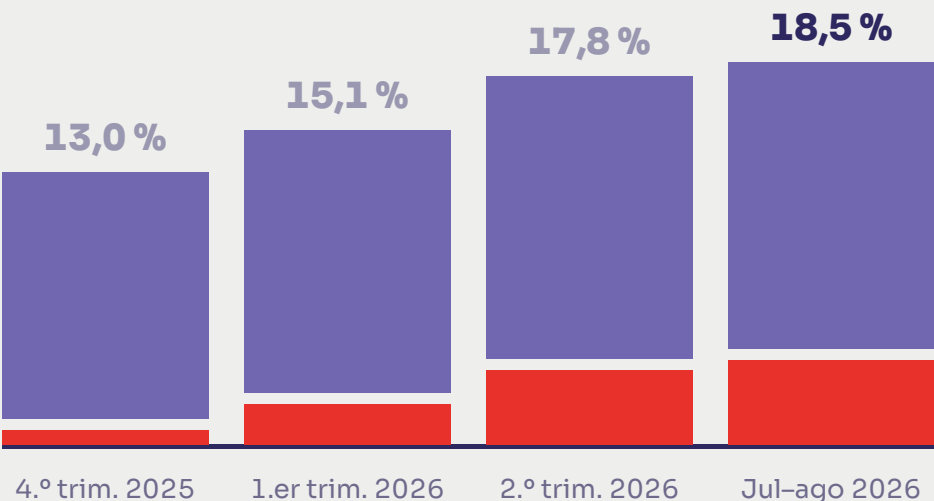
de los coches nuevos vendidos por esas 41 marcas fueron de una de las once marcas chinas



Cifra exacta: 11,8 %. Las cinco recién llegadas suponen el 1,9 % de las ventas de las 41. Sobre todo el mercado español (todas las marcas, según la DGT), las once pesan el 10,7 % (página 2).

Las marcas chinas ganan peso en las búsquedas cada trimestre

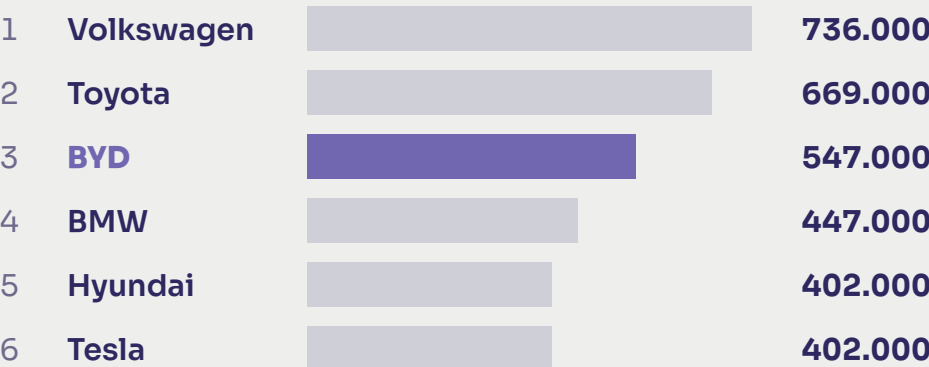
De cada 100 búsquedas de las 41 marcas medidas, cuántas son de una de las once chinas (cifra sobre cada barra). En rojo, la parte de las cinco recién llegadas; en violeta, la de las otras seis. Trimestres naturales (4.º trim. 2025 = octubre a diciembre); la última barra solo cubre julio y agosto.



Entre finales de 2025 y julio-agosto de 2026, las cinco recién llegadas pasan del 0,7 % al 4,2 % de las búsquedas: unas seis veces más. El conjunto de las once sube del 13,0 % al 18,5 %.

BYD ya es la tercera marca más buscada

Búsquedas del nombre de cada marca en Google durante julio y agosto, sumadas. Las seis marcas más buscadas de las 41 medidas.



Solo Volkswagen y Toyota se buscan más que BYD entre las 41 marcas medidas. Hyundai y Tesla aparecen con la misma cifra porque Google da los volúmenes por tramos, no uno a uno.

11

coches matriculados por cada 1.000 búsquedas de una marca china (8 si solo se cuentan las cinco recién llegadas)

19

coches matriculados por cada 1.000 búsquedas de las otras 30 marcas

Por cada 1.000 búsquedas de su nombre, las marcas chinas venden 11 coches y las demás marcas, 19: las chinas venden menos coches por búsqueda.

Cómo se calcula. Se divide lo vendido entre lo buscado en los mismos meses. Parte de la distancia se explica por el tipo de comprador: en el resto del mercado (todas las marcas que no son las once chinas, según la DGT), el 47 % de los coches nuevos va a empresas y a renting (alquiler de larga duración con cuota mensual), compradores en los que la decisión suele tomarla una empresa; en las chinas, el 29 %. Si solo se cuentan los particulares, la cifra baja a unas 8 matriculaciones por cada 1.000 búsquedas en las chinas frente a unas 10 en las demás (estimación). Queda una diferencia menor que el Radar no puede explicar. Una hipótesis, no demostrada, es que parte se pierde cuando el comprador busca un concesionario cercano y no lo encuentra (páginas 5 y 6); otras explicaciones posibles, como la curiosidad por marcas nuevas o la falta de coches para entregar, tampoco se pueden descartar.

Cuatro datos destacados del trimestre

La marca que más ha crecido

GWM

x2,3

Sus búsquedas mensuales medias de julio y agosto son 2,3 veces las de abril a junio. Parte de una base pequeña: unas 15.000 búsquedas al mes. Después van Lepas (x1,9) y Xpeng (x1,4).

Búsquedas al nivel de su rival

Zeekr

67.600

búsquedas de «zeekr» en julio y agosto, al nivel de Polestar (60.200), su rival natural en el eléctrico premium. Google Ads da cifras aproximadas, por tramos.

Más coches matriculados por búsqueda

Jaecoo

15

coches matriculados por cada 1.000 búsquedas de la marca. Es la cifra más alta de las once, por delante de Omoda (14). La media de las once es 11; la de las 41 marcas en conjunto, 17.

El concesionario concreto más buscado

Quadis Dream Valencia

9.400

veces se buscó «byd quadis dream valencia» (el concesionario de BYD en Valencia) de junio a agosto: unas 3.100 al mes.

Pide el informe privado de tu marca

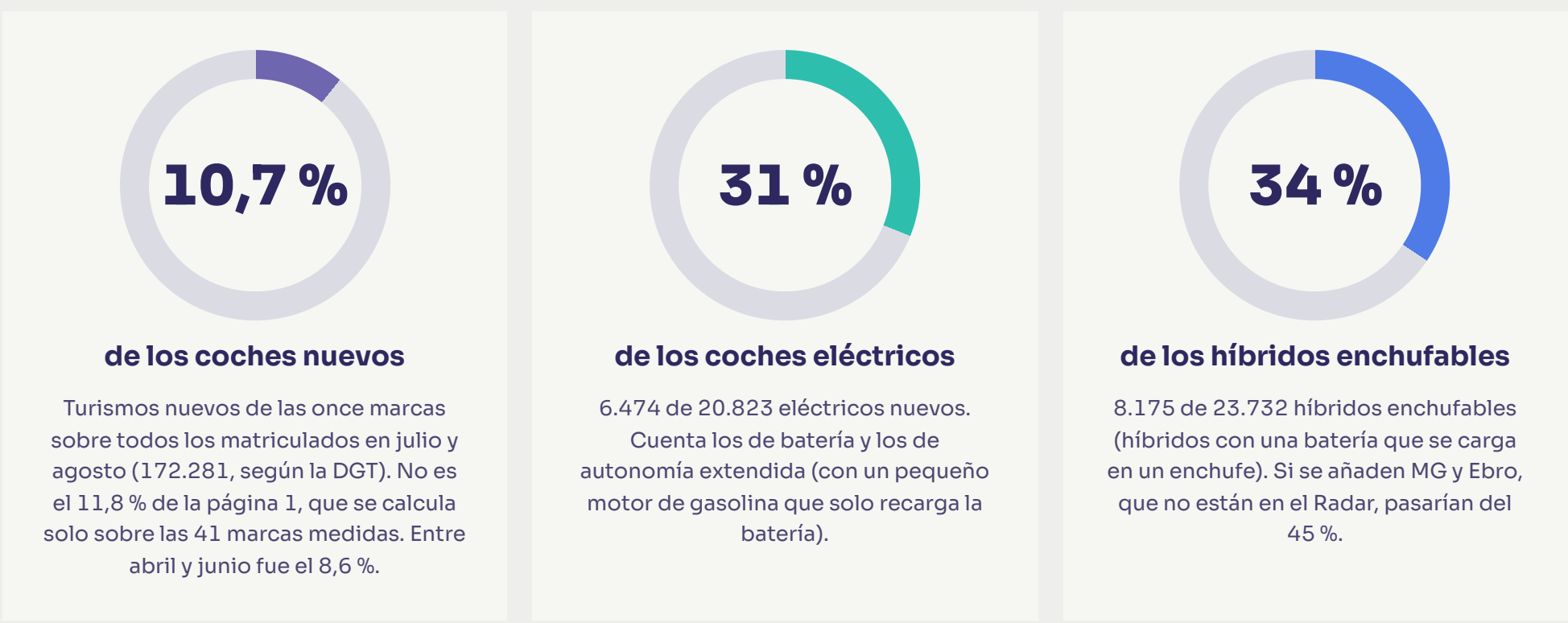
Aplica los datos de este número a tu marca: su posición entre las 41 marcas, cómo ha evolucionado, qué se busca de ella y cómo sale en la prueba del concesionario. Sin coste.

sneakerlost.es/radar-china-motor

Las once marcas chinas suman el 31 % de las matriculaciones de eléctricos, pero el 10,7 % del total de turismos nuevos

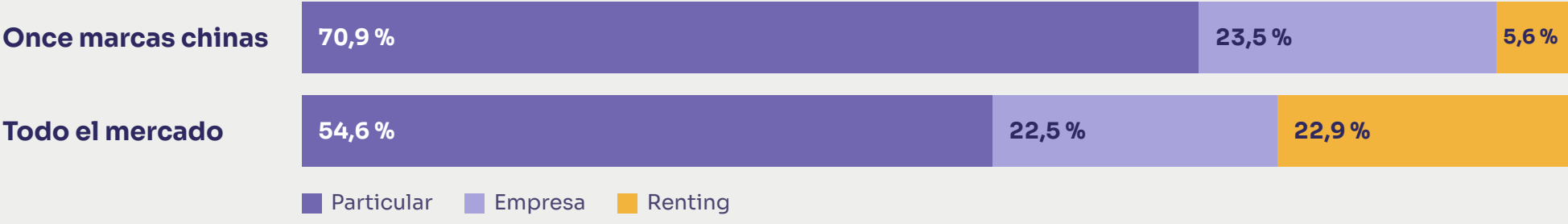
El 31 % de los eléctricos nuevos y el 34 % de los híbridos enchufables que se matricularon en España en julio y agosto de 2026 fueron de una de las once marcas chinas del Radar, que sumaron el 10,7 % de todos los turismos nuevos, según los microdatos de matriculaciones de la DGT. MG y Ebro no se cuentan.

La DGT (Dirección General de Tráfico) registra cada coche que se matricula y publica los datos de cada turismo nuevo: marca, motor, tipo de comprador y provincia. El comprador de las marcas chinas, además, es distinto del resto del mercado: siete de cada diez coches los compra un particular, y el renting (alquiler de larga duración con cuota mensual), que mueve casi uno de cada cuatro coches nuevos del mercado, pesa solo un 6 % en las chinas.



Siete de cada diez los compra un particular; el renting, solo el 6 %

Quién figura como titular de cada coche nuevo, en tres grupos: particular (persona física, autónomos incluidos), empresa (sociedades y flotas, y los coches que el propio concesionario matricula a su nombre) y renting (alquiler de larga duración con cuota mensual). Siete de cada diez coches chinos los matricula un particular; en el conjunto del mercado, poco más de la mitad.

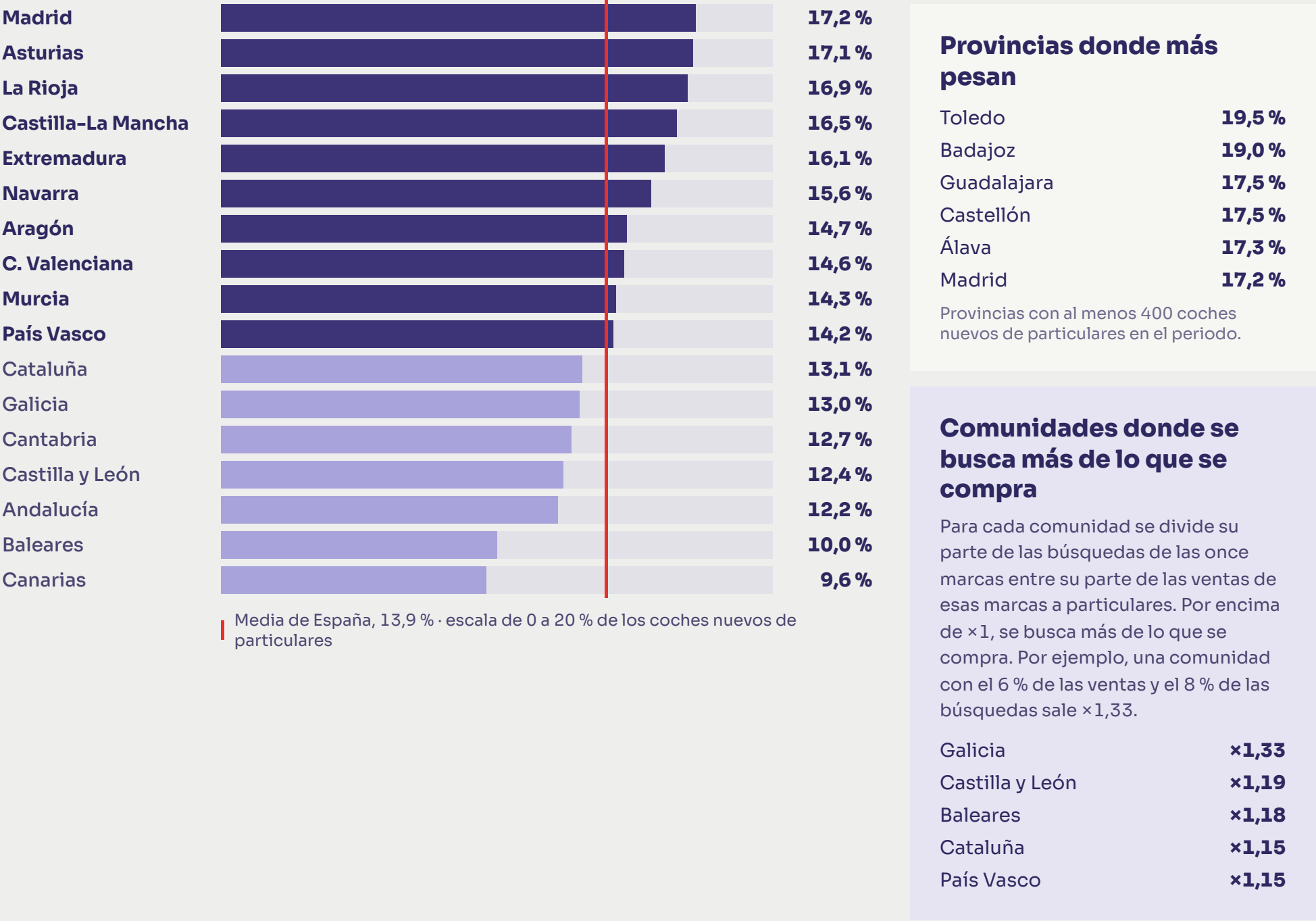


6 %

de los coches chinos van a renting, frente al 23 % del mercado. Es la mayor diferencia con el mercado entre los tres tipos de titular.

Madrid, Asturias y La Rioja, donde más pesan

Qué parte de los coches nuevos que compran los particulares de cada comunidad es de una de las once marcas, en julio y agosto. Solo se cuentan particulares porque las flotas y el renting se matriculan donde tiene su sede la empresa, a menudo en Madrid, y falsearían el reparto por territorio. La media de España es 13,9 % (línea roja); las barras oscuras la superan.



Comunidades donde se busca más de lo que se compra

Para cada comunidad se divide su parte de las búsquedas de las once marcas entre su parte de las ventas de esas marcas a particulares. Por encima de ×1, se busca más de lo que se compra. Por ejemplo, una comunidad con el 6 % de las ventas y el 8 % de las búsquedas sale ×1,33.

Galicia

×1,33

Castilla y León

×1,19

Baleares

×1,18

Cataluña

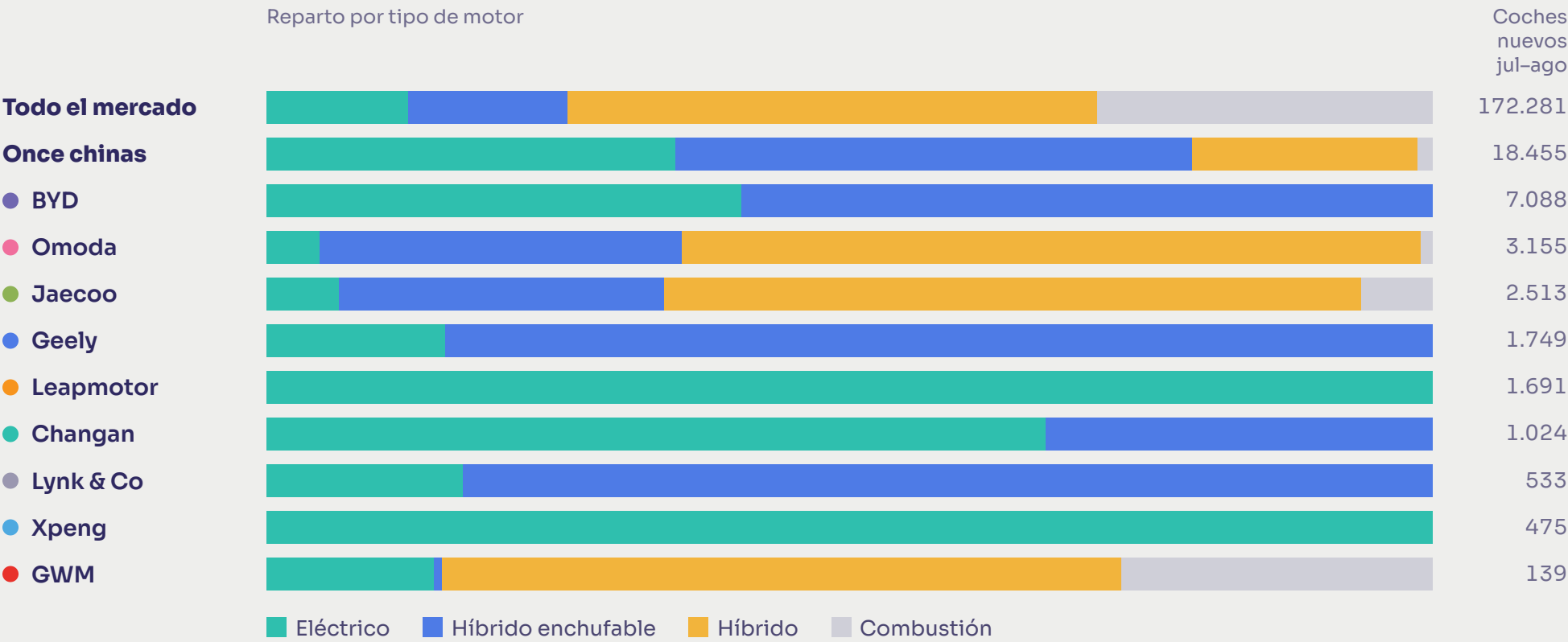
×1,15

País Vasco

×1,15

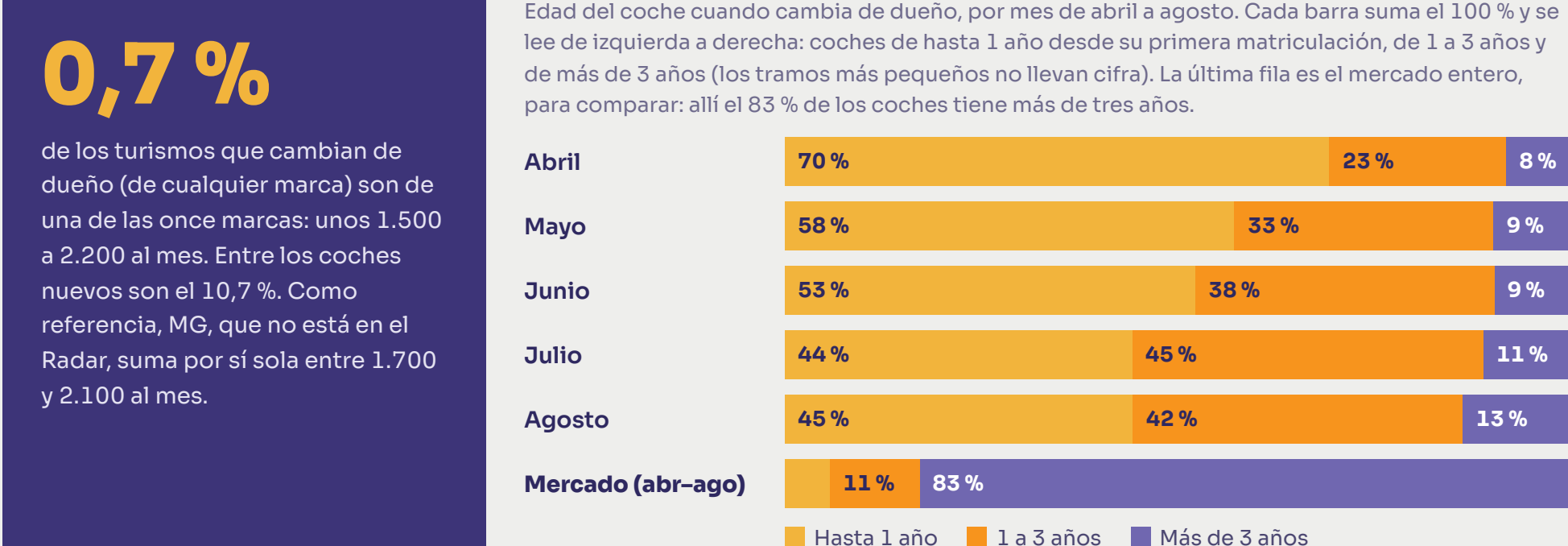
Casi ninguna venta china es de combustión: el 1 %, frente al 29 % del mercado

Cómo se reparten, por tipo de motor, los coches nuevos de cada marca en julio y agosto. Combustión: coches solo de gasolina o diésel. Zeekr y Lepas quedan fuera porque matricularon menos de 100 coches cada una. Eléctrico: de batería o de autonomía extendida. Híbrido enchufable: híbrido con batería que se carga en un enchufe. Híbrido: el que no se enchufa; incluye los microhíbridos.



Segunda mano: las once marcas chinas son el 0,7 % de los turismos que cambian de dueño

La DGT también registra cada vez que un coche cambia de titular. El Radar ha contado los de las once marcas entre abril y agosto de 2026. Todavía son pocos y casi todos tienen menos de tres años, porque las marcas llevan poco tiempo vendiendo. Con los meses serán más viejos, y el Radar seguirá su edad cada trimestre.



Las búsquedas de precio pesan el 22 % en Zeekr y el 19 % en Lepas, frente al 6 % en BYD

Entre las búsquedas más frecuentes de Zeekr, el 22 % incluye «precio», «oferta» o «financiación»; en Lepas, el 19 %, y en BYD y Leapmotor, entre el 4 y el 6 %, según la clasificación del Radar China Motor de las búsquedas de junio a agosto de 2026.

Cuando alguien escribe en Google el nombre de una marca, a menudo añade otra palabra: «precio», «opiniones», el nombre de una ciudad. Esa palabra indica en qué punto de la compra está. El Radar ha clasificado así las búsquedas más frecuentes de cada una de las once marcas en cuatro tipos («dónde comprar», «precio y ofertas», «confianza» y «comparación») y ha calculado cuánto pesa cada uno.

BYD es, en cambio, la marca donde más pesa buscar dónde comprar (5,6 %): «concesionario byd», o «byd» seguido de una ciudad. En Lepas la base es pequeña: 66 búsquedas distintas. Un quinto tipo, el de coches de ocasión, pesa menos del 2 % y no se muestra.

Los cuatro tipos de búsqueda

Cada tipo va con ejemplos de búsquedas reales, de las más repetidas en Google España. La cifra de arriba a la derecha es la media simple de las once marcas (cada marca pesa igual).

Dónde comprar

media: 2,6 %

El comprador ya mira en serio: busca el concesionario de la marca, o la marca junto al nombre de su ciudad.

«concesionario byd»

«omoda jaecoo sevilla concesionario oficial»

«leapmotor canarias»

«lynk & co cerca de mí»

Precio y ofertas

media: 10,5 %

Quiere comparar cifras: precio, ofertas, financiación, ayudas.

«omoda 5 precio»

«precio byd»

«xpeng g6 precio»

«jaecoo 7 precio»

Confianza

media: 1,0 %

Quiere saber si puede fiarse de la marca: opiniones, problemas, de dónde viene.

«omoda de dónde es»

«jaecoo 7 problemas»

«geely opiniones»

«coche chino byd»

Comparación

menos del 0,5 %

Duda entre dos marcas o modelos y los enfrenta en el buscador.

«omoda 9 vs jaecoo 8»

«xpeng g6 vs tesla model y»

«geely vs byd»

Cuánto pesa cada tipo de búsqueda en cada marca

Qué parte de las búsquedas que contienen el nombre de la marca (las más frecuentes, hasta 400 por marca) corresponde a cada tipo, de junio a agosto de 2026. El resto, hasta el 100 %, son sobre todo búsquedas del nombre de la marca o de un modelo sin más («byd», «omoda 5»); también entran las comparaciones, los coches de ocasión, el taller y la posventa, y las búsquedas de concesionario que no se pueden clasificar. La barra y la primera cifra son «dónde comprar»; las otras dos columnas, precio y confianza.

Marca	Dónde comprar	Precio y ofertas	Confianza
BYD		5,6 %	5,8 %
Omoda		3,6 %	11,7 %
Jaecoo		3,3 %	9,2 %
Geely		2,7 %	6,7 %
Changan		2,7 %	8,1 %
Xpeng		2,6 %	10,5 %
Leapmotor		2,5 %	4,4 %
Lynk & Co		2,4 %	8,4 %
Zeekr		1,9 %	22,2 %
GWM		1,3 %	10,0 %
Lepas		0,3 %	18,6 %
Media de las once		2,6 %	10,5 %

25.000

búsquedas, como mínimo, en tres meses (junio a agosto) relacionan una marca con su origen, como «coche chino byd» u «omoda de dónde es». Unas 12.000 lo preguntan sin rodeos. Más de la mitad son sobre BYD, Omoda y Jaecoo.

22 % / 19 %

de las búsquedas de Zeekr (primera cifra) y de Lepas (segunda) llevan «precio», «oferta» o «financiación». En Lepas la base es pequeña: solo 66 búsquedas distintas. En BYD y Leapmotor es aproximadamente una de cada veinte.

5,6 % / 0,3 %

pesa buscar dónde comprar (concesionario, ciudad, «cerca de mí») en BYD, la más alta (primera cifra), y en Lepas, la más baja (segunda; base pequeña). Es un mínimo: solo se cuentan las ciudades y términos que el Radar reconoce.

Con qué otras marcas se compara cada una

Cuando el comprador duda entre dos coches, escribe los dos nombres en el buscador («omoda 9 vs jaecoo 8»). Las parejas que más se repiten muestran con quién se mide cada marca. Cifras: búsquedas de junio a agosto.

Omoda y Jaecoo

Unas 2.300 búsquedas. Son dos marcas hermanas (del grupo Chery) que se comparan modelo a modelo.

Xpeng G6 y Tesla Model Y

Unas 500 búsquedas. Xpeng se mide contra Tesla.

Geely y BYD

Unas 250 búsquedas. Geely se mide contra BYD.

Ebro s700 y Jaecoo 7

Unas 170 búsquedas. Son dos SUV con la misma base técnica, del grupo Chery.

Zeekr frente a Xpeng, Polestar, Lynk & Co, Xiaomi y Volvo

Unas 170 búsquedas en total. Zeekr se mide contra otros eléctricos premium.

Xpeng y Leapmotor frente a BYD

Unas 140 búsquedas (Xpeng) y 50 (Leapmotor). BYD es la marca con la que se miden las demás.

Para las marcas

Marketing: la mezcla de búsquedas indica qué contenido necesita cada marca: tarifas y ofertas claras si pesa el precio, garantía y opiniones si pesa la confianza, y concesionarios fáciles de encontrar si pesa dónde comprar. **Red:** quien escribe la marca junto a una ciudad ya está buscando un concesionario concreto.



BYD aparece en 26 de 120 respuestas de IA a preguntas de comprador sin marcas; ninguna de las cinco marcas chinas recién llegadas aparece en ninguna

El 15 de octubre de 2026, tres asistentes de IA (ChatGPT, Gemini y Perplexity) respondieron 120 veces a preguntas de comprador que no nombran marcas: al menos una de las once marcas chinas del Radar apareció en 38 respuestas y BYD en 26. Geely, Changan, Zeekr, GWM y Lepas, las cinco que empezaron a vender en España en 2026 y que el informe llama «recién llegadas», no aparecieron en ninguna. Aparte, en julio y agosto las once sumaron unos 1,67 millones de búsquedas de su nombre en Google y un volumen estimado de unas 22.500 consultas con su nombre en asistentes de IA.

Esta página responde a una pregunta del sector: si la gente resuelve hoy sus dudas sobre estas marcas más en Google o más en la inteligencia artificial. El Radar la mira de dos maneras. La primera es cuántas veces se escribe el nombre de la marca en cada canal (un dato de interés, no de intención de compra). La segunda es qué marcas propone un asistente cuando el comprador pregunta sin nombrar ninguna. Ninguna de las dos mide cuántos clientes llegan a un concesionario desde cada canal: ese dato lo tienen las marcas en sus propias analíticas y el Radar no puede verlo desde fuera.

1. Cuánto se consulta el nombre de la marca

Por cada marca, el volumen estimado de búsquedas de su nombre en Google (Google Ads) y de consultas con su nombre en asistentes de IA, de julio y agosto de 2026 sumados. La cifra de IA es el volumen estimado de uso en asistentes que ofrece DataForSEO a partir de una muestra de usuarios: sirve para comparar marcas entre sí y ver tendencia, no es un recuento total ni está en la misma escala que Google Ads. La última columna es un índice: las consultas de IA por cada 100 búsquedas de Google. Sirve para comparar marcas entre sí, no para decir cuánto pesa cada canal. Varía por mes: con las mismas marcas fue más alto en otros meses del año (2,1 en diciembre) y más bajo en agosto (1,2).

Marca	Google (jul-ago)	IA (jul-ago)	Consultas de IA por cada 100 búsquedas en Google	
● BYD	547.000	9.508		1,7
● Omoda	220.000	4.894		2,2
● Jaecoo	164.500	2.637		1,6
● Geely	181.000	637		0,4
● Xpeng	164.500	1.235		0,8
● Leapmotor	148.000	851		0,6
● Changan	85.600	897		1,0
● Zeekr	67.600	470		0,7
● Lynk & Co	44.400	1.079		2,4
● GWM	30.200	134		0,4
● Lepas	18.000	157		0,9
● Once marcas chinas	1.670.800	22.499		1,3
● Cinco de referencia	2.656.000	149.555		5,6

Las once del Radar, con colores; la fila «Cinco de referencia» suma Toyota, Volkswagen, Tesla, Hyundai y BMW. Changan incluye Deepal en las dos columnas. Las cinco de referencia son cinco marcas de gran volumen elegidas por el Radar; sin BMW (12 por cada 100) el índice sería 4,3. Conviene comparar las marcas chinas entre sí más que con cada referencia.

1,3

consultas de IA con el nombre de una marca china por cada 100 búsquedas en Google. En las cinco marcas de referencia, 5,6.

0,6 y 1,6

Índice de las cinco recién llegadas (0,6) y de las otras seis marcas chinas (1,6). Las recién llegadas se consultan menos en la IA, en proporción a lo que se las busca en Google.

9.174 a 13.509

volumen mensual estimado de consultas de IA con el nombre de las once (con Deepal), de octubre de 2025 a septiembre de 2026. Subió con un máximo en mayo y una bajada en verano; no es un recuento y no se compara con la serie de Google.

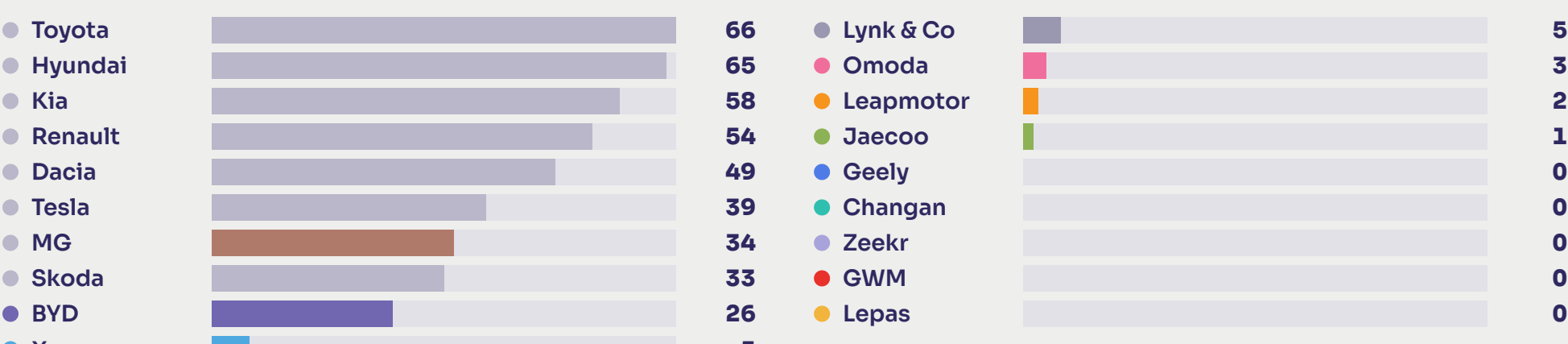
2. Qué marcas propone la IA si no se nombra ninguna

El 15 de octubre de 2026 el Radar hizo 30 preguntas de comprador, redactadas sin marcas ni mención a China («¿Qué SUV híbrido o eléctrico de unos 30.000 euros me recomiendas comprar en España?»). Las doce primeras son las doce del ensayo del 12 de octubre que no nombraban marcas ni China; las otras 18 cubren perfiles y usos (primer coche, VTC, familia numerosa, zona de bajas emisiones, renting, posventa...). ChatGPT respondió dos veces a cada una (60 respuestas); Gemini y Perplexity, una vez (30 cada uno). En total, 120 respuestas. Se cuenta cada marca que el asistente propone como opción; no cuentan las que cita solo como advertencia, como comparación o en el título de una fuente. Las dos pasadas de ChatGPT no son independientes y pesan la mitad de las 120. En 17 de las 30 respuestas de Gemini el servicio no activó la búsqueda en la web que se le pidió, así que esas se basan solo en lo que el modelo ya sabía.

ChatGPT	Gemini	Perplexity
60 respuestas: 30 preguntas, dos pasadas	30 respuestas, una pasada	30 respuestas, una pasada
17 de 60 con alguna marca del Radar	10 de 30 con alguna marca del Radar	11 de 30 con alguna marca del Radar
11 de 60 con BYD	6 de 30 con BYD	9 de 30 con BYD
0 con una recién llegada	0 con una recién llegada	0 con una recién llegada

En cuántas de las 120 respuestas aparece cada marca

Las nueve marcas que más salen (BYD es la novena) y las demás marcas chinas del Radar.



MG (fuera del Radar) sale en 34. Geely, Changan, Zeekr, GWM y Lepas: 0 de 120. Omoda sale 3 veces, Leapmotor 2 y Jaecoo 1.

38 de 120

respuestas (32 %) incluyen al menos una de las once marcas chinas del Radar. En ChatGPT fueron 17 de 60. Con las doce primeras preguntas, ChatGPT propuso una marca del Radar en 8 de 12 respuestas en una pasada y en 5 de 12 en la otra el 15/10; el 12/10 había sido 7 de 12.

0 de 120

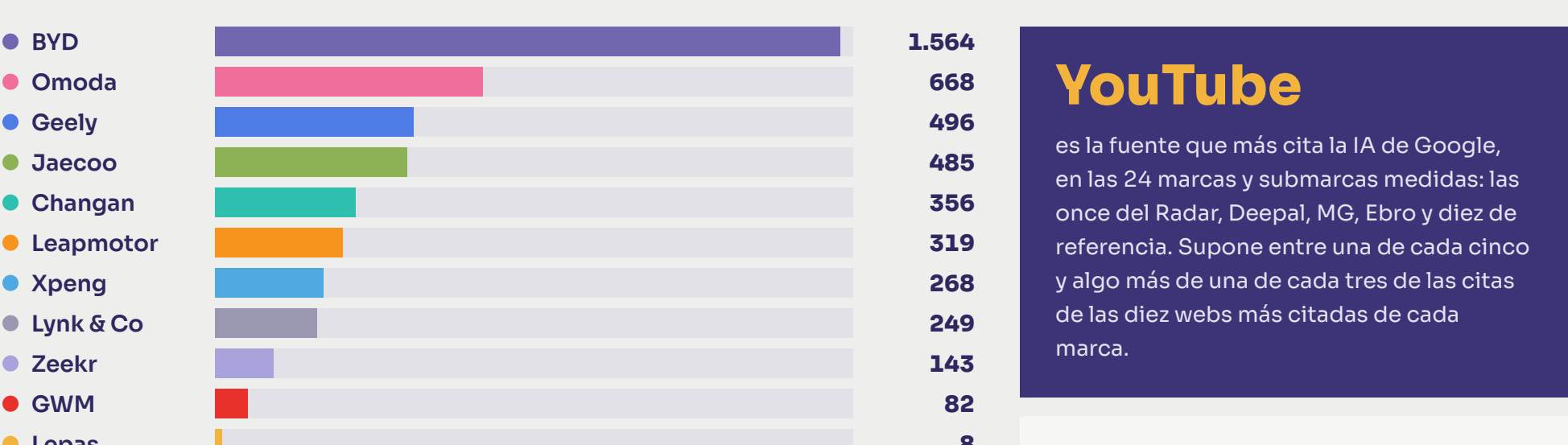
respuestas proponen una de las cinco recién llegadas: Geely, Changan, Zeekr, GWM o Lepas. El resultado coincide en los tres asistentes.

54 % y 11 %

En ChatGPT, las marcas del Radar salen en 13 de 24 respuestas a las doce primeras preguntas (sobre todo eléctrico, enchufable, precio y ayudas) y en 4 de 36 a las 18 nuevas (perfiles y usos). Depende mucho de la pregunta. En 5 de 30 preguntas, una pasada propuso una marca del Radar y la otra ninguna; en 26 de 30 la lista de marcas fue distinta.

3. Qué menciones y fuentes aparecen en las respuestas de IA de Google

Las respuestas de IA que Google muestra encima de los resultados (no son las de Gemini de la sección anterior) citan las webs de las que sacan la información. Geely, por ejemplo, es la tercera marca con más menciones aquí y no sale en ninguna de las 120 respuestas de la sección 2: son dos medidas distintas. El Radar ha contado en cuántas respuestas, en España, aparece cada marca. Es un recuento a 12/10/2026 sin periodo definido por la fuente (DataForSEO): sirve para comparar marcas entre sí, no para ver su evolución.



Como referencia, entre las demás marcas: Toyota 8.231, Tesla 3.762, Hyundai 3.519, Kia 3.253. Deepal, submarca de Changan, suma otras 69 aparte.

YouTube

es la fuente que más cita la IA de Google, en las 24 marcas y submarcas medidas: las once del Radar, Deepal, MG, Ebro y diez de referencia. Supone entre una de cada cinco y algo más de una de cada tres de las citas de las diez webs más citadas de cada marca.

Portales y medios de motor, y la web de BYD

En las respuestas de Perplexity, que cita sus fuentes en las 30, las webs más citadas son autohero.com (15 respuestas), carwow.es (14), byd.com (10) y autopista.es (10). La web oficial de BYD es fuente en 10 de 30 respuestas a preguntas que no nombraban ninguna marca.

Webs de concesionario entre las fuentes

En el recuento del 12/10 de la IA de Google, entre las diez webs más citadas de algunas marcas aparecen las de tres grupos de concesionarios.

Qué papel tiene cada canal en el Radar

Google sigue siendo la base	La IA, como segunda lectura	Lo que no se puede medir fuera
Es el único canal donde hay cifras que se pueden cruzar con las ventas (matriculaciones) y con el mapa del concesionario. Por eso las búsquedas, las ventas y la comparación entre ambas siguen apoyándose en Google Ads.	Entra en el Radar con dos medidas propias: consultas con el nombre de la marca y recomendaciones sin nombrarla. No se mezclan con Google en un índice único, porque no tienen la misma escala ni miden lo mismo: una es un volumen estimado de uso y la otra, lo que propone un asistente en un día.	Cuántos clientes llegan al concesionario desde Google y cuántos desde un asistente. Lo saben las marcas con su analítica. Está previsto preguntarlo a los concesionarios en una encuesta de un próximo número y repetir la muestra de IA con las mismas preguntas en los próximos números.

Para las marcas Marketing: una marca puede preguntar a ChatGPT, Gemini y Google por su modelo y su ciudad, sin nombrarse, y ver si la proponen y qué fuentes citan; si citan vídeos y portales pero no su web ni las de sus concesionarios, no está entre las fuentes. Red: cuántos clientes llegan al concesionario tras una recomendación de un asistente de IA es un dato que solo el concesionario conoce.

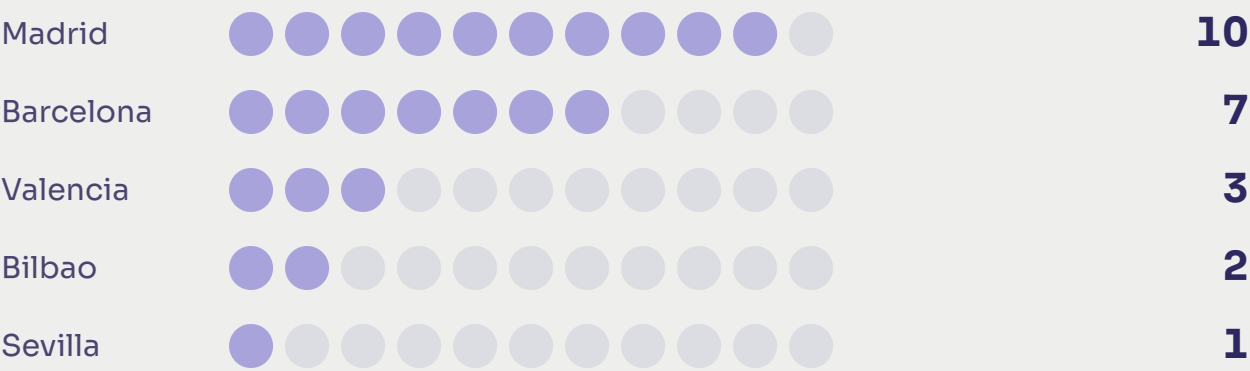
El mapa de Google mostró el concesionario de 10 de las 11 marcas chinas en Madrid y el de una en Sevilla

Al buscar desde un móvil «concesionario», la marca y la ciudad, el mapa de Google mostró el concesionario de 10 de las 11 marcas chinas del Radar en Madrid y el de una en Sevilla. La prueba, hecha el domingo 11 de octubre de 2026, abarcó las once marcas en cinco ciudades (Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao): 55 búsquedas.

Escribir en Google «concesionario», la marca y la ciudad es una forma de encontrar un concesionario. El Radar quiso saber si Google muestra entonces el mapa con el concesionario de la marca, el recuadro con chinchetas que permite ver la dirección, la ruta y el teléfono. Siempre se cuenta sobre las 11 marcas, tengan o no concesionario en esa ciudad.

En las otras tres ciudades, el mapa salió para 7 de las 11 marcas en Barcelona, 3 en Valencia y 2 en Bilbao. En Sevilla, de las otras diez marcas, ocho tienen concesionario en la ciudad y Google muestra su ficha (el perfil de empresa, con dirección, horario y reseñas), pero sin el mapa; de dos marcas no se localizó concesionario.

En cuántas de las 11 marcas Google muestra el mapa con su concesionario, por ciudad



Cada círculo es una marca: de color, las que aparecen en el mapa; en gris, las que no. El detalle por marca va en su informe privado.



Ejemplo recreado (con una marca inventada) de una búsqueda en la que no sale el concesionario de la marca: arriba, portales y medios; el mapa, si sale, muestra concesionarios de otras marcas.

35 de 55

búsquedas tienen un portal de anuncios o un medio de motor entre los tres primeros resultados. Son páginas que también sirven de escaparate a los concesionarios.

4 de 55

búsquedas mostraron algún anuncio de pago, de cualquier anunciante (no necesariamente de la marca). En las otras 51 no había ninguno.

3 de 26

de las 26 búsquedas en las que salió un mapa mostraron solo concesionarios de otras marcas: dos en Sevilla y una en Bilbao.

Que no salga el mapa no significa que el concesionario no exista: en ocho de las diez búsquedas de Sevilla sin mapa de la marca, Google muestra su ficha. Sin el mapa, el comprador tiene que abrir la ficha para ver la ruta, el horario y el teléfono. La prueba, de un solo día, no mide cuántos compradores se quedan por el camino.

Grupos de concesionarios que la gente busca por su nombre

Un grupo de concesionarios es una empresa que vende varias marcas en distintos puntos del país. Esta lista cuenta las búsquedas, de junio a agosto, que juntan el nombre del grupo con el de una marca china («byd quadis»). Son los diez con más búsquedas de los quince grupos que sigue el Radar; la lista ordena por número de búsquedas, no por el tamaño del grupo. Los círculos de color indican de qué marcas chinas se trata.

1	Quadis		38.100	
2	Astara		20.000	
3	Caetano		17.400	
4	Gamboa		11.700	
5	Marcos Automoción		10.600	
6	SYRSA		6.800	
7	Prochery		5.000	
8	Motor Naciente		4.800	
9	M Automoción		4.300	
10	Borjamotor		4.300	

El concesionario más buscado

BYD Quadis Dream Valencia, con 9.400 búsquedas en tres meses. Le siguen BYD Astara Alcobendas (8.700) y Quadis Dream Alicante (5.900).

En las marcas recién llegadas

De las marcas recién llegadas que aparecen en la lista, el concesionario más buscado de cada una tiene entre 900 y 2.300 búsquedas, frente a las 9.400 del primero de BYD.

Buena nota en Google, pero con pocas reseñas

Cada concesionario tiene en Google una ficha con una nota de 1 a 5 y reseñas de clientes. Esta tabla agrupa las fichas por red (el conjunto de concesionarios de una marca) y calcula la nota media, dando más peso a las fichas con más reseñas. Las redes chinas puntúan entre 4,6 y 4,8, una nota comparable a la de cuatro redes veteranas de referencia (Toyota, Kia, Hyundai y Dacia; de 4,4 a 4,9). La diferencia está en cuántas opiniones hay detrás: la ficha mediana de BYD reúne 74 reseñas (la mitad de sus fichas tiene menos); en las cuatro veteranas juntas, más de 140; y en cinco de las redes más recientes, menos de 20. Con tan pocas opiniones, cada reseña nueva mueve más la nota.

Red	Fichas encontradas	Reseñas en total	Reseñas de la ficha mediana		Nota media
Omoda y Jaecoo	116	13.864		76	4,73
BYD	97	13.230		74	4,63
Leapmotor	48	1.384		13	4,77
Changan	39	894		13	4,68
Geely	24	348		8	4,72
Xpeng	23	950		30	4,74
Lynk & Co	20	449		18	4,78
Zeekr	4	97		10	4,83
Referencia: cuatro redes veteranas	1.041	419.573		>140	4,61

Para las marcas Las marcas pueden repetir la prueba en su caso: buscar desde un móvil «concesionario», su marca y la ciudad en las cinco ciudades que más pesan en su red, y comprobar si sale el mapa con su concesionario y si su ficha tiene horario, fotos, web y reseñas recientes.

Once redes de marcas de origen o capital chino necesitan unas 190 aperturas para llegar a sus objetivos anunciados

Once redes de concesionarios de marcas de origen o capital chino que han anunciado cuántos puntos de venta quieren tener suman 618 y aspiran a 811: faltan unas 190 aperturas. Son los últimos datos publicados por cada marca (de enero a octubre de 2026), recopilados por el Radar China Motor.

La red de una marca es el conjunto de sus concesionarios y puntos de venta en España. Nueve de las once redes son del Radar: las de diez de sus once marcas (todas menos Lynk & Co, que no publica un recuento reciente; Omoda y Jaecoo comparten red). Las otras dos son las de Ebro y GAC, que no son del Radar. Sin contar Ebro ni GAC, faltan unas 170 aperturas.

Cada marca publica su dato en una fecha distinta y con su propio plazo para llegar al objetivo; la columna «Fecha del dato» lo indica.

Marca	Avance hacia su objetivo (barra)	Hoy (último dato)	Objetivo anunciado	Fecha del dato
Ebro		100	110	sep 2026
Omoda & Jaecoo		105	115	feb–jul 2026
BYD		107	130	sep 2026
Leapmotor		65	80	ene 2026
Geely		50	80	sep 2026
Changan		65	100	jun 2026
GAC		29	45	jun 2026
Lepas		30	50	jul 2026
GWM		30	50	jul 2026
Xpeng		26	35	jun 2026
Zeekr		11	16	oct 2026

Lynk & Co (15 en noviembre de 2025 y 35 previstos a fin de 2026) y MG no publican un recuento reciente y no están en la tabla. GAC: las fuentes difieren (Merca2, 29 de 45; La Tribuna, unos 15 de 30). Zeekr: recuento del Radar en su web el 13/10/2026. Cada marca tiene su propio plazo para llegar al objetivo.

La marca que más destaca en cada comunidad

En cada comunidad autónoma, la marca china que más se busca por encima de lo que le correspondería. Para cada marca se divide su parte de las búsquedas de esa comunidad entre su parte en toda España. ×2,7 quiere decir 2,7 veces su peso medio en España: por ejemplo, una marca con el 5 % de las búsquedas del país y el 13,5 % de las de una comunidad sale ×2,7. Datos de junio a agosto.

Extremadura	GWM		×2,7
Castilla y León	Lepas		×2,0
La Rioja	Lepas		×1,8
Baleares	Lynk & Co		×1,6
Cantabria	Lepas		×1,5
Aragón	Leapmotor		×1,5
Canarias	Jaecoo		×1,5
Galicia	GWM		×1,4
Navarra	Leapmotor		×1,4
Castilla-La Mancha	Lepas		×1,4
País Vasco	Zeekr		×1,3
Asturias	Lepas		×1,3
C. Valenciana	Geely		×1,3
Cataluña	Changan		×1,2
Murcia	Omoda		×1,2
Andalucía	Jaecoo		×1,1
Madrid	Lepas · BYD		×1,1

Dos coincidencias con fábrica

Leapmotor se busca 1,5 veces su peso medio en Aragón, donde Stellantis fabricará su B10. Geely, 1,3 veces en la Comunitat Valenciana, donde tiene un acuerdo, pendiente de cierre, para entrar en la planta de Ford en Almussafes. Son dos coincidencias, no una regla.

Lepas destaca en cinco comunidades y empata en Madrid. Es la marca del Radar con menos búsquedas (unas 9.000 al mes: 18.000 en julio y agosto): con una base pequeña, poco volumen basta para subir la cifra.

Madrid y Cataluña reúnen el 40 % de las búsquedas, pero allí ninguna marca pasa de ×1,2. Las mayores diferencias están en el resto del país.

En comunidades pequeñas el dato es más inestable. Ceuta y Melilla, excluidas. Madrid: empate entre Lepas y BYD.

Para las marcas

Las marcas pueden cruzar esta lista con su red: en qué comunidades se busca su marca por encima de su media y aún no hay un concesionario cerca. Ahí están las próximas aperturas, que conviene preparar antes de abrir: ficha de Google, web local y primeras campañas.

Siete de las once marcas chinas del Radar ofrecen siete años de garantía o más, más del doble que la legal

Siete de las once marcas chinas del Radar China Motor ofrecen en España una garantía general de siete años o más, más del doble que los tres años de la garantía legal, según las webs de las marcas o la prensa del sector consultadas el 12 de octubre de 2026. Zeekr anuncia hasta diez. Otras dos, BYD (seis años) y Xpeng (cinco), ofrecen menos, y de Leapmotor y Lynk & Co no se ha confirmado la cifra.

La tabla tiene 13 filas: las de las once marcas del Radar (Omoda y Jaecoo comparten una) y las de GAC, Ebro y MG, que no son del Radar. La garantía se confirmó en 11 filas. «No confirmado» significa que el Radar no ha encontrado la cifra en una fuente fiable.

Las dudas del comprador sobre una marca china se repiten. Entre las búsquedas más frecuentes de cada marca, al menos 25.000 en tres meses relacionaron una marca china con su origen («coche chino byd»), y unas 12.000 lo preguntaban sin rodeos («omoda de dónde es»). La encuesta del Observatorio Cetelem sobre marcas chinas (mayo de 2026, 2.088 encuestados) recoge como preocupaciones la disponibilidad de recambios (37 % de los encuestados), la durabilidad (35 %) y la seguridad (31 %). Varias marcas anuncian garantías largas y almacenes de recambios en España.

Garantías

Garantía general que anuncia cada marca, según su web oficial o, cuando no se pudo abrir, según la prensa del sector (consulta del 12/10/2026). Cada casilla de la barra es un año, hasta diez. «No confirmado»: el Radar no ha encontrado la cifra en una fuente fiable.

Marca	Garantía (años)	Vehículo	Batería
Zeekr		Hasta 10 años	No confirmado
Geely		8 años / 200.000 km	8 años / 200.000 km
GAC		8 años / 160.000 km	8 años / 200.000 km
Changan		7 años / 160.000 km	8 años / 200.000 km
Omoda & Jaecoo		7 años / 150.000 km, según modelo (Omoda 7 SHS: 8 años / 160.000 km)	8 años; reparación si baja del 70 %
GWM		7 años / 150.000 km	8 años / 160.000 km
Ebro		7 años / 150.000 km	8 años / 160.000 km
Lepas		7 años / 150.000 km	8 años
MG		7 años / 150.000 km	No confirmado
BYD		6 años / 150.000 km	8 años / 250.000 km
Xpeng		5 años / 120.000 km	8 años / 160.000 km
Leapmotor		No confirmado	No confirmado
Lynk & Co		No confirmado	No confirmado

Recambios desde Azuqueca

GWM, Changan y Lepas sirven recambios desde Azuqueca de Henares (Guadalajara), una plataforma logística que comparten con otras marcas, entre ellas Omoda. Lepas dice tener el 98 % de las referencias (piezas distintas del catálogo) y entregar en 24 horas en la península y 48 en Baleares y Canarias; Changan, al día siguiente en la mayor parte del país; GWM no da plazo.

Otros plazos de recambios

Zeekr, entre 24 y 48 horas desde su almacén de Mejorada del Campo (Madrid). Omoda y Jaecoo apuntan a servir el 97–98 % de los recambios en menos de 24 horas en la península, desde Azuqueca. Ebro garantiza recambios al menos diez años después del fin de producción de cada modelo.

La fiabilidad, según los dueños

En el estudio de fiabilidad de la OCU (Organización de Consumidores y Usuarios) de marzo de 2026, con 85.590 propietarios de diez países, BYD es la sexta de 39 marcas, con 89 puntos sobre 100. El mismo estudio sitúa a MG penúltima (72) y a Lynk & Co en el puesto 35 (76): el resultado de las chinas es desigual.

Fabricación en Europa

Al menos seis proyectos de fábrica en España y otras plantas en Europa

Fabricar en Europa tiene dos incentivos: el Plan Auto+ (ayudas del Gobierno a la compra de coches eléctricos y enchufables) da más ayuda a los coches montados en la Unión Europea, y los aranceles (impuestos a la importación) encarecen los que llegan de China. Por eso varias marcas anuncian fábricas o ensamblajes aquí. Leapmotor ha anunciado un taller de baterías en Mallén (Zaragoza) y prepara su B10 en Figueruelas; Ebro amplía su línea en Barcelona; Geely tiene un acuerdo, pendiente de cierre, para entrar en la planta de Ford en Valencia; Santana prevé ensamblar modelos sobre base BAIC en Linares en 2027; MG y Changan lo tienen anunciado o en estudio. La tabla da, de cada proyecto, dónde, qué y cuándo, e incluye también la planta de BYD en Hungría y la de GAC Aion en Austria.

Marca	Dónde	Qué	Cuándo
Leapmotor	Figueruelas y Mallén (Aragón)	B10 en la planta de Stellantis; taller de baterías en Mallén (25 M€, unas 60.000 baterías al año)	B10: serie prevista el 13/10/2026. Taller: anunciado el 23/06
Geely	Almussafes (Valencia)	Acuerdo con Ford: 34 % de Ford España, propietaria de la planta, por 221 M€ mediante una empresa conjunta; pendiente de aprobaciones	Empresa conjunta: 1.er semestre de 2027. Primeros coches: 2028–2029
Ebro · Chery	Zona Franca (Barcelona)	Nueva línea de 150 M€, con potencial para alcanzar 50.000 coches al año	Plena operatividad en otoño de 2026
MG · SAIC	Ferrol (Galicia)	Fábrica de montaje CKD, 200 M€ en la primera fase; falta la autorización del Consejo de Ministros	Operativa en 2028 (previsto)
Changan	Aragón	Estudia una planta: «todas las opciones están sobre la mesa»	Sin fecha
Santana · BAIC	Linares (Jaén)	Prevé ensamblar en Linares modelos sobre base BAIC (4×4 y Arcfox)	Previsto en 2027
BYD	Szeged (Hungría)	Primera fábrica de turismos de la marca en la UE	4.º trimestre de 2026
GAC Aion	Graz (Austria)	Fabricado por Magna Steyr	Ya a la venta

Plan Auto+ (RD 609/2026)

Es el programa de ayudas del Gobierno a la compra de coches eléctricos y enchufables. Las ayudas se reparten en dos líneas de crédito; la Línea 1 (350 M€, abierta desde el 04/08/2026) es la que recoge el Radar, y su ayuda máxima es de 4.500 €. A ese importe se suma un 15 % si el coche se monta en la Unión Europea y otro 10 % si, además, la batería cumple condiciones de fabricación europea (tres, en los eléctricos puros) y el modelo figura en la lista blanca, el listado oficial de modelos que declaran cumplir los requisitos. La Línea 1 está abierta hasta el 31/12/2026 a las 14:00 o hasta agotar el crédito. El sector estima que se agotará antes, y las solicitudes posteriores pasan a una lista de espera sin derecho a cobro: por eso un precio «con Plan Auto+» no está garantizado.

Aranceles

Los eléctricos fabricados en China pagan, además del arancel general del 10 %, derechos compensatorios (un recargo que busca igualar las ayudas públicas que recibe el fabricante) de entre el 7,8 % y el 35,3 % según el fabricante (Reglamento (UE) 2024/2754). Desde enero, Bruselas acepta precios mínimos a cambio; el primer caso aprobado, el 10/02/2026, es el Cupra Tavascan, que exporta Volkswagen. A 12/10/2026 no consta ninguna aceptación para una marca china. El 09/10, la UE y China alcanzaron un entendimiento preliminar para moderar las exportaciones de híbridos.

Para las marcas	Las marcas que dan siete años de garantía y recambios en 24 horas pueden comprobar si el comprador lo sabe al llegar al concesionario. Son respuestas a tres de las preocupaciones que recoge la encuesta de Cetelem (recambios, durabilidad, seguridad) y conviene que consten en la web del concesionario, en su ficha de Google y en sus anuncios.
-----------------	---

Los lanzamientos chinos con precio de tarifa publicado van de 20.990 € (Geely E2) a 121.500 € (Zeekr 9X)

Los lanzamientos de marcas chinas con precio publicado van de los 20.990 euros de tarifa del Geely E2, un eléctrico urbano a la venta desde el 9 de septiembre, a los 121.500 euros del Zeekr 9X, un SUV grande híbrido enchufable (versión Ultra AWD) con pedidos desde octubre y entregas desde enero de 2027.

La página recoge los coches que salen a la venta, o cuyos pedidos se abren, desde julio de 2026 hasta 2027, y las marcas que aún no han llegado a España. Los precios son de tarifa, es decir, el precio oficial antes de descuentos; entre paréntesis va la versión, o el precio con financiación y ayudas, cuando la marca lo anuncia. Los precios «con Plan Auto+» (la ayuda del Gobierno a la compra de eléctricos y enchufables) dependen de que la ayuda se conceda (página 7).



Cuándo	Marca y modelo	Tipo	Precio de tarifa; entre paréntesis, versión o ayudas
A la venta desde el 9/9	● Geely E2	Eléctrico	20.990 € (Pro); desde 14.490 € con financiación y Plan Auto+, y 13.990 € en reserva anticipada
A la venta desde el 02/07	● GWM ORA 5	Eléctrico e híbrido	Desde 19.950 € con campañas y financiación
A la venta desde agosto	● Lepas L8	Híbrido enchufable	33.990 € (Essence, con campaña y Plan Auto+)
Pedidos abiertos	● Dongfeng Vigo	Eléctrico	29.990 € (24.500 € con financiación y Plan Auto+)
Pedidos abiertos	● Dongfeng Mage	Híbrido enchufable	31.990 € (28.530 € con financiación y Plan Auto+)
A la venta	● Denza D9 DM-i	Híbrido enchufable	78.500 € (Elegance)
Pedidos desde octubre; entregas desde enero de 2027	● Zeekr 9X	Híbrido enchufable	121.500 € (Ultra AWD)
Segundo semestre de 2026	● GAC GS4	Gasolina	31.995 € (27.995 € con financiación)
Segundo semestre de 2026	● GAC E9	Híbrido enchufable	52.995 € (50.745 € con ayudas)
Segundo semestre de 2026	● GAC S7	Híbrido enchufable	49.995 € (42.745 € con ayudas y financiación)
Final de 2026	● Xpeng, tres SUV nuevos	Eléctrico y autonomía extendida	No publicado
Principios de 2027	● Lepas L6 EV y L4 EV	Eléctrico	No publicado
Primer semestre de 2027	● Omoda 4	Híbrido y eléctrico	Sin precio oficial (la prensa apunta a 20.000–25.000 €)
2027	● Leapmotor B03	Eléctrico	Entre 20.000 y 23.500 € (estimaciones de prensa)

Marcas por llegar

Marcas y proyectos que aún no venden coches en España. El importador es la empresa que trae y distribuye una marca en el país.

Li Auto	El Li 6 debuta en París; las ventas en Europa pasan al primer trimestre de 2027, en Noruega y Países Bajos. España no se menciona.
Xiaomi	Europa en 2027, empezando por Alemania: ocho grupos de concesionarios han firmado memorandos de entendimiento, no contratos. Xiaomi Iberia prepara tiendas propias en España y Portugal; el coche no tiene fecha confirmada aquí.
Santana y BAIC	Santana prevé empezar a ensamblar en Linares (Jaén) modelos sobre base BAIC en 2027: Arcfox en el primer trimestre; Santana 400 y Cajal, en marzo.
Avatr	Marca vinculada a Changan; llegada a España anunciada para 2027 con el 06T y el 07L, sin distribuidor ni precios.
Aito	Prevé entrar en Europa en 2027, sin países concretados; España no se menciona. Un plan anterior para España, de 2024, no siguió adelante.

Se esperan en París

En el Salón de París (12–18 de octubre; feria del automóvil que se celebra cada dos años) se esperan el Leapmotor D19, el Geely Monjaro EM-i, el Lynk & Co 07 GT, el Xpeng G9L y los Changan Deepal S07 PHEV y Nevo Q06: ninguno tiene aún fecha para España. También se presentan el Zeekr 9X, el Omoda 4 y 5, Avatr y Aito.

Sin red todavía

Li Auto, Xiaomi, Aito y Avatr no han anunciado importador ni concesionarios en España a 12/10/2026: no se sabe quién las venderá aquí.

Para las marcas

Los lanzamientos de otoño compiten por la misma atención. Las marcas que presenten un modelo en los próximos meses pueden tener listos, antes de abrir pedidos, la ficha de Google, la web local y los primeros contenidos de cada concesionario.

Cómo se midió cada dato de este número y de dónde sale

El Radar China Motor mide siempre igual: las mismas 41 marcas, las mismas fuentes y las mismas pruebas, para que cada número se pueda comparar con el anterior. Esta página explica cada medida, sus límites y cómo citar el informe.

Versión del 18/10/2026. La encuesta a concesionarios y el panel de directores, que la versión del 13/10 anunciaba «en preparación», pasan al número 1. Este número queda en nueve capítulos con datos medidos por Sneakerlost; las cifras no cambian.

Pide el informe privado de tu marca

Aquí se publica el dato de todas las marcas con el mismo criterio. En tu informe privado verás el detalle de la tuya: tu posición entre las 41 marcas, tu evolución, qué buscan de ti y cómo sales en la prueba del concesionario.

sneakerlost.es/radar-china-motor

Para los medios

Cómo citar. «Según el Radar China Motor, de Sneakerlost (número 0, publicado en octubre de 2026)». En gráficos y tablas: «Fuente: Radar China Motor (Sneakerlost)». Se pueden reproducir cifras, textos y gráficos citando la fuente y la fecha de cada dato.

Qué conviene precisar. En las cifras de búsquedas y ventas, «marcas chinas» son las once que mide el Radar (no están MG, Ebro ni GAC); en red, garantías y fábricas se añaden otras marcas, señaladas en cada tabla. Las búsquedas y las ventas se refieren a 41 marcas que suman el 91,5 % de las matriculaciones en España. El periodo es julio y agosto de 2026, salvo donde se indica otra fecha.

Contacto. Desde sneakerlost.es/radar-china-motor, donde se descarga cada número.

Cómo se mide

Marcas. BYD, Omoda, Jaecoo, Geely, Xpeng, Leapmotor, Changan, Zeekr, Lynk & Co, GWM y Lepas. Las de llegada más reciente (empezaron a vender en España en 2026): Geely, Changan, Zeekr, GWM y Lepas. Fuera del índice: MG y Ebro, porque su nombre se confunde con otras búsquedas, y GAC, porque km77 no publica una serie propia; sí aparecen en red, garantías y agenda. Quién es quién: Omoda, Jaecoo y Lepas son del grupo Chery; Zeekr y Lynk & Co, del grupo Geely; GWM, de Great Wall Motor; Deepal es submarca de Changan.

Interés. Búsquedas mensuales del nombre de cada marca en Google (Google Ads, España; en Changan, también «deepal»). Son estimaciones del planificador de palabras clave: Google agrupa los volúmenes en tramos, así que las cifras son aproximadas y dos marcas del mismo tramo no se pueden ordenar. Las medias entre marcas son simples, no ponderadas por volumen. La parte de cada marca en las búsquedas y en las ventas se calcula sobre 41 marcas cuyo nombre no se confunde con otra cosa y que suman el 91,5 % de las ventas; quedan fuera MG, Ebro, Mini, Smart, DS, Honda y Suzuki. El nombre de la marca mide interés, no intención de compra: en julio y agosto de 2026, Tesla recibió unas 402.000 búsquedas y matriculó 435 coches (ANFAC vía km77). El tercer trimestre de 2026 son solo julio y agosto, los meses que Google ya ha publicado.

Ventas y matriculaciones por búsqueda. Matriculaciones de turismos de ANFAC publicadas por km77. Matriculaciones por búsqueda: coches matriculados por cada 1.000 búsquedas del mismo periodo; la media de las 41 marcas es 17 (incluye a las chinas) y la de las otras 30, 19. Como Google redondea sus volúmenes, estas cifras son orientativas y se dan sin decimales. La cifra separada para particulares y empresas es una estimación: las búsquedas no distinguen quién compra, y las matriculaciones se reparten con los microdatos de la DGT. Total de julio y agosto: 170.493 matriculaciones en ANFAC (km77) frente a 172.281 en la DGT; la diferencia, del 1 %, no cambia las cuotas.

Quién compra y dónde. Microdatos de matriculaciones de la DGT: turismos nuevos, uno a uno, por domicilio del vehículo. Particular: persona física sin renting (incluye autónomos). Empresa: incluye las automatriculaciones de concesionario. Por comunidad y provincia se cuentan solo particulares, porque las flotas se matriculan en la sede de la empresa.

Google frente a IA. Consultas con el nombre de la marca: volumen mensual estimado de uso en asistentes de IA (DataForSEO, España, español; octubre de 2025 a septiembre de 2026), comparado con las búsquedas de Google Ads de julio y agosto; el índice son consultas de IA por cada 100 búsquedas y solo sirve para comparar marcas entre sí. Recomendaciones: 30 preguntas de comprador sin marcas ni mención a China (12 del ensayo del 12/10 y 18 nuevas), hechas el 15/10/2026 con ubicación en España a ChatGPT (dos pasadas), Gemini y Perplexity (una pasada): 120 respuestas. Se cuenta cada marca que el asistente propone como opción. Gemini no usó la búsqueda web en 17 de sus 30 respuestas. Es una muestra pequeña y las respuestas cambian de un día a otro. En Google, menciones en respuestas de IA por marca y sus diez fuentes más citadas (DataForSEO, 12/10/2026). Está previsto repetir las mismas preguntas en los próximos números.

Reputación de la red. Fichas de Google (el perfil de empresa que sale en el buscador y en el mapa) abiertas en España con el nombre de la marca: nota ponderada por reseñas (cada concesionario pesa según sus reseñas) y mediana de reseñas por ficha (la mitad de las fichas tiene menos). Las redes veteranas de referencia acumulan además reseñas de taller y de ocasión, así que su comparación es orientativa.

Qué se busca. Se clasifican con reglas de palabras las búsquedas más frecuentes que contienen cada marca (hasta 400; 164 en GWM, 308 en Zeekr y 66 en Lepas): precio, confianza, dónde comprar, comparación y ocasión; el taller y el servicio oficial son posventa y no se cuentan. «Dónde comprar» es un mínimo: parte de las búsquedas de concesionario no se pueden clasificar. Google da el mismo volumen a variantes de una búsqueda («precio byd» y «byd precio»); se cuentan una sola vez, igual que las que comparten serie mensual idéntica de 100 o más búsquedas. Grupos de concesionarios: se rastrean quince por su nombre y se muestran los diez con más búsquedas.

Prueba del concesionario. «Concesionario + marca + ciudad» en Google desde móvil, una consulta por combinación (once marcas en Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao), el domingo 11/10/2026. Es una instantánea de un día: el resultado varía por hora y usuario.

Comunidades. Parte de la marca en las búsquedas de la comunidad, dividida entre su parte en las búsquedas de toda España. «Se buscan más de lo que se compran»: peso de la comunidad en las búsquedas de las once, dividido entre su peso en sus ventas a particulares.

Segunda mano. Cambios de titular de turismos (DGT) y edad desde la primera matriculación. Los cambios de menos de un año incluyen coches de concesionario y automatriculados, no solo ocasión.

Fuentes

Datos propios. Google Ads y Google, consultas del 10 al 12/10/2026 vía DataForSEO (series de septiembre de 2025 a agosto de 2026); consultas y recomendaciones de IA (ChatGPT, Gemini y Perplexity), 15/10/2026; respuestas de IA de Google, 12/10/2026; Google Maps, 12/10/2026; prueba del concesionario, 11/10/2026; zeekr.es/concesionarios, 13/10/2026. **Matriculaciones.** ANFAC vía km77 (julio y agosto de 2026); DGT, microdatos de matriculaciones y de transferencias (abril a agosto de 2026). **Encuesta.** Observatorio Cetelem, «Marcas chinas 2026» (05/2026; n = 2.088). **Redes.** byd.com (09/2026); Motor16 16/09/2026 (Ebro) y 12/06/2026 (Xpeng); Motor16 24/02/2026 y El Debate 07/07/2026 (Omoda y Jaecoo); Stellantis 26/01/2026 (Leapmotor); La Tribuna de Automoción 17/06/2026 (Changan); Merca2 05/06/2026, La Tribuna 04/06/2026 y Autonocion 04/06/2026 (GAC); Euromotor y El Economista, 07/2026 (Lepas); Posventa 29/07/2026 y Autonocion 02/07/2026 (GWM); Xinhua/The Star 10/09/2026 (Geely); Lynk & Co 26/11/2025; Merca2 28/05/2026 (Zeekr). **Lanzamientos.** Autofácil 09/06/2026, La Tribuna 04/06/2026 y gacspain.es 12/10/2026 (GAC); TestCoches 14/09/2026, Motor.es 04/08/2026 y 11/09/2026 (Geely E2); Motor.es 10/10/2026, Somoselectricos 11/10/2026 y eldiario.es 01/10/2026 (Zeekr 9X); Motor.es 25/08/2026 y Motor1 14/07/2026 (Dongfeng); PressDigital 09/06/2026 (Denza); Motor16 09/08/2026 (Lepas L8); Autonocion 02/07/2026 (GWM ORA 5); El Desmarque 08/10/2026 (Lepas L6 y L4); Carwow 07/10/2026 y Córdoba BN 12/10/2026 (Omoda 4); TestCoches 15/08/2026 y Motor.es 06/10/2026 (Leapmotor B03 y Salón de París); CnEVPost y Motor.es 12/10/2026 (Li Auto); Híbridos y Eléctricos 04/09/2026 (Xiaomi); Motor.es 11/10/2026 (Avatr); ForocochesEléctricos 07/10/2026 y CnEVPost 12/10/2026 (Aito); Hora Jaén 17/09/2026 y Cocheschinos 19/09/2026 (Santana-BAIC). **Garantías y posventa.** Webs oficiales de BYD, Geely, GAC, Omoda y Jaecoo y Xpeng, 12/10/2026; Changan Europe 29/01/2026; Posventa 29/07/2026 (GWM); Autohebdosport 27/07/2025 (Ebro); Motor16 09/08/2026 (Lepas); Auto10 14/04/2026 (MG); Merca2 28/05/2026 y Carwow 01/06/2026 (Zeekr); La Crónica de Guadalajara 26/06/2026 y Nueva Alcarria 27/06/2026 (Azuqueca); OCU 2026 vía Diariomotor 05/08/2026. **Fábricas.** Motor16 24/07/2026 (Geely y Ford); Somoselectricos 24/09/2026 y Stellantis 23/06/2026 (Leapmotor); coches.net 22/06/2026 (Ebro); Moncloa 19/09/2026 (MG); La Tribuna 17/06/2026 (Changan); Híbridos y Eléctricos 02/09/2026 (BYD Szeged); electrive 26/03/2026 (GAC Aion). **Plan Auto+ y aranceles.** BOE-A-2026-16010 (23/07/2026, RD 609/2026), BOE-B-2026-26062 (04/08/2026) y BOE-B-2026-30841 (24/09/2026); Carwow 08/10/2026; Reglamento de Ejecución (UE) 2024/2754; Comisión Europea 10/02/2026; Infobae 09/10/2026.

Número 1: balance de 2026, martes 12 de enero de 2027

La red contada en el localizador de cada marca, la prueba del concesionario en quince ciudades, el dato agregado de anuncios, la primera encuesta a concesionarios y el panel de directores.

Sneakerlost es una agencia de marketing para marcas de automoción y sus redes de concesionarios: lanzamientos de modelo, activación de patrocinios, contenido y redes sociales, kit de concesionario, publicidad y SEO por concesionario y gestión de leads. El Radar es un análisis independiente con datos públicos y de terceros; las marcas citadas pertenecen a sus titulares y no hay relación con ellas salvo indicación. Los volúmenes de Google son estimaciones.