

A mayo de 2025, el sector acumula un leve repunte de 1,2% anual:

# Por qué los consumidores compran menos de mil autos al día desde hace dos años

En años previos a la pandemia y en 2021-2022, el mercado colocaba en promedio un millar de unidades diarias. La baja confianza en la economía explica la merma actual.

MARCO GUTIÉRREZ V.

En los tres años previos a la pandemia (2017-2019), el mercado automotor comercializaba, en promedio, más de mil vehículos livianos y medianos nuevos al día. Después de la crisis sanitaria por covid-19 y con el impulso de los retiros de los fondos de pensiones, el millar de unidades diario se superó con creces, especialmente en 2021 y 2022. Ese último ejercicio registró un récord anual de 426.777 automóviles colocados en el país.

Si bien las cifras de ventas de los cero kilómetros en mayo pasado reflejaron un alza de 4,3% anual, solo se comercializaron 24.347 unidades en el país, lo que implicó una media de 785 unidades cada jornada, según se desprende de las cifras de la Asociación Nacional Automotriz de Chile (ANAC). Con ello, se completaron 26 meses –poco más de dos años– de ventas bajo las mil unidades diarias.

En los cinco primeros meses de 2025, se vendieron 121.347 vehículos cero kilómetros, una leve alza de 1,2% anual.

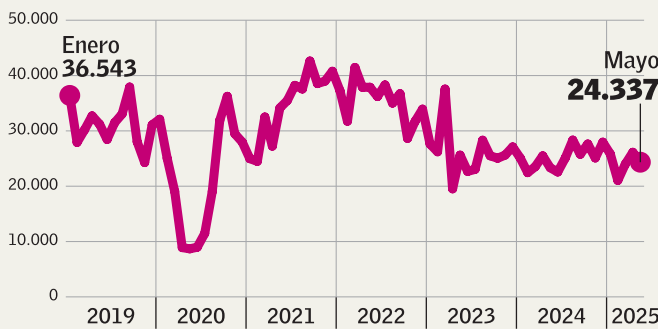
## Los factores

La baja confianza de los consumidores en la economía es uno de los factores que explican la lenta recuperación de la demanda de autos, según expertos.

“El mercado automotor se comporta muy en línea con la situación económica del país. El escenario actual es muy inestable y muchas industrias están en

## Sector sigue bajo las 30.000 unidades mensuales

Ventas de vehículos cero km, livianos y medianos.



Fuente: ANAC

franca dificultad económica, lo que ha afectado a este mercado”, sostuvo el exministro de Transportes Pedro Pablo Errázuriz.

El presidente de la Cámara de Comercio Automotriz de Chile (Cavem), Martín Bresciani, señaló que las personas y los inversionistas aún no ven “brotes verdes” con claridad para tomar decisiones de compra. Esto, agregó, pese a la intención del Gobierno de impulsar la economía en un año electoral.

Daniel Nunes de Operaciones de la ANAC, afirmó que el mercado está en camino a recuperar las cifras de años previos. “Ya pasamos lo peor y estamos volviendo a una línea más estable”, aseguró.

Nunes estimó que el segundo semestre registrará un mejor desempeño en las ventas, aunque la ANAC mantiene las proyecciones para el cierre de 2025 en 310.000 vehículos nuevos colocados. En Cavem, en tanto, pre-

ven 300.000 unidades al cierre del ejercicio, lo que es una baja respecto de las 320.000 vaticinadas hace unos meses.

## Transporte y créditos

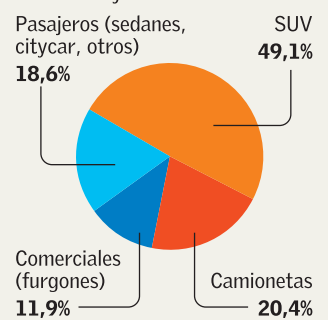
Bresciani admitió que cuando existe una mayor oferta de transporte público, especialmente de metro, eso puede afectar algunas decisiones de compra de automóviles, por ejemplo, segundas unidades pequeñas para ir al trabajo. Pero se mantiene el vehículo grande para viajes familiares, añadió.

Sobre el efecto de la masificación de aplicaciones de transporte, el timonel de Cavem afirmó que esto no mermaría la demanda de autos. Por el contrario, indicó que esa actividad estimula las ventas a conductores de esos sistemas.

Sobre el financiamiento automotor, en el mercado señalaron que no se registran grandes ope-

## Distribución de las ventas por segmento

Enero-mayo 2025.



raciones y que, pese a que las tasas han caído, estas siguen altas y se mantienen condiciones exigentes para otorgar crédito.

## Tendencias

A mayo de este año, según ANAC, los segmentos de vehículos que registran alzas anuales son los comerciales (furgones), con un avance de 9,9%, y también las SUV (5,3%). Esta última categoría explica casi la mitad del mercado. En tanto, los vehículos de pasajeros (sedanes, citycars) y las camionetas exhiben bajas.

Las marcas japonesas Toyota y Suzuki lideran las ventas, ambas con participaciones de 7,8% a mayo. Les siguen las firmas surcoreanas Hyundai (6,5%) y Kia (6,3%).

De todos modos, la procedencia china encabeza el rubro con el 38,7% de las ventas por origen de fabricación. Le sigue India con una participación de 10,4%.