LUN

Fecha: 21/08/2025 Audiencia: 271.020 Sección: ACTUALIDAD
Vpe: $4.052.839 Tirada: 91.144 Frecuencia: DIARIO
Vpe pág: $4.399.200 Difusión: 91.144
Vpe portada: $4.399.200 Ocupación: 92,13%

Invitado al lanzamiento regional del Kia Tasman

"Si pudiéramos comprar autos y llevarlos, habría filas de argentinos en los concesionarios chilenos"

Chile no solo tiene el mercado más competitivo de la región en automóviles, también aloja lanzamientos para los mercados cercanos, es decir para Argentina, Perú y hasta Costa Rica. Una interesante vitrina para analizar el mercado chileno desde la visión extranjera.

MAURICIO MONROY

Son pocas las oportunidades en que la prensa automotriz internacional se reúne en Chile. Esta vez fue en el lanzamiento regional de la mediática primera pick up de Kia a nivel global: Tasman.

Una ocasión que permite mirar "desde afuera" a la abundante oferta chilena, con ojos frescos y analíticos, de parte de algunos de los mejores periodistas del sector de los países convocados, entre ellos de Argentina, que hoy se abre a nuevos mercados en el contexto libertario actual del país trasandino.

Datos de la causa: en Argentina, con una población de 45.892.285 (al 2022), existen en concesionarios oferta de unas 40 marcas, en todos los segmentos. En Chile, en tanto, hoy superamos las 90 marcas (considerando las "submarcas"), para una población de 19.859.921.

Carlos Cristófalo, director de Motor1 Argentina.

Este fenómeno es el que explica que la oferta chilena sea una de las más abundantes del mundo, y que el consumidor chileno sea uno de los mejor provistos, lo que causa la atención de los periodistas especializados de otros países.

Visión tras Los Andes

Uno de ellos es Carlos Cristófalo, director de Motor1 Argentina que reflexionó sobre aquellos aspectos positivos que, según él, los chilenos muchas veces no reconocen o no aprovechan plenamente. Todo en el contexto de la visita del lanzamiento regional de la camioneta Kia Tasman.

¿Cómo ves el actual mercado automotor de Chile? ¿Algo que te llame la atención en esta visita?

Me genera curiosidad, sorpresa y me divierte. Cuando llegué al hotel, salí a caminar, a mirar autos, ir por la calle y a ver con curiosidad un montón de modelos que no estoy acostumbrado a ver. Son marcas que no hay en Argentina, o que están en plan de llegar, o que ya sabemos que nunca van a entrar, y me genera algo de envidia. Como fanático de los autos, y también como periodista, siento un poquito de envidia de la diversidad que tiene el mercado automotriz chileno.

¿Qué te impresiona?

Lo que más admiro es la diversidad y los precios. Te doy un ejemplo, cuando un argentino va a un shopping acá en Santiago, ¿qué está comprando? ropa y cosas que en Argentina o no hay, o son muy caras. Pero están comprando ropa porque en realidad no pueden comprar autos. Si pudiéramos comprar autos y llevarlos a Argentina, habría filas de argentinos en los concesionarios chilenos comprando, porque la diferencia de precios es abismal. Así que nos conformamos con verlos a través de la vitrina, y disfrutarlos cuando venimos acá.

¿Algún auto que te llama la atención en tu paseo?

El Mazda Miata. ¿Cómo puede ser que no todos los chilenos andan en un Mazda Miata? No en un cero kilómetro, que me imagino es caro. Veía pasar un Miata y digo, ¿cómo no todo el mundo anda en ese auto? Es una locura, hermosísimo, me imagino que los de 20 años de antigüedad deben ser más accesibles.

Otra diferencia entre ambos países pasa por el fanatismo de los argentinos por los autos. ¿Se mantiene eso?

Absolutamente, el argentino es muy fanático. Por suerte para mí, yo vivo de eso. Nosotros nos reímos porque Motor1 tiene varias ediciones en diferentes países del mundo. Y nosotros ranqueamos entre los Motor1 más leídos del mundo, sin tener un mercado ni cercano a lo que es Francia, España, Inglaterra, Estados Unidos. Con Brasil competimos muy cerca.

Y eso se logra sólo porque el argentino es fanático de los autos. Siempre decimos que no hay tortura mayor que ser fanático de los autos en Argentina, porque es un país que te castiga. Si querés ser fanático de los autos y tener un Mazda Miata, no podés. Sé que todos mis amigos se comprarían un Mazda Miata, pero terminamos gastando fortunas en autos que no los valen.

¿Cómo enfrenta el argentino el origen chino? ¿también existen haters sólo por el origen?

Sí, también existe *hater* de autos chinos, que dicen que es una porquería, que se va a romper, que no vas a tener repuestos; pero también hay un grupo que odia a los autos hechos en Argentina. Como en los últimos tiempos el gobierno ha comenzado a abrirse a las importaciones y han llegado marcas nuevas, surgió este personaje de la industria automotriz argentina que dice que ojalá vengan los chinos y les ganen, que les demuestren lo que es ofrecer productos de calidad y modernos. Apareció el fanático de los chinos como contraposición a la misma industria automotriz argentina.

¿Y el tema de electromovilidad?

Venimos muy atrasados. En Argentina puede ser muy útil para el día a día, ya que la electricidad es muy barata. Y eso yo siempre se lo digo a las automotrices, cuando vendan autos eléctricos, no hablen de ecología, no hablen de tecnología, háblenles al bolsillo del consumidor, ya que podés andar 400 kilómetros con el equivalente de 3 litros de combustible.

Yo tengo un cargador eléctrico en mi casa, por el trabajo que tengo, y cuando veo mi cuenta de la luz digo que es un chiste. ¿Y eso qué hace? Que cuando manejo un auto eléctrico, lo manejo de una manera diferente. Por ejemplo, si es un auto eléctrico con relativa potencia y es divertido manejar, cada vez que puedo acelerarlo lo hago, total es casi gratis, cosa que no me pasaría con un Mustang V8, que lo acelerás, pero lo pensás muy bien.