



NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO PARA ACCEDER A UN AUTOMÓVIL:

# Del crédito tradicional al auto por suscripción

Más del 80% de los vehículos nuevos en el país se adquieren hoy mediante algún tipo de financiamiento, ya sea a través de un crédito automotriz convencional o de consumo, leasing y compra inteligente. A ello se suman el renting, modelos de suscripción, plataformas digitales y financiamiento verde.

POR ANDREA URREJOLA M.

En Chile, hace aproximadamente cinco décadas que el automóvil dejó de ser una compra exclusivamente con ahorros, al contado. Después, en los años 80, lo más común era financiar un automóvil a través de un crédito convencional con un banco, y a partir del nuevo siglo se hicieron populares los créditos automotrices.

“Hoy, en el país, por sobre el 80% de la venta de vehículos nuevos se hace con alguna forma de financiamiento”, enfatiza Diego Mendoza, secretario general de la Asociación Nacional Automotriz de Chile (ANAC).

Según el gremio, las operaciones tradicionales de crédito automotriz (con el vehículo en prenda y plazos desde 12 hasta 48 meses o más) todavía representan el 42% del mercado, pero actualmente conviven con fórmulas más flexibles como compra inteligente, *leasing*, *renting* y esquemas tipo suscripción.

Lo cierto es que la expansión del crédito ha tenido un impacto directo en la motorización del país. Si en 1991 existía un automóvil cada 12 habitantes, actualmente la cifra alcanza a un vehículo cada 3,4 personas, acercándose gradualmente a niveles observados en economías desarrolladas (en Europa hay un auto cada 2 habitantes), revelan cifras de la ANAC.

Los especialistas coinciden en que el mercado del financiamiento está experimentando un cambio profundo. Bernardo Pincheira, académico del Departamento de Industrias de la Universidad Técnica Federico Santa María (USM), sostiene que las nuevas generaciones valoran más otras variables por sobre la propiedad definitiva del vehículo.

“Podríamos decir que el financiamiento automotriz ha seguido evolucionando hacia lo que valoran más los consumidores hoy: inmediatez, experiencia y comodidad por sobre la propiedad del bien”, expresa Pincheira.

Ese fenómeno explica el auge de fórmulas como el crédito inteligente (que se masificó a partir de 2010, aproximadamente), donde el cliente paga cuotas más bajas y deja una cuota final elevada para decidir si compra, renueva o devuelve el automóvil. Además está el *leasing* que es un arriendo con opción de compra y modelos más recientes como el *renting*, en que el usuario paga una mensualidad fija que incluye seguros, mantenciones e incluso otros gastos operacionales, desde el combustible hasta el uso de las autopistas, “modelo que permite

controlar aún más el esquema de gastos en una familia o en una empresa”, opina Mendoza.

Para Martín Cook, docente de Unegocios FEN de la Universidad de Chile y especialista en financiamiento automotriz, “la principal novedad que se observa en la forma de adquirir un vehículo son los arriendos de largo plazo, también llamados *renting*, donde el cliente ya no adquiere la propiedad del vehículo sino que accede a su uso por un período de tiempo que va desde uno hasta cinco años”.

Mientras que los modelos de suscripción —que obedecen a las actuales preferencias del consumidor que busca mayor flexibilidad y comodidad— “funcionan como un arriendo a mediano plazo de un auto, en que el usuario paga un monto mensual a cambio de solamente usarlo, sin preocuparse de la mantención, seguros, etcétera”, declara el académico de la USM. En definitiva, es una forma de acceder a la movilidad bajo demanda.

## DIGITALIZACIÓN Y APROBACIÓN EN MINUTOS

Otro cambio acelerado tras la



La expansión del crédito ha tenido un impacto directo en la motorización del país.

pandemia es la digitalización del proceso financiero. Varias automotoras ya permiten cotizar, configurar y financiar vehículos completamente *online*.

“Es una buena herramienta porque entrega al consumidor la posibilidad de cotizar y comparar distintos productos financieros sin moverse del asiento. Eso muestra un mercado competitivo y abierto para poder conocer qué alternativa es más adecuada para tu necesidad”, afirma Diego Mendoza.

En tanto, Martín Cook considera que “mientras más opciones competitivas disponibles tenga el cliente a la hora de tomar sus decisiones de consumo, mejor será. Esto es válido en cualquier industria, no solo en la automotriz. Hoy los clientes toman sus decisiones de consumo en función de la velocidad, simplicidad y conveniencia; por lo tanto, todas las alternativas que sean simples y rápidas serán bien evaluadas por los clientes al momento de elegir la forma en que pagarán por su nuevo auto”.

Sin embargo, Bernardo Pincheira

advierte un riesgo. Plantea que hay plataformas digitales de evaluación instantánea que privilegian la rapidez de aprobación por sobre un análisis profundo de la capacidad de pago real de los potenciales clientes.

Por eso, los especialistas recomiendan comparar alternativas y mirar más allá de la cuota mensual. “Es importante considerar todos los costos asociados al uso del vehículo en el tiempo; no solo la cuota mensual en caso de comprarlo con financiamiento, también el costo de combustible, uso de autopistas urbanas, pago mensual del seguro y las mantenciones que deberá realizar al vehículo en el futuro. Esto permite elegir el automóvil correcto de acuerdo a su presupuesto y que la experiencia de compra sea satisfactoria”, aconseja Cook, docente de la U. de Chile.

Finalmente, ante estos nuevos modelos de negocio, la pregunta que hoy comienza a instalarse es si en el futuro los consumidores seguirán queriendo ser dueños de un automóvil o simplemente pagar por usarlo.

## EL AUGE DEL FINANCIAMIENTO VERDE

La electromovilidad también está impulsando nuevos modelos financieros. Debido al mayor costo inicial de los vehículos eléctricos e híbridos, bancos y automotoras comenzaron a desarrollar créditos verdes con tasas preferenciales y condiciones especiales.

“En ANAC nos ha parecido necesario que exista esta posibilidad, porque son vehículos que todavía tienen un precio superior a su equivalente a combustión interna”, dice Mendoza.

Al respecto, Cook indica que “es positivo que existan financiamientos en condiciones más convenientes para incentivar la electromovilidad y avanzar hacia tecnologías de cero emisiones”. También opina que “es necesario que todos los estamentos, sector automotriz, sector financiero y gobierno generen incentivos para realizar la transición a vehículos no contaminantes”.

## CHILE

1991  
1 AUTOMÓVIL  
CADA  
12 PERSONAS

2025  
3,4 HABITANTES  
POR AUTOMÓVIL

Fuente: ANAC A.G.