



ALADDA

Asociación Latinoamericana de
Distribuidores de Automotores

Balance y Perspectivas del Mercado Automotor Latinoamericano



Diciembre 2025

CHILE



Chile avanza hacia la modernización del mercado automotor

Fuente: Cámara Nacional de Comercio Automotriz de Chile (Cavem)

En 2025, la economía chilena ha mostrado un crecimiento robusto, impulsado por la inversión y servicios. La inflación se mantiene moderada, con el IPC anual en 4,4 % en septiembre de 2025, según datos de octubre, en línea con las expectativas del mercado. Se proyecta un crecimiento anual de alrededor del 2,4 % a 2,6 % para el año.

Tras un proceso de ajuste orientado a corregir desequilibrios recientes, la economía chilena ha retomado una senda de crecimiento moderado. La recuperación se sustenta en un mayor dinamismo de la inversión, la resiliencia del comercio exterior y la convergencia gradual de la inflación hacia la meta del Banco Central. Sin embargo, las tensiones comerciales globales y la incertidumbre geopolítica podrían limitar las perspectivas de expansión, condicionando el desempeño económico del país.

En 2024, el PIB de Chile creció 2,6 %. Para 2025 y 2026, la OCDE proyecta un crecimiento de 2,4 %, mientras que el Banco Central de Chile, en su Informe de Política Monetaria (IPoM) de septiembre de 2025, elevó su previsión a un rango de 2,25 % - 2,75 %. Por su parte, la CEPAL revisó al alza su estimación para 2025, desde 2,2 % a 2,4 %.

Hacia fines de 2024 y comienzos de 2025, la economía chilena se fue recuperando, en parte gracias a las exportaciones, el mayor consumo y la inversión.

En el mercado laboral, la tasa de desempleo para el trimestre julio-septiembre de 2025 se ubicó en 8,5 %. Esta cifra representa un descenso de 0,2 puntos porcentuales en comparación con el mismo período del año anterior. La disminución se debe al aumento de la fuerza de trabajo.

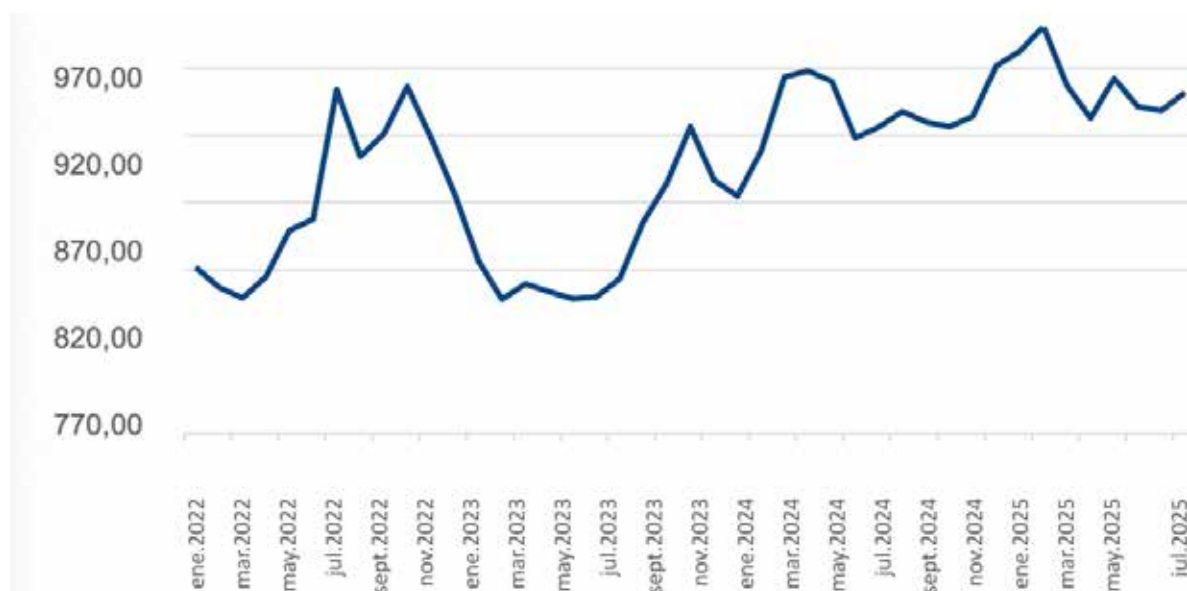
La mejora en el poder adquisitivo contribuye a una reactivación progresiva del consumo en la segunda mitad del año.

Tipo de cambio y frente externo

En el período enero a julio de 2025, el peso chileno acumuló una depreciación de 1,5 % frente al dólar, en línea con la fortaleza global de la divisa estadounidense. Este comportamiento responde a su rol como activo refugio en un contexto de tensiones comerciales, al mantenimiento de tasas de interés elevadas en Estados Unidos y a un ciclo de menores tasas de interés en Chile.



Chile: Evolución mensual tipo de cambio nominal pesos por dólar (enero 2022 - julio 2025)



Fuente: División de Análisis Económico y Política Comercial, Dirección de Estudios, SUBREI, sobre la base de cifras del Banco Central de Chile.

Inflación y política monetaria

La inflación se reduce gradualmente. En septiembre de 2025, el Índice de Precios al Consumidor (IPC) anotó una variación mensual de 0,4 %, acumulando 3,3 % en el año y de 4,4 % a 12 meses. Superando la meta para este año de 3,0 % establecida por el Banco Central.

La economía chilena ha iniciado una recuperación moderada, apoyada en la inversión, la resiliencia exportadora y la convergencia de la inflación. El dinamismo del sector minero-energético y el repunte de los salarios reales refuerzan las perspectivas de corto plazo, aunque persisten desafíos asociados al desempleo, la volatilidad del tipo de cambio y la dependencia de los precios de los commodities.

Desempeño del mercado automotor

El mercado automotor chileno muestra una tendencia al alza en 2025, aunque con un crecimiento moderado, especialmente en el segmento de vehículos nuevos. El mercado de camiones y buses está experimentando un crecimiento más robusto, impulsado por la modernización de flotas y el reemplazo de vehículos de trabajo, según reportes de la industria. En cuanto a los vehículos usados, el segmento de livianos y medianos también ha mostrado expansión.



Vehículos nuevos



El primer semestre de 2025 registra un alza del 2,8 % en las ventas de autos nuevos livianos y medianos respecto al año anterior, pero se mantiene por debajo de los niveles de 2021 y 2022.

Septiembre de 2025 es el mejor mes en lo que va del año, impulsado por la renovación de vehículos comerciales y de trabajo, además de cambios en las normas de emisión para los vehículos livianos y medianos nuevos (Norma Euro o VIc)

Se proyecta que el año cerrará con cerca de 310.000 unidades inscritas, lo que significaría un crecimiento anual de 1,3 %.

Las ventas de camiones han tenido un desempeño más positivo. En octubre de 2025, las ventas de camiones aumentaron un 5,9 % interanual.

El crecimiento en este segmento se explica por la modernización de flotas y la incorporación de vehículos más eficientes y menos contaminantes.

Vehículos usados

El mercado de vehículos usados ha experimentado un crecimiento. Entre enero y octubre de 2025, el segmento de livianos y medianos creció un 5,1 % respecto al mismo período del año anterior.



Participación de mercado

La Región Metropolitana concentra más del 60 % de las inscripciones de vehículos nuevos en octubre de 2025.

El mercado de vehículos livianos y medianos usados tiene una participación del 77,3 % del mercado global de autos en Chile.



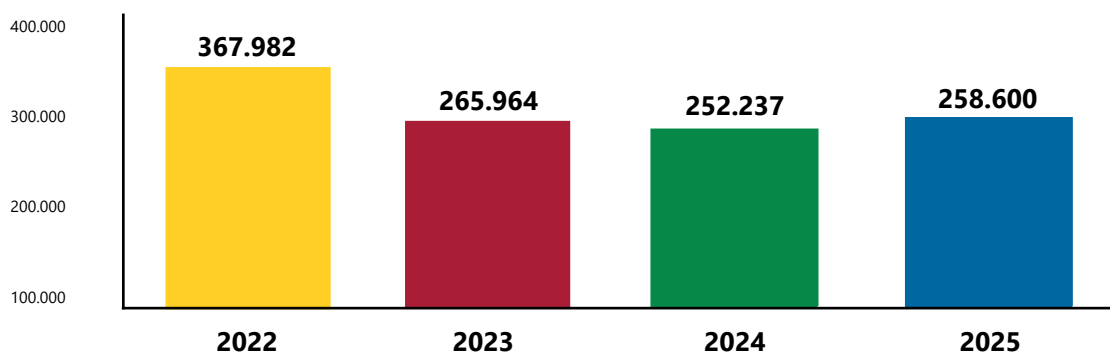
Chile: Ranking acumulado vehículos nuevos (enero - octubre)

Marca	2025	2024	Variación	Part. 2025	Part. 2024
TOYOTA	20.569	19.435	5,8 %	8,0 %	7,7 %
SUZUKI	18.637	16.416	13,5 %	7,2 %	6,5 %
HYUNDAI	17.660	17.135	3,1 %	6,8 %	6,8 %
KIA	15.489	15.808	-2,0 %	6,0 %	6,3 %
CHEVROLET	15.050	17.185	-12,4 %	5,8 %	6,8 %
PEUGEOT	13.086	14.020	-6,7 %	5,1 %	5,6 %
FORD	12.822	12.342	3,9 %	5,0 %	4,9 %
GREAT WALL	10.994	7.181	53,1 %	4,3 %	2,8 %
CHANGAN	10.221	8.209	24,5 %	4,0 %	3,3 %
MITSUBISHI	9.952	9.209	8,1 %	3,8 %	3,7 %
MAZDA	8.114	6.914	17,4 %	3,1 %	2,7 %
CHERY	7.955	6.165	29,0 %	3,1 %	2,4 %

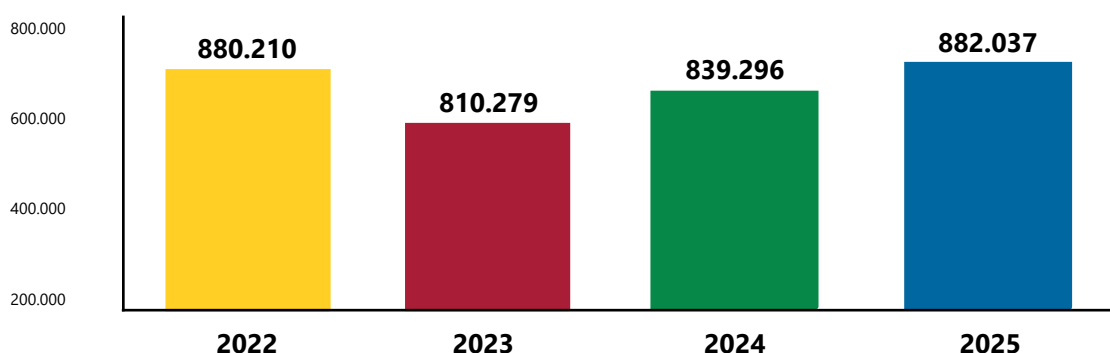
Marca	2025	2024	Variación	Part. 2025	Part. 2024
MG	7.763	9.997	-22,3 %	3,0 %	4,0 %
CITROEN	6.310	6.004	5,1 %	2,4 %	2,4 %
SUBARU	5.790	5.187	11,6 %	2,2 %	2,1 %
VOLKSWAGEN	5.624	4.500	25,0 %	2,2 %	1,8 %
NISSAN	5.375	7.855	-31,6 %	2,1 %	3,1 %
MAXUS	5.130	6.908	-25,7 %	2,0 %	2,7 %
FOTON	5.060	3.744	35,1 %	2,0 %	1,5 %
JAC	4.660	3.686	26,4 %	1,8 %	1,5 %
OMODA	4.185	2.183	91,7 %	1,6 %	0,9 %
JETOUR	3.728	3.690	1,0 %	1,4 %	1,5 %
RAM	3.500	2.951	18,6 %	1,4 %	1,2 %
GEELY	3.134	1.620	93,5 %	1,2 %	0,6 %
KGM	2.828	3.321	-14,8 %	1,1 %	1,3 %
OTRAS	34.964	40.572	-13,8 %	13,5 %	16,1 %
TOTAL	258.600	252.237	2,5 %	100,0 %	100,0 %



Acumulado en unidades nuevas en Chile (enero - octubre)



Acumulado en unidades usadas en Chile (enero - octubre)





Ranking acumulado vehículos usados en Chile (enero - octubre)

Marca	2025	2024	Variación	Part. 2025	Part. 2024
CHEVROLET	105.992	101.323	4,6 %	12,0 %	12,1 %
HYUNDAI	78.826	74.222	6,2 %	8,9 %	8,8 %
TOYOTA	67.740	65.072	4,1 %	7,7 %	7,8 %
KIA	64.795	61.474	5,4 %	7,3 %	7,3 %
NISSAN	63.480	63.504	-0,04 %	7,2 %	7,6 %
SUZUKI	59.784	56.850	5,2 %	6,8 %	6,8 %
PEUGEOT	43.966	43.249	1,7 %	5,0 %	5,2 %
MAZDA	36.014	33.995	5,9 %	4,1 %	4,1 %
FORD	33.716	31.037	8,6 %	3,8 %	3,7 %
MITSUBISHI	30.512	28.819	5,9 %	3,5 %	3,4 %
VOLKSWAGEN	29.225	27.532	6,1 %	3,3 %	3,3 %
CITROEN	17.366	17.014	2,1 %	2,0 %	2,0 %
CHERY	16.613	15.342	8,3 %	1,9 %	1,8 %
SSANGYONG	15.757	13.336	18,2 %	1,8 %	1,6 %
SUBARU	15.426	15.539	-0,7 %	1,7 %	1,9 %
RENAULT	15.370	15.599	-1,5 %	1,7 %	1,9 %
FIAT	12.365	12.493	-1,0 %	1,4 %	1,5 %
HONDA	12.280	11.391	7,8 %	1,4 %	1,4 %
MG	11.971	11.956	0,1 %	1,4 %	1,4 %
BMW	11.221	10.278	9,2 %	1,3 %	1,2 %
CHANGAN	10.821	9.265	16,8 %	1,2 %	1,1 %
MERCEDES BENZ	10.687	10.449	2,3 %	1,2 %	1,2 %
GREAT WALL	10.440	9.217	13,3 %	1,2 %	1,1 %
JAC	9.452	9.584	-1,4 %	1,1 %	1,1 %
MAXUS	8.844	7.238	22,2 %	1,0 %	0,9 %
OTRAS	89.374	83.518	7,0 %	10,1 %	10,0 %
TOTAL	882.037	839.296	5,1 %	100 %	100 %

Razón livianos y medianos usado/nuevos en Chile

Años	Usados	Nuevos	Razón
2022	880.210	367.982	2,4
2023	810.279	265.964	3,0
2024	839.296	252.237	3,3
2025	882.037	258.600	3,4

Fuente: Departamento Estadísticas Cámara de Comercio Automotriz de Chile - CAVEM

Factores determinantes del mercado

Los factores que determinan el mercado automotriz en Chile incluyen el financiamiento, que se ve afectado por políticas crediticias y la solvencia de los consumidores; las políticas públicas, como impuestos, regulaciones y subsidios que influyen en la demanda y oferta; y otros factores económicos como la inflación, el tipo de cambio y los costos de producción, que impactan los precios y la accesibilidad de los vehículos. Además, las preferencias del consumidor, la sostenibilidad y el mercado de usados también son determinantes clave.

Financiamiento



En nuestro mercado el 80 % de las compras de autos nuevos requieren algún tipo de financiamiento, con un promedio del 60 % del monto total, de los cuales 65 % sería del tipo crédito automotriz.

La disponibilidad y las condiciones de los créditos automotrices son cruciales para la compra de vehículos.

La solidez financiera de los consumidores y la existencia de sobreendeudamiento en el mercado son puntos de análisis importantes para las políticas públicas.

Políticas públicas

Las políticas de impuestos, la devolución y reducción de impuestos, y los subsidios pueden incentivar o desincentivar la compra de vehículos nuevos o usados.

Las políticas de crédito y regulación de las exigencias para otorgarlos son una preocupación constante en el mercado.

La capacidad de la infraestructura vial y de servicios para soportar el crecimiento del parque automotriz es un factor para considerar en la planificación pública.

La Estrategia Nacional de Electromovilidad considera el 100 % de las nuevas

incorporaciones al transporte público urbano sean vehículos cero emisiones al 2035, el 100 % de ventas de vehículos livianos y medianos sean cero emisiones al 2035 y el 100 % de las ventas de vehículos para el transporte de pasajeros interurbano y transporte de carga sean cero emisiones al 2045.



Factores económicos

Las variaciones en la inflación acumulada y el tipo de cambio afectan directamente los precios de los vehículos.

El desempeño general de la economía, el PIB y la ralentización de la actividad económica tienen un impacto directo en el mercado automotriz.

Preferencias del consumidor

Está mejor informado sobre los vehículos, el 46 % considera la tecnología como el elemento que más capta su atención.

Interesado en vehículos eléctricos e híbridos, los principales motivadores para adquirir un automóvil eléctrico son, 42 % preservar el medio ambiente es un factor para tener en cuenta, 41 % considera el ahorro de combustible.

Es más consciente de sus derechos, 77 % de los reclamos son con respecto al proceso de venta de vehículos, atención, plazos, precios, gastos incluidos, reservas, el 14 % está relacionados a repuestos y accesorios y el 8 % está relacionado con mantenimiento y reparación de vehículos.

Exige rapidez en los procesos de compra, la claridad en el proceso de compra lo considera muy importante, el 78 % de los consumidores espera que las empresas respondan y resuelvan sus preocupaciones con rapidez.

La creciente preferencia por vehículos más amigables con el medio ambiente, como los eléctricos, es una tendencia que va en aumento.

El mercado de vehículos usados ha cobrado relevancia como una opción más accesible a las nuevas tecnologías para los consumidores.



Tendencias e innovaciones

Las tendencias clave para el 2025 en el sector automotriz incluyen la aceleración de la electrificación y la movilidad sostenible, la creciente digitalización del proceso de compra y la mayor integración de la conectividad en los vehículos. Los consumidores priorizan cada vez más opciones ecológicas, conectadas y personalizadas.

Electrificación y movilidad sostenible

Los vehículos electrificados enchufables registran un crecimiento de 67,2 % con 6.824 unidades matriculadas en el período (enero – octubre), desglosado de la siguiente manera: Por una parte, los eléctricos puros alcanzaron un aumento de 33,5 % en el año con 4.264 vehículos vendidos, y por la otra, los híbridos enchufables se incrementaron 188,6 % con 2.560 unidades. Estas dos categorías son las únicas que tiene un incentivo en la rebaja del Permiso de Circulación anual.

A pesar de este avance, existen obstáculos que frenan la adopción masiva de vehículos eléctricos e híbridos enchufables. La principal barrera es la falta de incentivos efectivos y directos al usuario final para facilitar el acceso a estas tecnologías. Además, la infraestructura pública de carga, aunque ha mejorado y hoy cuenta con más de 1.200 puntos y una potencia instalada que se duplicó a 59,2 MW en un año, sigue concentrada en la Región Metropolitana y es insuficiente para cubrir toda la demanda nacional. Otro desafío crítico y sistemático es la dificultad para instalar cargadores en comunidades, como edificios y condominios.



Digitalización

La digitalización revoluciona el proceso de compra, con plataformas en línea que permiten a los consumidores personalizar y hasta realizar parte de la compra de vehículos de manera remota.

Proyecciones para el año 2026

Las proyecciones para el sector automotriz chileno en 2026 apuntan a un crecimiento moderado, con ventas de autos nuevos entre 320.000 y 325.000 unidades, un aumento con respecto a 2025. Este crecimiento estará impulsado por la recuperación económica, una mayor penetración del financiamiento y la consolidación de la electromovilidad, con una oferta de vehículos eléctricos e híbridos que se expande y se vuelve más competitiva.

Sin embargo, el sector enfrenta riesgos como la debilidad del crecimiento económico general y las tasas de interés aún altas, mientras que las oportunidades radican en la innovación tecnológica, la digitalización del mercado y la adaptación a un consumidor más exigente.

Perspectivas de crecimiento



Se proyecta un crecimiento leve pero constante, con estimaciones de entre 320.000 y 325.000 unidades nuevas vendidas en 2026, superando las cifras de 2025.



La adopción de vehículos eléctricos e híbridos enchufables seguirá creciendo, impulsada por una mayor oferta, precios más competitivos y el fortalecimiento de la infraestructura de carga.



El mercado de autos usados también mostrará un dinamismo, impulsado por la renovación de la flota y las retomas de los vehículos nuevos.



El aumento de la demanda interna, que se ve reflejada en el crecimiento del comercio minorista, favorecerá al sector automotriz como un segmento clave en la economía general.

Riesgos



A pesar de las proyecciones de recuperación, el crecimiento económico general podría seguir siendo moderado, lo que limitaría un alza más explosiva en las ventas.



Las tasas de interés aún altas podrían seguir siendo un factor que frene el dinamismo del mercado, ya que encarecen los créditos y financiamiento.



El entorno macroeconómico global presenta desafíos que pueden impactar indirectamente al mercado automotriz nacional.

Oportunidades



La llegada de nuevos modelos con mayor tecnología y eficiencia energética, especialmente en el segmento de eléctricos, representa una oportunidad para atraer a un consumidor más exigente.



La digitalización del canal de ventas y la mejora de la experiencia de compra online son claves para adaptarse a las nuevas tendencias y necesidades del consumidor.



La creciente presencia de marcas chinas con modelos accesibles y eléctricos podría generar una mayor competencia, pero también presionar a otras marcas a ofrecer mejores alternativas y precios.



Los gobiernos locales podrían incentivar la movilidad limpia a través de apoyos fiscales e incentivos, creando un ecosistema más favorable para los vehículos eléctricos y de bajas emisiones.

Desafíos del sector



Propuestas a la autoridad

Una medida que ayudaría a fomentar la electromovilidad es eliminar el arancel aduanero unilateralmente a vehículos livianos, medianos y pesados eléctricos, híbridos y de hidrógeno y revisar las reglas de origen para los tratados que hoy no permiten disminuir el arancel, ya que el 100 % de esta tecnología es importada y hoy es una barrera de acceso al mercado.



Redefinir el discurso comercial

Dejar de hablar de descuentos y cuotas, y empezar a hablar de "rendimiento por litro", "conectividad segura" o "autonomía extendida". Las campañas deben enseñar, no solo atraer.

Crear contenido técnico traducido a lenguaje del comprador



Una medida que ayudaría a fomentar la electromovilidad. En vez de fichas técnicas, explicar qué significa Euro 6c, qué diferencia hay entre un turbo y un mild hybrid, o por qué un PHEV es una buena decisión intermedia.

Este tipo de contenido debe estar optimizado para búsquedas locales y alojado en sitios de marca o portales especializados.

Usar los datos de comportamiento digital para personalizar la comunicación



No todos los compradores buscan lo mismo, ni al mismo tiempo. Hay que cruzar señales de intención (Google Trends, tráfico web, consultas en formularios) para entregar mensajes diferentes a cada perfil: ahorro, tecnología o familia.

Replantear el valor de marca



Las marcas tradicionales deben volver a responder la pregunta: ¿por qué te elegiría hoy? Si la respuesta es solo "por calidad", no basta.

El foco debe estar en mostrar propósito, fiabilidad y servicios reales, no slogans vacíos.

Fortalecer la posventa como ventaja competitiva



China muestra que la confianza no se construye en la venta, sino en la primera visita al taller.

Implementar programas de "seguimiento post-entrega" y comunicación directa vía WhatsApp Business puede marcar diferencia.

Adoptar modelos de gestión tipo "Revenue Lab"



Esto implica medir el retorno no por clics o leads, sino por ventas efectivas, recompra y satisfacción neta del cliente.



ALADDA

Asociación Latinoamericana de
Distribuidores de Automotores

Contáctanos para más información

secretaria@aladda.com
www.aladda.com

