



Saltaron de cerca de 40% de los últimos cinco años al 48% a mayo de 2026: Los automóviles “made in China” ahora alcanzan casi la mitad de la venta de vehículos nuevos en Chile

MARCO GUTIÉRREZ V.

A exactamente 20 años desde que arribaron a Chile los primeros vehículos fabricados en China, los automóviles de ese país están marcando otro hito.

Ahora ya casi la mitad de las ventas de vehículos livianos —sedanes, SUV, camionetas y furgones— corresponde a unidades “made in China”. En concreto, entre enero y mayo de 2026, el 48% de las compras de autos cero kilómetros fueron modelos chinos, lo que equivale a 61.084 unidades, de acuerdo con cifras solicitadas por “El Mercurio” a la Asociación Nacional Automotriz de Chile (ANAC).

Ese porcentaje es un avance notorio respecto de los cinco años previos, cuando ese origen de fabricación se situó más cerca del 40% (aunque en 2023 estuvo en 35,3%).

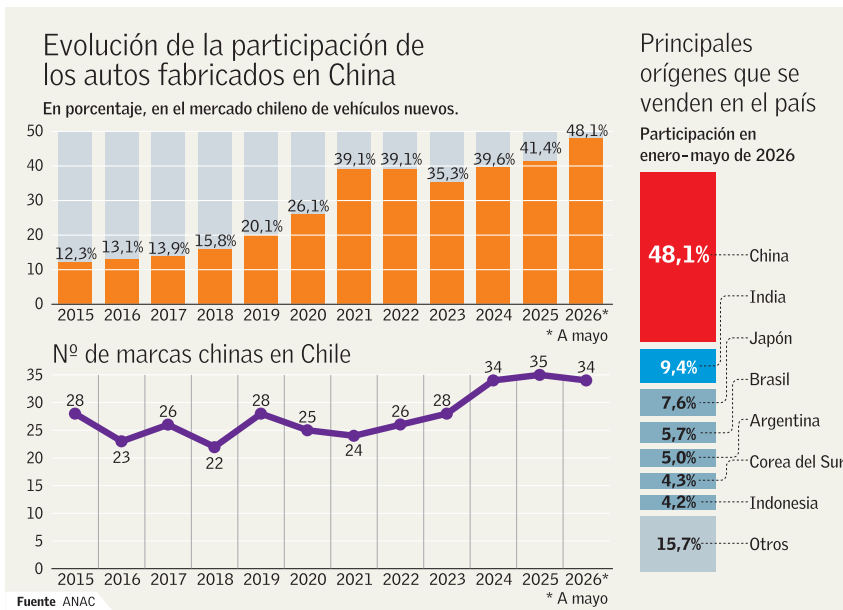
Los expertos mencionan dos grandes ámbitos al explicar las razones del avance automotor chino en Chile. Uno de ellos, ligado a temas como los precios, características de sus modelos y la confianza que han otorgado a los clientes en estas dos décadas, algo que años antes hicieron, por ejemplo, los vehículos sudcoreanos. El otro factor está relacionado con la estrategia comercial de China.

Precio vs. rendimiento

Sobre las razones del avance chino en el mercado local, Raúl Pezoa, director del Centro Interdisciplinario de Data Science de la UDP, comentó que “el factor más importante es la relación entre precio y equipamiento. Por lo mismo que cuesta el modelo de entrada de una marca tradicional, el comprador accede a un auto de una categoría más alta, con tecnología y asistencias a la conducción que hasta hace pocos años solo traían los vehículos de gama alta”.

Pezoa añadió que “a eso se sumaron dos elementos que terminaron con la antigua desconfianza hacia el origen: las garantías largas, de cinco a siete años, y los buenos resultados en las pruebas internacionales de seguridad, donde varios modelos

Hoy existen 34 marcas chinas en el mercado local, 10 más que en 2021 y más del doble que en 2011. Expertos explican las razones del avance de estos fabricantes en el país.



ya alcanzan cinco estrellas”.

Diego Mendoza, secretario general de la ANAC, coincidió en que la oferta de los productos chinos “es muy variada y el precio también”. Pero advirtió que el menor valor hay que contrastarlo con el rendimiento de sus motores. “Los automóviles chinos pueden ser más gastadores, porque la tecnología de combustión interna no alcanzó a desarrollarse al mismo ritmo que la eléctrica, que es de las más avanzadas en el mundo”, dijo.

Mendoza indicó, asimismo, que los fabricantes chinos se enfocan en los SUV compactos y medianos, “que son los modelos preferidos por los compradores chilenos”. También agregó que han “logrado mantener un servicio de posventa y canales de atención lo suficientemente atentos”.

El presidente de la Cámara de Comercio Automotriz de Chile (Cavem), Martín Bresciani, afirmó que tras los años

que “llevan las marcas chinas en el país, han consolidado su presencia, demostraron que no están de paso, son reconocidas por los consumidores y eso ha generado que lleguen otras firmas”.

Hoy existen 34 marcas chinas en Chile, 10 más que en 2021 y poco más del doble que en 2011. En total, son 75 las firmas automotoras presentes en el país de diversos orígenes.

GWM (Great Wall Motor) es la marca china con más ventas a mayo de este año, ubicándose en el sexto puesto. La primera es la japonesa Toyota.

Estrategia china

Para Raúl Pezoa, hay “también un factor de fondo” en el crecimiento de los autos del país asiático. “La industria china

creó una capacidad de producción muy por encima de lo que consume su propio mercado y ese excedente necesita salir al exterior. Justo cuando Estados Unidos y la Unión Europea aumentaron aranceles para frenar esa entrada, Chile mantuvo un mercado abierto y sin aranceles. Con un consumidor sensible al precio y un mercado sin barreras, el país se transformó en un destino natural de esa expansión”.

En 2025, China produjo más de 34 millones de vehículos. En esa línea, Mendoza destacó “la rapidez con que China ha avanzado en la elaboración de productos automotrices pensados en escala global, es decir, en venderse fuera del país. Antes esto no era así, porque China era un mercado cerrado, con configuraciones específicas de seguridad o constructibilidad”.

INDIA
 Detrás del origen chino, los autos fabricados en India explican 9,4% de las ventas en Chile.

Usados y eléctricos

Martín Bresciani señaló que el precio de venta de los vehículos chinos en el segmento de autos usados no se ha visto “castigado” solo por ser de esa procedencia, pero sí podrían sufrir una reducción si la marca ya no está en Chile, como ha ocurrido en algunos casos.

De acuerdo con cifras de Cavem, a mayo se registraron 47 marcas chinas en el mercado de unidades de segunda mano. En ese segmento, esas firmas tienen una participación de 12,5%, con 58.705 unidades.

En el ámbito de los vehículos eléctricos, el 65% o 22 de las 34 marcas chinas tienen oferta de autos eléctricos. De las 41 firmas de otros países, 27 —también 65%— tienen oferta enchufable.

Sin embargo, si se considera el origen de la fabricación de los automóviles 100% eléctricos, el 85,7% de las unidades comercializadas a mayo en Chile fueron desarrolladas en China.

¿Tocaron techo?

Pezoa sostuvo que “el próximo impulso (para el origen chino) probablemente vendrá de los autos eléctricos. Ahí la industria china tiene una ventaja difícil de igualar: maneja toda la cadena del auto eléctrico, desde la batería hasta el vehículo terminado, con los costos más bajos del mercado”.

Martín Bresciani estimó que la participación de las marcas chinas en el mercado de los cero km estaría “tocando techo, porque Chile es exigente en normas de calidad, seguridad y ambientales y quizás a todas las marcas de ese origen son compatibles”.

Para Diego Mendoza, “no es dable pensar que China cope todo el mercado automotor, porque existirán segmentos en los que participará menos”. En ese sentido, explicó que la economía asiática está abandonando el desarrollo de vehículos de pasajeros —hatchback, sedanes y citycars—, que en Chile son relevantes.