

Tesla instaló en los dos primeros lugares los modelos que tiene disponibles en el país

Ranking de los autos eléctricos más vendidos: los favoritos llegaron hace solo tres meses

Analistas destacan que estos vehículos generaron altas expectativas en los clientes de alta gama gracias a una experiencia "vertical" de la marca.

FRANCISCA ORELLANA

En solo cinco meses, Tesla se posicionó en el primer lugar de las ventas de autos eléctricos en Chile. En febrero de este año, el fabricante inició la preventa de dos de sus vehículos: Model 3 y Model Y, pero recién en abril concretó las ventas y entregó las unidades. En junio ya lideraba las ventas del segmento al primer semestre.

Así lo revela el Informe de Ventas de Vehículos de Cero y Bajas Emisiones de la Asociación Nacional Automotriz de Chile, ANAC, que dio cuenta que en los seis primeros meses del 2024 se vendieron 1.735 automóviles 100% eléctricos, 125,6% más que igual periodo de 2023.

En el ranking de los diez modelos más vendidos, el fabricante estadounidense se quedó con los dos primeros lugares, frente a la oferta disponible en el país de 30 marcas distintas (ver tabla).

El eléctrico con más ventas fue el Model 3, con 242 unidades. Existe en tres versiones, con precio desde \$39.990.000, registra una autonomía promedio de 415 km (según la plataforma Ev-database.org) y alcanza los 201 kilómetros por hora.

En el segundo lugar está el Model Y, vehículo que en los primeros seis meses del año vendió 188 unidades. También viene en tres versiones, parte en \$42.900.000 y tiene una autonomía promedio de 350 kilómetros (Ev-database.org). Cabe destacar que este SUV es el eléctrico más vendido en el mundo, con 1.223.000 unidades en la calle.

Ambos modelos vienen con avanzadas funciones de seguridad y conducción, como el piloto automático básico, que puede frenar o acelerar autónomamente según el estado del tráfico.

En el tercer lugar en las ventas por modelo está el Dolphin Mini de la marca china BYD. Se comercializaron 163 unidades y su precio de lista es de \$20.490.000. Y en el cuarto lugar, con 124 autos comercializados, está uno de los modelos más económicos de los eléctricos: el Kwid E-Tech de Renault, que registra un precio de lista de \$16.990.000.

Para los analistas no fue una gran sorpresa que la marca del empresario Elon Musk se ubicara rápidamente a los primeros lugares.

"No es primera vez que sucede en Chile que una marca que lleva poco tiempo lidere las ventas. Ocurrió antes, hace más de diez años, cuando llegó Lexus y tuvo un alza de las ventas importantes. Hay que ver qué ocurre después porque los Tesla son de nicho, no son accesibles para cualquier persona. Les gustan mucho a los *early adopters* y habrá que ver si eso se mantiene en el tiempo. Lo que sí está claro es que situaciones como esta tienden a acelerar la electrificación en Chile", destaca



Tesla vende los autos de manera online, pero tiene dos puntos de atención al público donde se puede probar los autos.

Los 10 modelos de autos eléctricos más vendidos al primer semestre

Marca	Modelo	Unidades vendidas	Precio de lista
Tesla	Model 3	242	\$39.990.000
Tesla	Model Y	188	\$42.900.000
BYD	Dolphin mini	163	\$20.490.000
Renault	Kwid E-Tech	124	\$16.990.000
Volvo	EX30	114	\$38.900.000
BYD	Yuan Plus	108	\$29.490.000
BYD	Dolphin	75	\$26.490.000
Kia	Niro	68	Sin stock
Volvo	XC 40	54	\$42.900.000
GWM	Ora	41	\$26.490.000

Fuente: ANAC y las marcas.

Diego Mendoza, secretario general de ANAC. El analista automotriz Gabriel Baeza, editor del sitio Rutamotor.cl, lo ve como un fenómeno de moda.

"Mucha gente quería tener uno solo por ser Tesla. Como la marca no estaba en Chile, eran modelos muy buscados y anhelados. Además, se suma que llegaron a muy buen precio, eso claramente ayuda a que sus ventas sean mejores", manifiesta.

A Javier Pereda, director del Laboratorio de Vehículos Eléctricos e investigador asociado del Centro de Energía UC, le parece interesante el fenómeno pues se suele comentar que los autos eléctricos no se venden porque son caros, pero estos autos son equivalentes

en precio a los del segmento de alta gama.

"Las personas con mayor poder adquisitivo ven que llega un vehículo con prestaciones superiores a los de combustión y a precios similares, entonces, empiezan a competir uno a uno", plantea.

Tesla tiene una forma de operar muy distinta a lo que se acostumbra en Chile, pues venden directamente, sin concesionarios que actúan como intermediarios. Aunque la venta es únicamente online, se puede probar y manejar los autos sin problemas. Abrió su primer punto de atención presencial en el mall Parque Arauco y hace pocas semanas opera el segundo, en el mall Alto Las Condes. Y construyen su propio centro de mantenimiento para sus

autos, también en Las Condes.

"Ellos funcionan con un sistema de integración vertical, es decir, se encargan de la venta, de la infraestructura de carga, ven sus piezas y componentes, mientras que otros fabricantes tercerizan estos servicios. Obviamente eso ha ayudado a Tesla a posicionarse de mejor forma y conseguir mejores resultados. Al no tener intermediarios en la operación, no son relevantes para definir su precio y tienen mejor control de la experiencia del cliente, una mejor construcción de marca y fidelización. Es similar a lo que ocurre con Apple y sus tiendas", destaca Pereda.

Punto de carga

La marca pronto abrirá puntos de carga con su red de cargadores súper rápidos, que demoran solo 15 minutos en cargar una batería. Por estos días se tramita la autorización ante la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC) para el primer punto en la localidad de Curauma, en la Región de Valparaíso.

"Es algo que va a ocurrir con varias marcas. Van a ir lanzando y apoyando la instalación de súper cargadores en carreteras porque es algo muy necesario", destaca Mendoza.

El ejecutivo dice que hay interés de las personas por comprar autos eléctricos o híbridos enchufables.

"Hoy representan el 1,5% de las ventas del sector. Cuando cerramos en 2023, eran el 0,45%. Hay un salto y es porque han llegado modelos nuevos, aunque faltan incentivos para que el público particular pueda comprarse uno", plantea.

Pereda acota que el desafío para la masificación es ofrecer modelos bajo los \$20.000.000.

"El mercado no tiene un modelo que lo logre, lo que sí lo hizo Tesla en la gama intermedia y alta", añade.