

Precios en el mercado automotor: la baja de impuestos beneficia a la alta gama pero presiona a los modelos de entrada

24/03/2026



El mercado automotor atraviesa un marzo de contrastes. Mientras algunos sectores celebran una baja en las listas de precios, la realidad en los concesionarios muestra una pirámide partida: beneficios para la alta gama y estabilidad –o falta de stock– para los modelos de entrada. Alejandro Lupo, vicepresidente de la Cámara del Comercio Automotor (CCA), analizó en diálogo con FM Vos 94.5 el impacto de la quita de impuestos internos, la irrupción de las marcas chinas y el cambio cultural que imponen los vehículos eléctricos en la Argentina de 2026.

Mucho se ha hablado en las últimas semanas sobre una caída generalizada en los valores de los 0km. Sin embargo, Lupo aclara que el beneficio no llega al bolsillo del comprador

promedio, sino que se concentra en el tope de la gama.

«Hay un ‘sí y no’ respecto a las bajas. Se eliminó la segunda escala de los impuestos internos que afectaba a los autos de alta gama, y como casi todas las terminales tienen modelos en ese segmento, las listas bajaron entre un 25% y un 30% en esos casos específicos. Pero el modelo de entrada, el que compra el 95% de los mortales en este país, no bajó», aseguró de entrada.

«Lo que cambió fue la punta de arriba de la pirámide, que se acható. Incluso, en esos modelos que hoy son más ‘accesibles’, el stock es limitado y es probable que el cliente tenga que esperar entre tres y cuatro meses para la entrega», estimó.

Financiación frente al precio de lista

A pesar de un dólar que se mantiene estable en los últimos meses, los costos internos de producción siguen presionando las listas de precios. Para Alejandro Lupo, la verdadera oportunidad para el comprador hoy no reside necesariamente en el precio final del vehículo, sino en las herramientas financieras disponibles para adquirirlo. El escenario actual está marcado por el peso de la inflación en la cadena productiva, lo que impide que los valores de lista acompañen la calma cambiaria.

«Aunque el dólar esté planchado, los autos nacionales tienen un promedio de 40% de componentes locales que están siendo castigados por la inflación interna. Ese costo de fabricación nacional impide una reducción real del precio en el concesionario», explicó el vicepresidente de la CCA. No obstante, destacó que la estabilidad de la divisa ha permitido una agresividad comercial antes inédita: «Hoy la mayoría de las terminales ofrecen hasta 24 meses sin interés, una herramienta de financiación que antes era impensado encontrar en el mercado», destacó.

Esta nueva dinámica ha provocado, como contrapartida, un

mercado del usado en caída. Al no contar con el respaldo de las terminales para ofrecer cuotas fijas o tasas subsidiadas, los vehículos de segunda mano han perdido atractivo frente a las facilidades de los 0km. **«Esta agresividad en las cuotas de las unidades nuevas es precisamente lo que le está faltando al auto usado. No existen hoy tasas atractivas para el segundo dueño, y por esa falta de crédito es que la venta de usados cayó en mayor proporción que la de los vehículos a estrenar en este inicio de año»**, indicó Lupo.



La entrada de nuevos jugadores al mercado, especialmente marcas asiáticas con modelos eléctricos e híbridos sin aranceles de importación, ha generado un estado de cautela entre los consumidores

El «efecto China» y la postergación de la compra

La entrada de nuevos jugadores al mercado, especialmente marcas asiáticas con modelos eléctricos e híbridos sin aranceles de importación, ha generado un estado de cautela entre los consumidores. **«Estamos viendo una postergación de la compra. La gente ve que entran nuevos jugadores, marcas chinas con mucha tecnología y ayudas a la conducción que a veces le faltan a lo que se produce acá, y deciden esperar. Quieren ver**

qué garantía ofrecen, qué autonomía tienen y cómo se reconfigura la oferta», analizó el referente del sector.

«Además, la expectativa por la quita total del arancel del 35% para eléctricos e híbridos hace que el usuario no tenga la necesidad imperiosa de cerrar el negocio hoy; prefiere analizar mejor la gama», amplió.

El desafío eléctrico: un cambio de cultura

La elección entre las nuevas tecnologías disponibles está hoy condicionada por el tipo de vivienda del usuario. Dentro de ese contexto, Lupo distinguió claramente entre híbridos para el departamento y eléctricos para la casa.

«Si vivís en un edificio, hoy un auto 100% eléctrico es casi imposible porque no tenés dónde cargarlo sin que los vecinos reclamen por el consumo. Para ese usuario, el híbrido es la opción lógica. El eléctrico puro queda reservado para quien tiene casa con cochera propia y realiza recorridos diarios de hasta 150 kilómetros», diferenció el directivo.

Este escenario plantea la necesidad de una infraestructura a futuro que acompañe la evolución del parque automotor. «Es un cambio cultural profundo. En el futuro, los edificios deberán construirse con instalaciones preparadas para que cada cochera tenga su propio medidor y cargador. Hoy estimamos que el 10% del mercado ya se volcó a estas tecnologías gracias a las facilidades de importación», comentó.

Igualmente, el especialista advirtió sobre los nubarrones que persisten en el horizonte económico. El aumento del petróleo derivado de los conflictos en Medio Oriente impactará inevitablemente en la logística y el costo energético de las fábricas. «Ese costo de producción se va a trasladar al precio final y lo terminará pagando el consumidor», concluyó, marcando que incluso la nueva movilidad no es ajena a las crisis globales.