

Peugeot prevé colocar 200 Unidades Mensuales del Nuevo 208

Peugeot lanzó en Chile, como primicia para Latinoamérica, el nuevo hatchback 208.

Miguel Angel Figari, gerente general de la firma, estima vender 200 unidades mensuales del modelo, transformándolo así en el más comercializado por la marca en el mercado local.

Con este nuevo producto, la compañía francesa comienza su "Regeneración" apostando a participar con vehículos renovados estilística y tecnológicamente. El modelo "representa la regeneración de la marca, en cuanto a estilo, equipamiento, acabados interiores, seguridad, etc., todo esto hace que nos acerquemos más a una marca especialista que a una

Este sofisticado hatchback se presenta como el primer modelo de la "Regeneración" de la firma francesa. Miguel Angel Figari, gerente general de Peugeot Chile, recalca el diseño, confort y tecnología del modelo, explicando que "proyectamos que se transforme en el vehículo más vendido de la marca, porque apunta al segmento más amplio del mercado".

generalista como somos nosotros", explicó Figari.

El 208 viene a competir con Kia Rio 5, Mazda2, Ford Fiesta, Renault Clio y Citroën C3. "Este auto está dirigido a profesionales jóvenes, tanto mujeres como hombres, para ser su primer vehículo o segundo auto de la casa. Personas exitosas, que quieran reflejar su personalidad en términos de diseño, confort y sofisticación", sostuvo el ejecutivo.

La primera y exclusiva versión de lanzamiento, denominada "Premier", cuenta con 208 unidades disponibles y precio preferencial de \$8.920.000.

Mientras que el resto de la gama, conformada por cinco adaptaciones, será presentada formalmente en el Salón Inter-

nacional del Automóvil de Santiago en octubre próximo y estará a la venta desde noviembre.

Las distintas versiones, fabricadas en Francia, ofrecen dos motores diésel de 1.4 litros con 68 HP de potencia y 1.6 litros con 92 HP y dos motorizaciones bencineras de 1.2 y 1.6 de 82 y 120 HP, respectivamente. Esta última, disponible en carrocería de tres y cinco puertas. Todas con transmisión mecánica de cinco velocidades.

Destaca el modelo 208 1.6 e-Hdi, que en mediciones nacionales emitió 104 g/km CO2, siendo el auto que ha registrado las emisiones más bajas en el Centro de Control y Certificación Vehicular. Estos



El modelo, en sus cinco versiones, estará disponible en Chile a partir de noviembre a un precio desde \$8.320.000. Mientras que la adaptación "Premier", en 208 unidades, ya está a la venta y destaca por ofrecer techo panorámico, sensor de lluvia y pack LED delantero, entre otros.

índices son parte del resultado obtenido por una nueva familia de motores, caracterizados por la arquitectura de tres cilindros, en versiones 1.2, tecnología con la que se logran potencias similares con motores más pequeños y eficientes, concepto denominado "downsizing". En seguridad, el 208 obtuvo

5 estrellas en la EURONCAP, siendo el único en su segmento en obtener la máxima calificación. Desde su versión básica, cuenta con frenos ABS, ESP, cuatro airbags, anclajes isofix traseros, regulador y limitador de velocidad, columna de deformación progresiva, entre otros.

EN LA VIDA, HAY POCAS OPORTUNIDADES QUE TE HARÁN SENTIR TAN VIVO.

NEW JAGUAR XF
VERSIÓN LUXURY

- Primeras 2 mantenencias gratis.
 - Garantía por 3 años o los primeros 100.000 kilómetros.
 - Mantenciones programadas con entrega en 24 hrs.*
- *Sujeto a evaluación.

A PARTIR DE
\$29.690.000
JAGUAR.CL

HOW ALIVE ARE YOU?

DITEC
AUTOMOVILES



Sucursales:
Av. del Parque 4002, Ciudad Empresarial, Santiago

IPC del Transporte

Agosto 2012				
GLOSA	Índice	Mensual	Acum.	Variación A 12 meses
• Petróleo diésel	140,38	4,0	-4,8	1,6
• Gasolina	148,01	3,2	2,9	5,1
• Servicio de lavado del automóvil	126,73	1,6	8,8	11,9
• Lubricantes y aceites para el automóvil	115,20	1,2	3,8	6,0
• Mantenimiento del automóvil nuevo	121,17	1,0	5,8	9,7
• Reparación del automóvil	103,10	0,8	2,2	0,0
• Repuestos para el funcionamiento eléctrico del automóvil	92,21	0,7	3,0	1,2
• Motocicleta	101,70	0,4	2,4	1,7
• Transporte en taxi colectivo	115,19	0,4	3,3	7,7
• Bicicleta	89,15	0,3	-2,9	-2,8
• Arriendo de estacionamiento	117,70	0,3	3,7	5,2
• Transporte escolar	121,91	0,3	8,0	8,0
• Automóvil usado	87,74	0,0	-4,5	-8,4
• Peaje y telepeaje	105,63	0,0	5,2	5,7
• Revisión técnica del automóvil	108,96	0,0	3,3	4,7
• Transporte en tren interurbano	84,26	0,0	12,4	12,4
• Transporte en metro	91,32	0,0	3,2	4,0
• Transporte en taxi básico	115,86	0,0	4,1	5,6
• Transporte multimodal	151,04	0,0	5,2	7,1
• Neumáticos y llantas	115,74	-0,2	-3,5	-2,5
• Licencia de conducir	115,57	-0,3	4,1	5,2
• Transporte en microbús	104,93	-0,7	0,7	5,7
• Accesorios para la seguridad y cuidado del automóvil	110,83	-1,2	1,9	5,4
• Automóvil nuevo	94,03	-1,3	-2,2	0,4
• Transporte aéreo	95,86	-10,6	-29,1	-21,7
• Transporte en bus interurbano	120,65	-19,2	-10,3	12,2

Fuente: INE.

ESTIMA COLOCAR 18 UNIDADES EN 2012

Lambretta Reingresa al Mercado Nacional

La marca italiana, después de casi 30 años de ausencia, volvió a fabricar sus scooters de lujo en noviembre de 2011. En Chile, fue relanzada en Valparaíso y su primer modelo ya está a la venta. Al respecto, Christian Wells, gerente general de la marca, explicó que "para 2013 la tendencia en general es al aumento del uso de moto, por eso estamos proyectando vender 50 unidades".

—¿Por qué deciden traer la marca Lambretta a Chile?

—Como Motosport traemos varias marcas. Dentro de nuestro mix de productos no teníamos este tipo de modelos y queríamos complementar nuestra gama: Lambretta tiene una gran historia, prestigio y está enfocada a un segmento al que queremos llegar: los scooter Premium.

—¿Cuáles son sus potenciales clientes?

—Hay muchos seguidores de la marca en Chile. Ellos son los primeros que deberán comprar, además hay una tendencia actual de ciertos grupos de jóvenes que están buscando el volver a lo antiguo, y Lambretta entrega esa opción: motos más clásicas que permiten que un ejecutivo

de terno y corbata pueda ir a la oficina. También es ideal para mujeres porque no es una moto pesada. Finalmente, deberíamos captar al grupo que hoy está en la competencia.

—¿Qué perspectivas de venta tiene para 2013?

—La tendencia, en general, es al aumento del uso de moto, por eso proyectamos vender 50 unidades, además empezaremos con un modelo.

—¿Cuándo llegarán nuevos modelos al mercado local?

—Hoy ofrecemos la LN125, a mediados de 2013 lanzaremos la cilindrada 250 y a principios de 2014, un motor de 300cc. Todos con un diseño similar.

—¿Cuáles serán sus prin-



Dentro de sus desafíos, Wells indicó: "Queremos lograr mostrar la marca, que vuelve a estar, que no se va a ir. Queremos revivir la historia; esperamos traer buenos recuerdos y volver a ver Lambretta en las calles".

—¿Y el posicionamiento de Lambretta en el mercado mundial?

—Aunque perdió muchos años por estar fuera de circulación, la idea es retomar los niveles que tenía antes y adquirir un posicionamiento de marca histórica, no masiva, que se mantiene en el nicho de scooter con valor agregado.

—¿Cuál es su principal objetivo para 2012?

—Dar a conocer la marca en el mercado nacional, que volvió, poder ingresar a los distintos ámbitos donde se mueve este tipo de motos y comunicar que están en Chile, que vienen con respaldo de Motosport.

—¿Dónde se ubican?

—En estos momentos Lambretta está en Vitacura, Mall Plaza Norte, Mall Plaza Sur y, probablemente, a fin de año, en la tienda Motosport Viña del Mar. Participaremos también en el Salón del Automóvil de Santiago, que será una buena vitrina.

Centimetrage: 16.0 x 25.0 cms

Miércoles 12 de septiembre de 2012

ESTRATEGIA
EL DIARIO DE NEGOCIOS DE CHILE

Mercado Automotriz M.R. 17

Nuevo Sorento Llega en Nueve Versiones

El modelo cuenta con mejoras en la motorización, carrocería rediseñada, mayor equipamiento en seguridad y una disminución de las emisiones contaminantes.

Kia es una de las marcas con mayor crecimiento mundial, marcando récord de ventas por noveno año consecutivo tanto en Chile como en el mundo. Rodrigo de la Torre, gerente general de KIA Chile, cuenta que en el primer semestre de 2012 llegaron a tener un alza de hasta un 18% con respecto a igual período del año anterior.

En esta ocasión, la marca presentó el nuevo Sorento, del cual proyectan vender 200 unidades mensuales, el que cuenta con un diseño interior renovado y exterior de vanguardia, neblineros de mayor dimensión, un elegante diseño del parachoques y puerta maletera, volante y palanca de cambio de cuero y llantas aro 17. La versión full incorpora

un botón de encendido, radio con sistema touch que incluye una cámara de retroceso de siete pulgadas, tapiz de cuero y sun-roof panorámico.

El modelo llega a Chile en nueve versiones con motorización a gasolina y diésel, caja automática y manual, además de tracción 4x2 y 4x4. La versión gasolina tiene un motor de 2.4 litros, que entrega una potencia de 173 HP a 6.000 rpm, e incluye un nuevo convertidor catalítico que es menos contaminante.

La versión diésel, por su parte, posee un motor de 2.2 litros que da una poten-

cia de 194 HP a 3.800 rpm. Incorpora tecnologías que incrementan su rendimiento, emitiendo menos NOx y CO2. "Esta versión cumple con la norma Euro V, que recién comenzará a exigirse en Chile el próximo año. De esta forma, bajarán los niveles de material particulado que históricamente en motores diésel se han presentado más contaminantes", cuenta Antonieta Melo, gerente de Marketing KIA Chile.

Con respecto a las novedades para el Salón del Automóvil que se realizará en el mes de octubre, KIA presentará el sedán Quoris, que es un auto de lujo muy



■ En cuanto a las diferencias con la versión anterior del modelo "incluimos nueva motorización, más equipamientos tecnológicos y un diseño interior renovado", cuenta Rodrigo de la Torre, gerente general de KIA Chile.

equipado con un motor 3.8 -con un valor aproximado de \$30 millones-, y un automóvil eléctrico que ya se está comercializando en Corea.

Para 2013 se espera el arribo del nuevo Carens, vehículo familiar que KIA

posee hace varios años, como también la renovación completa de la línea Cerato.

El nuevo Sorento estará disponible en siete colores y los precios van desde los \$14.490.000 hasta los \$19.990.000.



Fono: 544 72 00 • Av. Raúl Labbé 12981, Lo Barnechea, Santiago. Teléfono: 544 71 00



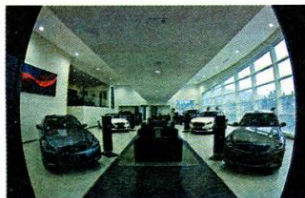
Infiniti Elige a Chile Como su Primera Sede en Sudamérica

Infiniti, la marca japonesa de lujo, trae a Chile una gama que incluye el G coupé, sedán y convertible, junto con los crossovers M, EX y FX. Con ello, transforma a nuestro país en su primera sede sudamericana, de la mano de SKBergé.

El CEO del grupo, Francisco Javier Errázuriz, dijo que "Infiniti ofrece una experiencia de lujo única, que abarca un gran diseño automotriz, desempeño estimulante y tecnología avanzada. Estamos agradecidos por la confianza depositada en nuestro equipo para representar a una marca Premium de este nivel y, por supuesto, estamos comprometidos a ofrecer el nivel de servicio y hospitalidad que le caracteriza a nivel mundial".

La sucursal se encuentra ubicada en la comuna de Lo Barnechea, con una estructura que abarca los 1.750 m², donde se necesitaron 120 toneladas de metal, 2.620 de concreto y 700 m² de cristal para lograr un exclusivo espacio acorde al nivel al que está acostumbrada la empresa. Todo acorde para cumplir con las exigencias de los estándares

La marca japonesa de lujo llega al país para instalarse en Lo Barnechea con su exclusiva línea de coupés, sedanes, convertibles y crossovers M, EX y FX.



■ Infiniti ofrece una experiencia de lujo única, que abarca un gran diseño automotriz, desempeño estimulante y tecnología avanzada, dijo el CEO de SKBergé, Francisco Javier Errázuriz.

ambientales LEED (Leadership in Environmental and Energy Design).

Actualmente Infiniti está impulsando una expansión mundial. Se encuentra presente en 47 mercados, pero para 2016 proyectan estar en más de 70 países. En Latinoamérica, la japonesa tiene showrooms en Puerto Rico, México, Panamá, República Dominicana y ahora Chile.

ESTE AÑO

Sinotruk Apuesta a Liderar en Camiones Pesados de Origen Chino

Con sólo cuatro años en Chile, la marca de origen chino ya ha vendido casi 500 camiones pesados, posicionándose como la segunda firma de dicho origen que más unidades comercializa en el segmento y alcanzando un 1,9% de market share. Al respecto, Rodrigo Azócar, gerente de Camiones de Automotores Fortaleza, comentó que "entre enero y julio de este año crecimos un 66% con Sinotruk, con 108 unidades comercializadas".

—¿Cómo se comportó el período enero-julio?

—Facturamos alrededor de US\$7 millones, mientras en ventas tuvimos un crecimiento de 66% en comparación con el mismo período de 2011, con 108 unidades vendidas.

—¿A qué se debe este crecimiento?

—Desde 2011 ofrecemos nuestra gama completa, hemos participado en más negocios y los camiones se están viendo en la carretera: esa es la mejor publicidad, porque los clientes te reconocen. Además, estamos aumentando la red y la fuerza de ventas.

—¿Cuál es su porcentaje de participación en el mercado de camiones?

—A julio tenemos un 1,1% de participación del mercado total de camiones, mientras que en el segmento de camiones pesados, que es donde participamos porque no tene-

mos livianos ni medianos, alcanzamos un 1,9% de market share.

—¿Qué proyección de ventas tienen para el 2012?

—Pretendemos alcanzar las 250 unidades.

—¿Cuántos modelos de camiones ofrecen actualmente en el mercado local?

—Son ocho modelos de camiones pesados, con potencias desde 340 HP a 420 HP.

—¿Cuáles son las últimas novedades de Sinotruk en Chile?

—En términos de producto, estamos bastante avanzados. En 2011 hicimos el lanzamiento de la nueva serie A7 y de los motores de 420 HP. Este año, para el Salón del Transporte, presentamos el nuevo tolva de esta serie y, además, los modelos Euro IV.

—¿Qué diferencia a Sinotruk de las otras marcas de origen chino?



■ Dentro de sus objetivos, "si la fábrica nos manda todas las unidades que hemos pedido, esperamos terminar el 2012 como la marca de camiones pesados de origen chino número uno del mercado", explicó Azócar.

En ventas, Sinotruk es la marca de camiones pesados número uno de China y está dentro de los cinco primeros fabricantes de camiones a nivel mundial en unidades, con una proyección de fabricación de 120 mil a 130 mil unidades en 2012.

La marca lleva casi 60 años construyendo camiones y ha tenido acuerdos de cooperación con Volvo y MAN, estas alianzas han permitido que avance muy rápido en la tecnología y calidad de sus camiones, sumado a que fabrica muchos de sus componentes: motores, cajas de cambio y diferenciales, lo que asegura una mayor calidad, control y disponibilidad de repuestos.