

REPORTAJE XII SALÓN DEL AUTOMÓVIL

# “Este Salón no tiene nada que envidiarles a otros”

Más cantidad de modelos y mejor muestra son los principales aspectos que erigen, según Gustavo Castellano, secretario general de ANAC, al Salón Internacional del Automóvil de Santiago 2012 como uno de los de mayor calidad de Latinoamérica. **Por Pamela Squella / Fotos: Cristián de la Fuente**



**L**a gente y ser mejores. Palabras claves y que se repiten una y otra vez en las respuestas de Gustavo Castellano cuando se le consulta sobre el próximo Salón Internacional del Automóvil de Santiago 2012. La primera, porque la intención para este año, explica el secretario general de Anac, no es “que los asistentes se sienten frente a una pantalla a ver los eventos, sino que participen”. Incluso, tan relevante será el rol del asistente que cuando se le pide nombres de figuras importantes que estarán presentes, responde, “serán un complemento... lo importante es el asistente”. Así, las atracciones para el público serán uno de los ejes que hará se este certamen uno histórico y que además, explica su otro término permanente: mejores.

Porque, “cabe hacer la precisión” insiste Castellano, este Salón no busca ser el más grande sino que uno de gran calidad. “Es tener una puesta en escena que tenga diferencias respecto del anterior, que en sí ya marcó un hito desde el punto de vista de las exhibiciones y asistencia. Aquí no estamos compitiendo por el ser más grande. Estamos buscando que sea el mejor en atención al público y puesta en escena”.

## ¿Cómo se esán preparando para lograr esas metas?

Hay toda una planificación previa que parte prácticamen-

te diez meses antes del primer día del Salón. Ya hay varias cosas que están resueltas como son la cantidad de marcas que serán 52 versus las de la vez pasada que fueron 43 marcas. Se está trabajando también en la estrategia general y que en este año será que la gente podrá ir a ver todo lo que son las innovaciones y la tecnología que se han implementado en el último tiempo. A su vez, hay un cambio radical respecto de antes donde por ejemplo, la gente se sentaba y miraba las actividades. Ahora lo hemos llamado atracciones porque el público va a participar en los eventos, será actor principal. Queremos que vayan las familias. Así, el papá va a ver vehículos y participar en algunas actividades, el niño tendrá actividades relacionados para ellos, y además habrá un día propio dedicado a la mujer y a sus intereses y el automóvil.

## Aparte de aquello ¿Por qué alguien no se puede perder el Salón del Automóvil?

Yo diría que aparte de las atracciones propias de cada una de las marcas, se verán motivados vehículos del futuro, tecnologías del futuro. Estamos en periodo de la vida en que van a comenzar a haber cambios grandes en el sector del automóvil. Vemos que están empezando a nacer los vehículos eléctricos que si bien viene de antes, el desarrollo ha dado paso agigantados en

el último tiempo. Están bajando los costos. También hay temas de seguridad y otros aspectos que se están incorporando. Si a eso le agregamos un entorno adecuado como es el Espacio Riesco y actividades en que se puedan entretener, gran oferta de restaurantes, se hace un panorama imperdible.

## ¿Cómo será la utilización de las redes sociales para esta versión?

Esa será otra de las novedades. Nosotros no sólo vamos a poner a disposición del público la información del evento, vamos a implementar acciones que van en dirección de poder conversar con la gente, en tratarlos como personas únicas. Es armar una gran comunidad, intercambiar opiniones y que esa comunidad se mantenga hasta el próximo Salón para innovar y mejorar respecto de lo que ahí se diga. Vanos a hacer uso intensivo de esas herramientas.

## Con una crisis económica que está afectando a mercados desarrollados como Europa, ¿Qué relevancia cobra un Salón que se lleva a cabo en un mercado emergente y con crecimientos récord?

El Salón no es un evento para vender más autos, es un evento para mostrar lo mejor de cada una de las marcas. En ese sentido no hay un objetivo transaccional. Además como gremio hacemos agendas para el sector del

transporte como la del año 2010 que firmamos con los ministerios de Transporte y Medio Ambiente por un aire más limpio, lo que se ha cumplido a cabalidad. Este también habrá nuevo planteamientos y tendremos un día de seminarios en los que esperamos contar con expositores de prestigio internacional que son de importancia para los usuarios, gremio y autoridades. Entonces el Salón es un punto de encuentro para todos los involucrados.

## ¿Ha afectado la crisis económica en el Salón o en la muestra de las marcas?

Sin duda que puede afectar a nuestro país, pero este tema no tiene un impacto directo sobre el Salón. Cada marca podrá controlar su presupuesto, pero que vaya a haber una cosa demasiado notoria, no. Aquí las marcas que quieren ir van, y las que no, decisión de ellas. El Salón no pierde porque una marca no vaya, y el beneficio para los expositores es que la gente puede ver cómo va su desarrollo, sus vehículos y sus novedades.

## ¿Qué nombres destacados se manejan para las actividades anexas?

Te insisto, será un complemento a las actividades para la gente. Habrá una pista off road doble donde habrán por lo menos unos diez vehículos andando de manera simultánea y donde la gente se podrá su-



bir con un piloto profesional las veces que quiera. Para los niños habrá instrucciones de educación vial, se subirán vehículos eléctricos con Carabineros que los pararán. Entonces las figuras serán un complemento.

**¿En qué situación se encuentra actualmente el Salón del Automóvil de Santiago? ¿Aún emergiendo o consolidado?**

Totalmente consolidado. Es un salón importante dentro de la región, no tenemos nada que envidiarles otros. Desde el punto de vista de la muestra tenemos más del doble que el de Buenos Aires, más también que el de Sao Paulo, de Lima y Colombia.

**¿A qué atribuye aquel logro?**

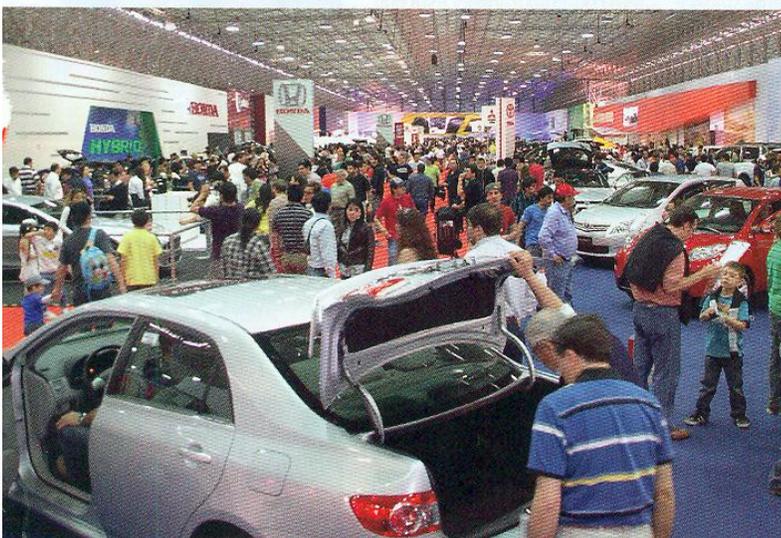
Eso se da por la cantidad de marcas que están compitiendo en Chile, porque están dadas las condiciones para que exista un mercado extremadamente competitivo. Eso tiene que entenderlo así el público y autoridades. En Chile, dado que el esquema económico da la posibilidad de un mercado extremadamente competitivo, hace que este salón sea uno de los que tiene la mejor muestra de Latinoamérica.

**¿Cuál es la aspiración? ¿Ser los mejores de Latinoamérica?**

Nosotros queremos ser el mejor Salón para el público chileno, queremos mejorar respecto de la versión pasada, y si producto de esa mejoría seguimos siendo un Salón importante, estupendo. Nuestro objetivo no es competir con otros salones.

**¿Qué posibilidades hay de hacer el Salón todos los años?**

No tiene sentido. En un principio se planteó y partió como un evento anual, pero la tecnología y los desarrollos no lo ameritaban. En otros países al tener fábricas y más habitantes tiene sentido porque está muy amarrado al diseño, a los concept cars. Aquí no tiene sentido porque no hay tantos adelantos importantes para estar mostrando todos los años. Aparte que es una inversión costosa para las marcas. **A**



**RÉCORD.** Este 2012, el XII Salón Internacional del Automóvil de Santiago tendrá 52 marcas presentes, la mayor cantidad de su historia.