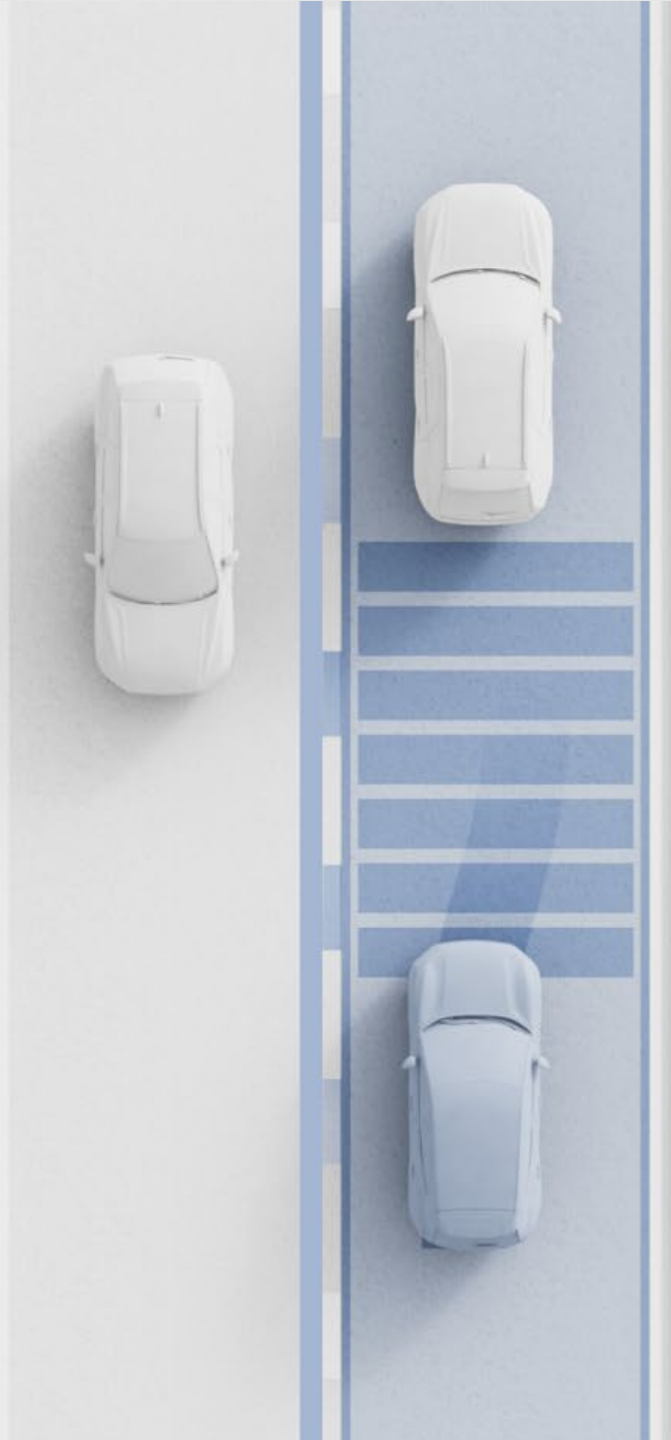


Electromovilidad en Chile

un zoom a la
percepción del
consumidor



V O L V O
alma*brands*

Algunas **recomendaciones** para la lectura de los datos y del informe en general:

- Este estudio integra metodologías cualitativas y cuantitativas en su diseño y ejecución, para obtener profundidad en las respuestas sobre la electromovilidad (estudio cualitativo) y poder dimensionar esas respuestas (estudio cuantitativo).
- En todas las láminas está la pregunta que se realizó a los participantes de la investigación, las cuales se sugiere leer para entender bien los resultados.
- En caso de dudas o necesidad de resolver alguna inquietud, estamos totalmente disponibles. Por favor contactar a Olga Mardones → omardones@almabrand.com



Conocer las percepciones y motivaciones actuales hacia la electromovilidad, así como las potenciales barreras y la disposición a la compra y uso, **para levantar insights que permitan fortalecer la estrategia actual hacia la electromovilidad**





16
entrevistas en
profundidad



423
encuestas online

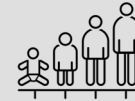


SEXO



Mujeres	50%
Hombres	50%

EDAD



25-34 años	23%
35-44 años	24%
45-54 años	26%
55-70 años	27%

GSE



ABC1	100%
------	------

ZONA



Metropolitana	60%
Otras Regiones	40%

**TENENCIA
AUTOMÓVIL**

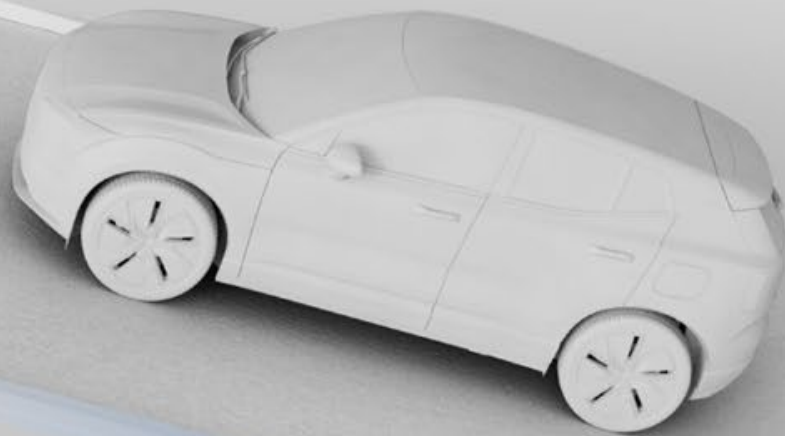


Híbrido enchufable o 100% eléctrico	20%
Otros combustibles	80%

Resultados ponderados por Sexo y Edad según peso poblacional

Medición realizada durante el primer trimestre de 2023

En tiempos en que la tecnología y el cuidado medioambiental avanzan de la mano,
la industria automotriz tiene un rol fundamental como embajadores de la electromovilidad



Electromovilidad: símbolo de futuro **y de un mundo mejor.**

*“Se me viene a la mente el futuro, para mí esto es realmente como **avanzar al futuro**”*

*“Siento como un aire fresco, pienso en los bosques, **en la descontaminación**, en lo bien que nos hace a todos”*

*“**Sientes que estás aportando** a la sociedad, al país y al planeta porque estás dejando de contaminar”*

34%

Auto/ vehículo eléctrico

18%

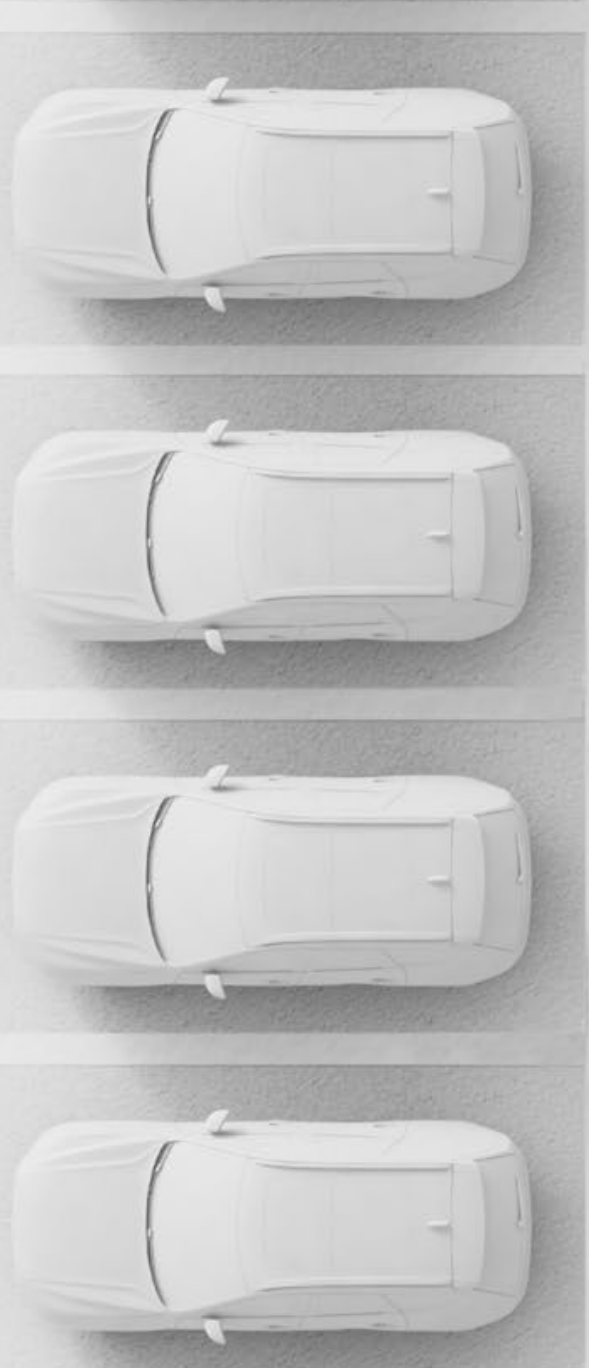
Marcas de autos eléctricos

17%

Energía eléctrica

10%

Eco Friendly



Principales **beneficios** de la electromovilidad

La conexión con las problemáticas medioambientales actuales, es una de las principales ventajas que reconocen las personas respecto a la electromovilidad.

Adicionalmente se percibe un **beneficio económico de mediano-largo plazo** y algunas características propias de los automóviles eléctricos como el confort y sus diseños vanguardistas

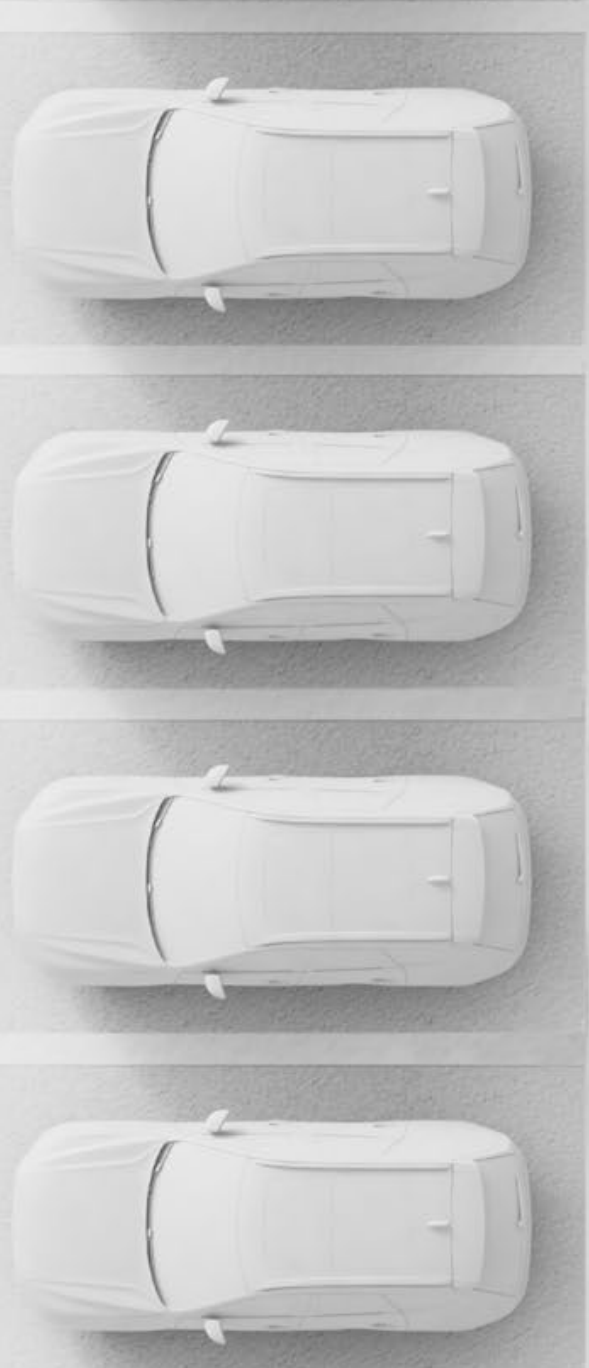
Reducción de la contaminación **66%**

Aporte al cuidado del medioambiente y el planeta **66%**

Economía en el mediano-largo plazo **42%**

Confort al conducir no hace ruido/no vibra **17%**

Estar a la vanguardia **9%**



Principales **desventajas** de la electromovilidad

Sin embargo aparece también la percepción de que **la Red de carga es insuficiente y que no está preparada** para el crecimiento sostenido de la electromovilidad.

Además de ser una tecnología que **no está al alcance de todas las personas**


Red no está del todo preparada pocos puntos de carga **59%**

No es accesible para todos **51%**

No hay incentivos al uso de la electromovilidad (impuestos, precios) **42%**

Desconocimiento de los costos asociados **32%**

Desconocimiento de sus beneficios **14%**

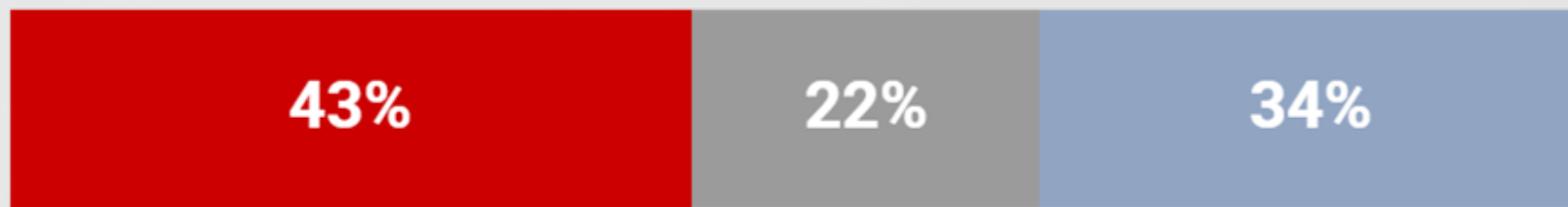


1 de cada 3 personas declara una **alta disposición** a comprar un vehículo 100% eléctrico.

Pero seguimos teniendo un **43% que muestra una baja disposición.**

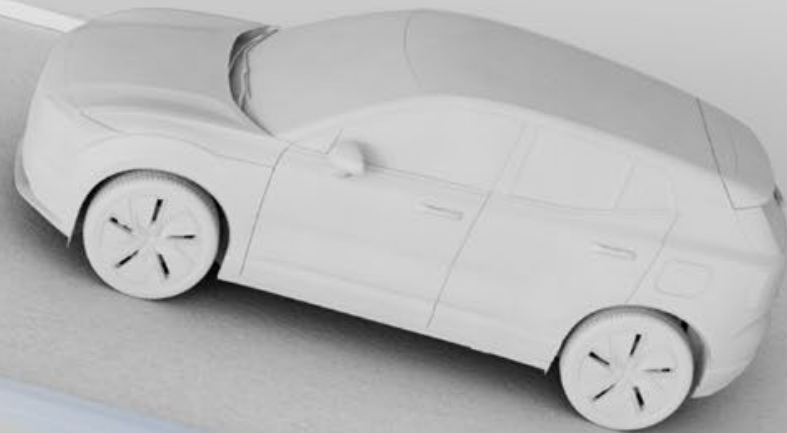
Disposición a comprar un automóvil 100% eléctrico

■ Baja (6 o menos) ■ Media (7 y 8) ■ Alta (9 y 10)



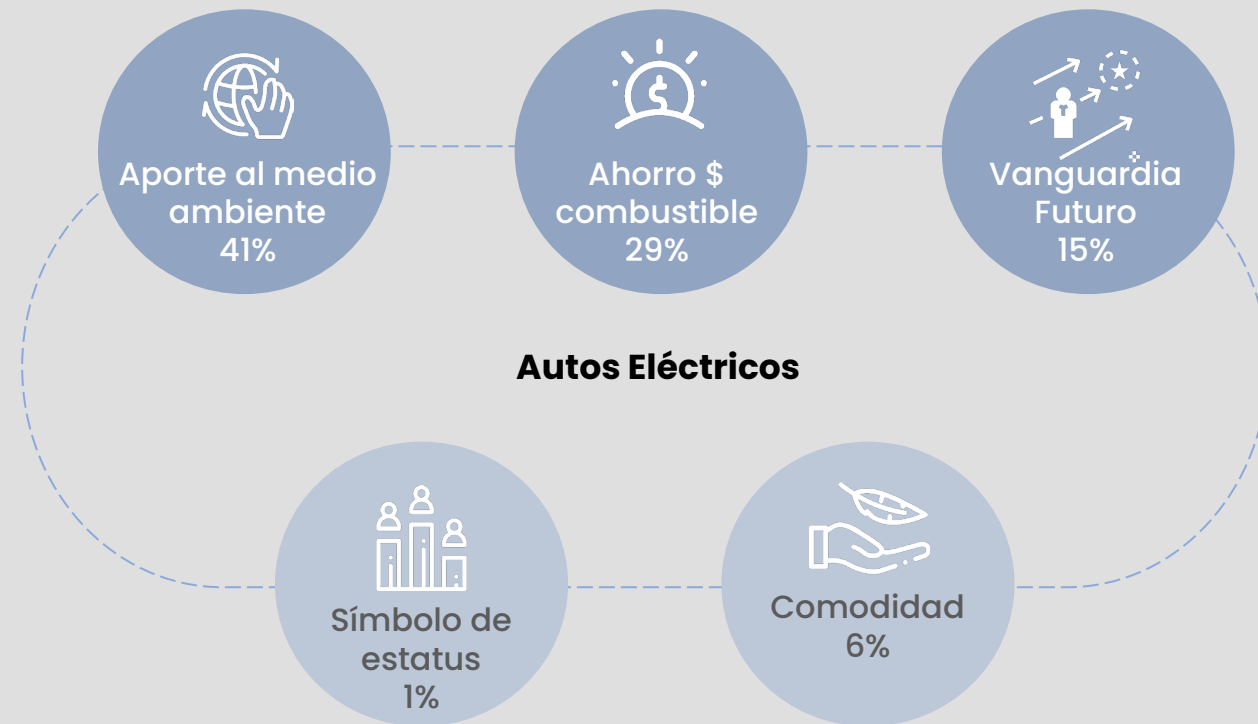
En una escala de 1 a 10, donde 10 significa "Altamente dispuesto/a" y 1 significa "Nada dispuesto/a", ¿Cuán dispuesto/a está usted a comprar un automóvil 100% eléctrico en los próximos 3 años?

¿Qué **motiva** ir hacia
la electromovilidad?



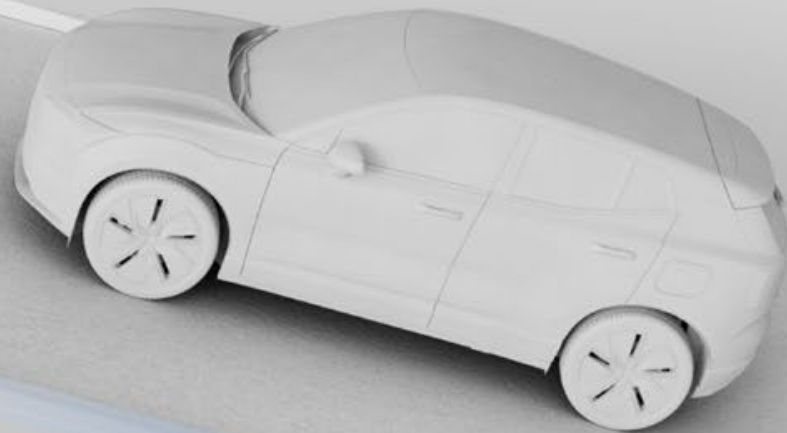
Ser parte del **desarrollo sostenible**

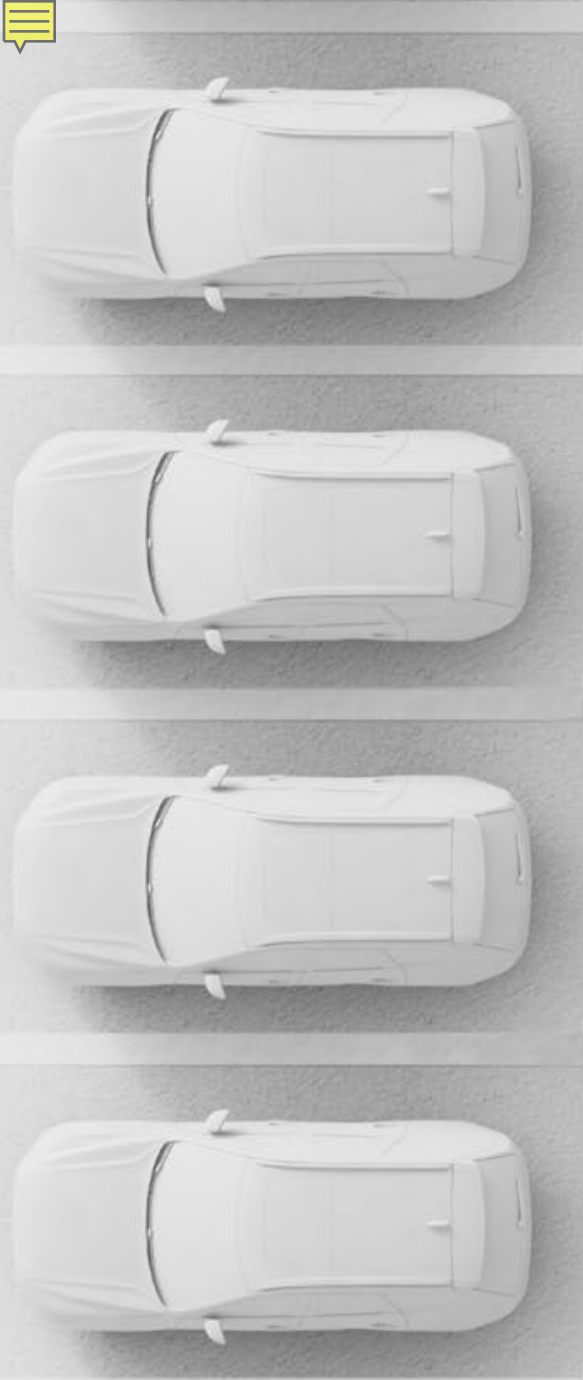
Colaborar con el medioambiente desde la electromovilidad es también sentirse parte del progreso, vanguardia, evolución y desarrollo de la sociedad, al mismo tiempo que se perciben los beneficios que esta alternativa entrega.



¿Cuál es la motivación principal para comprar un automóvil eléctrico?

¿Cuáles son las **barreras**
hacia la electromovilidad?





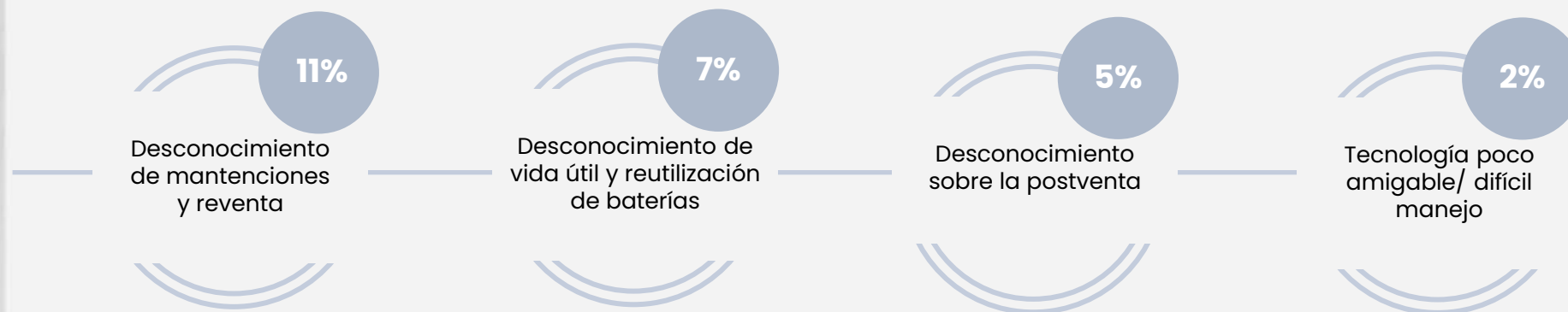
1. Desconocimiento

La primera gran barrera es el **desconocimiento**

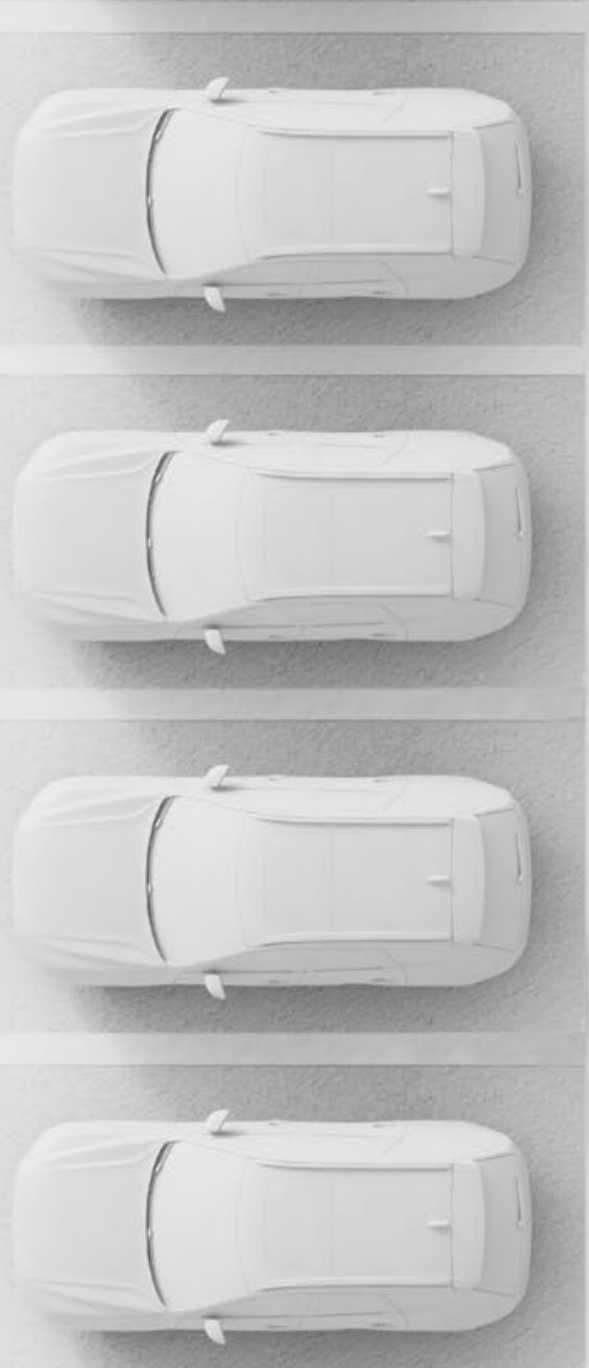
■ Bajo o Nulo Conocimiento ■ Conocimiento Medio ■ Alto Conocimiento



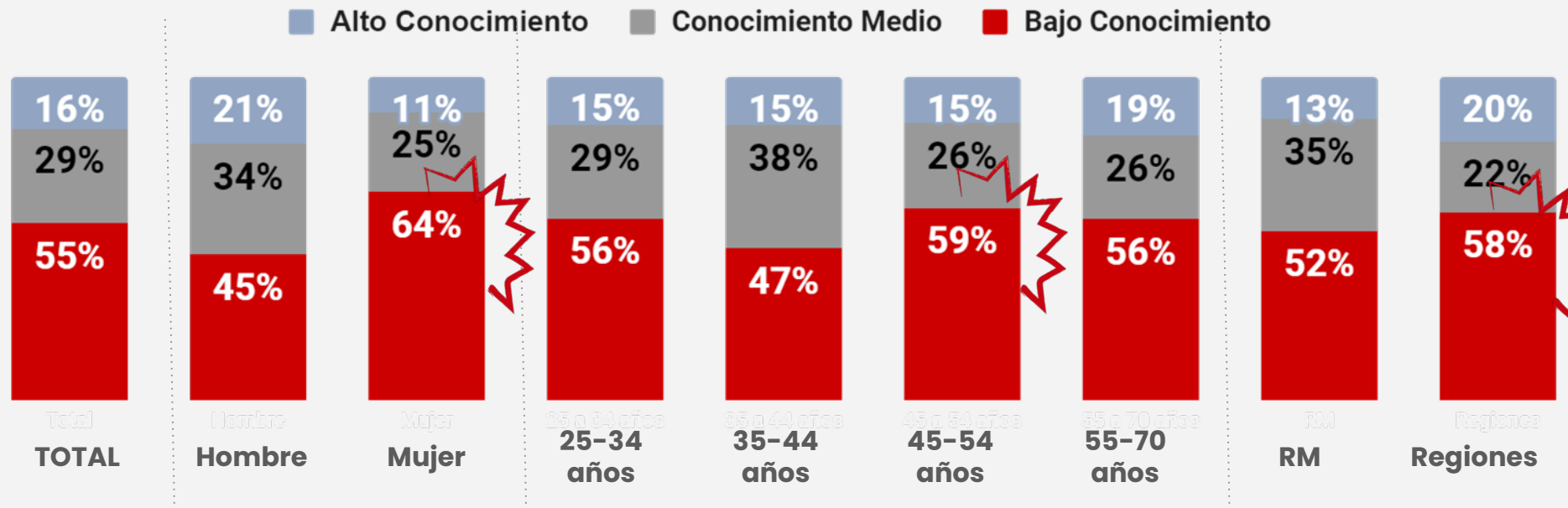
25% considera que la **falta de información** es una barrera para ingresar a la electromovilidad



¿Con qué nota calificaría su nivel de conocimiento sobre temas de ELECTROMOVILIDAD? Escala de 1 a 10
¿Cuál es la principal barrera para no comprar un automóvil eléctrico?



Los **mayores desafíos** se encuentran en el grupo de **mujeres**, segmento etario entre **45-54 años** y en **regiones**

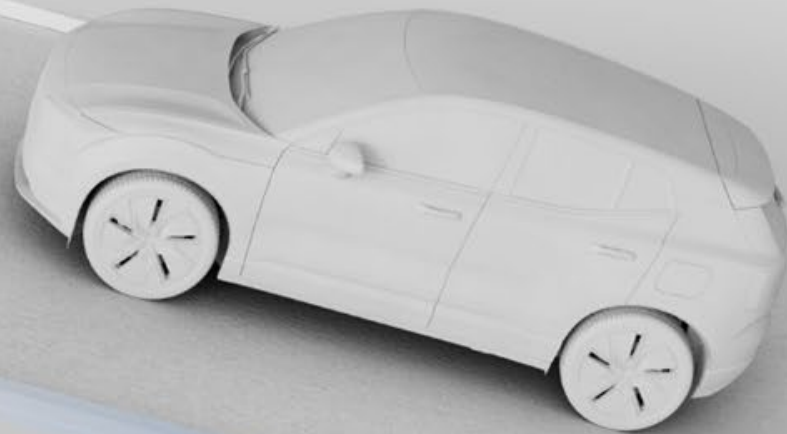


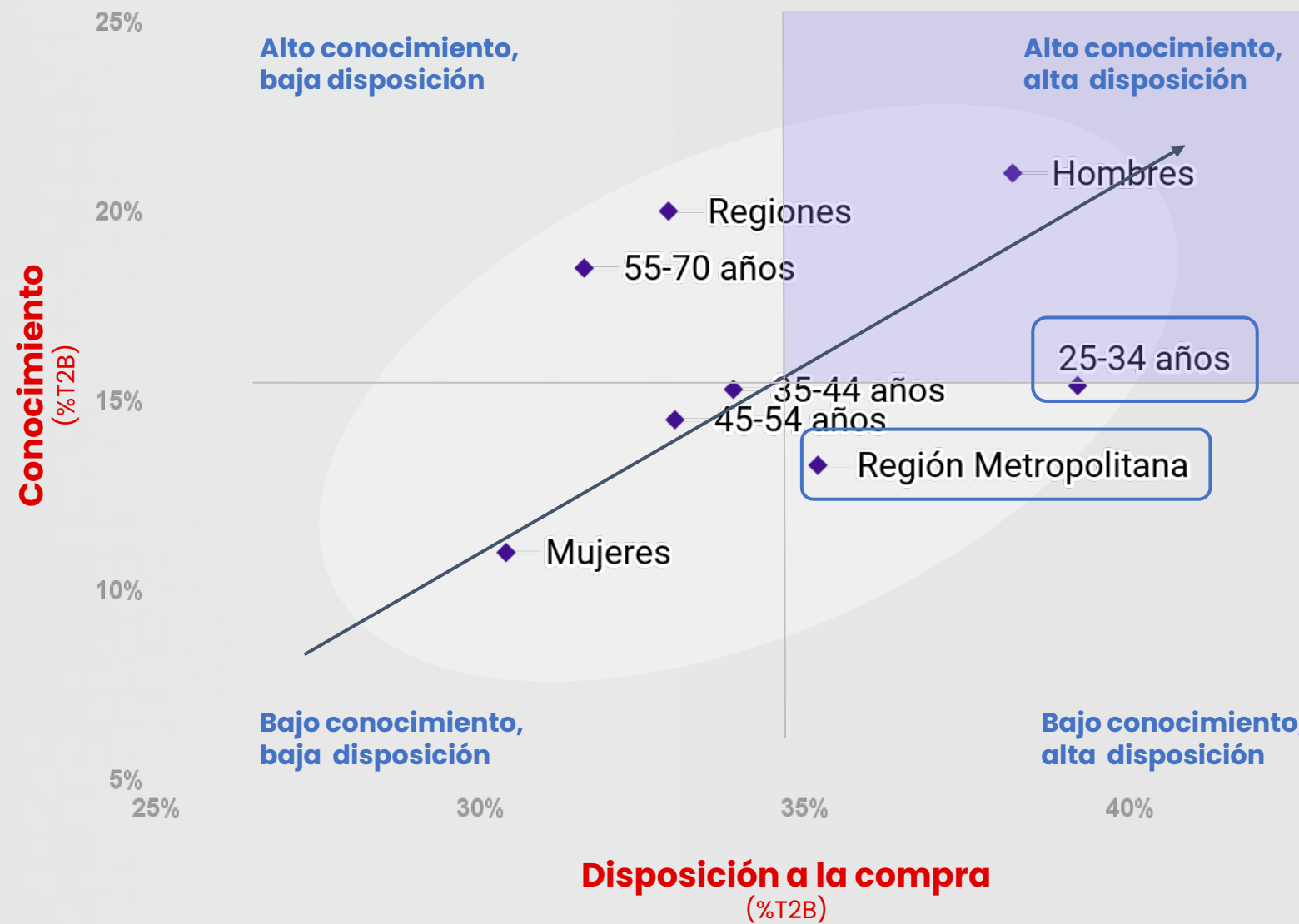
Mayor
conocimiento

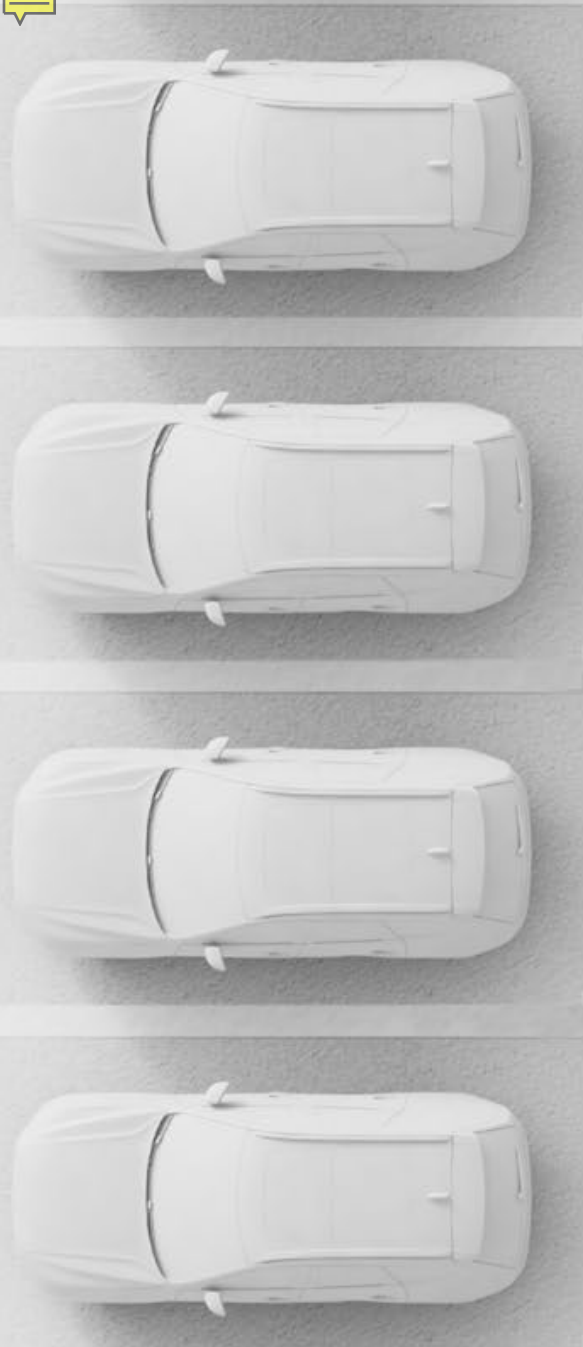


Mayor
disposición a
la **compra**

A mayor conocimiento tiende a existir mayor disposición a la compra.
Desde esta perspectiva existe un **gran desafío en torno a las comunicaciones** y a las formas de lograr incentivar a los segmentos menos involucrados con la Electromovilidad







2. Una tecnología **poco accesible**



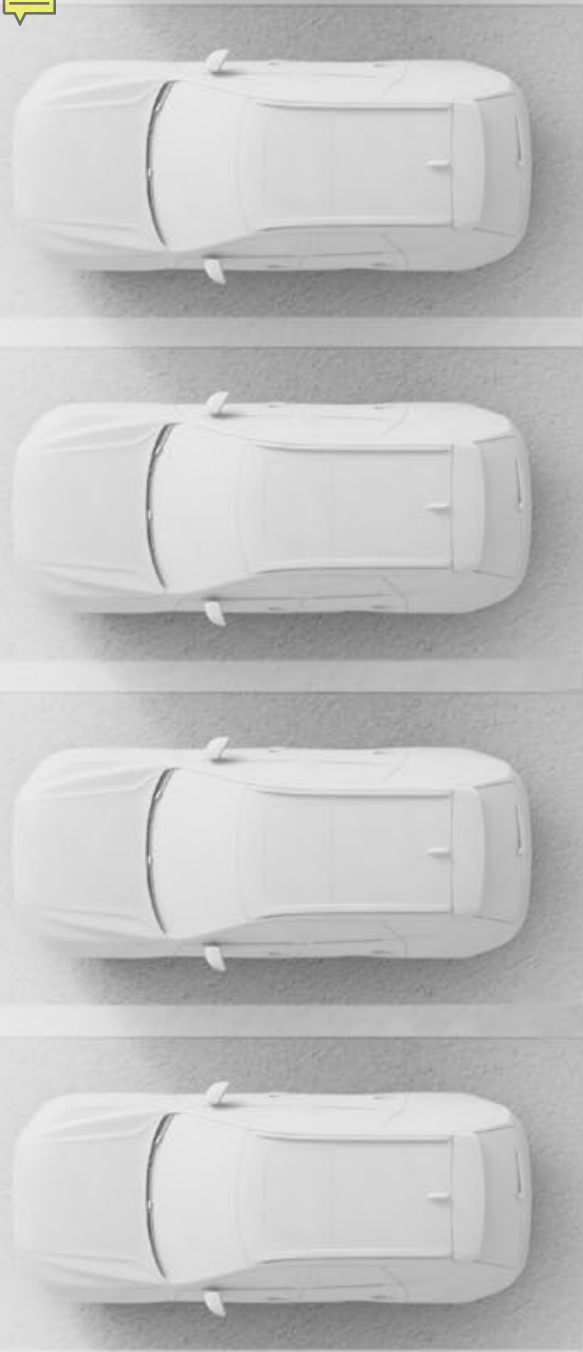
Además existe un dolor latente asociado a los altos precios e impuestos asociados, ya que son percibidos como un **“castigo injustificado”** a quienes quieren sumarse a **iniciativas sustentables.**



*“Las lucas son un tema bien importante, está clarísimo que no son autos baratos, pero de todas formas podrían darse cuenta que **no tienen que además castigarte con los impuestos”***



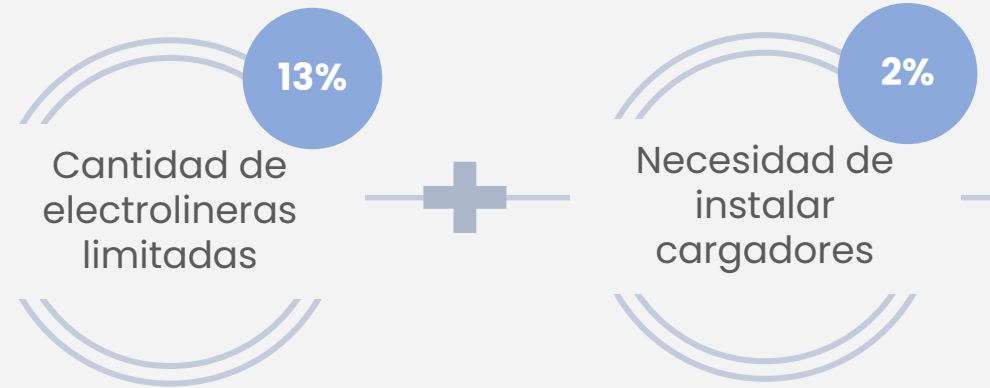
*“Es muy evidente que esto no es algo para toda la población, pero deberían haber ofertas de **vehículos menos lujosos quizá** o bien reducir los impuestos que les aplican, porque a la larga es un beneficio para todos”*



3. Una red de carga que **no avanza como se esperaba**

15%

Considera que la principal barrera es el sistema de Red de carga

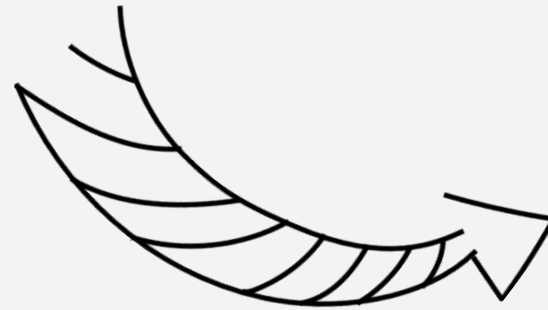
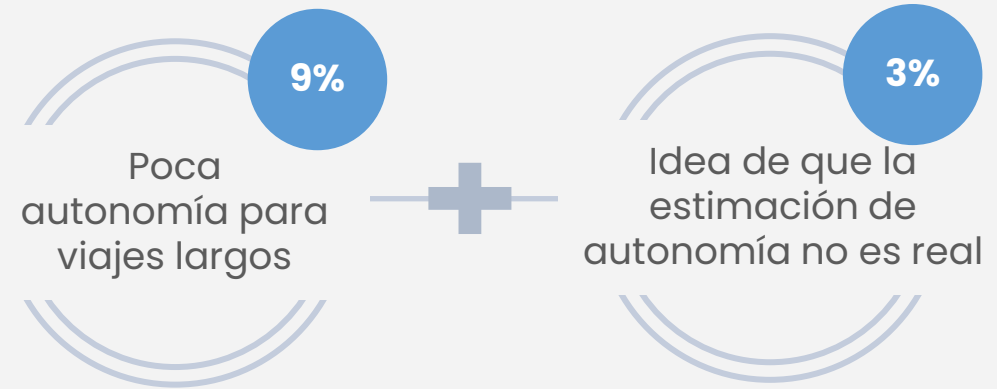


*“Uno de sus talones de Aquiles es la **red de carga que no da abasto** y que aunque esté, no es suficiente y no en todas las regiones se puede usar como corresponde”*

4. Expectativas de **mayor autonomía** de los autos eléctricos

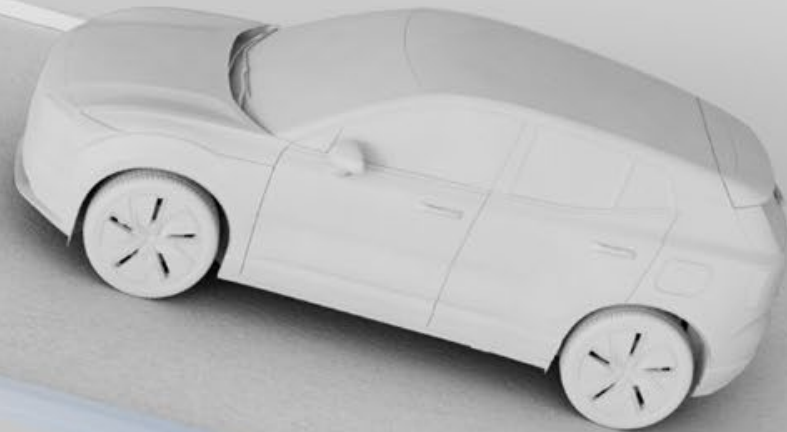
12%

Cree que la autonomía de los autos eléctricos no es suficiente para viajes largos.



El principal dolor en torno a la autonomía es que afectan significativamente la **independencia de los viajeros** y su libertad en la experiencia de conducción.

Para ir cerrando...
¿Cuáles son los **grandes desafíos** para el
avance de la electromovilidad?





El desafío colectivo de educar

Importante educar en electromovilidad, sus beneficios y aportes a las personas, al país y la sociedad

2

Fortalecer los incentivos económicos

Estimular el acceso y la venta desde precios más accesibles e incentivos tributarios

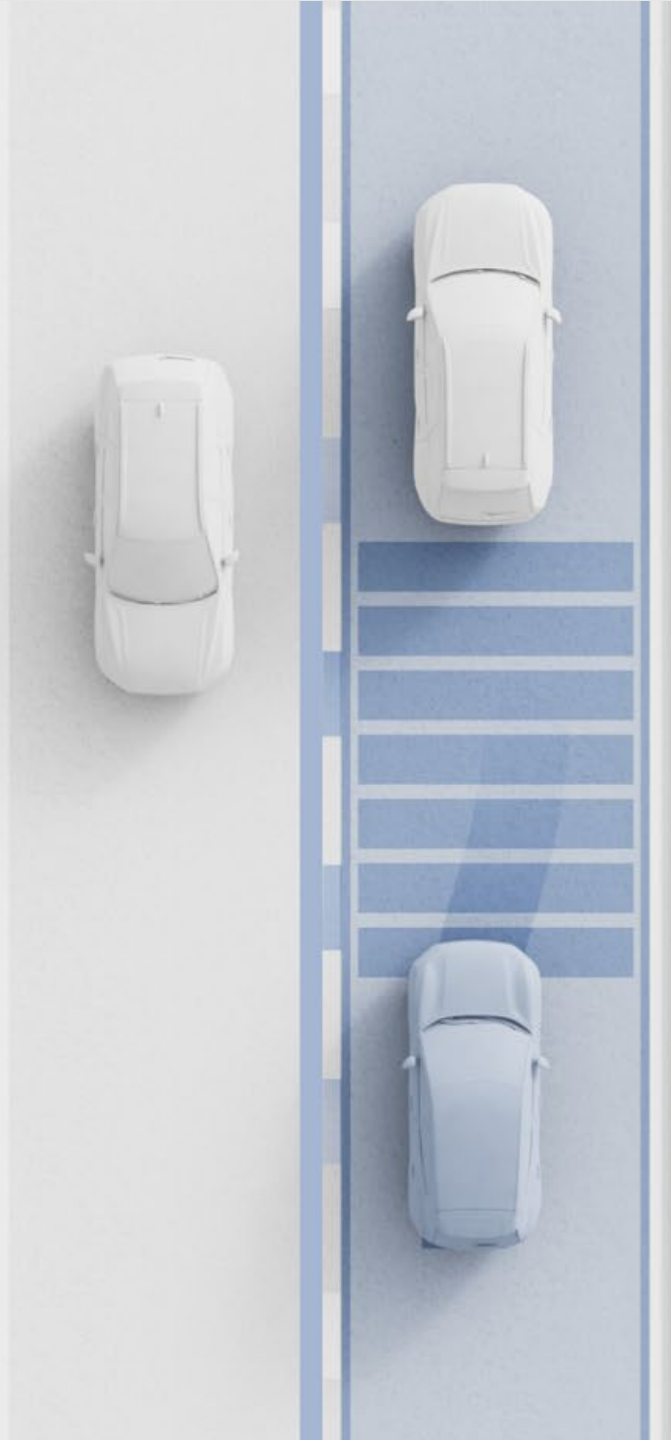
3

Robustecer la red de carga

Una red de electrolineras mayor y con más cobertura nacional, con compromiso de todos los actores relevantes

Electromovilidad en Chile

un zoom a la
percepción del
consumidor



V O L V O
alma*brands*