



Estudio de Electromovilidad en Chile

# Zoom a la percepción del consumidor





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.

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%**

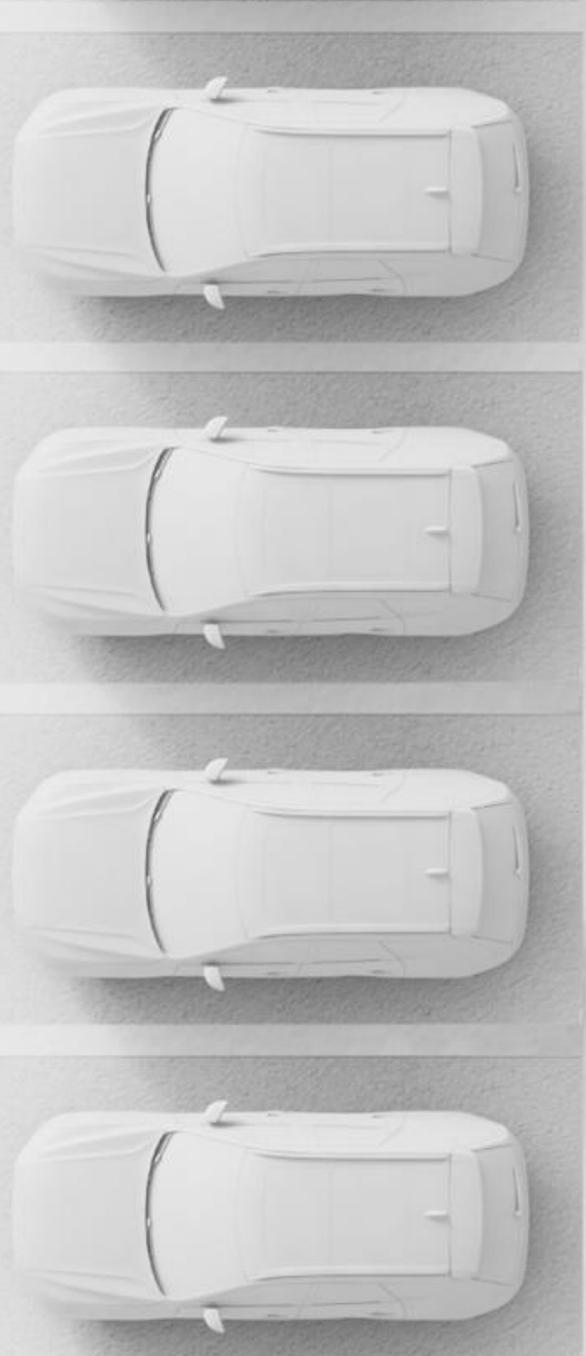
Marcas de autos eléctricos

**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%**

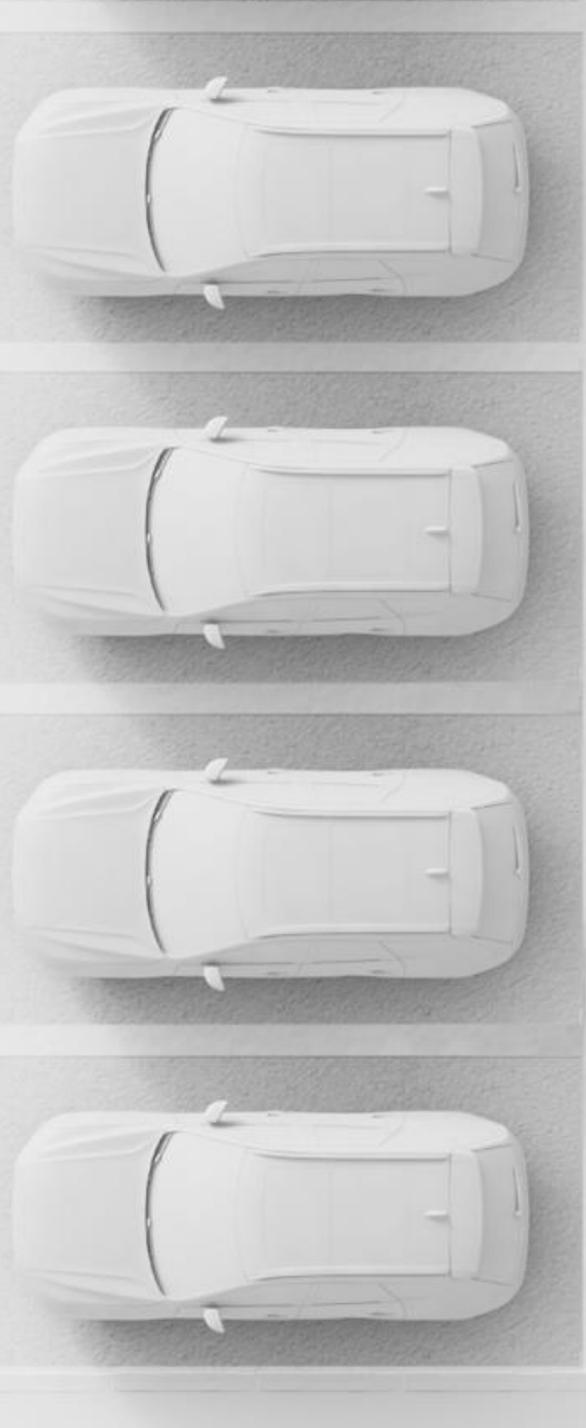
Aporte al cuidado del medioambiente y el planeta **66%**

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

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

Estar a la vanguardia **9%**

Pensando en la ELECTROMOVILIDAD, ¿Cuál diría que son sus 2 principales beneficios?  
Pensando en la ELECTROMOVILIDAD, ¿Cuál diría que son sus 2 principales desventajas?



## 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%**

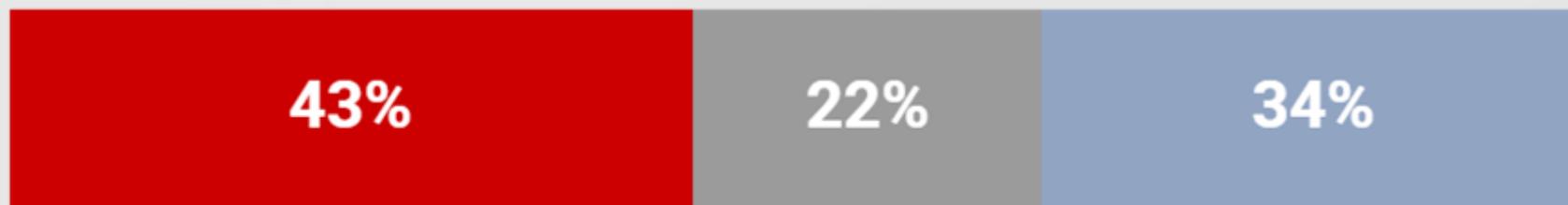


**1 de cada 3** personas declara una **alta disposición** a comprar un vehículo 100% eléctrico.

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)



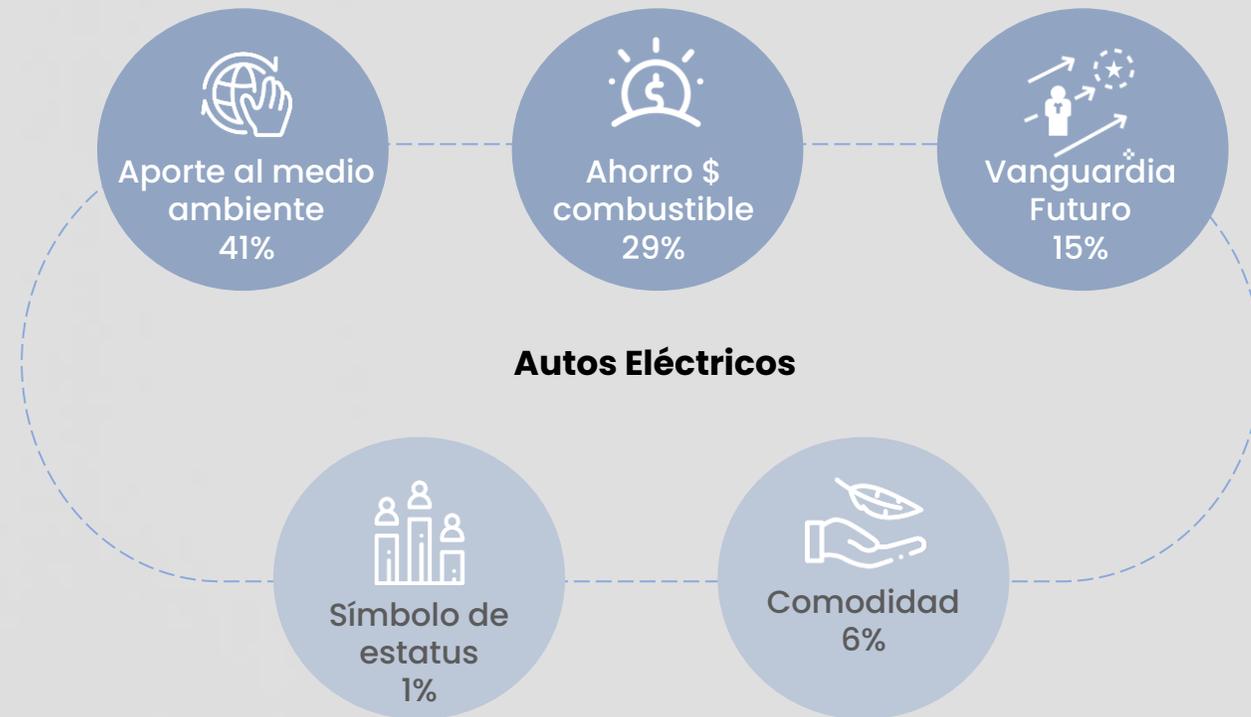
En una escala de 1 a 10, donde 10 significa "Altamente dispuesto/a" y 1 significa "Nada dispuesto/a", ¿Cuán dispuesto/a está usted a comprar un automóvil 100% eléctrico en los próximos 3 años?

¿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.



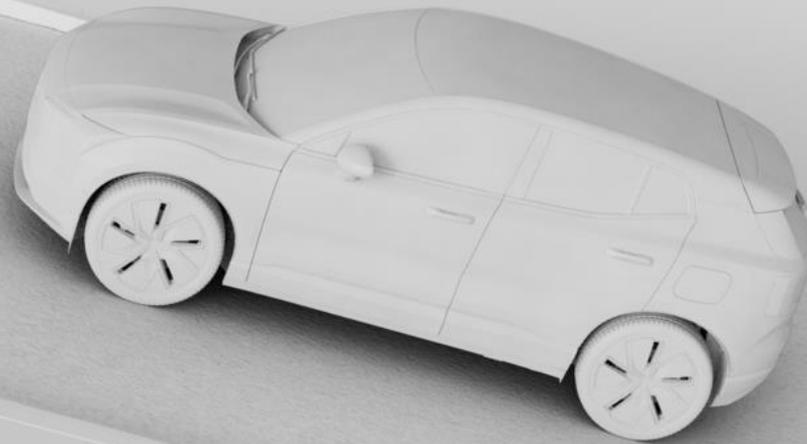
¿Cuál es la motivación principal para comprar un automóvil eléctrico?

V O L V O

alma brands



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



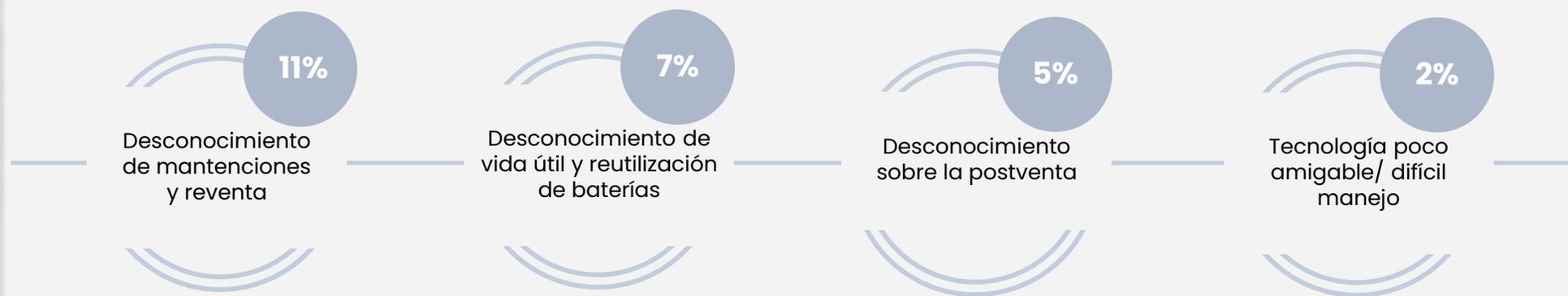
# 1. Desconocimiento

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

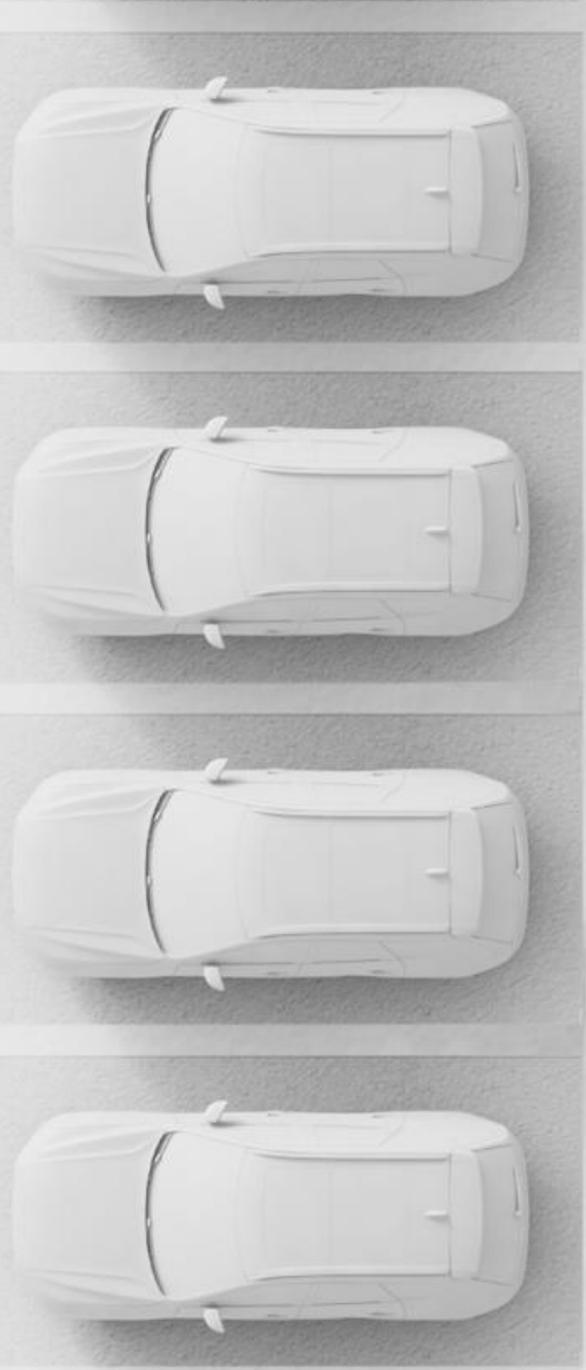


¿Con qué nota calificaría su nivel de conocimiento sobre temas de ELECTROMOVILIDAD? De 1 a 10  
¿Cuál es la principal barrera para no comprar un automóvil eléctrico?

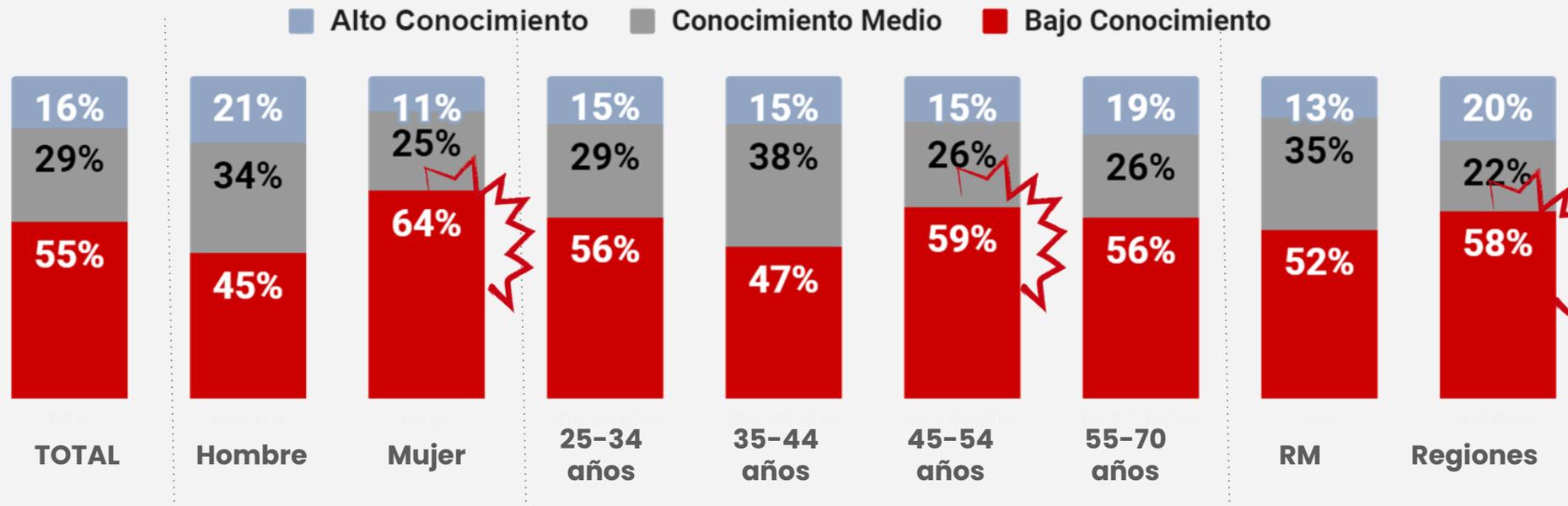
V O L V O

alma brands





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



¿Con qué nota calificaría su nivel de conocimiento sobre temas de ELECTROMOVILIDAD? Escala de 1 a 10

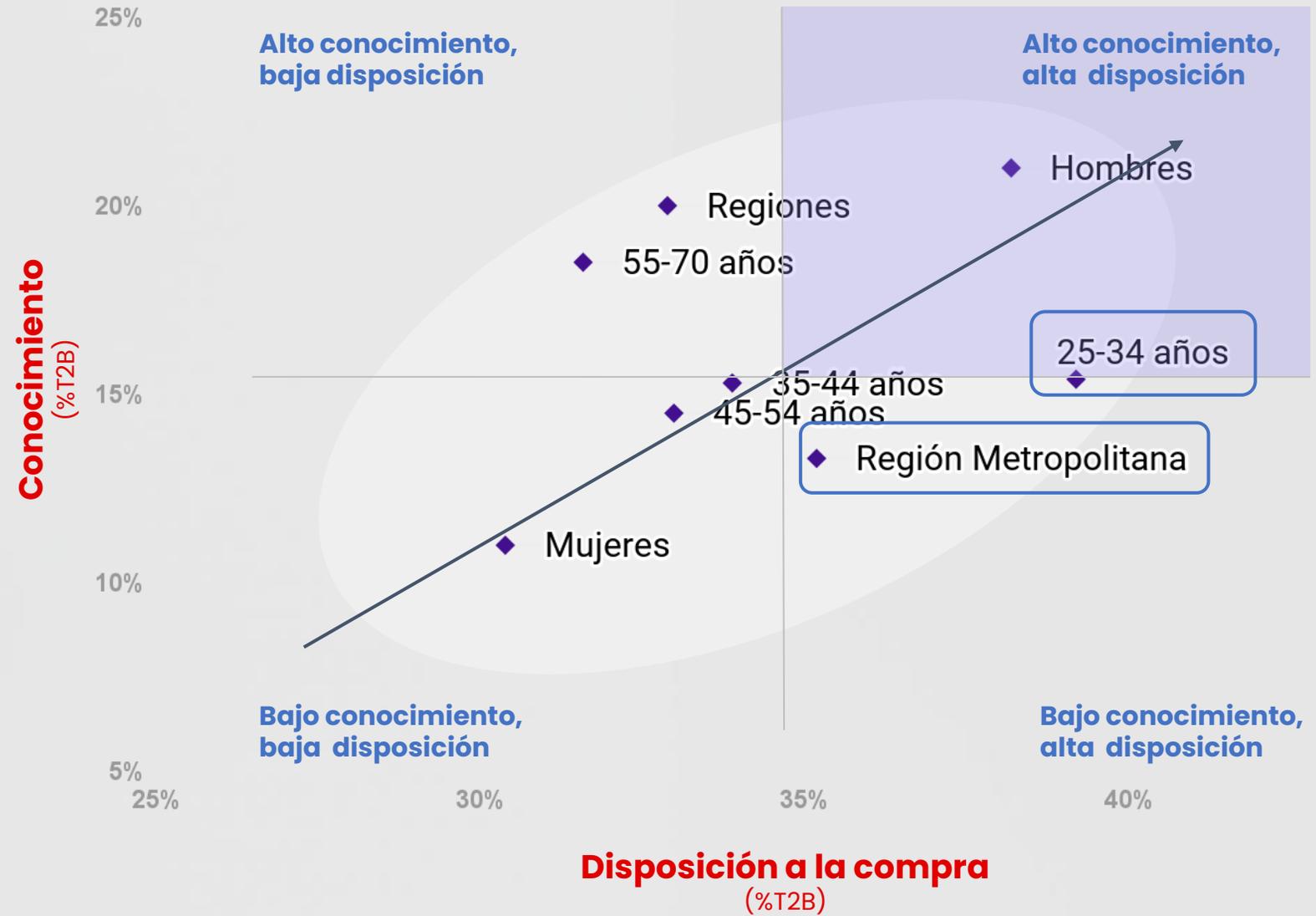
Mayor  
**conocimiento**



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**

**42%**

Considera que los precios de los vehículos son **poco accesibles**.

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

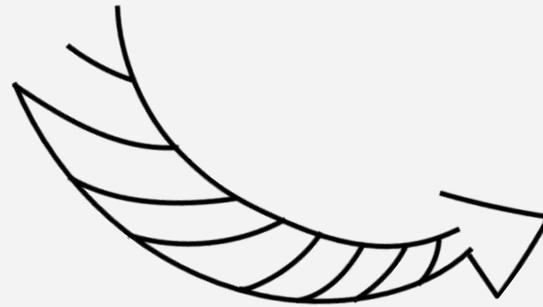
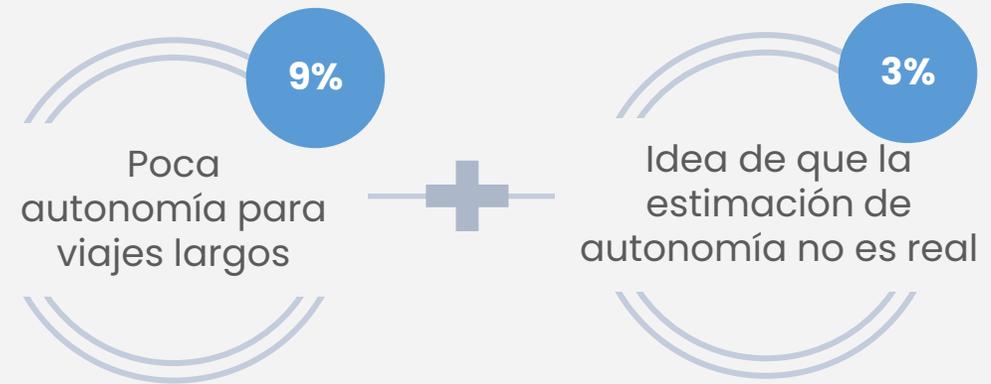


*“Uno de sus talones de Aquiles es la **red de carga que no da abasto** y que aunque esté, no es suficiente y no en todas las regiones se puede usar como corresponde”*

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

**12%**

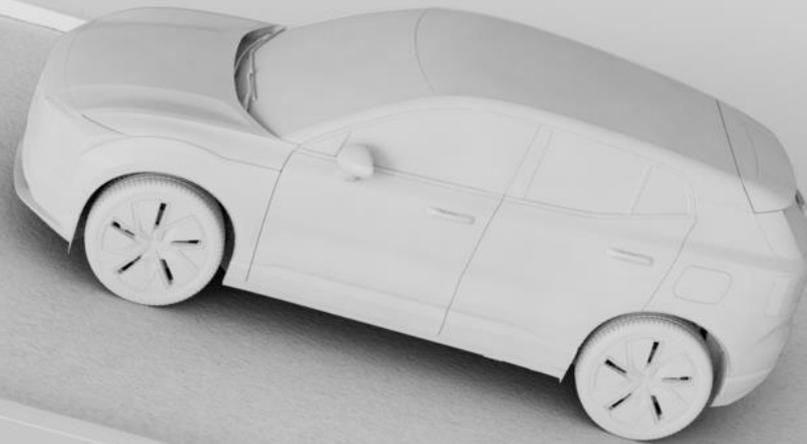
Cree que la autonomía de los autos eléctricos no es suficiente para viajes largos.



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



Estudio de Electromovilidad en Chile

# Zoom a la percepción del consumidor

