

Link: <https://eldiariodelacosta.cl/2023/09/10/volvo-car-chile-y-almabrandts-presentan-el-primer-estudio-de-electromovilidad-desde-la-perspectiva-de-los-consumidores/>

Con el objetivo de impulsar el desarrollo de la movilidad cero emisiones a nivel local, Volvo Car Chile y Almabrandts presentan el primer Estudio de <p>Electromovilidad que profundiza en la perspectiva del consumidor.

Se trata de un informe que muestra los principales espacios para avanzar en esta materia, así como los importantes desafíos que tiene la industria automotriz. </p><p>“En Volvo Car Chile estamos muy contentos de contribuir con el primer Estudio de Electromovilidad enfocado en los consumidores, un trabajo que realizamos junto a Almabrandts y que se alinea a nuestro objetivo de marca de impulsar una movilidad personal, sostenible y segura”, confirmó Rodrigo Espinoza, gerente de Volvo Car Chile, quien agrega que: “Si bien la electromovilidad ha tenido avances significativos todavía falta mucho por hacer en un nuestro país, por esa razón, estamos convencidos de que los diferentes actores debemos generar un esfuerzo colectivo para impulsar su desarrollo.

De esta forma, alineados con nuestro ADN de marca, presentamos estos interesantes resultados que serán liberados públicamente para que todos los actores de la industria puedan tener acceso a ellos”, concluyó. </p><p> El informe, denominado “Estudio de Electromovilidad en Chile: un Zoom a la Percepción del Consumidor”, da a conocer que 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, donde la movilidad cero emisiones se presenta como un símbolo de futuro y de un mundo mejor. </p><p> Sin embargo, los principales hallazgos demuestran que para avanzar en la electromovilidad se deben abordar grandes e importantes desafíos que son accionables a nivel local: una educación colectiva acerca de esta materia, lo que se traduce en mayor información sobre los beneficios y aportes a las personas, al país y la sociedad; fortalecimiento de los incentivos, es decir, estimular el acceso y la venta desde precios más accesibles e incentivos tributarios; y robustecer la red de carga rápida a nivel nacional con presencia de actores de todos los sectores. </p><p> Por su parte, Olga Mardones, c onsultora senior y líder Práctica Investigación Estratégica de Almabrandts, señala que “al considerar que éste es el primer estudio sobre electromovilidad desde la percepción de los consumidores, es clave abordar el desafío de la educación en esta materia, en donde las marcas pueden jugar un rol relevante, comunicando beneficios, fortaleciendo la idea de ser un aporte al planeta y la sociedad, y cómo esto se conecta con el propósito de las marcas y sus estrategias de sostenibilidad”. </p><p> Es importante destacar que el primer estudio de electromovilidad se realizó bajo una metodología integrada tanto cualitativa como cuantitativa con un total de 16 entrevistas en profundidad y 423 encuestas online respectivamente.

El perfil de la muestra consideró a hombres y mujeres entre 25 y 70 años de edad, actuales dueños de automóviles híbridos enchufables y eléctricos (20%), además de potenciales usuarios de esta tecnología, con el fin de recabar información sobre sus percepciones y conocimiento en torno a la electromovilidad. </p><p>

Electromovilidad como símbolo de futuro y un mundo mejor</p><p> El “Estudio de Electromovilidad en Chile: un Zoom a la Percepción del Consumidor”, se divide en diferentes capítulos que sintetizan la percepción de los encuestados en torno a la movilidad cero emisiones y explican por qué la electromovilidad no ha progresado como debería en nuestro país. </p><p> Al preguntarle a los consumidores cuáles son para ellos los principales beneficios en torno a la movilidad eléctrica, un 66% señala que reduce la contaminación y aportaría al cuidado del medioambiente y el planeta.

Mientras que, un 42% percibe la movilidad cero emisiones como un ahorro económico a mediano y largo plazo, y un 17% considera que los automóviles eléctricos aportan confort al conducir, sin emitir ruidos ni vibraciones. </p><p> A ello, se suman de manera paralela los principales motivadores de la electromovilidad para las personas, que se asocian a la contribución medioambiental siendo parte del progreso, vanguardia, evolución y desarrollo de la sociedad, al mismo tiempo que se perciben los aspectos positivos que esta alternativa entrega. </p><p> El zoom a la percepción del consumidor sobre la electromovilidad, arrojó que el desconocimiento es una de las principales barreras para avanzar en el futuro de la movilidad cero emisiones.

El 55%, es decir, más de la mitad de las personas encuestadas, declaró tener un bajo o nulo conocimiento sobre este tema, considerando la falta de información como el principal argumento para no ingresar a este segmento. </p><p> Ante esto, el informe señala que a mayor conocimiento, existe una mayor disposición a la compra. Esto se traduce en que uno de los grandes desafíos gira en torno a las comunicaciones y a las formas de lograr incentivar a los segmentos menos involucrados con este tema.

Por ejemplo, las mujeres de regiones entre 45 y 54 años, que según el estudio, son las que menos información manejan al respecto. </p><p> Otra barrera de acceso, está asociada a que la electromovilidad es percibida como una tecnología poco accesible para las personas. El 42% de las personas señala que la movilidad eléctrica no está al alcance de todos.

## Volvo Car Chile y Almabrandts presentan el primer Estudio de Electromovilidad desde la perspectiva de los consumidores

domingo, 10 de septiembre de 2023, Fuente: El Diario de la Costa

Con el objetivo de impulsar el desarrollo de la movilidad cero emisiones a nivel local, Volvo Car Chile y Almabrandts presentan el primer Estudio de Electromovilidad que profundiza en la perspectiva del consumidor. Se trata de un informe que muestra los principales espacios para avanzar en esta materia, así como los importantes desafíos que tiene la industria automotriz.

“En Volvo Car Chile estamos muy contentos de contribuir con el primer Estudio de Electromovilidad enfocado en los consumidores, un trabajo que realizamos junto a Almabrandts y que se alinea a nuestro objetivo de marca de impulsar una movilidad personal, sostenible y segura”, confirmó Rodrigo Espinoza, gerente de Volvo Car Chile, quien agrega que: “Si bien la electromovilidad ha tenido avances significativos todavía falta mucho por hacer en un nuestro país, por esa razón, estamos convencidos de que los diferentes actores debemos generar un esfuerzo colectivo para impulsar su desarrollo. De esta forma, alineados con nuestro ADN de marca, presentamos estos interesantes resultados que serán liberados públicamente para que todos los actores de la industria puedan tener acceso a ellos”, concluyó.

El informe, denominado “Estudio de Electromovilidad en Chile: un Zoom a la Percepción del Consumidor”, da a conocer que 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, donde la movilidad cero emisiones se presenta como un símbolo de futuro y de un mundo mejor.

Sin embargo, los principales hallazgos demuestran que para avanzar en la electromovilidad se deben abordar grandes e importantes desafíos que son accionables a nivel local: una educación colectiva acerca de esta materia, lo que se traduce en mayor información sobre los beneficios y aportes a las personas, al país y la sociedad; fortalecimiento de los incentivos, es decir, estimular el acceso y la venta desde precios más accesibles e incentivos tributarios; y robustecer la red de carga rápida a nivel nacional con presencia de actores de todos los sectores.

Por su parte, Olga Mardones, c onsultora senior y líder Práctica Investigación Estratégica de Almabrandts, señala que “al considerar que éste es el primer estudio sobre electromovilidad desde la percepción de los consumidores, es clave abordar el desafío de la educación en esta materia, en donde las marcas pueden jugar un rol relevante, comunicando beneficios, fortaleciendo la idea de ser un aporte al planeta y la sociedad, y cómo esto se conecta con el propósito de las marcas y sus estrategias de sostenibilidad”.

Es importante destacar que el primer estudio de electromovilidad se realizó bajo una metodología integrada tanto cualitativa como cuantitativa con un total de 16 entrevistas en profundidad y 423 encuestas online respectivamente. El perfil de la muestra consideró a hombres y mujeres entre 25 y 70 años de edad, actuales dueños de automóviles híbridos enchufables y eléctricos (20%), además de potenciales usuarios de esta tecnología, con el fin de recabar información sobre sus percepciones y conocimiento en torno a la electromovilidad.

Electromovilidad como símbolo de futuro y un mundo mejor

El “Estudio de Electromovilidad en Chile: un Zoom a la Percepción del Consumidor”, se divide en diferentes capítulos que sintetizan la percepción de los encuestados en torno a la movilidad cero emisiones y explican por qué la electromovilidad no ha progresado como debería en nuestro país.

Al preguntarle a los consumidores cuáles son para ellos los principales beneficios en torno a la movilidad eléctrica, un 66% señala que reduce la contaminación y aportaría al cuidado del medioambiente y el planeta. Mientras que, un 42% percibe la movilidad cero emisiones como un ahorro económico a mediano y largo plazo, y un 17% considera que los automóviles eléctricos aportan confort al conducir, sin emitir ruidos ni vibraciones.

A ello, se suman de manera paralela los principales motivadores de la electromovilidad para las personas, que se asocian a la contribución medioambiental siendo parte del progreso, vanguardia, evolución y desarrollo de la sociedad, al mismo tiempo que se perciben los aspectos positivos que esta alternativa entrega.

El zoom a la percepción del consumidor sobre la electromovilidad, arrojó que el desconocimiento es una de las principales barreras para avanzar en el futuro de la movilidad cero emisiones. El 55%, es decir, más de la mitad de las personas encuestadas, declaró tener un bajo o nulo conocimiento sobre este tema, considerando la falta de información como el principal argumento para no ingresar a este segmento.

Ante esto, el informe señala que a mayor conocimiento, existe una mayor disposición a la compra. Esto se traduce en que uno de los grandes desafíos gira en torno a las comunicaciones y a las formas de lograr incentivar a los segmentos menos involucrados con este tema.

Por ejemplo, las mujeres de regiones entre 45 y 54 años, que según el estudio, son las que menos información manejan al respecto. Otra barrera de acceso, está asociada a que la electromovilidad es percibida como una tecnología poco accesible para las personas. El 42% de las personas señala que la movilidad eléctrica no está al alcance de todos.

El 42% de las personas señala que la movilidad eléctrica no está al alcance de todos. El 42% de las personas señala que la movilidad eléctrica no está al alcance de todos.

Actualmente, el precio de los automóviles cero emisiones en Chile tiene un valor promedio de 18 millones de pesos, a diferencia de los 22 millones de pesos que podría costar un modelo con motor de combustión. El estudio destaca que, pese a su diferencia, uno de los principales argumentos para no ingresar a este segmento es la falta de información sobre este tema.

El informe señala que el primer estudio de electromovilidad se realizó bajo una metodología integrada tanto cualitativa como cuantitativa con un total de 16 entrevistas en profundidad y 423 encuestas online respectivamente.

El perfil de la muestra consideró a hombres y mujeres entre 25 y 70 años de edad, actuales dueños de automóviles híbridos enchufables y eléctricos (20%), además de potenciales usuarios de esta tecnología, con el fin de recabar información sobre sus percepciones y conocimiento en torno a la electromovilidad.

Electromovilidad como símbolo de futuro y un mundo mejor</p><p> El “Estudio de Electromovilidad en Chile: un Zoom a la Percepción del Consumidor”, se divide en diferentes capítulos que sintetizan la percepción de los encuestados en torno a la movilidad cero emisiones y explican por qué la electromovilidad no ha progresado como debería en nuestro país. </p><p> Al preguntarle a los consumidores cuáles son para ellos los principales beneficios en torno a la movilidad eléctrica, un 66% señala que reduce la contaminación y aportaría al cuidado del medioambiente y el planeta.

Mientras que, un 42% percibe la movilidad cero emisiones como un ahorro económico a mediano y largo plazo, y un 17% considera que los automóviles eléctricos aportan confort al conducir, sin emitir ruidos ni vibraciones. </p><p> A ello, se suman de manera paralela los principales motivadores de la electromovilidad para las personas, que se asocian a la contribución medioambiental siendo parte del progreso, vanguardia, evolución y desarrollo de la sociedad, al mismo tiempo que se perciben los aspectos positivos que esta alternativa entrega. </p><p> El zoom a la percepción del consumidor sobre la electromovilidad, arrojó que el desconocimiento es una de las principales barreras para avanzar en el futuro de la movilidad cero emisiones.

El 55%, es decir, más de la mitad de las personas encuestadas, declaró tener un bajo o nulo conocimiento sobre este tema, considerando la falta de información como el principal argumento para no ingresar a este segmento. </p><p> Ante esto, el informe señala que a mayor conocimiento, existe una mayor disposición a la compra. Esto se traduce en que uno de los grandes desafíos gira en torno a las comunicaciones y a las formas de lograr incentivar a los segmentos menos involucrados con este tema.

Por ejemplo, las mujeres de regiones entre 45 y 54 años, que según el estudio, son las que menos información manejan al respecto. </p><p> Otra barrera de acceso, está asociada a que la electromovilidad es percibida como una tecnología poco accesible para las personas. El 42% de las personas señala que la movilidad eléctrica no está al alcance de todos.

El 42% de las personas señala que la movilidad eléctrica no está al alcance de todos.

El alto costo y los impuestos relacionados a este tipo de vehículos son considerados como un dolor latente, percibiéndose como un “castigo injustificado” para quienes desean hacer su transición hacia la electromovilidad, sin que existan incentivos reales para el uso de la electromovilidad, por ejemplo, en impuestos y precios. </p><p> Actualmente, el precio de los automóviles cero emisiones en Chile tienen un valor promedio de 59 millones de pesos, a diferencia de los 23 millones de pesos que podría costar un modelo a combustión.

El estudio destaca que, pese a las diferencias, uno de cada tres encuestados estaría dispuesto a comprar un automóvil eléctrico. </p><p> El siguiente punto del informe está vinculado a una red de carga que no avanza como se esperaba, donde el 15% de las personas considera que esta es una de las barreras de ingreso.

Finalmente, las expectativas de mayor autonomía para este tipo de vehículos toman relevancia a la hora de considerar ingresar al segmento, ya que un 8% de los encuestados cree que el rango eléctrico no es suficiente para los viajes largos. </p><p> Los grandes desafíos de la industria automotriz</p><p> El estudio desarrollado por Volvo Car Chile y Altabrandts, plantea que el gran desafío para conseguir una mejor transición energética es construir confianza con base en aquellas fortalezas que este segmento puede aportar, educando a las personas sobre la electromovilidad, sus beneficios y los aportes que puede entregar al entorno, el país y la sociedad. </p><p> Además, el fortalecimiento de los incentivos económicos y valores más accesibles de modelos cero emisiones, podrían estimular este cambio.

Actualmente, Chile es uno de los países con mayor número de cargadores de la región, sin embargo, el estudio considera necesario continuar robusteciendo la red de carga rápida con el fin de otorgar mayor presencia nacional y participación del sector público/privado en esta línea. </p>