LITORALPRESS

Fecha: 11-06-2025
Medio: La Tercera
Supl. : La Tercera - Pulso
Tipo: Noticia general
Título: Los planes de Volvo en Chile para competir en el mercado de la electromovilidad que dominan Tesla y BYD

Pág. : 8
Cm2: 678,8
VPE: $ 6.752.945

Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: No Definida

Los planes de Volvo en Chile para competir en el mercado de la electromovilidad que dominan Tesla y BYD

La firma sueca ya superó en ventas a Tesla este año. Para Rodrigo Espinoza, gerente de Volvo Cars Chile, la empresa ya está cumpliendo su promesa global de electrificación desde 2025.

MARTA QUINTEROS

El mercado de autos en Chile lo ha pasado mal en los últimos años, con ventas estancadas y una economía que no termina de despegar.

En 2024 se vendieron 302.366 unidades nuevas de vehículos livianos y medianos, marcando una caída del 3,7% respecto a 2023, cuando el mercado ya había caído un 20%, según datos de la Asociación Nacional Automotriz de Chile (ANAC).

En ese escenario, Volvo se quiere posicionar en electromovilidad dentro del segmento premium en Chile.

El catálogo de la marca sueca de autos de lujo abarca desde SUV y sedanes hasta vehículos familiares, pero ha apostado cada vez más fuerte en modelos eléctricos e híbridos.

Aunque, diferencia de sus competidores directos en Chile como Tesla o BYD, que están aumentando agresivamente su presencia con una expansión rápida de su red de ventas y lanzamientos constantes de nuevos modelos eléctricos e híbridos enchufables, Volvo está transitando desde los motores a combustión a los eléctricos.

Más bien, es una marca con casi 100 años de historia que decidió apostar fuerte por la electrificación desde 2018, con el compromiso de vender únicamente autos eléctricos e híbridos enchufables a partir de 2025. Y según explicó a **Pulso** Rodrigo Espinoza, gerente de Volvo Cars Chile, aquella meta ya se ha estado cumpliendo.

Rodrigo Espinoza, gerente de Volvo Cars Chile.

LA TERCERA COMPAÑÍA DE AUTOS ELÉCTRICOS EN CHILE

Según cifras de la ANAC, a julio del año pasado, Volvo ya estaba en el tercer lugar de ventas de automóviles eléctricos nuevos, después de Tesla y BYD. Además, según la ANAC, Volvo fue la segunda marca que más comercializó autos híbridos enchufables después de BYD en julio de 2024 con un total de 110 vehículos vendidos en ese segmento del año.

Y este año lo hizo de nuevo. Según el Informe de Ventas de Vehículos Cero y Bajas Emisiones de la ANAC correspondiente a abril pasado, que revela cuáles son los autos eléctricos más vendidos en lo que va del año en el país, Volvo encabezó las ventas de este tipo de auto con su SUV compacto EX30. Lo hizo con 192 unidades comercializadas, superando por un estrecho margen al Tesla Model 3, que acumuló 185 unidades.

Asimismo, el auto híbrido enchufable más vendido en Chile fue el XC60. "Lideramos ambas categorías con dos de nuestros productos. Eso nos tiene muy contentos", expresó a este medio. ¿Cómo lo hizo Volvo, si no nació para competir en el terreno eléctrico?

Para el gerente, aquel progreso está vinculado a las metas que la empresa se colocó en 2018. "Fuimos una de las primeras marcas a nivel global, que básicamente establecieron un compromiso real a transformarse en una marca electrificada. Ya en 2018, en Volvo nosotros dijimos que al 2030 nos íbamos a convertir en una marca 100% electrificada", afirmó.

"Eso significa que nosotros, a partir de 2025, vendemos solamente autos eléctricos e híbridos enchufables. En Chile, eso ya se da. Nos adelantamos a esa meta global que tiene Volvo y, obviamente, ha sido un camino lleno de desafíos, pero también lleno de satisfacción y aprendizaje", añadió el gerente.

LAS LIMITACIONES DEL CONSUMIDOR CON LOS MODELOS ELÉCTRICOS

Consultado por las limitaciones para la marca respecto de sus ventas en Chile, Espinoza dice a este medio que hay dos factores predominantes, según pudieron determinar en un estudio de mercado realizado en 2024: por un lado, está el desconocimiento de la categoría de electromovilidad; y por otro, el precio, determinante en la decisión de cambiarse a un auto eléctrico o no.

"Los autos eléctricos, per se, son un poco más caros porque las baterías, principalmente, son el elemento más caro de un auto eléctrico. El 35% del valor de un auto eléctrico, por lo general, es la batería. Hoy en día, como se está masificando esta tecnología, el precio de las baterías ha ido disminuyendo y ha hecho que, quizás, todavía no estemos al nivel de precio de un auto a combustión, pero esta brecha se ha ido acortando", explica sobre los precios elevados.

Y explica que en general, "la electromovilidad todavía es algo que se ve con un cierto nivel de cautela por parte de los consumidores".

"Obviamente, cada vez crece más, ojalá creciera más rápido, al nivel que se espera, porque Chile se colocó como meta en 2016 el anhelo de vender solamente autos eléctricos en Chile para el 2035. Y esa meta la vemos todavía un poco lejana si no se incorporan algunas medidas, en el fondo, gubernamentales", sugirió.

LAS METAS DE VOLVO PARA 2025

En Chile, Volvo actualmente tiene 8 puntos de venta y postventa, ubicados en La Serena, Viña del Mar, Santiago (con 3 puntos), Concepción, Temuco y Osorno (que se inaugura este mismo martes). Para cerrar el 2025, Volvo planea culminar con un total de 11 puntos, sumando Punta Arenas, Antofagasta y Puerto Montt, según declaró Espinoza.

Para el gerente es relevante destacar que, más que la cantidad, es importante hablar de la calidad de aquellos puntos. "Nosotros tenemos ciertos estándares como marca que definen el mínimo que nosotros tenemos que ofrecer a nuestros clientes en un punto de venta, que quizás puede ser distinto de otras marcas".

Asimismo, la inauguración de todos los puntos de venta "es un plan de inversión que estamos hablando de más de 2.300 metros cuadrados entre todos estos puntos en cuanto a cifras".

En Chile, la marca sueca vendió 1.410 unidades en 2024 y triplicó las ventas de sus modelos electrificados, en línea con su meta global de electrificación desde 2025.

El empuje se dio en un contexto de repunte del mercado local: en mayo de 2025, las ventas de vehículos livianos y medianos crecieron 4,3% interanual, con más de 24 mil unidades. Además, los SUV lideraron el alza (un 13%), mientras que los autos de pasajeros y camionetas continuaron a la baja.