

Fecha: 02-03-2026
Medio: La Tercera
Supl.: La Tercera - Pulso
Tipo: Noticia general
Título: El primer año de Volvo completamente electrificado en Chile: vendió 1.241 unidades en 2025, todas SUV

Pág.: 6
Cm2: 678,5
VPE: \$ 6.750.106

Tiraje: 78.224
Lectoría: 253.149
Favorabilidad: ☐ No Definida

El primer año de Volvo completamente electrificado en Chile: vendió 1.241 unidades en 2025, todas SUV

El año pasado Volvo Cars, en una estrategia regional, eliminó de su portafolio los autos a combustión. Con esto, las ventas se redujeron apenas un 5%, y al considerar solo vehículos de cero o bajas emisiones, mejoraron un 36%, manteniéndose como el segundo operador más relevante en el segmento.



Rodrigo Espinoza,
gerente general de
Volvo Cars Chile.

PAULINA ORTEGA

Rodrigo Espinoza llegó en 2022 a asumir la gerencia general de Volvo Cars Chile, la segunda marca más relevante en el mercado de autos de cero o bajas emisiones, poco después de que Inchcape tomara el control de Ditec, y con ello, la representación de esta y otras tres marcas como Porsche, Jaguar y Land Rover.

Su misión era liderar en Chile una estrategia para que la totalidad del portafolio de Volvo Cars en el país fuera de autos electrificados, eliminando por completo los vehículos de combustión.

Espinoza explica esta decisión por dos principales motivos. Primero, el impacto ambiental, respecto del cual menciona que "más de 1/3 de las emisiones de dióxido de carbono en el ambiente se explica por el sector transporte, y los autos particulares tienen un rol importante en esto. Vamos muy fuerte en la línea de transformar nuestra marca a 100% eléctrica", afirma.

En segundo lugar, menciona que la elec-

tromovilidad "es mucho más eficiente de cara al uso de la energía. El 80% de la energía eléctrica de un auto se transforma en movimiento. Con un auto a combustión solo el 20% de la energía se transforma en movimiento. Esto se ve reflejado en cuánto los usuarios gastan en moverse", añade.

Las inversiones importantes para poder generar este cambio se realizaron entre 2023 y 2024 en el país. Si bien no detalla la cifra, asegura que fueron millones de libras esterlinas. Esto involucró "remodelación de todas las salas de venta con la incorporación de cargadores, y capacitaciones de la electromovilidad para el equipo técnico", detalla.

Así, 2024 fue el último año en el que Volvo vendió autos a combustión en Chile, pero ya en transición para suprimirlos, reduciendo su participación en el mix de ventas. Ya a partir de 2025 se convirtió en una marca únicamente de autos eléctricos o híbridos. Aunque la electrificación del portafolio en Chile ya es una realidad, "fuera de

Latinoamérica casi todos los países tienen un modelo de combustión todavía. Esta es una apuesta que hizo Volvo a nivel regional", explica respecto a la estrategia.

En este nuevo escenario, Volvo vendió un total de 1.241 unidades el año pasado, todas SUV, que es el segmento en el que trabaja. De acuerdo a lo mencionado por el gerente general de la marca en Chile, esto es una disminución del orden de 5% versus lo que se comercializó en 2024, debido al portafolio más reducido al sacar los modelos a combustión. "Prácticamente nada", realiza Espinoza.

Y cuando se consideran sólo los modelos electrificados, se registra un crecimiento de 36%. Parte de esta expansión se debió al buen desempeño del Ex30, suv eléctrico compacto que se convirtió en el más vendido de los BEV (Battery Electric Vehicle, vehículo 100% eléctrico).

Durante el último año se mantuvo como el segundo operador más relevante del segmento de cero o bajas emisiones, de acuerdo

a la información de la Asociación Nacional Automotriz de Chile (Anac), con una participación de 14,2%. Volvo antecede a Tesla (11,3%), pero no logra superar las cifras de la china BYD (17,8%).

Para 2026 esperan crecer más de un 10% en ventas.

LOS DESAFÍOS DE LA INDUSTRIA

Este primer año con un portafolio 100% electrificado fue "desafiante, porque estamos en un país donde sentimos que faltan mayores incentivos gubernamentales para poder vender más autos eléctricos", evalúa el gerente general de Volvo Cars.

"El 2025 cerramos con una participación de autos eléctricos en el total de ventas de autos en Chile de solo 1,8%. Entonces, es desafiante vender autos electrificados. Esto es bien utópico porque Chile siempre se ha caracterizado por ser el jaguar de Latinoamérica, el país más avanzado, más tecnológico, más próspero y esto no se ha reflejado en este aspecto. En Uruguay el año pasado casi el 20% de la venta fueron autos eléctricos", ejemplifica Espinoza.

El ejecutivo destaca lo que ha ocurrido, por ejemplo, en el transporte público, donde más de la mitad de los buses que circulan en la capital son eléctricos, en cambio, menos del 1% del parque automotriz es de esta modalidad, según expone Espinoza.

"No estamos generando las políticas que incentivan a los usuarios a subirse más rápido a esta tecnología", cuestiona.

En ese sentido apunta a que, para impulsar el mercado y acelerar su crecimiento, el gobierno podría eliminar transitoriamente el IVA a los autos eléctricos. Por otro lado, también menciona la necesidad de una mayor inversión estatal en infraestructura de carga pública, puesto que gran parte de las iniciativas en esta línea ha sido de privados, como Empresas Copec.

"Acá no hay que descubrir la rueda. Básicamente hay que tocar ciertas teclas para que la gente se sienta con más confianza", dice Rodrigo Espinoza.

Pese a la falta de incentivos y lo pequeño que es el parque eléctrico e híbrido frente a los autos de combustión, Chile representa el 20% de la facturación de Volvo Cars en América Latina, excluyendo países como Brasil y México. ●