LITORALPRESS

Fecha: 26-06-2025
Medio: Revista Electricidad
Supl. : Revista Electricidad
Tipo: Noticia general
Título: ¿Qué falta para dar el salto masivo?

Pág. : 80
Cm2: 512,0

Tiraje: Sin Datos
Lectoría: Sin Datos
Favorabilidad: No Definida

RADIOGRAFÍA AL MERCADO DE VEHÍCULOS ELÉCTRICOS DEL PAÍS:

¿Qué falta para dar el salto

Las ventas de vehículos eléctricos en Chile muestran cifras históricas. Según datos entregados por Diego Mendoza, secretario general de la Asociación Nacional Automotriz de Chile (ANAC), "a mayo de este año, la venta de vehículos electrificados enchufables representa hoy el 2,6% de las ventas en el país, acercándose a las casi tres mil unidades vendidas en los primeros cinco meses del año".

En ese mismo período, el ranking de marcas es liderado por Tesla, con 412 vehículos eléctricos inscritos. Le siguen BYD (317) y Volvo (277). Sin embargo, al sumar los híbridos enchufables (PHEV), BYD pasa al primer lugar, totalizando 647 unidades inscritas. Mendoza detalla que "en Chile existen hoy 51 marcas de autos que ofrecen vehículos electrificados enchufables con alguna de estas dos tecnologías, y se alcanzan 59 marcas si se suman las que ofrecen modelos no enchufables, como híbridos o microhíbridos".

LITORALPRESS

Fecha: 26-06-2025
Medio: Revista Electricidad
Supl. : Revista Electricidad
Tipo: Noticia general
Título: ¿Qué falta para dar el salto masivo?

Pág. : 81
Cm2: 524,0

Tiraje: Sin Datos
Lectoría: Sin Datos
Favorabilidad: No Definida

“Faltan correcciones tributarias importantes, como eliminar el impuesto al lujo y permitir que el auto eficiente sea gasto aceptado en una Pyme o empresa”, Diego Mendoza, secretario general de la Asociación Nacional Automotriz de Chile (ANAC).

Desde ANAC precisan que las principales regiones que concentran la venta de vehículos eléctricos son la Región Metropolitana, Valparaíso y Biobío, debido principalmente a la mayor presencia de infraestructura de carga, redes de distribución automotriz y concentración de empresas.

“Hay diversas barreras a la masificación de lo eléctrico en Chile”, expone Mendoza. Entre ellas, menciona “la percepción de que la electromovilidad es inaccesible para un comprador habi-

LITORALPRESS

Fecha: 26-06-2025
Medio: Revista Electricidad
Supl. : Revista Electricidad
Tipo: Noticia general
Título: ¿Qué falta para dar el salto masivo?

Pág. : 82
Cm2: 523,5

Tiraje: Sin Datos
Lectoría: Sin Datos
Favorabilidad: No Definida

tual, la falta de infraestructura de recarga, y el precio de los modelos". A pesar de esto, destaca que "esto se ha ido corrigiendo con la llegada de vehículos a precios más competitivos, incluso algunos más económicos que un vehículo similar a combustión interna".

Factores que inciden en la compra

Desde la mirada técnica, Carolina Vladilo, vicepresidenta de la Comisión de Transportes del Colegio de Ingenieros y experta en electromovilidad, resalta que la decisión de compra en Chile es "multifactorial, pero los elementos que influyen más significativamente son el precio inicial y operacional, seguido por la autonomía del vehículo".

Según Vladilo, "existe una ansiedad de autonomía entre los potenciales compradores, preocupados por la disponibilidad de infraestructura de carga y la capacidad de recorrer distancias sin inconvenientes". A juicio de la experta, una autonomía superior a 300 kilómetros suele ser el umbral psicológico que genera confianza.

Ambos coinciden en que la infraestructura de carga sigue siendo un punto pendiente. "Hoy en Chile se ha crecido en redes de carga pública y domiciliaria, por lo que es un aspecto que se está abordando adecuadamente", afirma Mendoza. "Por cierto que hay que crecer bastante, en especial en carreteras y en regiones", puntualiza.

En el análisis de Vladilo, "la percepción de disponibilidad de puntos de

FOTO: GENTILEZA ANAC

DIEGO MENDOZA,

secretario general de la Asociación Nacional Automotriz de Chile (ANAC).

FOTO: GENTILEZA CAROLINA VLADILO

CAROLINA VLADILO,

vicepresidenta de la Comisión de Transportes del Colegio de Ingenieros.

LITORALPRESS

Fecha: 26-06-2025
Medio: Revista Electricidad
Supl. : Revista Electricidad
Tipo: Noticia general
Título: ¿Qué falta para dar el salto masivo?

Pág. : 83
Cm2: 515,4

Tiraje: Sin Datos
Lectoría: Sin Datos
Favorabilidad: No Definida

FOTO: FREEPIK

> **"El precio inicial es el factor dominante, aunque el costo total de propiedad a largo plazo es menor gracias al ahorro en combustible y mantenimiento", Carolina Vladilo, vicepresidenta de la Comisión de Transportes del Colegio de Ingenieros.**

carga públicos y la facilidad de instalar un cargador domiciliario son fundamentales. La falta de un ecosistema de carga robusto genera barreras".

Respecto a los elementos que definen la confianza en una marca, Vladilo comenta que "la confianza se atribuye a una combinación de factores: pionerismo, respaldo tecnológico, relación precio-calidad percibida, solidez de la red de postventa y la capacidad de la marca para mitigar las preocupaciones clave de los compradores de vehículos eléctricos".

Entre las diferencias por origen de marca, Vladilo dice que "los compradores de marcas europeas buscan principalmente prestigio, calidad de construcción, diseño premium y tecnología de vanguardia", mientras que en el caso de las marcas chinas, el foco está en "la relación precio-autonomía, democratizando el acceso a la electromovilidad".

Elemento tributario

En cuanto a los incentivos tributarios, desde ANAC destacan que aún existe espacio para mejoras. "Faltan

LITORALPRESS

Fecha: 26-06-2025
Medio: Revista Electricidad
Supl. : Revista Electricidad
Tipo: Noticia general
Título: ¿Qué falta para dar el salto masivo?

Pág. : 84
Cm2: 536,1

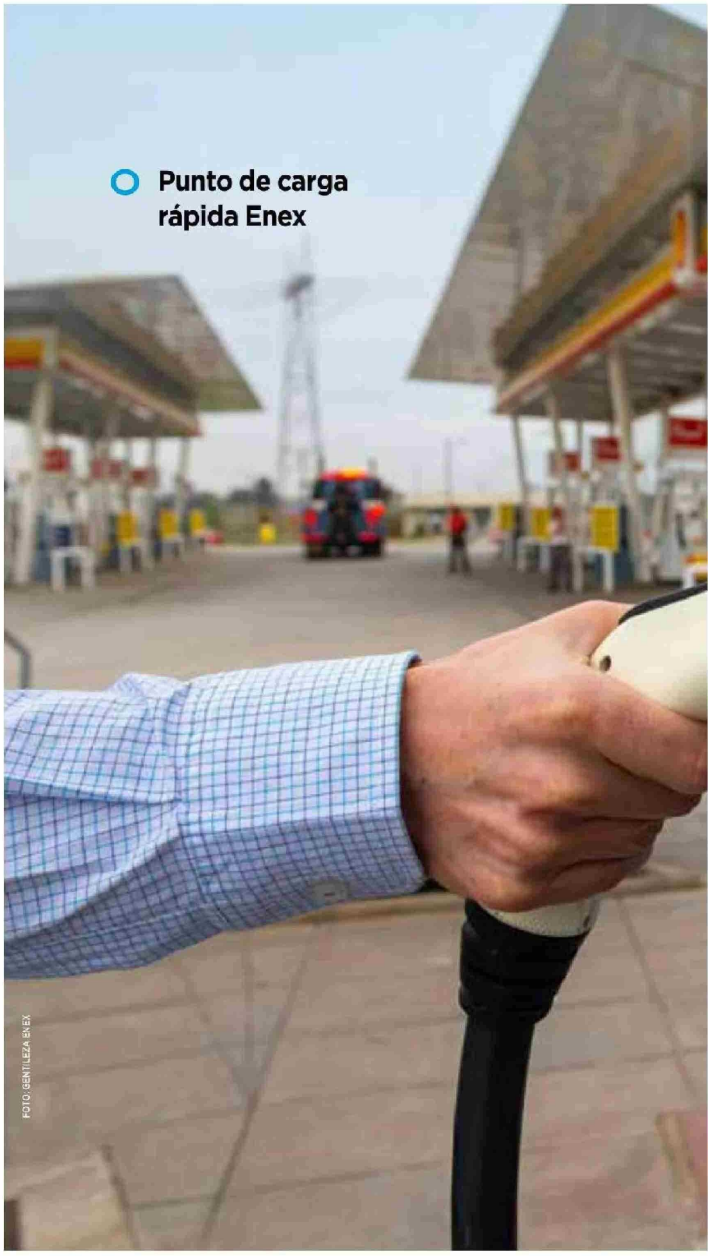
Tiraje: Sin Datos
Lectoría: Sin Datos
Favorabilidad: No Definida

correcciones tributarias importantes, como permitir aprovechar el IVA, eliminar el impuesto al lujo en vehículos electrificados, o permitir que el auto eficiente sea gasto aceptado en una Pyme o empresa pequeña y mediana", sostiene Mendoza. Añade que estas medidas serían "señales potentes que permitirían crecer en volumen y avanzar en una reducción en emisiones contaminantes".

Sentimiento por la marca

Sobre la relación del público con las marcas, Vladilo sostiene que "los consumidores en Chile están predominantemente en una etapa de exploración en el segmento de vehículos eléctricos, pero con claros indicios de una emergente fidelización". Asimismo, explica que "la mayoría de los compradores de vehículos eléctricos son aún primerizos en esta tecnología, por lo que están abiertos a considerar diversas opciones que cumplan con sus requisitos de precio, autonomía y funcionalidad".

En esa línea, asevera que "Tesla ha logrado una fidelización temprana y fuerte. Sus usuarios no solo compran un auto, sino que entran a un ecosistema. La experiencia de usuario, las actualizaciones de software y la red de carga crean un vínculo que hace difícil que un propietario de Tesla considere otra marca". Sobre BYD, sostiene que "si mantienen su propuesta de valor agresiva —precio, autonomía, tecnología de batería propia— tienen un gran potencial para generar una fidelización importante, especialmente entre los segmentos que valoran la accesibilidad y la innovación".



Punto de carga rápida Enex

FOTO GENTILEZA ENEX

En relación con el futuro de este mercado, Vladilo menciona que "a medida que las marcas logren resolver las principales barreras de entrada (precio y ansiedad de autonomía) y

LITORALPRESS

Fecha: 26-06-2025
Medio: Revista Electricidad
Supl. : Revista Electricidad
Tipo: Noticia general
Título: ¿Qué falta para dar el salto masivo?

Pág. : 85
Cm2: 531,5

Tiraje: Sin Datos
Lectoría: Sin Datos
Favorabilidad: No Definida

“Hay diversas barreras a la masificación de lo eléctrico: la percepción de inaccesibilidad, la falta de infraestructura y el precio de los modelos”, Diego Mendoza, secretario general de la Asociación Nacional Automotriz de Chile (ANAC).

ofrezcan una experiencia diferenciadora (tecnología, ecosistema), construirán rápidamente una base de clientes leales”.

Desde ANAC, Mendoza recalca que “Chile ha avanzado bastante en electromovilidad en los últimos años, pero necesitamos correcciones tributarias e incentivos claros si queremos acelerar el proceso y cumplir las metas de reducción de emisiones para 2035”.

Tanto de ANAC como desde la Comisión de Transporte del Colegio de Ingenieros coinciden en que, si bien se ha avanzado en infraestructura, oferta de modelos y confianza de marca, la masificación del vehículo eléctrico en Chile todavía necesita un impulso decidido desde las políticas públicas.