

Cómo lograr la aceptación
¿Se subirán los
consumidores a la ola
de los vehículos eléctricos?



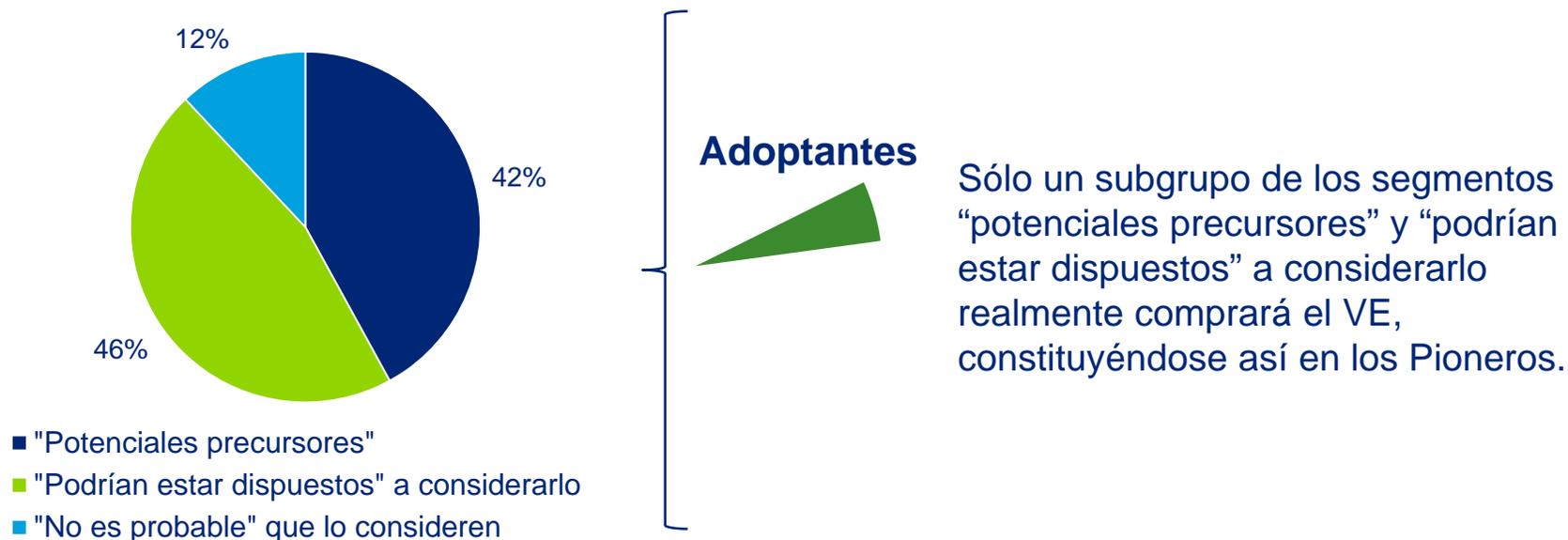
Resumen de los puntos más destacados de la encuesta a consumidores argentinos

- Para más del 90% de los encuestados, tanto la conveniencia en la carga como la autonomía y el costo de la carga resultaron consideraciones sumamente importantes o muy importantes respecto de los vehículos eléctricos (VE).
- La gran mayoría de los encuestados planteó requerimientos con los que actualmente no cumple ningún VE puro del mercado:
 - Sobreprecio de no más de ARS 2.000 por encima de un MCI (Motor de Combustión Interna) comparable: 63%.
 - Autonomía mínima de 320 km: 68%.
 - Tiempo máximo de carga de dos horas: 74%.
 - Disponibilidad generalizada de estaciones públicas de carga: 71-93%.
- El 55% de los encuestados Dispuestos a Considerarlo dijeron que no pagarían más dinero por un VE.
 - Y otro 11% sólo estaría dispuesto a pagar un sobreprecio de hasta ARS 2.000.
- Si la eficiencia del combustible es de más de 32 km por litro en los MCI, la mayoría de las personas (80%) se mostraría menos dispuesta a comprar un VE.
- Sin embargo, si el precio de los combustibles fuera superior a los ARS 6,70 por litro, se mostraría más dispuesta (84%) a considerar la compra de un VE.

Resumen de los puntos más destacados de la encuesta a consumidores argentinos (cont.)

- Los consumidores argentinos parecen estar cada vez más informados sobre el VE.
 - Más del 66% de los encuestados manifestó que estaba algo informado sobre el VE, pero sólo el 7% estaba sumamente informado o muy informado.
 - Entre los Potenciales Precursores, el 12% dijo que estaba sumamente informado o muy informado.
 - En términos comparativos, casi la mitad de los encuestados europeos dijo que estaba algo informada sobre el VE, y sólo el 10% se definió como sumamente informado o muy informado.
- La mayoría de los encuestados argentinos ven al VE como mejor que el MCI (motor de combustión interna) en lo que respecta al impacto ambiental (90%), eficiencia de combustible/costo de carga de batería (69%), tecnología probada (62%) y conveniencia para recargar (54%). Pero el MCI fue visto como mejor en su autonomía antes de la recarga de combustible/batería (53%), con mejores probabilidades de ser fabricado en el país (46%) y con un mejor precio de adquisición (44%).
 - La percepción más común fue que el VE era “verde y limpio” (91%), mientras que dos tercios de los encuestados también percibieron al VE como operativamente económico (75%) y seguro (67%).
- Los encuestados dijeron que era más probable que utilizaran el VE para viajes locales cortos (29% promedio del tiempo esperado de manejo) o para ir a trabajar (27% promedio del tiempo esperado de manejo).
- La Vida Útil Completa (VUC) de la batería, así como la facilidad/costo para cambiarla serán factores importantes a medida que los consumidores comiencen a contemplar el costo total de propiedad.

¿Interés de los consumidores argentinos en el VE? ¿Quiénes lo adoptarán?



Fuente: Grupo Global de la Industria de Manufactura de Deloitte. Encuesta mundial vehículos eléctricos. 2011.

Mensajes principales

- Si bien el 42% de los encuestados indicó que era "Potenciales precursores", esperamos que un subgrupo aún menor se transforme realmente en Pioneros debido al desfase entre las expectativas respecto de la autonomía del VE, tiempo para la carga y costos.
- A más largo plazo, esperamos que la Mayoría Inicial (adopción masiva) surja del 88% de la población que hoy constituye los potenciales precursores y los que podrían estar dispuestos a considerar un VE.

Los ‘potenciales precursores’ y los que ‘podrían estar dispuestos’ a considerarlo están preocupados por el ambiente, tienen un buen nivel de educación y son urbanos

Perfil de ‘potenciales precursores’					
Percepción del VE	Educación	Información sobre VE	Ubicación	Ingresos	Sexo
“Verde y Limpio”	32% terciarios o superiores	12% Muy informado	Urbano	31% >ARS 100.000	50% Hombres

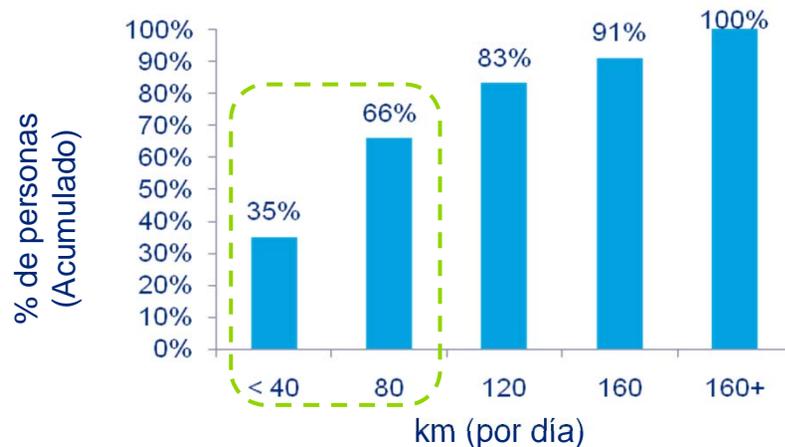
- Se consideran ambientalmente conscientes, preocupados por la dependencia del petróleo extranjero, marcadores de tendencia y familiarizados con la tecnología.
- Vieron al VE como muy superior en dimensiones positivas tales como verde y limpio, operativamente económico, seguro, caro para comprar, práctico y elegante.
- Este grupo se ve a sí mismo como marcador de tendencias, pero también es sensible a los incentivos gubernamentales y a consideraciones tales como consumo de combustible/costo de carga.
- Los Potenciales Precursores se mostraron más proclives que otros a calificar al VE como mejor que el MCI en áreas tales como calidad global, fabricación nacional, precio de compra/pago mensual y tecnología probada.

Perfil de ‘podrían estar dispuestos’ a considerarlo					
Percepción del VE	Educación	Información sobre VE	Ubicación	Ingresos	Sexo
“Verde y Limpio”	41% terciarios o superiores	5% Muy informado	Urbano	29% >ARS 100.000	50% Hombres

- Los Podrían Considerarlo tenían menos información sobre el VE que los Potenciales Precursores.
- Los Potenciales Precursores eran algo más jóvenes que los ‘podrían estar dispuestos’ a considerarlo.

La distancia real de manejo es inferior a 80 km por día para casi el 66% de las personas...

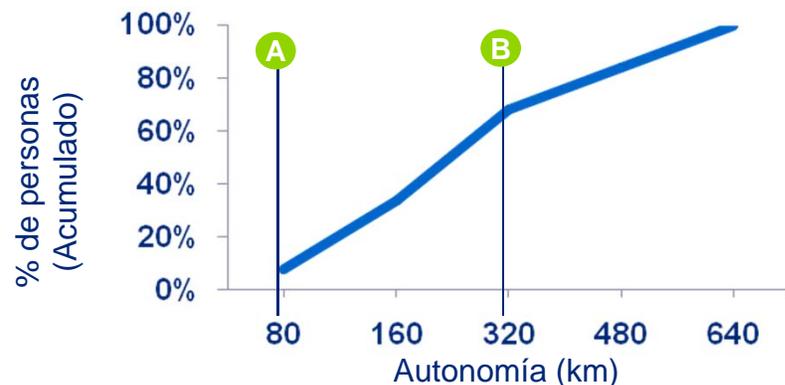
Distancia Típica de Manejo (por día de semana)



Distancia del viaje

- La mayoría de las personas viaja menos de 80 km por día.
- El VE con una autonomía de 80 km podría satisfacer las necesidades diarias del 66% los días de semana y del 56% los fines de semana.

Autonomía Requerida para la población total



Ansiedad de autonomía

- El 68% del total de la población encuestada esperaría que un vehículo eléctrico pudiera llegar hasta 320 km antes de considerar su compra.
- **A** La distancia típica de manejo (para el 66% de los encuestados)
- **B** Expectativas de autonomía de los consumidores (para el 68% de los encuestados)

Fuente: Grupo Global de la Industria de Manufactura de Deloitte. Encuesta mundial vehículos eléctricos. 2011.

La ansiedad por la autonomía es un tema que se repite

La mayoría de las personas espera que el tiempo de carga del VE sea de no más de 2 horas ...

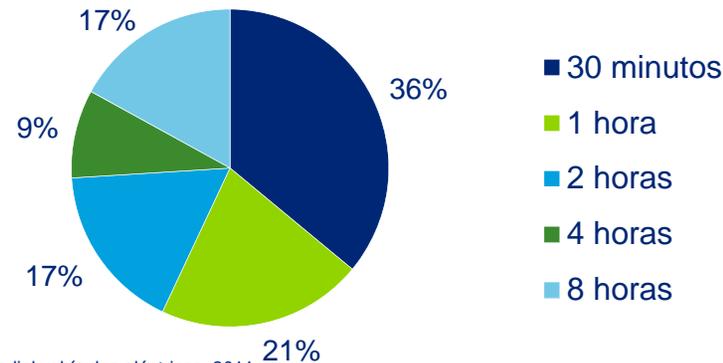
Importancia de la posibilidad de cargar el VE en diferentes lugares



Conveniencia y tiempo de carga

- El 91% consideraría la posibilidad de cargar en la casa como sumamente/muy importante, pero muchos no tienen acceso o desconocen si tienen acceso a un tomacorriente de 240V para poder cargar desde su hogar.
- A casi tres cuartos (74%) les pareció que, para comprar un VE, el tiempo máximo que considerarían para recargar totalmente la batería sería de dos horas.

Tiempo máximo aceptable para recargar completamente la batería del VE

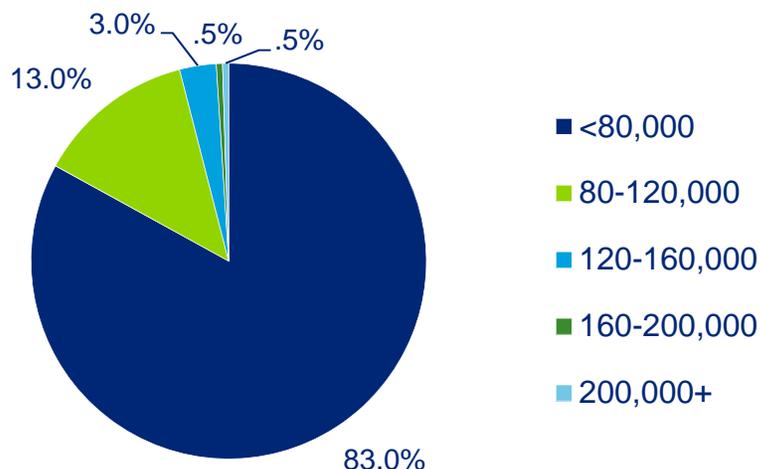


Fuente: Grupo Global de la Industria de Manufactura de Deloitte. Encuesta mundial vehículos eléctricos. 2011.

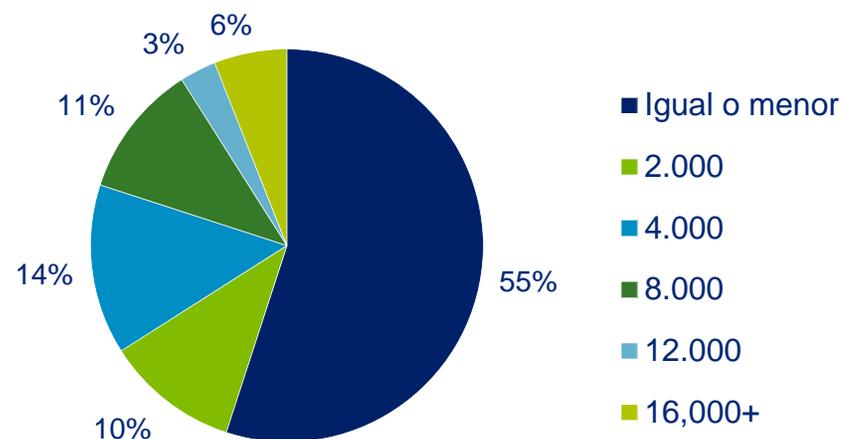
Las expectativas por el tiempo de carga también pueden ser un tema.

Los 'Dispuestos a Considerarlo' NO están dispuestos a pagar un gran sobreprecio, si es que aceptan pagarlo

Precio esperado de compra de VE después de incentivos gubernamentales (en ARS)



Sobreprecio aceptable (en ARS)



Fuente: Grupo Global de la Industria de Manufactura de Deloitte. Encuesta mundial vehículos eléctricos. 2011.

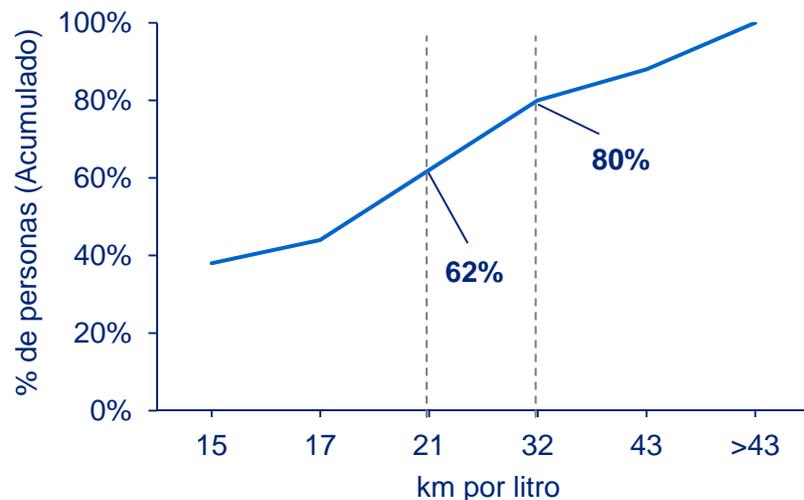
Mensajes Principales

- Más de tres cuartos (83%) del segmento 'podrían estar dispuestos' espera pagar menos de ARS 80.000, neto de los incentivos del gobierno.
- Más de la mitad (55%) del segmento 'podrían estar dispuestos' a considerarlo espera pagar lo mismo o menos por un VE, mientras otro 11% sólo estaría dispuesto a pagar un sobreprecio de hasta ARS 2.000.

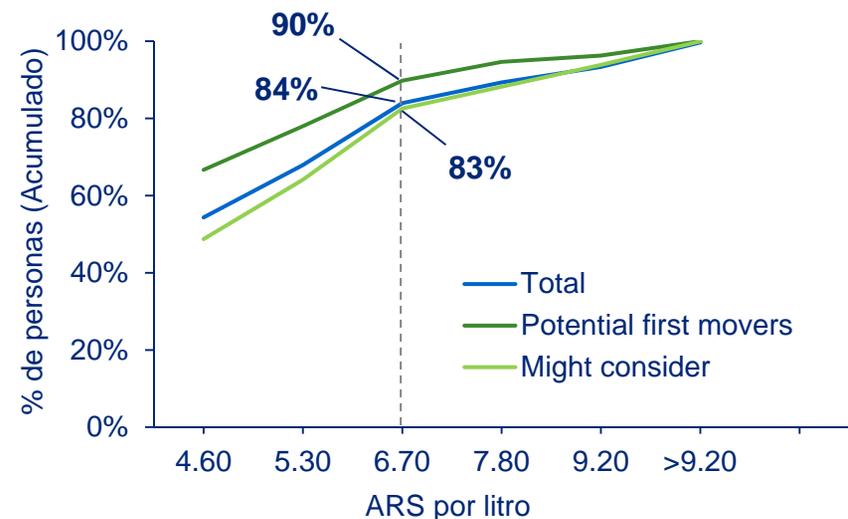
Las expectativas sobre el sobreprecio pueden ser un tema recurrente.

La buena disposición para considerar un VE depende en gran medida de las 'alternativas' vinculadas con el MCI

Pregunta: Si los vehículos con motores a nafta o gasoil del tamaño, rendimiento y demás características de su preferencia pudieran lograr lo siguiente, ¿en qué punto sería **menos** probable que usted evaluara la compra o alquiler con opción a compra de un VE?



Pregunta: ¿A qué precio del litro de nafta o gasoil sería **más** probable que usted evaluara la compra o alquiler con opción a compra de un vehículo eléctrico (VE)?



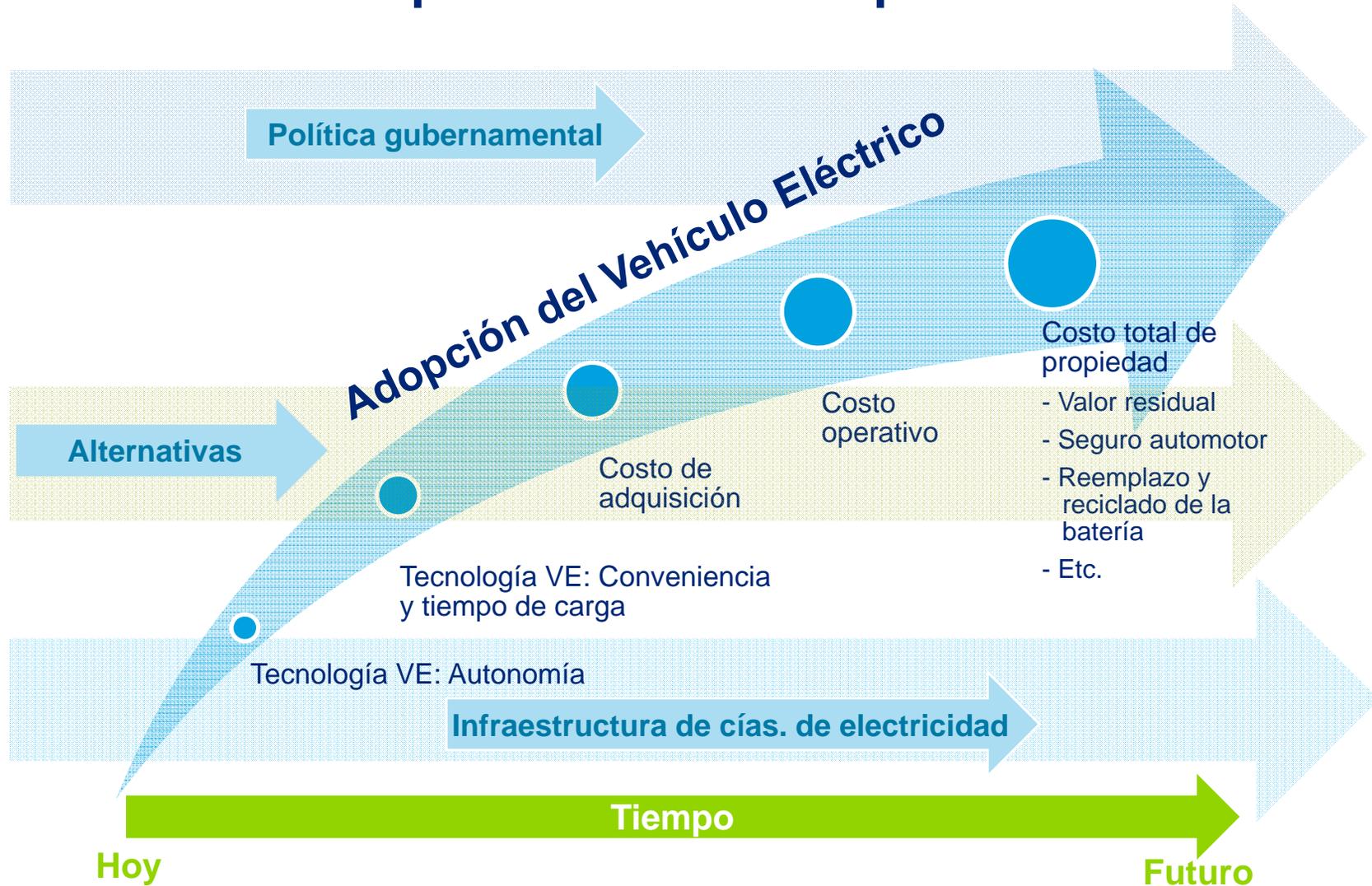
Fuente: Grupo Global de la Industria de Manufactura de Deloitte. Encuesta mundial vehículos eléctricos. 2011.

Mensajes principales

- Si el MCI promediara los 32 km por litro, el 80% de las personas mostraría mucha **menos** probabilidad de considerar un VE.
- A medida que aumenta el precio de la nafta, los consumidores muestran mayor probabilidad de considerar la compra/leasing de un VE; A ARS 6,70 el litro, el 84% de los consumidores muestra mayor probabilidad de considerar un VE.

Los adelantos en el MCI y el precio de la nafta tendrán un impacto significativo en la adopción del VE

Si bien el VE es considerado mejor que el MCI en diversos aspectos, ¿qué es lo que en definitiva va a determinar la adopción del VE en la próxima década?



Fuente: Grupo Global de la Industria de Manufactura. Encuesta mundial vehículos eléctricos. 2011.

¿Los consumidores están interesados en el VE? ¿Lo comprarán?



Fuente: Grupo Global de la Industria de Manufactura de Deloitte. Encuesta mundial vehículos eléctricos. 2011.

Mensajes Principales

- En todo el mundo existe un porcentaje significativo de consumidores que se identifican como ‘potenciales precursores’ o ‘podrían estar dispuestos’ a considerar un VE, variando entre un mínimo de 48% en Japón y un máximo de 93% en China e India.
- Pero, cuando las respuestas de los consumidores en términos de sus actuales expectativas de autonomía del VE, tiempo de carga, precio de compra y demás consideraciones se analizan respecto de las ofertas actuales de VE en el mercado, el porcentaje real de consumidores cuyas expectativas se satisfarían hoy en día cae a menos del 4% en la mayoría de los principales mercados automotrices del mundo.
- Durante la próxima década, las políticas gubernamentales, con igual o más importancia que la tecnología del VE, determinarán las tasas de adopción de los consumidores.



Acerca de Deloitte

Deloitte hace referencia a una o más firmas de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, una sociedad de responsabilidad limitada inscrita en el Reino Unido y que no opera en bolsa, y a su red de firmas miembro, cada una de las cuales es una entidad jurídicamente distinta e independiente. Para obtener una descripción más detallada de la estructura jurídica de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro, sírvase visitar www.deloitte.com/.

Deloitte brinda servicios de asesoría financiera, consultoría, impuestos y auditoría a clientes públicos y privados que abarcan diferentes industrias. Con una red conectada internacionalmente de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte provee capacidad de clase mundial y un gran conocimiento específico local que permite que sus clientes tengan éxito en cualquier lugar del mundo en el que operen. Los aproximadamente 170.000 profesionales que actúan en Deloitte están comprometidos a transformarse en la norma de excelencia.

Grupo Global de la Industria de Manufactura de Deloitte Touche Tohmatsu Limited

El Grupo Global de la Industria de Manufactura de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL) está formado por más de 750 firmas miembro y 12.000 profesionales de la industria en más de 45 países. El gran conocimiento industrial del grupo, su experiencia en línea de servicio y su liderazgo de opinión le permiten solucionar complejos problemas de negocios con clientes de las firmas miembro en todos los rincones del mundo. Las firmas miembro de Deloitte captan, desarrollan y retienen a los mejores profesionales y les inculcan un conjunto de valores compartidos centrados en la integridad, valor a los clientes y compromisos entre sí y fortaleza a partir de la diversidad. Las firmas miembro de Deloitte atienden profesionalmente al 84 por ciento de las compañías manufactureras que figuran en Fortune Global 500®, incluso al 90 por ciento de las 30 compañías automotrices internacionales. Para mayor información sobre el Grupo Global de la Industria de Manufactura, sírvase visitar www.deloitte.com/manufacturing.