



Trabajo final para la obtención del grado de  
**Magíster en Comunicación Política y Asuntos Públicos**  
**Universidad Adolfo Ibáñez**

Campaña

**ESTRATEGIA DE COMUNICACIONES Y ASUNTOS PÚBLICOS PARA PROMOVER LA  
ELECTROMOVILIDAD EN CHILE**

Alumnos/as:

Natalie Castro López

Profesora/a guía:

Alberto Precht Rorris

03 de agosto de 2023

## ÍNDICE

### Resumen

#### PRIMERA PARTE

##### *Fundamentos, objetivos y metodología*

1. Presentación
2. Fundamentos y objetivos del trabajo final de grado
3. Métodos y datos
  - a. Revisión de literatura
  - b. Análisis cuantitativo: público objetivo y enfoque de campaña
  - c. Análisis cualitativo: entrevistas en profundidad a expertos
  - d. Análisis de entorno

#### SEGUNDA PARTE

##### *Marco Teórico, Diagnóstico y Análisis de Entorno*

1. Marco teórico
  - a. Conceptos generales de la electromovilidad
  - b. Desarrollo de la electromovilidad a nivel global
  - c. Experiencias de éxito
  - d. Llegada de la electromovilidad a Chile
  - e. Compromisos gubernamentales
  - f. Legislación vigente en relación con la electromovilidad
2. Análisis de stakeholders
  - a. Principales stakeholders involucrados
  - b. Mapa de stakeholders
3. Análisis de entorno
  - a. Evolución del Parque Automotriz eléctrico en Chile
  - b. Obstáculos del desarrollo de la electromovilidad en Chile
  - c. Análisis general de la comunicación de electromovilidad
  - d. Análisis de entorno político económico y social del país

4. Diagnóstico
  - a. Análisis FODA
  - b. Análisis PESTLE

### **TERCERA PARTE**

#### ***Plan Integral de Comunicaciones para promover la adquisición de vehículos eléctricos***

1. Diseño estratégico
  - a. Antecedentes generales estrategia de comunicaciones
  - b. Planificación por objetivos específicos, ámbitos de acción y carta gantt
  - c. Resultados esperados

### **BIBLIOGRAFÍA**

### **ANEXOS**

## **Resumen**

La electromovilidad ya no es un concepto nuevo en nuestras vidas, diferentes países han comenzado a implementar con mayor o menor celeridad y Chile no se ha quedado atrás en su implementación, en el año 2017 se implementa la primera Estrategia Nacional de Electromovilidad, marcando la primera hoja de ruta de como poder ir preparándonos para implementar un parque automotriz de cero y bajas emisiones de CO2.

Esto abrió las puertas a que diversas empresas automotrices llegaran con una mayor gama de vehículos eléctricos al país y la adopción de ellos por parte de los usuarios comenzara a avanzar. En 2021 se actualiza dicha Estrategia Nacional de Electromovilidad con objetivos mucho más claros en busca de llegar a la carbono neutralidad a 2050. Sin embargo, la meta parece estar lejana aún debido a diversos factores tales como desconocimiento de la tecnología, altos costos, red de carga y por sobre todo falta de incentivos para la adquisición de vehículos eléctricos.

Este trabajo busca aportar con la información necesaria para dar a conocer la importancia de fortalecer la necesidad de generar este recambio paulatino en busca de llegar a la carbono neutralidad. El presente documento muestra a través de un marco teórico como ha avanzado la electromovilidad a nivel global, experiencias de éxito, como se ha desarrollado en Chile, legislación vigente y obstáculos actuales.

Tras un diagnóstico del panorama, se propone una campaña enfocada en una estrategia de comunicaciones y asuntos públicos que busca mostrar los beneficios de la electromovilidad, educar a los potenciales usuarios y la necesidad de incentivos a través de la modificación de la Circular N°5 del SII sobre exención de IVA y la modificación de la Ley 21.305 de Eficiencia Energética.