



## Estudio Global del Consumidor Automotriz 2025

Resultados clave: Argentina

Febrero 2025

# Resultados clave



1

La inercia de los vehículos eléctricos de batería (BEV) permanece estancada en la mayoría de los mercados globales y, por el contrario, aumenta el interés en los vehículos con motores de combustión interna e híbridos. El interés de los consumidores por los híbridos completos está ganando impulso en varios mercados globales a medida que los consumidores buscan **“la mejor solución de ambos mundos”** para reducir costos de combustible y emisiones sin la necesidad de infraestructura de carga.

En Argentina, **7 de cada 10** consumidores encuestados prefiere vehículos con motor de combustión interna, seguido de vehículos híbridos.

2

La intención de cambiar de marca de vehículo está aumentando en muchos mercados de todo el mundo. El porcentaje de consumidores encuestados que tienen la intención de **cambiar de marca** la próxima vez que busquen un vehículo **aumentó interanualmente** en varios mercados, lo que indica la necesidad de **construir relaciones sólidas con los clientes**.

El **59%** de los encuestados en Argentina desea cambiar de marca de vehículo.

3

Los vehículos autónomos vuelven a estar a la vista, pero persisten las preocupaciones de los consumidores. Una visión cambiante del **entorno regulatorio** que rige el desarrollo de la tecnología autónoma en algunos mercados globales puede **facilitar el despliegue de flotas de vehículos autónomos**, pero más de la mitad de los encuestados a nivel global siguen preocupados sobre su seguridad. **La integración de la inteligencia artificial (IA) en los sistemas de los vehículos para habilitar funciones de conducción autónoma se considera benéfica, especialmente en los mercados de Asia Pacífico.**

En Argentina, **60 %** de los consumidores consideran benéfica la integración.

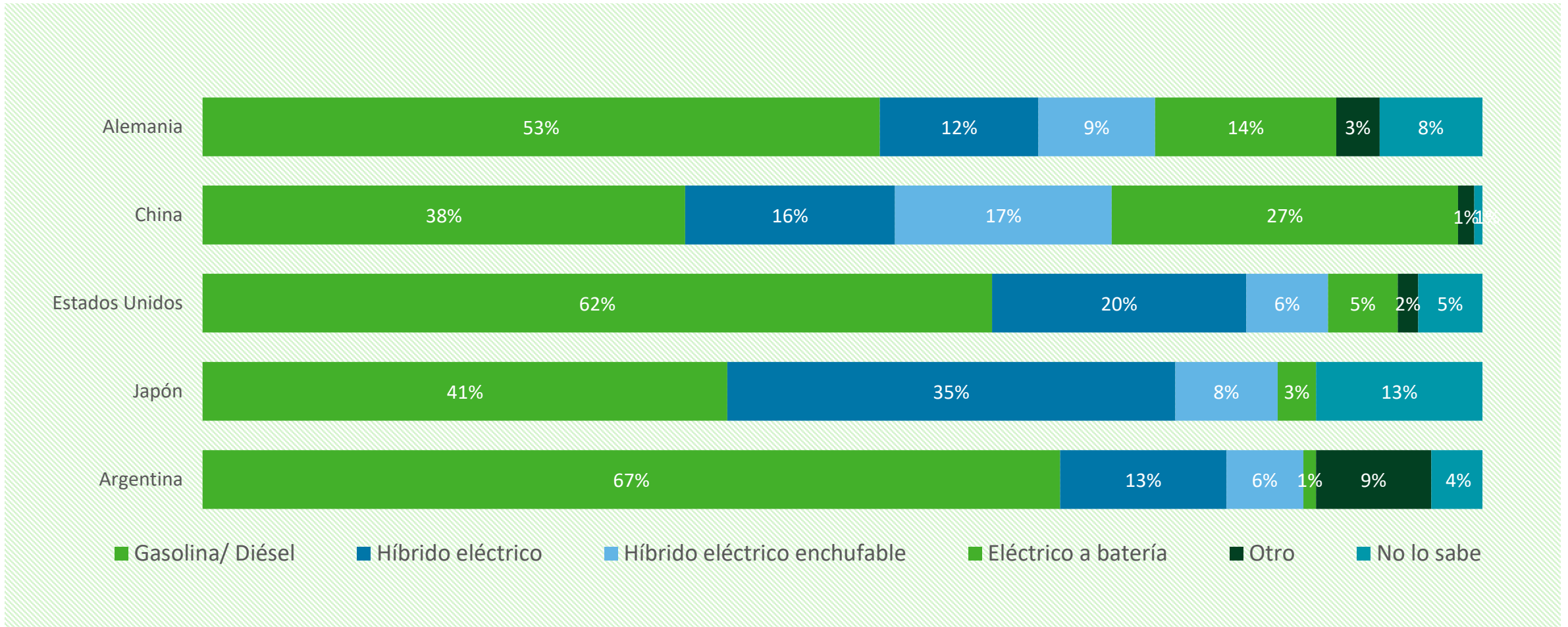
4

En muchos mercados persiste una frecuencia relativamente alta de uso de vehículos, pero muchos consumidores jóvenes encuestados están interesados en la movilidad como servicio (**MaaS\***) por encima de la **propiedad**. La mitad de los consumidores encuestados en y Estados Unidos conducen su vehículo todos los días (aproximadamente el doble que los consumidores en Corea del Sur o Japón). Sin embargo, **un número significativo de personas encuestadas de entre 18 y 34 años están al menos “algo interesados” en renunciar a la propiedad de vehículos** en favor de una solución **MaaS**.

En Argentina, el **33%** de los jóvenes está **“muy interesado”** en una solución **MaaS**.

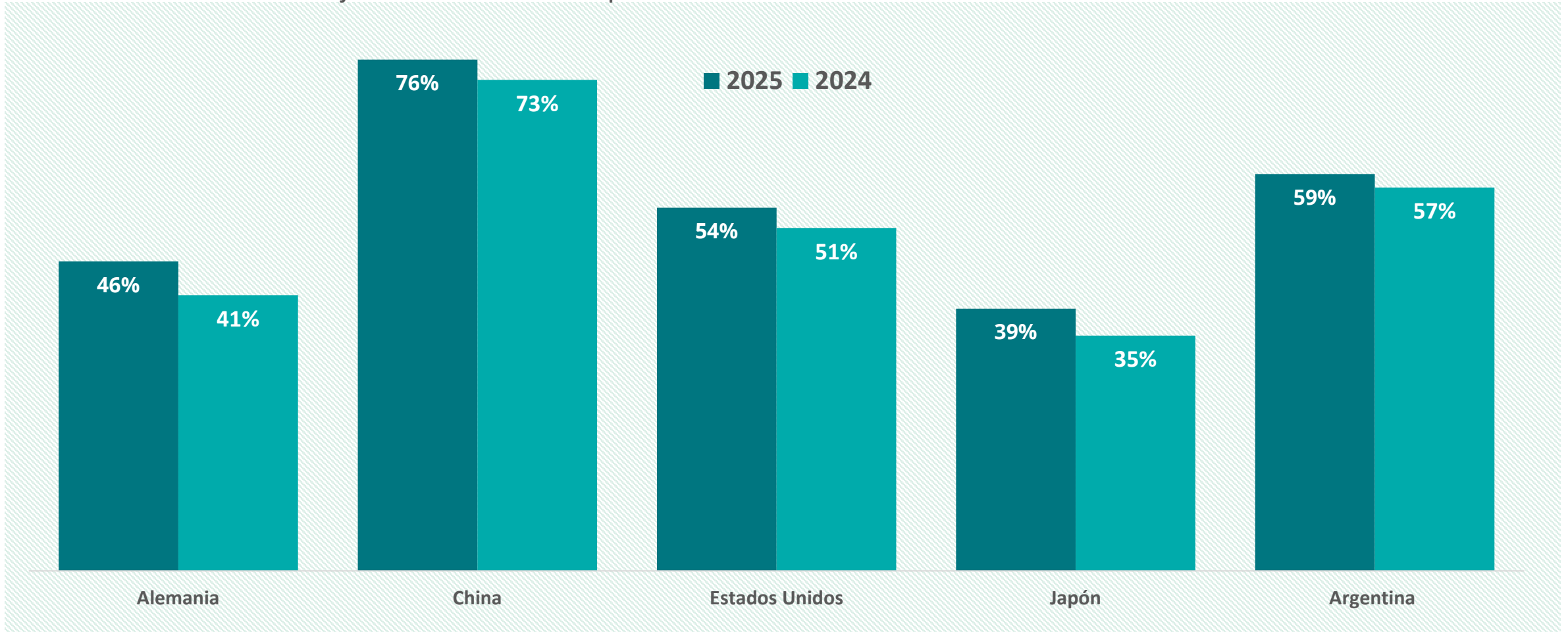
En algunos mercados globales, los encuestados continúan alejándose de los vehículos eléctricos a batería en favor de los vehículos de combustión interna y los híbridos, lo que podría deberse, en parte, a preocupaciones persistentes sobre el costo.

Preferencia del tipo de motor en su próximo vehículo



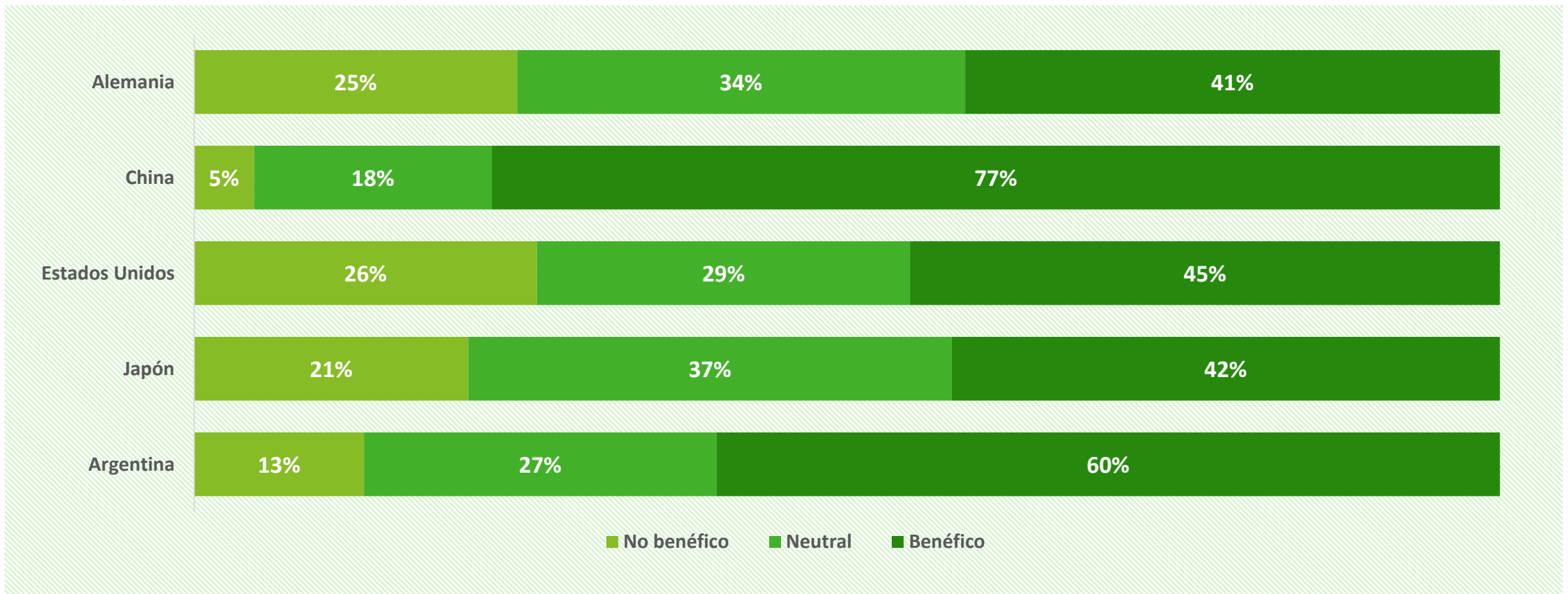
Tres cuartas partes de los consumidores encuestados en China dicen que tienen la intención de cambiar a otra marca de vehículo la próxima vez que adquieran uno. Por el contrario, los consumidores encuestados en Japón son generalmente más leales a la marca, pero la tasa de cambio prevista está aumentando.

Porcentaje de consumidores que tienen intención de cambiar a otra marca de vehículo



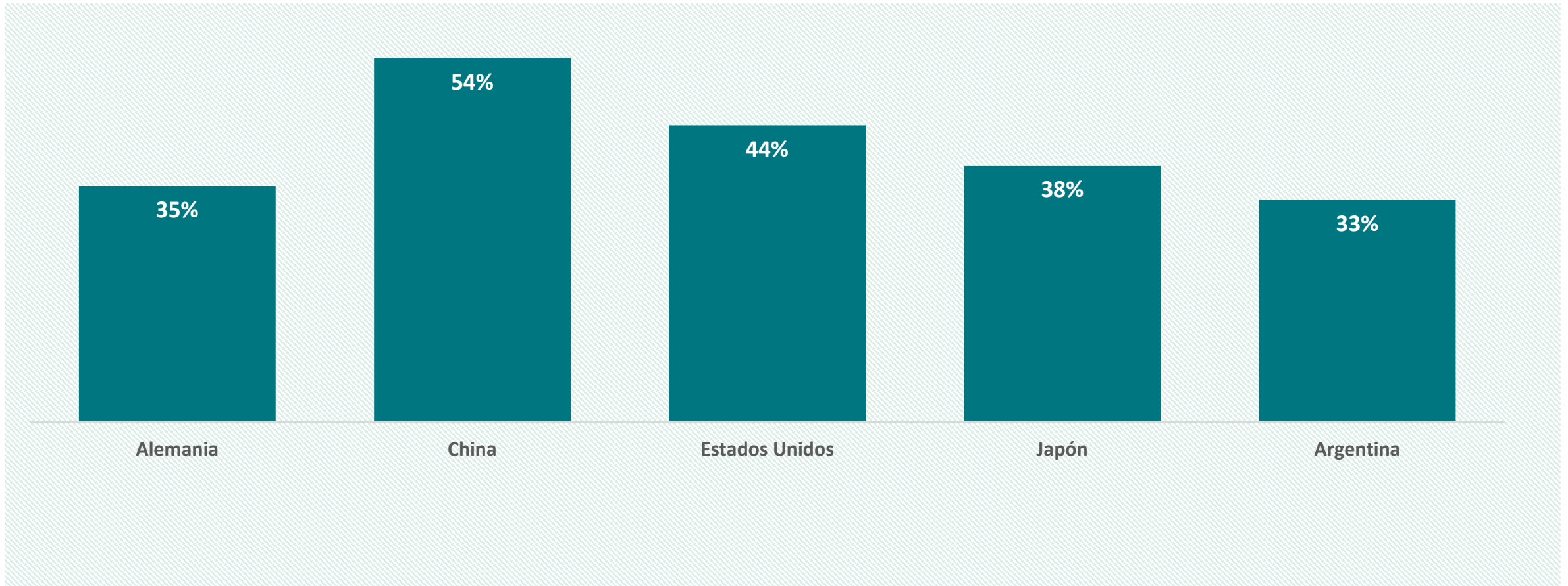
Una cuarta parte de los consumidores encuestados en Alemania, Estados Unidos y Japón se muestran escépticos de obtener beneficios al incorporar inteligencia artificial a los sistemas de los vehículos, sin embargo, más de tres cuartas partes de los consumidores encuestados en China y más de la mitad de los consumidores en Argentina creen que la incorporación de IA es benéfica.

Incorporación de inteligencia artificial en los sistemas de los vehículos



Un gran número de jóvenes consumidores encuestados están al menos “algo interesados” en renunciar a la propiedad de un vehículo en favor de un modelo de suscripción, lo que tal vez refleja un contexto de condiciones económicas inciertas que generan preocupación por la capacidad financiera.

Nivel de interés en renunciar a la propiedad del vehículo en favor de la suscripción de este (% algo/muy interesado):  
encuestados de 18 a 34 años





Deloitte se refiere a una o más entidades de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), su red global de firmas miembro y sus sociedades afiliadas a una firma miembro (en adelante “Entidades Relacionadas”) (colectivamente, la “organización Deloitte”). DTTL (también denominada como “Deloitte Global”) así como cada una de sus firmas miembro y sus Entidades Relacionadas son entidades legalmente separadas e independientes, que no pueden obligarse ni vincularse entre sí con respecto a terceros. DTTL y cada firma miembro de DTTL y su Entidad Relacionada es responsable únicamente de sus propios actos y omisiones, y no de los de las demás. DTTL no provee servicios a clientes. Consulte [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) para obtener más información.

Deloitte presta servicios profesionales líderes de auditoría y assurance, impuestos y servicios legales, consultoría, asesoría financiera y asesoría en riesgos, a casi el 90% de las empresas Fortune Global 500® y a miles de empresas privadas. Nuestros profesionales brindan resultados medibles y duraderos que ayudan a reforzar la confianza pública en los mercados de capital, permiten a los clientes transformarse y prosperar, y liderar el camino hacia una economía más fuerte, una sociedad más equitativa y un mundo sostenible. Sobre la base de su historia de más de 175 años, Deloitte abarca más de 150 países y territorios. Conozca cómo los aproximadamente 460,000 profesionales de Deloitte en todo el mundo crean un impacto significativo en [www.deloitte.com](http://www.deloitte.com).

Tal y como se usa en este documento, “Deloitte S-LATAM, S.C.” es la firma miembro de Deloitte y comprende tres Marketplaces: México-Centroamérica, Cono Sur y Región Andina. Involucra varias entidades legalmente separadas e independientes, las cuales tienen el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limitan sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría, consultoría fiscal, asesoría legal, en riesgos y financiera y otros servicios profesionales bajo el nombre de “Deloitte”.

Esta comunicación contiene solamente información general y ni Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), su red global de firmas miembro o sus Entidades Relacionadas (colectivamente, la “organización Deloitte”) está, por medio de esta comunicación, prestando asesoramiento profesional o servicio alguno. Antes de tomar cualquier decisión o tomar cualquier medida que pueda afectar sus finanzas o su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado.

No se proporciona ninguna representación, garantía o promesa (ni explícita ni implícita) sobre la veracidad ni la integridad de la información en esta comunicación, y ni DTTL, ni sus firmas miembro, Entidades Relacionadas, empleados o agentes será responsable de cualquier pérdida o daño alguno que surja directa o indirectamente en relación con cualquier persona que confíe en esta comunicación. DTTL y cada una de sus firmas miembro y sus Entidades Relacionadas, son entidades legalmente separadas e independientes.