

Vehículos eléctricos y comportamiento del consumidor

14 de septiembre de 2012



Facultat de Comunicació Blanquerna

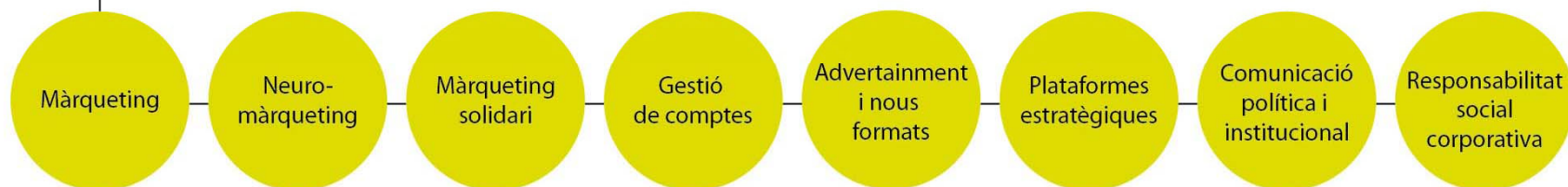
Universitat Ramon Llull

- GRECP se constitueix en el any 2005
- El any 2009 es reconegut oficialment com a grup de investigació emergent per la Generalitat de Catalunya, amb la referència SGR-2009-477

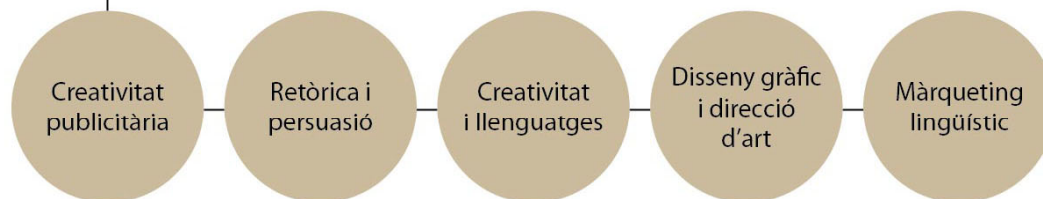
	2005-2008	2009-2010	2010-2011	Total
Membres del grup	13	3	1	17
Homes	7	0	1	8
Dones	6	3	0	9
Doctors	3	2	2	7
Tesis llegendes/dirigides per membres del grup	1	5	3	9
Obtenció DEA o equivalent	6	6	0	12
Investigadores predoctorals	1	2	1	4
Beques predoctorals Generalitat	0	1	1	1
Professors titulars	2	1	0	3
Professors acreditats en recerca (AQU)	3	0	0	3
Professors acreditats en docència (AQU)	6	0	0	6
Tesis inscrites dirigides per membres del grup	-	-	-	37

LÍNIES DE RECERCA

Eix estratègic



Eix creatiu



Eix transversal



Másteres universitarios y postgrados (período 2005-2012)

Gestionados y dirigidos por el Grupo de Investigación
(todos de la FCB-URL):

Máster Universitario en Estrategia y Creatividad Publicitarias

Máster Universitario en Dirección de Arte en Publicidad

Posgrado en Comunicación Digital

Postgrado en Planificación Estratégica.

Postgrado en Protocolo.

El GRECP y la investigación sobre
vehículos eléctricos"



Desde que comenzó el año se han vendido en España 377 coches eléctricos y 24 furgonetas cien por cien eléctricos.

La Vanguardia, 13 de septiembres 2012

En Barcelona hay 149 postes de recarga para solamente 73 vehículos eléctricos matriculados.

Las previsiones, sitúan la cuota de mercado de las motos impulsadas por electricidad en un 5% para el año 2020.

Ventas en España 2012 (Mayo)

Coches eléctricos			
		Mayo	2012
1	Peugeot Ion	36	46
2	Renault Kangoo Z.E.	18	101
3	Opel Ampera	10	26
4	Citroen C-Zero	8	29
5	Nissan Leaf	7	18
6	Renault Fluence Z.E.	7	61
7	Chevrolet Volt	6	11
8	Goupil G3	1	12
9	Mitsubishi Imiev	1	4
10	Mercedes Clase A	0	6
11	Peugeot Partner	0	18
12	Seat Altea	0	3
13	Think City	0	29
Total		94	364

Renault Twizy			
		Mayo	2012
1	Renault Twizy	206	482

Coches híbridos			
		Mayo	2012
1	Toyota Prius	430	1.714
2	Toyota Auris HSD	190	1.107
3	Lexus CT 200h	109	672
4	Citroën DS5 Hybrid4	35	106
5	Peugeot 508 RXH	14	30
6	Honda Jazz hybrid	13	89
7	Peugeot 3008 HYbrid4	11	41
8	Audi Q5 hybrid	6	48
9	Honda CR-Z	6	75
10	Audi A8 hybrid	4	4
11	GS 450h	2	8
12	Porsche Cayenne S Hybrid	2	14
13	RX 450h	1	1
14	LS 600h	1	2
15	BMW ActiveHybrid 5	1	2
16	Honda Insight	1	60
17	Infiniti M35h	1	9
18	BYD F3DM	1	2
19	Mercedes-Benz E-300 HYBRID	1	2
Total		829	3.986

Fuente: ANFAC / ANIACAM / Fabricantes

Catalunya es un polo de desarrollo de la industria de vehículos eléctricos.

Barcelona será la capital mundial del vehículo eléctrico en 2013 y acogerá la próxima edición del Electric Vehicle Symposium (EVS), el congreso mundial de referencia del sector.

La planta que Nissan tiene en la Zona Franca fabricará, a partir de 2013, la versión eléctrica de la furgoneta NV200.

Apuesta por la electricidad por parte de fabricantes como Volta, Alfer o Derbi.

ESTRATEGIA INTEGRAL PARA EL IMPULSO DEL VEHÍCULO ELÉCTRICO EN ESPAÑA (2010)

- El Vehículo Eléctrico necesita, pues, de una estrategia de promoción e impulso
- específica a fin de conseguir superar sus propias barreras:
 - - - una escasa demanda;
 - - - una oferta incipiente;
 - - - y la ausencia de puntos de recarga energética.
- **Estrategia:** En primer lugar, para enfocar correctamente la información y la comunicación, se definirán las demandas de movilidad que puede satisfacer el VE y se seleccionarán los canales más apropiados para ello.

EL GRECP y la investigación sobre le comportamiento de los consmidores y los VE

- Durante el año 2012 nuestro grupo ha establecido un acuerdo de colaboración con un grupo de la Open University liderado por
- STEPHEN POTTER, Professor of Transport Strategy,
- TERRY O'SULLIVAN, Head of the Centre for Strategy and Marketing at the Open University Business School.

Design and Innovation department (Open University)

La Open University tiene programas desde hace mucho tiempo de investigación sobre la influencia de los factores sociales y de comportamiento en la captación del consumidor y el uso de bajas y cero de carbono (LZC) productos y sistemas.

Objetivo común: utilizar el marketing social para potenciar la participación de los usuarios en la adopción efectiva de vehículos eléctricos.

El GRECP y el DID de la OU hemos realizados dos talleres en Milton Keynes y Barcelona para establecer una red de contactos con las administraciones, los fabricantes y los consultores del sector y explorar la creación de una red europea de investigadores interesados en el estudio del comportamiento de los consumidores que permita mejorar las estrategias de promoción e impulso del sector.

Preparamos un taller exploratorio (2013) en Londres con instituciones de Austria, Alemania y Eslovaquia, y la Universidad de Greenwich Business School.

Los objetivos del GRECP:

Colaborar en el desarrollo de la red internacional de investigación con la Open University.

Incorporarse a la plataforma LIVE Barcelona que incluye administraciones e industria.

Iniciar un proyecto de investigación local para establecer un perfil de la importancia de los VE en el mapa de identidades de los consumidores, establecer el mapping de grupos sociales y el rol de los líderes de opinión en la sensibilización de la opinión pública.

Estamos investigando las estrategias de comunicación de los fabricantes en Europa.