

Fecha: 27-09-2024
Medio: Publimetro
Supl. : Publimetro - Tacómetro
Tipo: Noticia general
Título: **El primer SUV eléctrico DE LA MARCA EN CHILE**

Pág. : 11
Cm2: 426,8

Tiraje: 84.334
Lectoría: 382.227
Favorabilidad: No Definida



OMODA E5 EV:

El primer SUV eléctrico
**DE LA MARCA
EN CHILE**

Con diseño vanguardista y tecnología avanzada, el Omoda E5 EV lidera la estrategia de movilidad eléctrica en el país.

Por Leo Mellado



Tras el exitoso debut de la marca y su primer modelo, el Omoda C5, que ha superado las 1.300 unidades vendidas en Chile desde su lanzamiento en enero, la empresa refuerza su presencia en el mercado con la llegada de su primer modelo 100% eléctrico: el Omoda E5 EV. Este nuevo SUV representa el primer paso de

Omoda Chile hacia una movilidad inteligente y sostenible.

El Omoda E5 EV cuenta con un motor eléctrico que genera 201 hp (150 kW) y 340 Nm de torque, asociado a una transmisión automática que entrega la potencia de manera instantánea al eje delantero, permitiéndole alcanzar los 100 km/h en 7,6 segundos. Este mo-

tor es alimentado por una batería LFP (Litio-Ferrosfosfato) con una capacidad de 60 kWh, lo que le otorga una autonomía de hasta 430 kilómetros según el ciclo WLTP. La batería permite recargar del 30 al 80% en solo 28 minutos.

El modelo está equipado con suspensión delantera McPherson y trasera independiente multi-link, además de



tres modos de manejo y dirección asistida eléctricamente.

El Omoda E5 EV no solo ofrece un rendimiento dinámico y cómodo, sino que también presenta un diseño minimalista basado en el lenguaje “Light of Movement”, inspirado en el juego de luces y sombras. Este diseño deportivo y aerodinámico reduce la resistencia al viento, mejorando la adherencia al pavimento y la experiencia de conducción. Destacan su frontal deportivo, focos delanteros con proyectores dotados de ledes y llantas de 18”.

Con 4.424 mm de largo, 1.830 mm de ancho y 1.588 mm de alto, este SUV ofrece un habitáculo adecuado para cinco personas, además de un malete-

ro con una capacidad que va de 360 a 1.075 litros. El interior incluye revestimientos de eco-cuero, detalles metálicos y un volante bitono, junto con elementos tecnológicos como el espejo retrovisor fotocromático y el portalón trasero eléctrico.

Al igual que el Omoda C5, el E5 EV tiene un chasis fabricado con 78% de acero de alta resistencia, seis airbags y un paquete de 20 asistencias avanzadas a la conducción. Incluye frenado automático, alertas de colisión, asistencia de carril, cámara de retroceso 360° FHD, sensores delanteros y traseros, control de tracción y más.

En cuanto a innovación tecnológica, el Omoda E5 EV dispone de una

pantalla táctil de 12,3” compatible con Apple CarPlay y Android Auto, Bluetooth, cargador inalámbrico de 50W, sistema de reconocimiento y control por voz, y múltiples puntos de carga USB. Otros elementos incluyen climatizador bizona, asientos deportivos con ajustes eléctricos, sistema de purificación de aire PM 2,5, y encendido remoto de motor.

El Omoda E5 marca el inicio de la estrategia de electromovilidad de Omoda y Jaecoo en Chile. Según Rocío Valenzuela, gerente de marketing de Omoda y Jaecoo, la marca planea expandir su oferta con más modelos eléctricos e híbridos en el futuro cercano. El modelo está disponible en una única versión y con nueve opciones de color, a un precio que parte en \$28.990.000 con financiamiento.

Resultados globales y expansión

Desde su lanzamiento mundial, Omoda y Jaecoo han ampliado su red de producción, ventas y servicios. Sus ventas alcanzaron 24.178 unidades en agosto y la estrategia de expansión se mantiene acelerada, con la presentación de ambas marcas en mercado como el de Reino Unido.

En Chile, Omoda ha vendido más de 1.600 unidades a agosto, mientras que Jaecoo ha comercializado 210 unidades desde su lanzamiento. La marca planea continuar su expansión con nuevos modelos, incluyendo el Jaecoo J7 híbrido enchufable, el SUV grande J8, y el SUV compacto EJ6, entre otros.

La estrategia conjunta de Omoda y Jaecoo busca alcanzar 1,5 millones de unidades vendidas para 2030, con una participación del 10% en cada segmento. Estas marcas están presentando ya en 40 mercados.