

MANEJAR SIN CONTAMINAR ES, CADA VEZ MÁS POSIBLE

SUBIRSE A UN BUEN AUTO ES UNO DE LOS PLACERES DE ESTA VIDA. PERO, SI ADEMÁS, ESE AUTO ES AMIGABLE CON LA NATURALEZA, ¡MEJOR AÚN! POR ESO, LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ ESTÁ HACIENDO CRECER SU LADO VERDE CADA VEZ MÁS. Y NO SOLO CON E-CARS O MODELOS HÍBRIDOS: LA SUSTENTABILIDAD AL VOLANTE TIENE MUCHO MÁS PARA OFRECER.

Cada año se producen cerca de 80 millones de vehículos –la cifra incluye autos, camiones, motos y todo motor con ruedas–, utilizando para ello 112 millones de toneladas de materiales, claramente los fabricantes están ante un gran desafío.

La búsqueda de la industria automotriz por ser más sustentable avanza a pasos agigantados. Y no solo, como muchos creen, impulsando el uso de los cada vez más populares autos eléctricos. Cuando se trata de potenciar su lado verde, esta industria tiene mucho que aportar. E-cars incluidos.

Al comienzo, el esfuerzo se centró en innovaciones que pudieran reducir la emisión de gases con efecto invernadero, lo que explica el auge de los autos eléctricos e híbridos. Estos gases eran el

“ogro” cuando se comenzó a hablar del calentamiento global y el sueño era llegar a lo que se conoce como Net Zero: el equilibrio entre el carbono que emitimos y que compensamos. Pero pronto se sumaron otras preocupaciones, como el consumo de agua, el reciclaje, la generación de basura e incluso el cumplimiento de los criterios ESG, que definen las políticas ambientales, sociales y de gobernanza de las empresas. Todas cuestiones que para los clientes comenzaron a ser cada vez más importantes y a influir en la decisión de compra.

En esa línea, en 2023, el World Economic Forum impulsó la iniciativa Resilience and Sustainable Automobile Value Chain, que entrega un “compás” –así lo llaman– para medir cuánto cada fabri-





cante mejora su sustentabilidad. Se basa en varios de los criterios planteados en los ODS (Objetivos de Desarrollo Sustentable) de la ONU. Así, las opciones posibles van desde buscar mejoras en el proceso de combustión de los motores para reducir las emisiones de Co2, donde los E-cars llevan la delantera, hasta el uso de materiales sustentables y fuentes de energía renovables en la fabricación de autos. Todo esto mientras se avanza en el desarrollo de baterías más eficientes y el uso de hidrógeno como combustible.

Kia, por ejemplo, desarrolló junto a The Ocean Cleanup el primer accesorio automotriz fabricado 100% con plásticos recolectados del océano: un cubre maleta diseñado para el modelo EV3, que además incluye 69 componentes hechos con 22 tipos de biomateriales. Según cuenta Felipe Saitua, gerente de Planificación y Producto, la marca lanzó en 2020 la estrategia Plan S (la S viene de "shift", cambio), que propone pasar de ser una empresa de automóviles a un proveedor de soluciones de movilidad responsables. Este cambio implica avances hacia la carbono neutralidad en las plantas de fabricación y medidas como la eliminación del cuero convencional y el uso de materiales como PET reciclado o bioplásticos.

Es un win-win: la industria gana, los clientes ganan, el medioambiente gana.

ELECTROMOVILIDAD AL ALZA

Todo indica que, en nuestro país, hay cada vez más fanáticos de los E-cars y los modelos híbridos, que integran un motor de combustión interna (el clásico, que funciona con gasolina o diésel) y uno o más motores eléctricos, que utilizan energía almacenada en baterías recargables para optimizar el consumo de combustible y reducir las emisiones contaminantes.

Según datos de la ANAC –dice Saitua de Kia– “en Chile existen más de 140 modelos (sustentables) disponibles, de 50 marcas distintas, cifra que continúa creciente con la llegada de nuevas versiones”. Por su parte, Pietrantonio cuenta que, en 2024, las ventas de vehículos eléctricos subieron un 184% en relación con el año anterior, lo que equivale al 6,2% del total de vehículos livianos vendidos.

Se trata de lo que Nicolás Pietrantonio, gerente general de Omoda | Jaecoo Chile, describe como “una profunda transformación”. “Aunque los vehículos a combustión interna siguen representando la mayor parte de las ventas, la industria está avanzando hacia soluciones más limpias y eficientes, en línea con las exigencias del entorno regulatorio, las tendencias internacionales y la creciente conciencia ambiental de los consumidores”, opina.



SEGÚN DATOS DE LA ASOCIACIÓN NACIONAL AUTOMOTRIZ DE CHILE (ANAC) EN 2024 HABÍA ALREDEDOR DE 140 MODELOS DE AUTOS ELÉCTRICOS E HÍBRIDOS ENCHUFABLES DISPONIBLES EN EL PAÍS. UN AUMENTO CONSIDERABLE EN COMPARACIÓN CON 2023, CUANDO SOLO HABÍA 72 DE ESTOS.

La nueva ley de eficiencia energética juega un rol clave en este proceso. Así al menos lo cree Nicolás Baldwin, Senior Brand Manager de Hyundai, quien asegura que “ha aumentado la oferta de vehículos de bajas y cero emisiones, lo que ha significado un incremento de la venta de los electrificados. Al cierre del primer trimestre de 2025 alcanzó un 8% sobre el mercado total”.

Pero todavía queda mucho por resolver: Saitua menciona, entre otros desafíos, “el costo de adquisición de los vehículos, la infraestructura de carga aún en expansión, y los incentivos gubernamentales, que si bien existen, siguen siendo limitados para fomentar una adopción más masiva”. A su juicio, estas condiciones hacen que algunos consumidores tengan ciertas dudas, por ejemplo, acerca del rendimiento de los vehículos eléctricos y la disponibilidad de puntos de carga.

Para que los dueños de E-cars no se encuentren sin tener

dónde cargarlos, Baldwin cuenta que en Automotores Gil-demeister han firmado acuerdos con Copec-Voltex y Enel X, “dando facilidades y mejores precios para la instalación de un cargador doméstico”. En el caso de Hyundai, por ejemplo, entregan el cable de carga público y un cargador de emergencia.

Para Omoda | Jaecco, este camino hacia la sustentabilidad implica, además de promover el uso de autos eléctricos o híbridos, proponer modelos que incorporen soluciones inteligentes para el ahorro de energía. Pero este no es sólo un tema técnico, relacionado con procesos químicos o industriales. Como bien dice Pietrantoni, la movilidad del futuro “debe ser sostenible, eficiente y emocionalmente conectada con las personas”. A su juicio, no se trata únicamente de reducir la huella de carbono, sino de “ser parte activa del cambio, promover un estilo de vida más consciente y construir un ecosistema de movilidad responsable, conectado y humano”. ■