

Fecha: 29-05-2026
 Medio: El Mercurio
 Supl.: El Mercurio - Energía & Sustentabilidad
 Tipo: Noticia general
 Título: Los desafíos ante el boom de ventas de autos eléctricos

Pág.: 6
 Cm2: 189,5
 VPE: \$ 2.489.876

Tiraje: 126.654
 Lectoría: 320.543
 Favorabilidad: ☐ No Definida

IVÁN SILVA I.

El mercado automotriz chileno registra un fuerte impulso en la adopción de vehículos de cero y bajas emisiones. Así lo reveló un informe publicado por la Asociación Nacional Automotriz de Chile (ANAC), que dio cuenta que en abril se vendieron 6.892 unidades (aumento de 143,4% interanual), alcanzando un total de 18.802 unidades en lo que va de año (alza de 109,6%).

“En este fenómeno han habido dos factores principales. El primero es el enfoque de las marcas por ofrecer motorizaciones más eficientes, un trabajo consolidado en cinco años. El segundo, y detonante inmediato, ha sido el alza de los combustibles desde marzo”, señala Diego Mendoza, secretario general de ANAC.

Evolución del perfil del comprador

La mayor oferta de modelos, con precios más accesibles —especialmente de marcas chinas—, ha modificado el perfil del comprador. Si antes predominaban las flotas empresariales, ahora las personas naturales lideran las compras.

Los SUV concentran el 49% de las ventas electrificadas, seguidos por sedanes y hatchback (44%). “Entre enero y abril se han vendido más de 6.000 vehículos enchufables, por lo que es probable que se supere la meta anual de 12.000. Prácticamente, dos de cada diez autos vendidos este año tendrán algún grado de electrificación”, agrega Mendoza.

Además, la industria espera que se vendan alrededor de 42.000 híbridos convencionales durante el año.

Beneficios económicos y ambientales

Las ventajas de esta transición son tanto económicas como ambientales, más aún si se considera que la matriz energética del país es entre un 70% y 75% renovable.

Ignacio Rivas, director de programas del Centro de Movilidad Sostenible (CMS), explica que “la electromovilidad nos permite ser más independientes energéticamente y no estar expuestos a los vaivenes del precio del petróleo. En términos económicos, esta transición significa una reducción aproximada de un 70% en el costo de energía por kilómetro recorrido frente a las opciones a combustión”.

Estrategias de las marcas

Las marcas automotrices han respondido a este auge con estrategias diferenciadas.

“Vemos este crecimiento como una señal muy clara de que la electromovilidad ya dejó de ser una tendencia de nicho en Chile y pasó a una etapa de adopción mucho más acelerada”, plantea Agustín Amoretti, gerente general de Tesla Chile, quien aboga por una transición directa al 100% eléctrico.

Claudio Isgut, gerente de ESG y Asuntos Corporativos de Toyota Chile, en tanto, defiende la estrate-

VENTA CRECIÓ 143% EN ABRIL:

Los desafíos ante el boom de ventas de autos eléctricos

El sector acumula un alza de 109,6% en lo que va de año y representa cerca del 16% del mercado en el primer trimestre, impulsado por el avance tecnológico de la industria y el alza de los combustibles.



Según la ANAC, en abril se vendieron 6.892 unidades, alcanzando un total de 18.802 durante 2026.



Hoy vemos a un cliente mucho más informado y racional, que compara no solo el precio de compra, sino el costo mensual de uso”.

PABLO GONZÁLEZ
 Gerente técnico de Volvo Car Chile



El desafío no es promover una tecnología en particular, sino avanzar de manera efectiva en la reducción de emisiones, sin dejar a nadie atrás”.

CLAUDIO ISGUT
 Gerente de ESG y Asuntos Corporativos de Toyota Chile



Vemos este crecimiento como una señal muy clara de que la electromovilidad ya dejó de ser una tendencia de nicho en Chile y pasó a una etapa de adopción mucho más acelerada”.

AGUSTÍN AMORETTI
 Gerente general de Tesla Chile

gia multivia: “El desafío no es promover una tecnología en particular, sino avanzar de manera efectiva en la reducción de emisiones, sin dejar a nadie atrás”.

Mientras que Pablo González, gerente técnico de Volvo Car Chile, resalta el cambio en el consumidor: “Hoy vemos a un cliente mucho más informado y racional, que compara no solo el precio de compra, sino el costo mensual de uso”.

Barreras e incentivos

A pesar del dinamismo, la principal barrera sigue siendo la infraestructura de carga, especialmente la

domiciliaria en edificios.

“Instalar un cargador en un edificio requiere aprobación de la asamblea, lo que frena el despliegue. Necesitamos una modificación legal para que las comunidades no puedan oponerse arbitrariamente”, señala Rivas.

Para acelerar la masificación, desde ANAC se propone eliminar el arancel de importación asociada del 6%, ampliar el IVA a todas las categorías de bajas emisiones, revisar el impuesto al lujo y diferenciar el permiso de circulación. “Buscamos reducir el costo total de acceso al vehículo, de manera que la inversión se recupere en menos de tres años”,

explica Mendoza.

Según el ejecutivo, Chile posee ventajas comparativas únicas —litio, cobre y matriz energética renovable— para consolidarse como *hub* regional de electromovilidad. Sin embargo —a juicio de Mendoza—, “hasta ahora estamos desperdiciando esa oportunidad”.

El transporte representa el 26% de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) del país, por lo que este *boom* representa una oportunidad clave para avanzar hacia la meta de 100% cero emisiones en vehículos livianos y medianos al 2035, plantea.