



El vehículo ecológico avanza en España entre luces y sombras. En el escenario actual, en el que el sector del motor busca recuperar las cifras de ventas previas a la pandemia (más de 1,2 millones de operaciones anuales), la buena noticia está en el despegue de los automóviles impulsados por tecnologías alternativas (los que no usan ni gasolina ni diésel). A día de hoy, la suma de todos ellos (eléctricos, híbridos, gas e hidrógeno) es ya, por varios meses consecutivos, la primera opción de compra para los conductores españoles.

Dentro del estancamiento que reconoce la propia industria, se trata de un síntoma esperanzador en la ardua carrera por reverdecer el envejecido parque automovilístico de nuestro país. En mayo representaron el 41,1% de las operaciones registradas y en el total del año ya suman 217.824 unidades vendidas. Además, el volumen de estas operaciones creció un 20,1% ese mes, superando como opción de compra a los vehículos diésel (23,3%) y a los de gasolina (35,5%), según los datos de la Asociación Española de Fabricantes de Automóviles y Camiones (Anfac) y Faconauto, la patronal de los concesionarios.

Tal como explica Félix García, de Anfac, ese sorpasso se debe, sobre todo, a que, sin llegar al compromiso medioambiental que exige un coche 100% eléctrico, «hay fabricantes que están triunfando

Hay marcas que han registrado un 'boom' en las ventas de híbridos

en ventas de híbridos convencionales [con un aumento del 24,8% en abril y cercano al 40% el mes anterior]», lo que denota, a su vez, que «muchos ciudadanos españoles están tratando de ser ecológicos dentro de sus posibilidades».

Entre los ejemplos más representativos de este auge se encuentra la japonesa Toyota, una de las pocas marcas que ha recuperado los niveles de operaciones prepandemia y ya vende más que en 2019. Su éxito en España se debe, principalmente, a la gran demanda de sus coches híbridos no enchufables, con los modelos Corolla y Yaris entre los cinco más vendidos del segmento de manera continuada (aunque el mes pasado, el primero fue el Fiat 500).

En la categoría de vehículos de gas también existe el caso paradigmático de Dacia y su modelo Sandero (el más vendido de España), del que seis de cada diez unidades comercializadas son de gas licuado de petróleo (GLP). Eso refleja su creciente acogida en un tipo de propulsión aún minoritario, pero en crecimiento exponencial de acuerdo a las cifras de los últimos meses. Aunque sólo repre-



El vehículo verde despega, pero le falta más voltaje

Los turismos propulsados por tecnologías alternativas ya lideran las opciones de compra en España, con un 41,1% de cuota de mercado. Sin embargo, los electrificados siguen sin coger velocidad de cruce y sus cifras de ventas se mantienen estancadas respecto al año pasado
 Por Ángel G. Perianes

sentan en 2,6% de la cuota de mercado total, las ventas en este segmento registran en el acumulado de 2024 un 40,5% más que durante el mismo periodo del año anterior.

APAGÓN ELÉCTRICO

La realidad del vehículo electrificado es bastante más compleja. En este segmento, donde el Tesla Model 3 lidera las ventas de este año (con un 31% más que el año pasado), las cifras totales siguen sin acelerar su expansión. A pesar de la apuesta de la industria del motor y de los ambiciosos planes de Europa para adoptarlos como la principal tecnología de

COSTE

Los actuales datos del mercado nacional muestran que la media de los precios de los automóviles electrificados oscila entre los 25.000 y los 40.000 euros en función del tipo de vehículo, marca o tecnología usada.

/PEOPLEIMAGES.COM

movilidad, las cifras no evidencian grandes progresos. En lo que llevamos de 2024, la penetración de vehículos electrificados se sitúa en un 9,6%, dos puntos menos que hace un año, tras caer un 11,9% en mayo.

Según destaca Raúl Morales, de Faconauto, «sólo países como Grecia, Italia, Polonia o República Checa están por debajo de esta cifra en Europa», lo que de-

muestra que «algo está pasando con esta falta de respuesta de los compradores, pero no sólo en nuestro país». La electrificación, que supone el 20% de las matriculaciones en la UE, cayó 2,2 puntos porcentuales en los mercados del continente durante el primer trimestre, con 12 de los 18 principales mercados reduciendo su porcentaje de penetración en las ventas de vehículos nuevos.

García resalta el hecho de que España disfruta del mayor presupuesto de la historia para el impulso de estos vehículos (más de 1.200 millones de euros). Sin embargo, se muestra «preocupado, porque con este nivel de ventas de vehículos de cero emisiones no cumpliremos los objetivos de descarbonización». Según añade, el sector no para de lanzar modelos con enchufe al mercado (más de 230), pero ve necesaria «una mayor implicación y rapidez desde la Administración para ayudar al ciudadano a optar por las nuevas tecnologías».

Arturo Pérez de Lucía, director general de la Asociación Empresarial para el Desarrollo e Impulso de la Movilidad Eléctrica (AeDive), pone en valor que los operadores de recarga están desplegando una red pública que ya «permite, pese a las dificultades burocráticas, que un usuario de vehículo eléctrico pueda viajar por toda España sin dificultades».

En opinión de todas las asociaciones del sector, impulsar los electrificados en España implica superar varios retos pendientes: «Precios más asequibles, un mapa unificado de puntos de recarga, políticas fiscales directas e incentivadoras y que los mensajes que se lancen alrededor del uso privado del automóvil sean constructivos y no destructivos».