

Notas rápidas

Híbrido enchufable en París

Después de su estreno mundial en el Salón del Automóvil de Ginebra, el nuevo Jeep Renegade híbrido eléctrico enchufable fue presentado en París, en donde será expuesto en el Showroom Jeep de los Campos Elíseos.

Nuevo prototipo de BMW

La actual edición del Salón del Automóvil en Frankfurt (Alemania) fue sede de la presentación del **BMW Concept 4**, un coupé inspirado en el clásico 328 que sobresale por su enorme y rediseñada parrilla, con luces LED y tomas de aire alargadas.



/ Cortesía

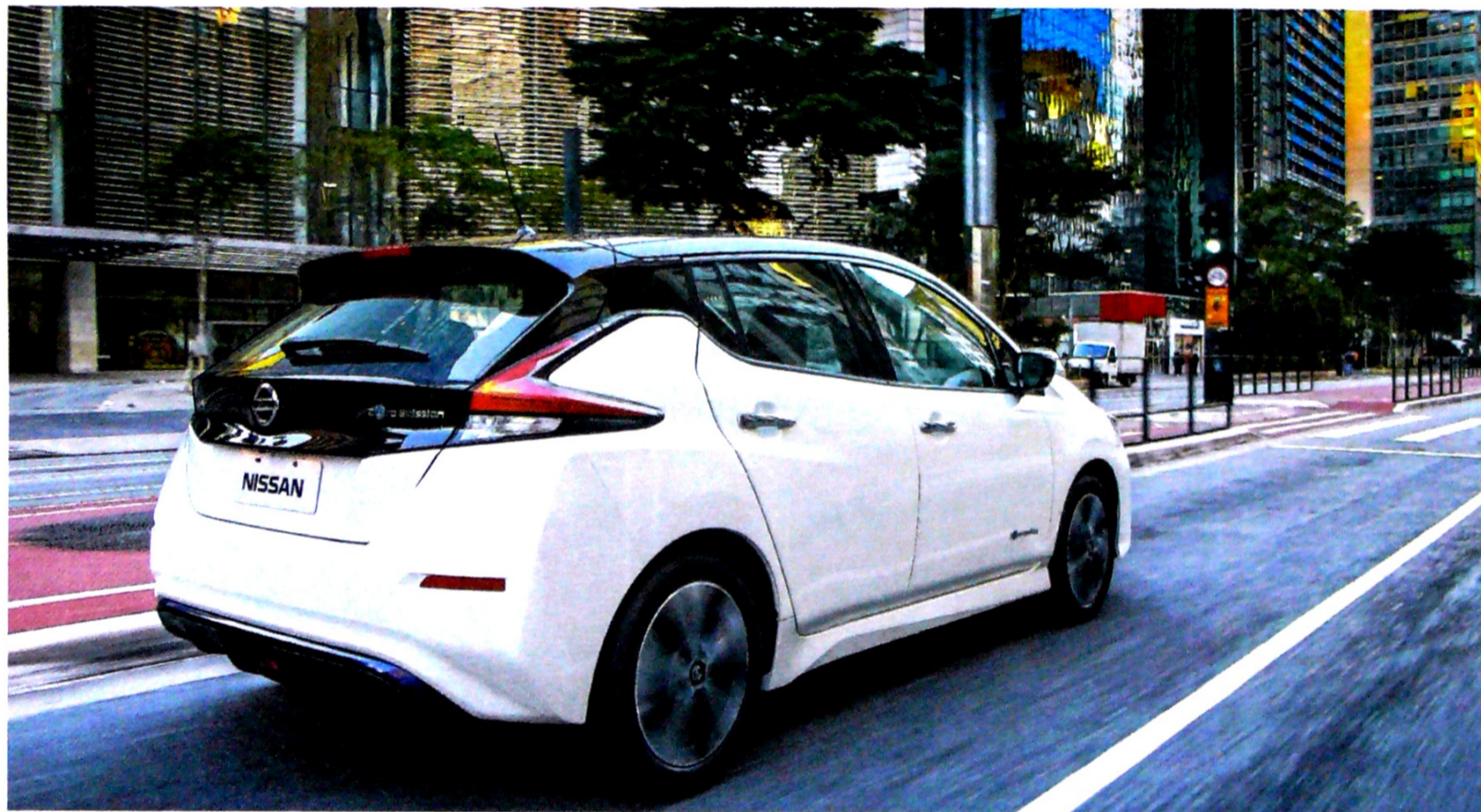
Destacado en seguridad

Pruebas realizadas por Latin Ncap indicaron que el Chevrolet New Onix Plus, fabricado en Brasil, alcanzó cinco estrellas para protección de ocupante adulto y cinco estrellas para protección de ocupante infantil.

Apuesta en electrificación

KIA anunció una inversión en Ionity, un consorcio empresarial establecido entre fabricantes globales del sector automotriz. KIA desempeñará un papel clave para mejorar la disponibilidad de estaciones de carga para vehículos eléctricos en Europa.

Autos



El nuevo Leaf tiene una autonomía de 325 km en ciudad, probado en Colombia, y de 291 km en carretera. / Cortesía

La comercialización mundial del auto comenzó en febrero. ¿Cómo ven el panorama?

Nos ha ido muy bien realmente. Lo podemos ver porque la planta está a capacidad total y tenemos más demanda de la que podemos cubrir. En el caso particular de Colombia, me ha parecido increíble que desde que lo tuvimos alrededor de 50 vehículos han sido apartados, lo cual habla del enorme interés que hay en el país. Esta historia no es única, en otros países donde los lanzamos estamos viendo el mismo efecto, lo que seguramente llevará a mayores capacidades de producción a la masificación de estas tecnologías y, finalmente, a mejores costos de inversión, producción y comercialización.

Así las cosas, ¿qué enseñanzas les han quedado de otros países que puedan aplicar acá?

Evidentemente el apoyo de los gobiernos ha sido importante en el crecimiento de Leaf en el mundo, y Colombia no es una excepción, pues hay estímulos fiscales para que esto se pueda dar. Evidentemente hay que crecer mucho en cuanto a estaciones de carga. También aprendimos que no hay que depender tanto de otros proveedores, por eso cada Nissan Leaf que entregamos en esta nueva generación viene con un wall box que se instala en casa y se usa para cargar el carro con mucha facilidad.

¿De acá a un año cuáles son las expectativas en Latinoamérica?

Lo lanzamos simultáneamente en cuatro mercados en Latinoamérica; para este mes tenemos una segunda ola de mercados, que son Costa Rica, Ecuador, Puerto Rico y Uruguay. Tenemos mucha demanda de este producto y por eso esperamos vender en la región este año no menos de 700 unidades de Leaf. Por otra parte, ya está claramente definido en los planes de Nissan que para 2022 esperamos tener en el mundo, incluida la región, al menos ocho vehículos 100 % eléctricos.

¿Le parece fácil el proceso de electrificación vehicular en Latinoamérica?

Traer estos autos a la región depende de muchas cosas. Ayudan mucho los estímulos fiscales, el interés de los gobiernos y los usuarios. En el caso de Colombia, comparado con otros países de Latinoamérica, están muy avanzados con la infraestructura, el interés, la apertura y la cultura de la gente a la hora de buscar estas tecnologías. ■

Con la llegada del Leaf

“Queremos electrificar Latinoamérica”

El Espectador habló con Pedro Albarrán, director de marketing de Nissan, sobre el desempeño comercial y la visión a futuro que tiene la marca en el segmento de movilidad eléctrica.



Pedro Albarrán, director de marketing de Nissan para Latinoamérica. / Cortesía



ESTEBAN DÁVILA

estebandavila93@gmail.com
@EstebanDN

Los vehículos eléctricos son más que una tendencia en el país y así lo demuestran las cifras. Según el informe hasta agosto de la Asociación Nacional de Movilidad Sostenible, este año se ha comercializado un total de 1.396 carros “verdes”, lo que representa un incremento del 314,2 % frente al mismo período del año pasado.

Algunos de los factores que han contribuido a estos resultados son la exención del pico y placa para estos vehículos en algunas de las principales ciudades del país, la medida de cero aranceles que ayuda a reducir de alguna manera sus precios y la llegada de cada vez más

competidores al segmento. Entre estos últimos se cuenta la segunda generación del Nissan Leaf, lanzado a nivel mundial a comienzos de este año, estrenado en Colombia a finales de julio, y que en menos de dos meses ha comercializado 55 unidades en el país.

A raíz de este éxito, y en razón de ser el carro eléctrico más vendido del planeta, con más de 400.000 unidades comercializadas desde el lanzamiento de la primera generación hace ocho años, **El Espectador** habló con Pedro Albarrán, director de marketing de Nissan para Latinoamérica. El vocero mexicano comentó lo que hace diferente al vehículo, cómo se transformó y cuál es la visión de la compañía sobre la electrificación en la región.

Están lanzando una nueva versión de un eléctrico a ocho años de la anterior, como si fuera un vehículo a combustión. ¿Qué les ha

permitido hacer esto?

Es porque desde un comienzo Nissan se lanzó con todo a masificar esta producción. Llevamos produciendo vehículos eléctricos por más tiempo que nadie y fuimos la primera empresa que llevó el auto eléctrico a una producción masiva, porque hay un compromiso enorme de continuar desarrollando estas tecnologías y, si bien a lo largo del tiempo ha sido más una inversión que un beneficio, hay un compromiso con seguir creciendo, la apuesta es clara, queremos electrificar Latinoamérica y el mundo.

¿En qué se diferencian la primera y segunda generación del Leaf?

Hay muchas diferencias. El diseño es visible, y no vale la pena que profundicemos en esto, pero sí hay que hablar del tema de tecnología. Primero, la nueva versión es muchísimo más potente, entrega más o menos 110 kW, que son alrededor

de 147 caballos de fuerza, un 37 % más que la generación anterior, así como 26 % más de torque. También tiene el e-Pedal, un sistema único en su tipo que permite al conductor acelerar, desacelerar y detener el vehículo con un solo pedal.

Hablemos de la batería. ¿Cómo incrementaron la autonomía de 117 km a más de 300?

Fue un proceso de crecimiento, en el que pasamos de una batería de 24 kW a otra de 40 kW, ambas de iones de litio. Llevamos mucho tiempo desarrollándolas y la que equipa el nuevo Leaf viene garantizada por ocho años, con un rendimiento de al menos el 80 %, de forma que en las revisiones periódicas cada 20.000 km, si se llega a presentar una baja de desempeño, el distribuidor puede escanear y detectar qué celda está fallando para reemplazarla, lo cual asegura su duración en el tiempo.