

# Los planes de Uber para convertirse en una plataforma cero emisión

BÁRBARA PEZOA GUTIÉRREZ

Con la consigna de "hacer de la sustentabilidad la mejor opción", Uber presentó esta semana su ambicioso plan para lograr la meta que se propusieron hace cuatro años, de transformarse en una compañía carbono neutral para el año 2040, y la electromovilidad es uno de los principales pilares para lograrlo.

Dara Khosrowshahi, CEO de Uber, presentó en "Go-Get Zero 2024" algunas cifras que reflejan los resultados positivos que hasta hoy han alcanzado. "Cuando nos propusimos nuestras metas, no había más de 10 mil autos eléctricos en la plataforma y hoy hay más de 182 mil, lo que nos convierte en la plataforma más grande para viajes en vehículos eléctricos en el mundo. Además, esos conductores han completado más de medio millón de viajes cero emisiones", expuso.

En el caso de Chile, Uber Green está disponible desde abril de 2023 gracias a la alianza estratégica de la plataforma con Enel X Way, Kia, Inversiones Security, SQM y Tucur, empresas que sumaron esfuerzos con una inversión conjunta de US\$ 25 millones. "Desde su llegada los viajes realizados en autos eléctricos han logrado un impacto significativo en la reducción de emisiones de CO2, con un total de 96 toneladas ahorradas, que equivale a las emisiones generadas al cargar 10,6 millones de smartphones o a obtener 30 toneladas de residuos reciclados, en vez de ser eliminados en vertederos", explica Verónica Jadue, gerente de Comunicación de Uber en Chile.

Actualmente Uber Green está disponible en siete comunas de la Región Metropolitana con más de 450 autos y el objetivo es que de aquí a marzo ese número se cuadruple, para poder ampliar el radio de Uber Green a otras 10 comunas durante el primer semestre de 2025.

En abril además, llegó a Chile la función "Ahorro de emisiones del usuario", que permite a los usuarios

*Esta semana **Pulso** estuvo presente en la segunda versión del evento climático "Go-Get Zero", en Londres, donde la empresa reafirmó su compromiso con la sostenibilidad y dio a conocer sus proyectos e iniciativas para transitar a ser una plataforma de cero emisiones en el 2040.*



Dara Khosrowshahi,  
CEO de Uber.

de Uber Green realizar un seguimiento y obtener más información sobre el total de emisiones de carbono que han ahorrado en cada trayecto.

La principal razón detrás de la decisión de impulsar la electromovilidad desde Uber es, según explicó Khosrowshahi en el evento, incentivar su uso mediante la experiencia. Sin embargo, en muchos países aún es muy difícil contar con la posibilidad de subirse a un auto eléctrico, por eso Uber Green busca entregar esa alternativa a la mayor cantidad de personas posibles alrededor del mundo.

"Nosotros conectamos personas que necesitan algo con otras personas que pueden satisfacer esa necesidad y lo cierto es que conectamos a muchísimas personas diariamente, hacemos más de un millón via-

jes en solo una hora, esa es la magia de Uber. Pero para ayudar a las personas a que obtengan lo que quieren y lleguen donde ellos quieren, necesitamos hacer de Uber una opción fácil, barata, más eficiente y más confiable que todas las otras alternativas en el mercado, y si les soy honesto, esa no es siempre una tarea fácil de hacer sustentablemente, porque hoy el camino sustentable no es aún siempre mejor que su alternativa. Y eso es lo que nosotros nos hemos propuesto hacer y lo haremos construyendo un futuro que sea eléctrico, compartido y autónomo, y esa es la idea detrás de Uber Green", profundizó Sundeep Jain, Chief Product Officer de Uber.

Hasta ahora, Londres era la única ciudad donde Uber Green funciona con autos completamente eléctri-

co. En otros lugares en los que opera, el servicio ofrece una mezcla de vehículos híbridos y eléctricos, no obstante, entre los anuncios realizados esta semana, destaca la transformación completa de este servicio eléctrico en más de 40 mercados de todo el mundo, entre ellos Francia, toda Australia y las principales ciudades de Estados Unidos, como San Francisco, Los Ángeles y Nueva York.

Además, los usuarios pronto podrán activar un ajuste para que su preferencia por defecto sea Uber Green. Al buscar un vehículo, el usuario se conectará automáticamente con la opción sustentable si es que hay un auto a una distancia razonable que ofrezca un tiempo de llegada similar a la opción de un UberX. Y, si bien los usuarios ya pueden hacer seguimiento de su ahorro de emisiones, con una futu-

ra actualización, el ahorro de CO2 también contabilizará los viajes en bicicleta, scooter y UberX Share.

## Más allá del transporte

Aunque la electromovilidad es parte esencial de la estrategia de Uber, sus iniciativas van un paso más allá. En cuanto a los anuncios sustentables que hicieron de Uber Eats, los principales fueron que se añadirán mercados de agricultores locales a la oferta de la aplicación en Nueva York y Los Ángeles, para que los clientes puedan comprar productos frescos directamente desde la app.

También se pondrá en marcha en breve un mercado de envases ecológicos para vendedores de Uber Eats, que fomentará el uso de envases sostenibles. Uber premiará a sus mejores vendedores con 50.000 dólares para ayudarles a financiar sus propias iniciativas de sostenibilidad.

Respecto a estos anuncios, Pierre-Dimitri Gore-Coty, Senior Vice President of Delivery y responsable de Uber Eats, aseguró que "están intentando hacer que tanto los compradores como las empresas que ofrecen sus productos, tomen decisiones más verdes". Sin embargo, transparentó que el camino no ha sido fácil. "En los últimos años, uno de los desafíos más grandes que hemos tenido que enfrentar ha sido la complejidad de la definición de lo que es sustentable y lo que no, en materia de packaging, una tarea que nos tomó más tiempo del que queríamos, probablemente porque la respuesta no es global, sino que depende de cada país en el que existimos, pero queremos hacer todos los esfuerzos para convertir el delivery de Uber en una acción cada vez más limpia, verde, sin emisiones y sin envoltorio desechable".

Lo bueno, dijo el encargado de Uber Eats, es que han visto en todas las partes del mundo un creciente interés en los usuarios de tomar decisiones más verdes. "Aunque en algunos lugares estamos más avanzados que en otros, nuestra labor es hacerles fácil y aséptico tomar esas opciones más sustentables", comentó. ●