

COMERCIO NOTICIA

# Así le ha ido a la venta de carros eléctricos este año

De acuerdo con cifras de Andemos, a cierre del primer semestre se han registrado 320 vehículos. La comercialización crece.

Por **SERGIO RODRÍGUEZ SARMIENTO**

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible que se acordaron en el marco de las Naciones Unidas durante el año 2015 tenían, entre otros, la idea de impulsar que algunas de las industrias más contaminantes dieran un giro para empezar a ofrecer un mercado más limpio, más acorde a las necesidades del cuidado del ambiente.

Desde ese momento, los protagonistas asociados a la industria automotriz empezaron a generar más oferta para una demanda que ha venido creciendo. El caso de Colombia no ha sido ajeno al fenómeno internacional.

Según datos entregados por la Asociación Nacional de Movilidad Sostenible (Andemos), durante el primer semestre de este año el registro de nuevas matrículas sólo mismo periodo del año pasado (ver Radiografía).

De acuerdo con cifras de (ver Radiografía).

De acuerdo con cifras entregadas por la agremiación, mientras en los primeros seis meses de 2018 en el país se vendieron 126 vehículos totalmente eléctricos, en igual periodo de 2019 el número cerró en 320. Ahora, si se revisan los datos consolidados de todos los vehículos que utilizan combustión alternativa (gas o híbridos) la variación total fue del 291,5 %. Esto quiere decir que mientras en el periodo enero-junio de 2018 la cifra se situó en 248, este 2019 el número ya va por 971.

“Cada vez es más notorio cómo los consumidores se interesan por adquirir vehículos de motorización alternativa, hay más conciencia. La tarea más urgente: mirar cómo hacer que

los precios de estos carros sean más competitivos”, aseguró Raúl Ávila, profesor de economía en la Universidad Nacional.

## Los retos

Precisamente en esa materia, hasta el Foro Económico Mundial (FMI) ha pedido políticas gubernamentales que ayuden a generar un marco comercial más amigable con el consumidor para poder acceder a este tipo de carros.

El FMI encontró en agosto del año pasado que una de las trabas más importantes a la generación de nuevas compras para carros con motorización eléctrica tienen su sustento en que materiales como el litio y el cobalto (fundamentales para las baterías recargables) han aumentado sus precios. De acuerdo con el or-

## ¿QUÉ SIGUE?

### LAS MARCAS MÁS IMPORTANTES

El informe consolidado de la Asociación Nacional de Movilidad Sostenible (Andemos), para el mes de junio, encontró que durante el primer semestre del año Renault se quedó con el 26,5 % de ese mercado al registrar 177 nuevas matrículas (784 si se cuentan los registros activos desde 2011). Seguido estuvo BMW, compañía que dio a conocer que vendió 101 unidades durante lo corrido del año. BYD apareció en el tercer lugar gracias al registro de 10 unidades. Finalmente Nissan vendió al mercado nacional 14 vehículos eléctrico, lo que le representa una caída de 7 carros si se compara con igual periodo de 2018.

ganismo, el precio del litio ha crecido 30 %, mientras que el cobalto aumentó su costo 150 % entre septiembre de 2016 y julio del año pasado.

Por ahora, de acuerdo con cifras de Andemos, abril sigue siendo el mes con la variación

“Cada vez más el mercado encuentra consumidores conscientes de cómo ayudar al impacto ambiental”.

RAÚL ÁVILA  
Profesor Universidad Nacional

más importante al pasar de 6 carros eléctricos, a 73 durante el cuarto mes de este año.

Mientras que mayo ha sido el periodo en el que más se han registrado vehículos de este tipo: un total de 78, 53 más que en mayo de 2018 ■



En Medellín, diferentes empresas está introduciendo vehículos eléctricos a sus flotas, tanto en sectores de pasajeros como de carga. FOTO EDWIN BUSTAMANTE

# Comercio quiere impulsar el fiado

Por **FERNEY ARIAS JIMÉNEZ**

Una encuesta de la Federación Nacional de Comerciantes (Fenalco) reveló que el 63 % de los establecimiento de comercio del país no ofrece todavía servicios de financiación o fiado, en puntos de venta.

No obstante, llama la atención el hecho de que la gran mayoría de ellos, un 86 %, considera que esta alternativa generaría lealtad con los clientes, y aumentaría las ventas.

Entonces, la inquietud que surge es: ¿por qué no lo hacen, si parece ser tan valioso para el negocio? La respuesta sale del mismo estudio, pues indica que la razón principal es que financiar al consumidor es complejo de administrar, y requiere de un volumen importante de capital, de tecnología y de conocimiento en riesgo crediticio.

# 86 %

de los comerciantes en Colombia cree que el fiado aumentaría sus ventas.

“Los administradores de los comercios lo saben, y por esto sólo un 13 % estaría dispuesto a ofrecer este servicio con recursos propios. Si tuviesen acceso a soluciones de financiación en punto de venta, el 93 % de los comercios encuestados lo ofrecería”, se lee en el documento.

En ese contexto, los aliados que apoyan al comercio en la oferta de financiación en punto de venta se vuelven fundamentales para aquellos que quieren ponerse al día con esta tendencia mundial (83 % ofrecería financiación a través de un aliado especialista).

Pero, aunque los comerciantes reclaman apoyo en esta dimensión, no tienen claro qué tipo de aliado es más conveniente para asegurar una buena oferta de crédito en el almacén.

Tras el estudio, Fenalco considera que los comerciantes colombianos quieren usar el fiado, no solo para dinamizar las ventas, sino para fidelizar a sus clientes, y promueve varias iniciativas.

Una de ellas es la firma de una alianza con Refinancia y Referencia, empresas a través de las cuales se ofrecen soluciones de financiación en el punto de venta, a los comercios afiliados, posibilitando el pago a cuotas que es una tendencia mundial que cada vez toma más fuerza ■

# Portafolio Verde en el top de innovación

Por **FERNEY ARIAS JIMÉNEZ**

La compañía antioqueña Portafolio Verde fue seleccionada como una de las 35 empresas en el mundo del programa piloto Strategic Alliance Initiative (SAI), de la organización International Youth Foundation (IYF).

El reconocimiento obedece a la promoción permanente de la innovación social a través del desarrollo de habilidades e iniciativas que aprovechan el potencial y talento de jóvenes líderes.

“Hemos tenido una relación de más 10 años con IYF en diferentes espacios de liderazgo y

experiencias de fortalecimiento organizacional. Materializar esta alianza es formalizar una oportunidad identificada años atrás, pues IYF es un aliado estratégico de clase mundial que cuenta con una amplia red de organizaciones que trabajan por el Desarrollo Sostenible”, afirmó Alejandro Zapata, director de Portafolio Verde.

Destacó que el modelo de trabajo de IYF ha impactado la vida de más de 17 millones de personas en 98 países a lo largo de 25 años. Por su parte, con 14 años de gestión, la empresa antioqueña ha estado enfocada en el propósito de

mejorar la calidad de vida de las personas a través de soluciones innovadoras y efectivas, las cuales contribuyen a alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Adicionalmente, explicó que la iniciativa SAI busca formar relaciones colaborativas y de largo plazo con organizaciones lideradas por jóvenes.

“Se fundamenta en la convicción de que las soluciones significativas para los desafíos más difíciles deben surgir desde cero, involucrar la colaboración y la asociación, y ser innovadoras, incluso audaces”, añadió Zapata.

Entre los objetivos de esta estrategia, que en Colombia replica Portafolio Verde, figuran el desarrollo de modelos innovadores dirigidos por jóvenes; el recaudo de recursos para apoyar esfuerzos colectivos, así como la construcción de una hoja de ruta para alcanzar una red de redes.

En ese contexto, la apuesta es consolidar un grupo que lidere iniciativas de alcance internacional como son Ciclo Siete (comunidad apasionada por el desarrollo sostenible y Animal Bank (un banco que respalda la conservación de los animales y su hábitat) ■