

¿Qué pasará con el negocio de las bicicletas?



CARLOS BALLESTEROS GARCÍA
Gerente de Bike House

Mientras muchos sectores económicos sufren por la dramática disminución en sus ventas, el negocio de las bicicletas se ha disparado durante la pandemia. En todo el mundo se reportan altos incrementos en la demanda y las existencias no alcanzaron para cubrir los pedidos. Los niveles de inventario bajaron, a tal punto que hasta las bicis de años anteriores se han vendido, pues cada día hay menos opciones para los nuevos usuarios.

El fenómeno colapsó la estructura de los fabricantes de estos vehículos, quienes no estaban preparados para el requerimiento global, al punto de que los tiempos de entrega se han atrasado hasta seis meses en el mejor de los casos. Esto traerá escasez durante el resto de 2020. En países como EE.UU., marcas reconocidas, incluyendo a Trek, reportaron un bajo nivel de inventario y las grandes cadenas no encuentran la forma de poder atender esta nueva tendencia.

A mediano plazo será difícil entender la realidad a la que se ha visto enfrentado este sector que, a causa del Covid-19, se ve beneficiado por los siguientes factores: la importancia de conservar el distanciamiento social que hace que las personas utilicen la bici como medio de transporte; la necesidad de preservar el bienestar, bien sea de manera recreativa o buscando salud

a través de la práctica del ciclismo, y la sensación de libertad que genera su uso.

Otro factor de influencia en el crecimiento del mercado de la bicicleta es la disminución del consumo que anteriormente se presentaba en otros sectores de la economía como lo son la hotelería, la aviación, los restaurantes y los deportes de conjunto, entre otros, que hoy día están paralizados generando, además el impulso al consumo de productos para el entretenimiento en casa.

Tal y como está el panorama, nadie puede predecir cuándo volverá la normalidad en la venta de bicicletas. Pero lo que queda claro es su dependencia de unos cuantos fabricantes de repuestos, ya que la producción de marcos, llantas, manubrios, rines y sillines, entre otros, se encuentra en manos de muchos fabricantes asiáticos y la disponibilidad de los repuestos o su grupo (bielas, pedales, cambios, platos, frenos, tensor, descarrilador...) está condicionada a unos cuantos proveedores.

El primero de estos es la marca de origen japonés *Shimano*, que cuenta con artículos de gran calidad y respaldo para diferentes categorías de bicicletas, pero que, por los crecientes pedidos afronta problemas de producción para atenderlos con prontitud.

El segundo de los proveedores es el fabricante americano *Sram*, que a pesar de competir con sus componentes o grupos a *Shimano* en bicicletas de gama media y alta, aún no encuentra el camino para disputarle en toda la gama y su participación en el mercado es baja.

En tercer lugar están los fabricantes de partes genéricas, que en su mayoría no tienen la misma calidad, respaldo y tecnología que el gigante japonés, ya que sus productos son de menor calidad y no garantizan un desempeño ideal para los nuevos bicisusuarios.

EL NEGOCIO DE LAS BICICLETAS SE HA DISPARADO DURANTE LA PANDEMIA

Así que al tomar la decisión de comprar, es fundamental que los repuestos sean de marca *Shimano* o *Sram*, en su mayor parte, para evitar malas experiencias. Las bicicletas deben ser de marcas reconocidas, con garantía de por vida y que tengan también componentes de alta calidad. Ahorrar en la compra de una bici dotada con llantas, marcos y partes de baja calidad, además de ser una mala inversión, es poner en riesgo la vida, ya que existen marcos de carbono desde \$1,5 millones hasta \$20 millones y, claramente, el de más bajo pre-

cio adolece de tecnología y calidad. En cuanto a las llantas, estas se encuentran desde \$15.000 hasta \$250.000 y lógicamente pueden percibirse las reales ventajas y beneficios después de sufrir un accidente. Comprar una bicicleta no solo depende de un grupo; es el conjunto de partes y componentes lo que hace la diferencia para proteger la vida y poder tener así una experiencia inolvidable al rodar.

Para el caso de Colombia, somos un país de gran tradición ciclista y el fenómeno de la bici lleva varios años, a tal punto que hasta las cadenas de supermercados han puesto los ojos en este negocio. Seguramente aparecerán nuevos actores, incluso los informales, en búsqueda de ser protagonistas en este sector, para competir con las tiendas especializadas y las marcas nacionales e internacionales.

Lo único claro es que la bicicleta, después de la pandemia, se abrirá paso para ser protagonista como una solución simple a problemas tan complejos en el mundo como lo son la movilidad, la salud y la contaminación. Pero naciones como la nuestra deberán tomar medidas urgentes con el propósito de integrarla a los sistemas masivos de transporte, sin olvidar que se deben generar espacios adecuados para su circulación, que a su vez brinden mayor seguridad a los usuarios.

El gas natural que necesita la demanda



SANDRA FONSECA
Directora Asoenergía

El gas natural es un energético moderno relativamente importante en nuestra matriz de oferta de energéticos para la demanda final, quiere decir no como recurso para generación térmica para producir electricidad, sino como demanda final de usuarios residenciales, comerciales e industriales, para procesos de calentamiento, cocción, calefacción, calor útil en calderas, equipos de secado, etc. Vale decir que el gas natural también se usa masivamente como materia prima para refinerías y, sobre todo, para reinyección en la producción de petróleo en los campos asociados que tienen crudo y gas, cuyo uso no está en las cuentas de los balances energéticos del país. Nosotros, la demanda térmica en el país, consumimos cerca de 80% del total diario cuando se genera electricidad mínima con gas, y bajamos esta participación a cerca de 60% cuando se genera energía eléctrica al máximo con gas (en sequía o bajos embalses).

Como usuarios finales usamos el gas con mucho agrado, pues es eficiente, efectivo, y relativamente limpio; siempre y cuando el abastecimiento sea firme y sostenido y el precio sea competitivo. Sin embargo, más allá de ser usua-

rios responsables con el medio ambiente, priorizar de donde venga el gas que utilizamos aún no está en la agenda, ya que en la actualidad no es determinante pues lo esencialmente importante para contar con su abastecimiento, es que esté disponible y a buen precio. Si viene de campos internos en producción, considerado como gas doméstico, debería ser suficiente, ya que se contrata en firme a largo plazo, definido esto por la regulación.

COMO USUARIOS FINALES USAMOS EL GAS CON MUCHO AGRADO, PUES ES EFICIENTE

Sin embargo, el acceso a gas competitivo, enfrenta dos amenazas, la distorsión en precios de suministro que causan las tarifas de transporte interno de gas y, segundo, la oferta interna reportada a cuenta gotas. Por esto, para que el mercado de gas funcione, son esenciales dos cosas, evidentes por largo tiempo para los actores del mismo. Primero, que se deje de seccionar el mercado entre oferta conectada y no conectada, y entre el mercado de gas de la Costa y el mercado de gas del Interior, cada uno dominado por una empresa transpor-

tadora, donde quedan aislados los campos menores o en pruebas, restringiendo el acceso al mercado internacional; y se fije para corregir esto, una única tarifa de transporte que remunere la infraestructura y la expansión eficientemente, sin privilegiar que oferta se conecta y quien es "dueño" de la capacidad de transporte.

Segundo, claramente se necesita que la oferta se active, y para la demanda de gas no térmica, lo importante es que la oferta responda a un portafolio eficiente, amplio, sostenible, firme, sin importar necesariamente de donde viene ya que la calidad la regula la Creg. Si viene de los campos en producción, si será el producto de la explotación Costa Afuera o de Yacimientos No Convencionales, e incluso, si se optimiza la oferta con conexiones al mercado internacional, tal como lo han soportado casi todos los países del mundo y de la región, lo importante es que sea competitivo.

En Latinoamérica solamente contamos con ocho (8) terminales de Regasificación existentes, y ocho (8) en proyectos en desarrollo, existen en operación en Argentina (2), Chile (2), Brasil (3), e inclusive nosotros con una terminal en Cartagena (1). En América Central y el Caribe se tienen Plantas Regasifi-

cadoras en México, Panamá, República Dominicana, Puerto Rico, y una en construcción en El Salvador, sin contar con las de Estados Unidos. Tener claro este panorama es esencial para adoptar las decisiones que se requieren para que el gas destinado a la demanda de generación térmica -que se prevé puede escasear en el año 2023-, este disponible. Y estas decisiones, no son necesariamente desarrollar una planta en el Pacífico con baja viabilidad de conexión en el horizonte previsto pagada por todos los usuarios del país sin la certeza de su entrada oportuna, sino liberar el acceso al transporte, optimizar el uso y la expansión del transporte, y viabilizar todas las fuentes de oferta de manera competitiva.

La demanda industrial de gas, la demanda no térmica de gas, no soportaría incrementos descomunales e ineficientes de precios de suministro y transporte de gas, en momentos en que dada la situación coyuntural del choque de demanda del mercado energético por el covid, limitan la liquidez, impactan la reactivación, y exponen a los procesos de uso de gas a escoger consumir otros energéticos y minimizar el uso de gas, por una visión miope que desequilibraría el mercado.