

EMPRESAS INFORME

# El sector automotor busca un

Durante el cuarto mes del año, el registro de nuevas matrículas cayó 2,1 %. Estos son los motivos del fenómeno.



Por **SERGIO RODRÍGUEZ SARMIENTO**

No arriesgar en tiempos de incertidumbre es la máxima de la clase media cuando las proyecciones económicas no son las más optimistas. Gastar en lo estrictamente necesario es la base del equilibrio financiero del hogar. De ahí que no haga parte entre esos planes la adquisición de bienes durables como los carros. Y si se le suman las consecuencias medioambientales y el caos de movilidad, se ahonda en la decisión de no destinar, al menos 24 millones de pesos, para comprar un carro.

Durante abril de 2019 las ventas de nuevos vehículos en Colombia cayeron 2,1 % si se comparan con los resultados del cuarto mes del año pasado, según el informe de la Asociación Nacional de Movilidad Sostenible (Andemos). Mientras que en abril de 2018 se comercializaron 20.209 carros, durante este año la cifra cerró en 19.778. La razón, de acuerdo con Andemos, se dio por caídas en marcas tradicionales como Chevrolet y Kia.

Estas dos firmas que sumaron al menos 4.600 unidades al parque automotor colombiano, descendieron 26,9 % (para el caso de Chevrolet) y 8,5 % (en Kia). Suzuki y Toyota en cambio ayudaron a corregir en parte la caída gracias a incrementos del 24 % y 16,6 %, respectivamente.

De las marcas contactadas, Chevrolet, que tuvo la caída más importante, dijo que una de las razones estuvo en lo competitiva que se volvió la industria en el país.

"Si bien el volumen en ventas es importante para nosotros, es todavía más relevante el liderazgo de Chevrolet con los productos de gama premium (...) Estamos enfocados en dar a conocer el portafolio más robusto e innovador de camionetas del mercado", aseguró Luis Salem, director de Mercadeo para General Motors Sudamérica Oeste (casa matriz de Chevrolet).

¿Pero a qué se puede adjudicar el hecho de que un segmento que se piensa siga

recuperándose en 2019 haya tenido un mal abril? Para Raúl Ávila, profesor experto en economía de la Universidad Nacional, son varias las razones, pero si se tomara sólo la perspectiva del consumidor habría que analizar algunos fenómenos (ver Para saber más).

"A la gente le pesa el hecho de que se oiga que el desempleo aumentó, que la confianza inversionista no es la mejor, y que el dólar parece seguir encareciéndose. Todo eso presiona a que los hogares en el país piensen muy bien qué gastos se requieren, cuáles son los más provechosos y hasta dónde se quieren endeudar para hacer una compra de esta índole", afirmó Ávila.

### A motivar al consumidor

Para el analista las consecuencias de un entorno que genera más preguntas que respuestas podría ser una de las razones para que la industria automotriz aún siga a la espera de cuán grande puede ser la recuperación de su sector. De hecho la Encuesta de Opinión del Consumidor de abril, que realiza Fedesarrollo, muestra que la disposición de los hogares del país a comprar vehículo se deterioró 8,2 puntos porcentuales, si se compara con marzo de 2019, por lo que se mantiene en terreno negativo: -45,6 %.

"La mentalidad del colombiano promedio a comprar carro o moto antes que casa pudo haber cambiado desde hace un tiempo. Es muy probable que cada vez se encuentren consumidores más conscientes de la necesidad de endeudarse para cosas más importantes: adquirir un crédito con la idea de estudiar o pensar en comprar una casa. El pero allí es que el sector automotor también requiere del interés del colombiano, la tarea ahora es de ese segmento", añadió Ramón Javier Mesa, profesor de economía en la Universidad de Antioquia.

En esa lógica, si bien las casas automotrices deben seguir

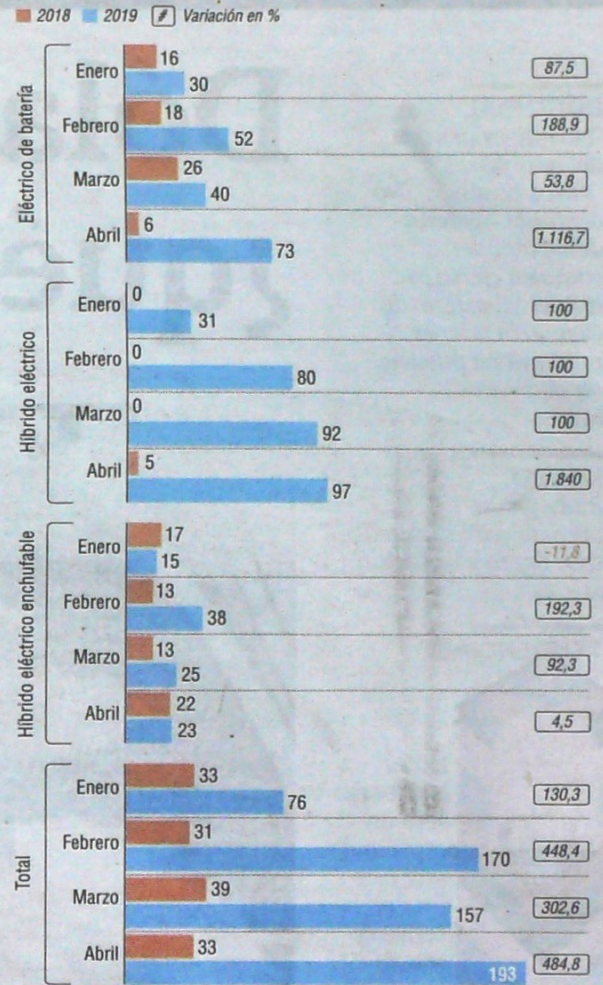
La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (Ocde) hizo un llamado a Colombia, desde 2014, para que se crearan políticas públicas lo suficientemente sólidas para alcanzar dos objetivos: el primero, disminuir la desbandada de automóviles en circulación dentro de las principales ciudades del país; el segundo ob-

jetivo, encontrar la manera de renovar el parque automotor más obsoleto por carros que cuenten con fuentes de combustión alternativas, como el gas o aquellos que son 100 % eléctricos. El llamado se enmarca dentro de la Agenda 2030, que ha logrado, desde 1990, reducciones hasta del 40 % en las emisiones de carbono.

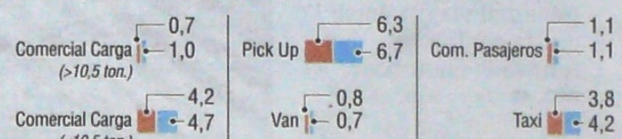
## RADIOGRAFÍA AL SEGMENTO AUTOMOTRIZ

Durante abril de 2019 el registro de nuevas matrículas cayó 2,1 %, un dólar al alza y la mala confianza de los hogares sobre la economía del país, entre las razones del fenómeno.

### Visión general del mercado (Cantidad de carros)



### Participación de mercados (Cifras en %)



Fuente: Andemos.

seduciendo al consumidor nacional ¿cuáles son las facilidades de financiamiento?, y ¿cuáles son las opciones de movilidad que se acomoden a las necesidades? En ese sentido el trabajo se viene dando. Los hábitos de consumo para el segmento sin duda se han modificado (ver Paréntesis).

"Debería ser una sinergia entre empresas y Estado. Mientras las casas automotrices sigan teniendo un portafolio que se adapte a la demanda, y mientras el Gobierno Nacional genere incentivos para empujar la compra de ciertos tipos de vehículos, en el segmento empezará a

hacer cada vez más real ese cambio", dijo Oliverio García, presidente de Andemos.

Ese nuevo consumo se traduce, por ejemplo, en un interés más marcado por la adquisición de vehículos híbridos (que tienen combustión no tradicional) y eléctricos. De acuerdo con Andemos ese segmento creció 338,2 % en los primeros cuatro meses de este año, al pasar de 136 a 596 carros comercializados. Lo híbridos pasaron de cinco a 300 unidades vendidas, mientras que los totalmente eléctricos aumentaron en 195,5 %.

Resulta llamativo que mientras la firma surcoreana

### PARÉNTESIS

#### EL PEDIDO DE LA OCDE