

1999-2019: la revolución energética



ORLANDO CABRALES SEGOVIA
Presidente de Naturgas

Hace 20 años el panorama de Colombia era oscuro. El producto interno bruto se desplomaba en más del 4% produciendo la mayor recesión económica de la historia; las familias estaban sobre endeudadas; y la crisis de las grandes potencias produjo la salida de capital. Además, el desempleo y las tasas de pobreza e indigencia llegaban a picos históricos.

En cuanto al gas natural, 157 municipios tenían acceso a este combustible que beneficiaba a 1,9 millones de usuarios, y el gas natural vehicular (GNV) apenas empezada a ser visto como una oportunidad de movilidad sostenible y competitiva. Para esa época, tan solo un poco más de 5.000 vehículos usaban GNV.

Los tiempos han cambiado, y así queda expresado en el vigésimo informe de Promigas. El año pasado se registró un crecimiento económico del 2,7%; el desempleo se mantuvo en un dígito; la pobreza ha reducido en más de 20 puntos, y la confianza inversionista extranjera ha aumentado, llegando a ser casi 10 veces más alta que hace 20 años.

Hoy, el acceso a la información es más fácil, la calidad de

vida es más alta y las empresas usan la tecnología para alcanzar nuevos mercados. Algo importante: hoy los colombianos tienen mayor conciencia ambiental y exigen soluciones sostenibles.

La actividad exploratoria de gas y petróleo ha sido una montaña rusa desde entonces. Hace 20 años teníamos actividad exploratoria en 20 pozos; hace 10 años, en 75, y el año pasado tuvimos tan solo en 48. Algo similar ha ocurrido con la actividad sísmica que tuvo su pico en 2009 y hoy es mucho menor que la de 1999.

Tenemos que avanzar. Con la mano del Estado, esperamos aprovechar el gas del mar Caribe y de los yacimientos convencionales y no convencionales. Si bien tenemos la posibilidad de importar eficientemente el gas natural, la estrategia debería enfocarse en los beneficios del potencial nacional: regalías, impuestos, empleo, mejores precios y encadenamientos productivos.

Además, el país tiene todo listo para transportar ese gas. En los últimos años, la red de gasoductos de transporte del país ha crecido en cerca de 2.800 kms, y a mediano plazo tendremos nuevas inversiones en infraestructura cercanas a los US\$1.300 millones.

Si bien la masificación del gas natural inició en los años 80, en los últimos 20 años

ha aumentado su competitividad y cobertura a grandes niveles.

El año pasado 9,5 millones de hogares, comercios e industrias en 741 municipios se beneficiaron del gas natural, y estimamos que para finales de 2019 tendremos conectados cerca de 360.000 nuevos usuarios, incluyendo familias de bajos recursos (casi 5 veces más que hace dos décadas).

El GNV creció aún más, 583.000 vehículos se han convertido, haciendo uso de las más de 800 estaciones de carga. En transporte público de pasajeros, camiones, volquetes y recolectores de basura llevamos más de 1.000 vehículos dedicados. A esto hay que sumarle los 210 tractocamiones que entrarán próximamente.

Está demostrado que cada vez más personas son conscientes de que el gas natural representa disminuciones muy significativas en material particulado fino, óxido de azufre, óxidos de nitrógeno y dióxido de carbono, contaminantes que afectan nuestra calidad de vida.

Con todos estos beneficios y con la necesidad social de llevarle un combustible limpio a quienes aún cocinan con leña, y a las industrias que generan energía con carbón, seguiremos avanzando y modernizándonos para que en 2039 sigamos aportando a la equidad y competitividad del país.

¿Se reinventarán las fiestas?

En un reporte reciente de tendencias globales se hablaba del crecimiento que están teniendo las bebidas sin alcohol como parte de la fiesta. Y esto resulta interesante porque hemos estado acostumbrados a hablar del tema casi siempre refiriéndonos al conductor elegido y al consumo responsable, y por lo tanto, nunca con un rol realmente protagonista. No estamos hablando de Colombia ni de muchos países en desarrollo, pero en otras latitudes, resulta que la categoría de las bebidas sin alcohol en la fiesta sube tanto que marcas como Heineken están teniendo un crecimiento de doble dígito. Su producto 0.0 se ha convertido en una carta clave para el futuro de la compañía. AB Inbev dice que espera que para el 2025 una quinta parte de sus ventas sea de productos de bajo contenido alcohólico o sin alcohol. ¿Qué hay detrás de las noches sobrias y por qué podrían ser amenaza para algunos negocios y oportunidad para otros tantos innovadores?



JUAN ISAZA
Estratega de comunicaciones
@juanisaza

El primer elemento de contexto que vale la pena mencionar es el cambio generacional en la definición de la fiesta. La generación Y ha desarrollado un estilo de vida muy diferente con otro tipo de motivaciones. En un estudio que hizo hace un par de años *The Guardian*, en el Reino Unido, contaba que una inmensa mayoría de los millen-

nials preferían una noche en casa que una noche afuera. El plan de quedarse en la casa para conversar, cocinar, competir en videojuegos, o ver una película y tener sexo (el muy famoso 'Netflix and chill') son planes que resultan para los millennials algo mucho más interesante que las fiestas y los clubes nocturnos que marcaron a otras generaciones. No nos olvidemos, además, que la función histórica del bar como el lugar que permitía conocer potenciales parejas, hoy vive la inmensa amenaza de aplicaciones como *Tinder*.

Pero también hay quienes le dan parte de la responsabilidad de este cambio a estilos de vida más conscientes donde el guayabo o los excesos ya no son tan populares. Habría que mencionar aquí que la marihuana va ganando un espacio en el futuro de la fiesta.

LAS MULTINACIONALES DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS SABEN LO MUCHO QUE PUEDE CAMBIAR LA RUMBA

No nos olvidemos de la alianza entre AB Inbev y Tilray, la compañía canadiense de productos derivados del cannabis con el propósito de explorar el desarrollo de una bebida, alianza que capturó miles de titulares hace algunos meses. Las grandes multinacionales de bebidas alcohólicas son conscientes de lo mucho que puede cambiar la rumba desde que Canadá y múltiples estados de Estados Unidos han permitido el uso medicinal y recreativo del cannabis.

Las nuevas formas de divertirse están influidas por muchos cambios sociales y culturales. Obviamente, la tecnología y la conectividad también han puesto una parte importante en los nuevos hábitos. El mundo ha ido perdiendo muchos de los paradigmas que le daban un direccionamiento único al entretenimiento nocturno y en cambio hoy las definiciones son mucho más plurales. Quizás los bares, clubes y muchos de los negocios que han vivido de la fiesta y la bebida en exceso, hoy comienzan a ver que el mundo (al menos en los países desarrollados) los está obligando a reinventarse. Sobre todo para ofrecer algo que resulte tan atractivo que sea capaz de ganarle a la creciente oferta de entretenimiento que cada vez más ciudadanos del mundo quieren vivir en sus casas.

Los Secretos de Silicon Valley



ANDRÉS GUTIÉRREZ
Fundador de Tappsi y Tpage

Hace unas semanas salió un libro de **Scott Kupor**, llamado "Secrets of Sand Hill Road". Este autor fue uno de los primeros empleados en

LoudCloud, una de las pocas empresas que logró salir a la bolsa en el año 2001 después de haberse estallado la burbuja de tecnología el año anterior. Hoy es socio de uno de los fondos de inversión más importantes de Silicon Valley, llamado *Andreessen Horowitz*. Esta firma ha hecho inversiones en empresas como *Facebook*, *Airbnb* y hasta una fintech increíble Colombiana llamada *Addi*.

En este libro **Scott** busca darle una guía a los emprendedores que están buscando conseguir inversión de los fondos de capital de riesgo.

Su argumento principal es que por mucho tiempo los secretos de "Sand Hill Road" (la calle icónica donde están los fondos más importantes de Silicon Valley, equivalente a la 5a avenida de Nueva York o Bond Street en Londres, para retail

y sastrer respectivamente) habían sido de poco dominio por parte de los emprendedores, haciéndolos estar mal preparados para levantar capital exitosamente.

El libro acompaña al lector a través del proceso de cómo presentar su idea ante los fondos de inversión, cómo navegar el term sheet (el acuerdo de inversión), la importancia de tener su empresa registrada en EE.UU. como una C-corp si quiere conseguir dinero en EE.UU., y hasta cómo prepararse para la salida a bolsa.

Leyéndolo me fue imposible no acordarme de cuando apenas hace unos cinco años yo estaba en esa misma calle, Sand Hill Road, tratando de levantar dinero para *Tappsi*.

Con *Tappsi* nunca logramos conseguir fondeo de Silicon Valley. (Luego unos años después sí lo haría con *Tpage*).

Vi los errores que cometí, o más bien las recomendaciones que ahora este libro busca evidenciar. Por ejemplo, mostrar un mercado suficientemente grande para proyectar ingresos anuales de al menos US\$100 millones, y durante el "pitch" con el fondo hacer mucho más hincapié en el talento

de mi equipo y el producto que teníamos.

El autor complementa su experiencia con frases célebres de inversionistas de capital de riesgo, como **John Doerr**, que relaciona levantar capital con fiestas de coctel. Dice que cuando estás en una fiesta de coctel y pasa el mesero con la bandeja de pasabocas, siempre agarre una, porque nunca se sabe si el mesero volverá a pasar en lo que dure la fiesta. Esto es muy cierto. Ahora que estoy de mentor en la aceleradora *Rockstart*, e inversionista en emprendimientos, es increíble ver la cantidad de empresas que se quedan sin capital porque no calcularon cuánto iban a necesitar y lo difícil que es levantar más plata justo cuando se te está acabando el dinero.

Qué bueno que ahora exista un libro que ayude a los emprendedores a saber cómo levantar capital de fondos de inversión.

Recomiendo este libro, no solo a estos emprendedores, sino también a cualquier inversionista que estén pensando invertir en startups por primera vez.

Los secretos de Silicon Valley por fin están destapados. Ahora, a usarlos a nuestro favor.