
Del papel a la realidad: Auteco, 80 años liderando la movilidad en Colombia

En una región y un país donde lo más usual es admirar las capacidades de economías mucho más avanzadas que la nuestra, la posibilidad de competir con desarrollos locales y de calidad no pasaba por la mente de muchos. Sin embargo, la visión, templanza y determinación de empresarios como Paul Vásquez le dieron un giro a esa mentalidad.

Este antioqueño audaz y de mente inquieta fundó, en 1941, Auteco, un almacén de repuestos para carros Ford y Nash en una estación de gasolina. En los años 50, decidió importar las primeras motos que llegarían a Colombia: Indian, Ariel y Excelsior. Diez años después, en 1961, Paul viajó a Italia y encontró una motocicleta con gran potencial para nuestro país.

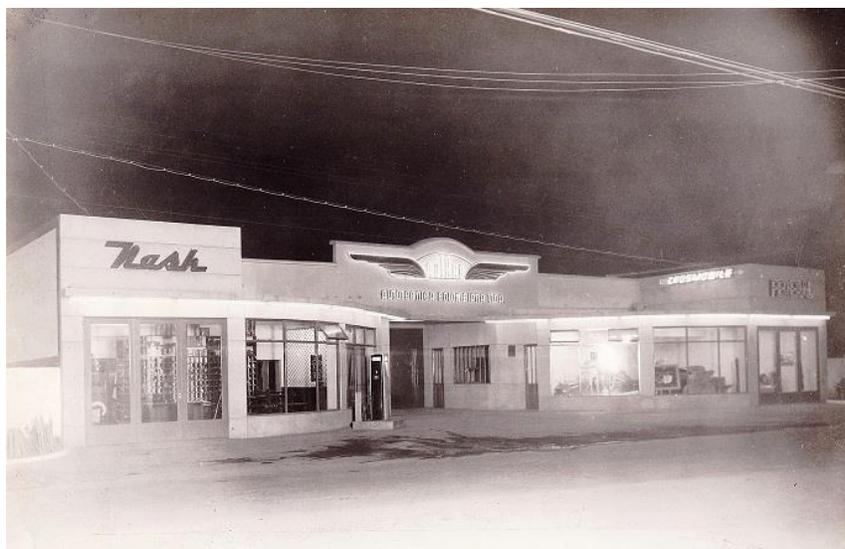


Ilustración 1. Primer almacén de Auteco. Fuente: material Auteco

En aquella época, gran parte de los colombianos se movía a caballo. Las características de las motos Lambretta podrían convertirlas en vehículos que no sólo mejoraran el medio de transporte de muchas familias, sino que impulsaran el desarrollo en el país. Pero la intención de Vásquez iba mucho más allá de la mera importación. Él quería cambiar los paradigmas locales; quería innovar.

Fue así como, buscando generar empleo y el surgimiento de una nueva industria, trabajó de la mano del gobierno para crear la ley de ensamble, en la cual se estableció que el 19%

de las motos importadas debían tener un porcentaje de integración nacional. Gracias a lo anterior, Vásquez creó la primera planta de ensamble de Latinoamérica.

Años después, tras la quiebra de Innocenti (fabricante de las Lambretta), Paul decidió poner sus ojos en Japón y más específicamente en la marca Kawasaki. En 1970, el empresario antioqueño logró cerrar un acuerdo con la compañía nipona para que le entregaran el know-how y poder ensamblar así sus motos en Colombia. Rápidamente, con estas motocicletas, Auteco logró una participación en el mercado nacional del 85%.

En los años 90, Kawasaki decidió, por cuestiones de rentabilidad, dejar de producir motos pequeñas para concentrarse en aquellas de alta gama y alto cilindraje. Esto implicaba un gran obstáculo para Auteco, pues finalmente el mercado local demandaba vehículos que se ajustaran a su poder adquisitivo. Con ese desafío en frente, Paul y su equipo se concentraron en India, un país que estaba emergiendo como potencia en el sector. Luego de realizar diferentes pruebas y modificaciones técnicas para que las motos se ajustaran a la topografía colombiana, en 1993 entraron las primeras Bajaj.



Ilustración 2. Motos KYMCO. Fuente: material Auteco

Diez años después, las mujeres empezaron a participar más activamente en el sector, lo que obligó a Auteco a buscar motos más fáciles de manejar. Una vez más inició la búsqueda de nuevos proveedores, encontrando en KYMCO, de Taiwán, una gran opción: motocicletas compactas, cómodas, automáticas y con espacio de almacenamiento debajo del asiento. Sin embargo, la compañía también identificó la

necesidad de atender un segmento de mercado con mayor poder adquisitivo. Fue así como, por primera vez, en el 2012 se inició el ensamble de las motos KTM fuera de Austria.

Con la intención de ofrecer productos que se ajustaran aún más a las necesidades de sus clientes, Auteco decidió capitalizar los aprendizajes obtenidos gracias al relacionamiento con todas esas compañías a nivel mundial, lanzando, en el 2015, su marca propia: VICTORY. Ésta logra la integración de elementos fundamentales, como la calidad japonesa, la potencia y el rendimiento de las motos de India, la facilidad de manejo que aprendieron de los taiwaneses y la competitividad que les enseñaron las ensambladoras europeas.

Bajo la promesa de entregar progreso y felicidad a sus consumidores, VICTORY es el resultado de un arduo trabajo que involucró la participación de más de 900 ingenieros en investigación y desarrollo bajo las normas ISO 9001 y EURO 3. Acompañada por los mejores fabricantes de partes del mundo, la compañía inició esta nueva aventura enmarcada en un modelo de innovación impulsada por el diseño. Luego de más de 700.000 kilómetros recorridos en pruebas y más de 400 horas por motor, Auteco recibió la aprobación de más de 500 usuarios en estudios de mercado.

Su portafolio de productos se amplió en el 2020 con el ensamble de motos Benelli, una marca italiana de alta gama que en países como Argentina logró posicionarse como líder en tan sólo dos años.

Movilidad eléctrica

La innovación ha acompañado la historia de Auteco durante décadas. La visión de Paul Vásquez impulsó no sólo el crecimiento y la transformación de la compañía, sino de la región y el país. Dentro de tantas enseñanzas, los directivos y colaboradores actuales resaltan una que consideran fundamental a la hora de innovar: hay que lanzarse sin miedo.

Si bien es necesario mapear las tendencias, hacer investigación de mercado y demás, es claro que la realidad siempre será muy diferente a lo que se planea en el papel. De ahí la importancia que tiene salir a probar rápidamente e ir haciendo ajustes en el camino. En el caso de Auteco y su intención de ser pioneros en movilidad sostenible, esto significó encontrar un proveedor, testear y comprar inventario.

¿Por qué? Porque realizar la compra de esos vehículos implicaba, sí o sí, continuar con el proceso en lugar de quedarse pensando cuándo sería el momento ideal para hacerlo. Con la transacción hecha, el equipo debía resolver asuntos de nacionalización, almacenaje, canales de venta, entre otros.

Todo lo anterior por supuesto no respondía a una idea en el vacío, sino a un mapeo de tendencias que la compañía venía haciendo desde hacía varios años. El escenario se fue transformando cuando diferentes países empezaron a tomar decisiones alrededor de la movilidad sostenible. Francia, Escocia, Noruega, Holanda, India, China y Alemania, entre otros, anunciaron que prohibirían la venta de carros de gasolina y diésel; unos en 2040, otros en 2030 y algunos más determinados proponían lograrlo de aquí al 2025.

A lo anterior se sumaban comunicados de fabricantes como Volvo y Mercedes Benz en los que se comprometían a tener versiones híbridas o eléctricas de todos sus modelos a partir del 2019 y 2022, respectivamente. Este contexto se agudizó, especialmente en Medellín, cuando las autoridades locales tuvieron que tomar medidas restrictivas por la mala calidad del aire en la ciudad.

La contingencia ambiental, que luego golpeó otras ciudades como Bogotá, encendió diferentes alertas en el país. En cuestión de días se ampliaron las restricciones de movilidad para reducir el número de vehículos que circulaban; se prohibieron las actividades al aire libre; se suspendieron compromisos deportivos y se recomendaba el uso de máscaras a quienes tuvieran que salir de casa.

Los efectos de la contaminación que vivían otros países se estaban haciendo más visibles en Colombia. Ante este escenario, en Medellín, por ejemplo, se inauguró el tranvía 100% eléctrico. Adicionalmente, el gobierno local compró buses eléctricos y se implementaron iniciativas como Encicla, un sistema de bicicletas públicas para el Área Metropolitana.

La contribución de Auteco a la movilidad sostenible inició mucho antes de que se encendieran todas estas alertas. Aunque el lanzamiento de VICTORY representaba un gran logro para la empresa, sus directivos tenían en mente algo más. Gracias a un ejercicio constante de vigilancia para identificar tendencias, desde el año 2010 Auteco inició el testeo de vehículos eléctricos. Tras varios años de investigación, en el 2016 la compañía decidió incursionar en la movilidad eléctrica con su marca Stärker, convirtiéndose en la pionera del negocio en Colombia.

Adicionalmente, en el 2019 lanzaron los primeros camiones eléctricos de Latinoamérica. Inicialmente, se importaron 250 vehículos desde China en alianza con Renting Colombia. Era tal la novedad, que cuando iban a salir del puerto asiático los funcionarios no sabían qué documentación debían exigir o qué tipo de requerimientos había para el transporte de las baterías hacia la región.



Ilustración 3. Camiones 100% eléctricos. Fuente: material Auteco

Con estas alternativas, la compañía busca ofrecer soluciones complementarias, es decir, que se sumen a los esfuerzos hechos por el Gobierno, y masivas. Esto último se logra a través del precio y la infraestructura. Aunque al país han llegado vehículos eléctricos de diferentes marcas, su costo es bastante alto, por lo que sólo un grupo reducido de personas puede acceder a ellos. De ahí la importancia que tiene ofrecer opciones como patinetas, bicicletas y motos eléctricas que se ajusten al poder adquisitivo de otros segmentos. Además, no dependen de infraestructura de electrolineras, pues se cargan, como un celular, en tomas eléctricos sencillos de 110 voltios.

Los camiones eléctricos mencionados anteriormente son un buen ejemplo de una solución masiva. Gracias a una alianza con Renting Colombia, Sura y Bancolombia, fue posible diseñar un canon de arrendamiento muy similar al de ese mismo vehículo en versión diésel.

Para resolver el tema de la infraestructura, se realizaron pruebas con el Grupo Éxito, el Grupo Nutresa, el Grupo Argos y el Grupo Bimbo. Luego de utilizar los camiones, se determinó que sus recorridos no superaban los 150 kilómetros al día. Con una autonomía de más de 200 kilómetros, estas empresas tenían la posibilidad de cumplir con su ruta establecida sin necesidad de parar en alguna electrolinera y simplemente cargar los vehículos en sus bodegas durante la noche.



Ilustración 4. Bicicletas de MUVO.
Fuente: material Auteco

Otro ejemplo es MUVO, una startup que ofrece alquiler de bicicletas eléctricas en Bogotá y en la cual Auteco decidió invertir. Esta alternativa, que próximamente estará disponible en otras ciudades del país, resuelve algunas limitaciones que tienen iniciativas como Encicla. Por un lado, teniendo en cuenta la topografía colombiana, permite cubrir mayores distancias sin tanto esfuerzo físico. Además, resulta una buena opción para quienes quieren ir al trabajo en bicicleta sin sudar o sin tener que llegar a la oficina a cambiarse de ropa.

Hoy, Auteco tiene en su portafolio una gran oferta de patinetas, bicicletas y motos eléctricas para suplir las necesidades de sus diferentes segmentos. Su intención promover la movilidad sostenible, poniendo al alcance de cualquier persona este tipo de vehículos. Sin embargo, los directivos de la compañía saben que, como bien les enseñó su fundador, hay que ir siempre más allá. Por eso, nuevamente trabajaron de la mano del Gobierno para sacar la Resolución 160 de 2017 y la Ley 1964 de 2019, logrando, entre otros, estos beneficios:

- Reducción del IVA del 19% al 5%.
- 0% de arancel de importación temporal.
- Reducción del 50% en el valor del SOAT con respecto al de los vehículos de gasolina.
- Para el 2025, el 30% de la flota oficial debe ser eléctrica.
- Eliminación de Pico y Placa.

Aunque la misión de Auteco es clara y le apunta a contribuir al medio ambiente, existen un par de factores alrededor de la movilidad eléctrica que deben ser considerados: la minería y la contaminación de las baterías.

Estos dos aspectos fueron resaltados en el Simposio de Vehículos Eléctricos del 2018, realizado en Francia. La minería, que se requiere para extraer el litio y el plomo utilizados en la fabricación de las baterías, está destruyendo ecosistemas. Según el Banco Mundial, la producción de minerales utilizados en las tecnologías de energía limpia crecerá un 500% para el 2050. Con el objetivo de mitigar sus efectos, esta organización creó el programa *Climate-Smart Mining*, cuyo objetivo es minimizar la huella ambiental que deja esta práctica a través de la extracción responsable y sostenible de dichos recursos.

Con respecto a la contaminación que generan las baterías, en Colombia ya existen programas de reciclaje de plomo ácido. Las de litio, por su parte, son exportadas a Estados Unidos, Europa y China, pues en nuestro país todavía no contamos con la tecnología necesaria para reciclarlas. Por último, empresas como Panasonic y Celsia están lanzando iniciativas para utilizar baterías de vehículos en la instalación de sistemas fotovoltaicos, tanto en empresas, como en hogares. Así, una batería de un camión eléctrico, por ejemplo, puede servir, luego de los siete años que se estima para su vida útil, como batería de acumulación para que un hogar almacene la energía producida por los paneles solares.

A partir del panorama anterior, ¿dónde está la innovación en la movilidad eléctrica y cuánto más falta? ¿Cómo pasar el abismo entre los denominados *Early Adopters* y la fase de *Early Majority*?

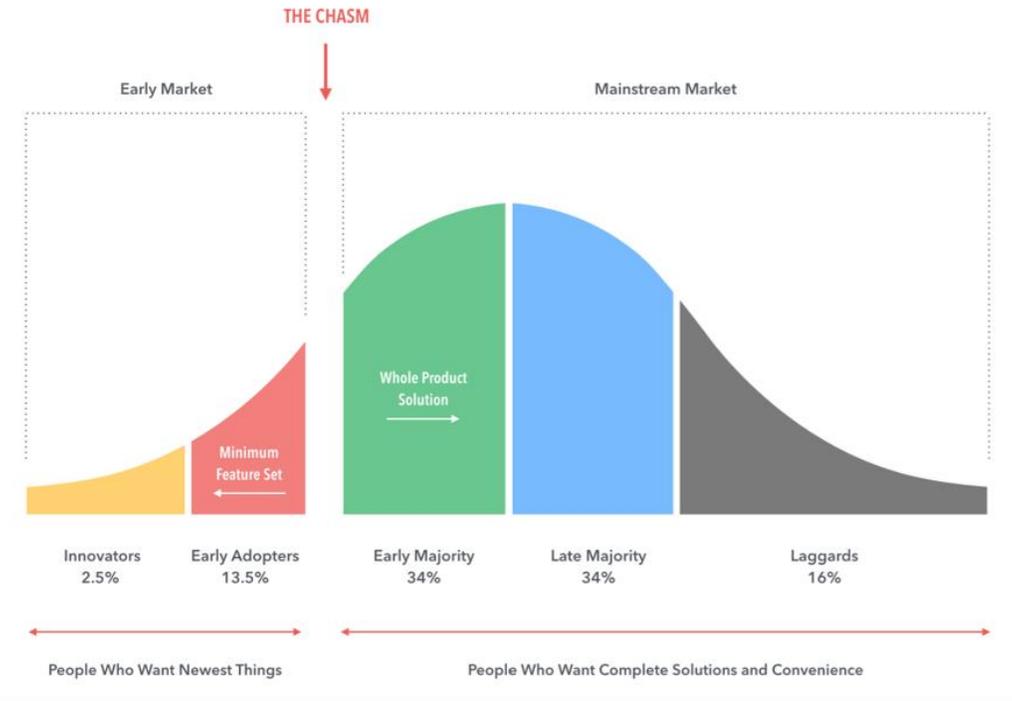


Ilustración 5. Curva de adopción. Fuente: material Auteco

Al revisar lo que ha hecho Auteco durante los últimos años con respecto a la movilidad eléctrica, se puede ver que en las dos primeras fases de *Early Market* o Mercado Temprano, la compañía fue incrementando de a poco las ventas, pasando de 300 unidades en el 2016, a 8.000 unidades en el 2020. Aunque el crecimiento ha sido interesante, la curva se empezó a aplanar un poco y ahora la empresa tiene el reto de pasar el abismo para convertir la movilidad eléctrica en una solución realmente masiva.

Ahora bien, al analizar la ejecución de este proyecto, es posible identificar cuatro etapas fundamentales:

1. **Piloto:** El objetivo en esta fase era actuar como una startup, es decir, aprender ejecutando. El disparador fue, como se mencionó anteriormente, la compra de inventario que luego se distribuyó en 21 puntos de venta propios. En ese momento, Auteco tenía un solo proveedor que le ofrecía todo el portafolio. Sin embargo, pronto entendieron que debían buscar otras opciones, sobre todo para poder ser competitivos con las bicicletas, pues las ventas no lograban despegar debido a su alto costo. Adicionalmente, ante la falta de regulación en el país, vieron la importancia de trabajar de la mano con el Gobierno. Fue en ese momento en el que iniciaron las conversaciones para sacar la Resolución 160 de 2017 y la Ley 1964 de 2019.
2. **Aprendizaje:** Durante los primeros años, la compañía hizo una inversión importante que no le permitía ejecutar con números positivos. Para esta segunda fase, el objetivo era asegurar la sostenibilidad de la unidad de negocio haciéndola rentable. Retomando el aprendizaje anterior, sus directivos decidieron buscar proveedores para cada segmento. Además, vieron la necesidad de cubrir otras categorías. Así mismo, se dieron cuenta de que debían crear un Canvas para cada una de ellas.
3. **Early adoption:** En el 2019, el objetivo era ejecutar esos modelos de negocio diferenciados por categoría. Durante esta fase, la compañía vio que la disponibilidad y la cobertura seguían siendo bajas y que todavía tenían mucho potencial por explotar.
4. **Cruce del abismo: masividad:** A partir de lo anterior, Auteco decidió apostarle a la omnicanalidad, interconectando los canales Online y Offline para iniciar la masificación de sus productos. Adicionalmente, valoran la llegada al país de nuevas marcas como Segway y Super Soco que les permitan seguir aprendiendo de movilidad eléctrica.

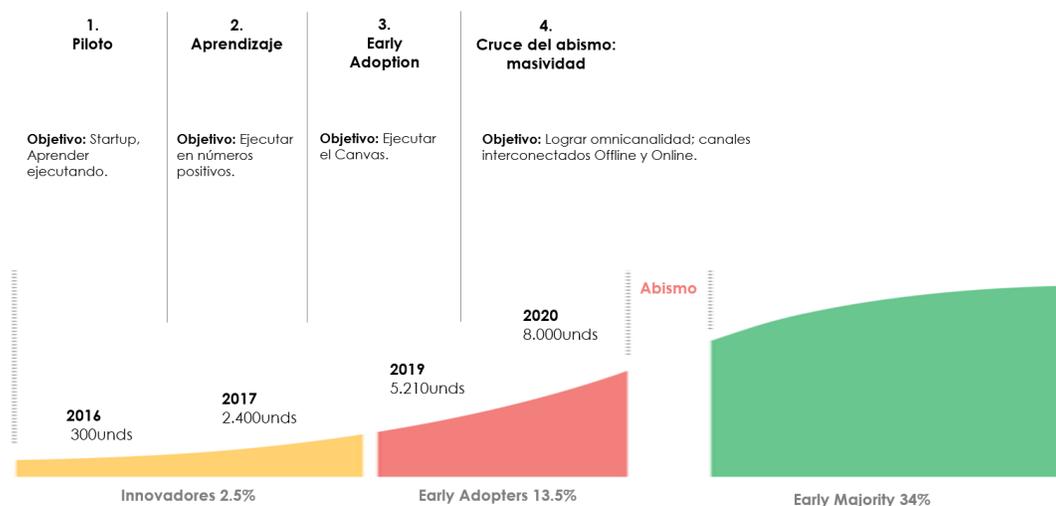


Ilustración 6. Curva de adopción de Auteco. Fuente: material Auteco

El legado de Paul Vásquez es una muestra irrefutable de que la pasión, la visión y la determinación son elementos fundamentales para innovar. Gracias a su espíritu emprendedor, hoy Auteco conserva ese ADN que le ha permitido liderar la movilidad en Colombia durante 80 años.

Conferencista

Juan Carlos Mejía es Administrador de Negocios de la Universidad EAFIT y especialista en Economía de la Universidad de los Andes. Actualmente se desempeña como Director de Mercadeo de Auteco Mobility.

Tomado de la conferencia “Del papel a la realidad: Auteco, 80 años liderando la movilidad en Colombia”, dictada el 7 de abril de 2021 por Juan Carlos Mejía, Director de Mercadeo de Auteco Mobility.