

NUEVOS NEGOCIOS:

Marketplace Galgo entra al negocio de la electromovilidad con motos de baterías intercambiables

MARISA COMINETTI

Semanas clave ha tenido durante este mes Galgo, *startup* pionera en crear un *marketplace* de movilidad, que mediante la tecnología logra la inclusión financiera, ofreciendo la compra y financiamiento completamente digital de motocicletas en Chile, Perú, Colombia y México.

Al lanzamiento de una nueva vertical de negocio, la de electromovilidad con motos de baterías intercambiables que debutará primero en Santiago y luego se expandirá a regiones, se sumó la visita del presidente del BID a sus oficinas para interiorizarse más sobre el modelo de la compañía. Esta actividad es considerada por sus fundadores como un reconocimiento a su impacto social-ambiental y de paso en un próximo aporte económico. "Su visita es una señal de apoyo a la compañía y una señal de compromiso a futuro de inversión", destaca Diego Fleischmann, cofundador y co-CEO de Galgo, quien acota que en 2021 el organismo internacional los apoyó a través de BID Lab, el brazo de innovación y capital emprendedor del organismo. Ahora, agrega, dan un paso más, ya que están evaluando aportar capital a través de BID Invest, rama que financia empresas y proyectos sostenibles de mayor envergadura para que alcancen resultados financieros y maximicen el desarrollo económico, social y medio-ambiental. "Es importante que estén evaluando hacerlo a través de BID Invest, porque demuestra la consolidada que está la empresa", añade Fleischmann.

Mayor inclusión

El presidente del BID, Ilan Goldfajn, destacó el trabajo de Galgo, en especial el desarrollo de un modelo que permite entregar financiamiento productivo a la población vulnerable y de bajos ingresos en general. "El combate a la pobreza y el fomento del crecimiento económico son dos prioridades centrales de nuestra nueva estrategia. En este sentido, Galgo se alinea con estos objetivos. Además, nos motiva a ver proyectos que tengan el potencial de ampliar su escala e impacto. Este es un ejemplo de un proyecto que comenzó más pequeño, con el apoyo de BID Lab, y ahora se expande con el respaldo de BID Invest".

De hecho, Fleischmann destaca que este apoyo inicial fue clave para la internacionalización a economías con mayores necesidades de inclusión financiera como Colombia y México.

Además, la *startup*, que combina la compra y financiamiento digital de motos en Chile, Perú, Colombia y México, está en la mira del BID como parte de sus inversiones a través de BID Invest.



Los cofundadores y CEO de Galgo, Ignacio Canals y Diego Fleischmann, junto al presidente del BID, Ilan Goldfajn, y representantes del organismo internacional, además de Arturo Natho, gerente general de Copec, y Leonardo Ljubetic, gerente de División Desarrollo de Copec.

Nuevos horizontes

Ignacio Canals, cofundador y co-CEO de Galgo, cuenta que la nueva línea de negocios de electromovilidad permitirá masificar la adquisición de tecnologías que mejoren la calidad de vida de las personas y agilicen la transición energética. Esto, además, con Copec como socio estratégico, quienes además entraron como inversionistas en la última ronda de capital de Galgo a través de su *corporate venture capital* Copec Wind Ventures.

Se trata de la marca Gogoro de Taiwán, con baterías intercambiables y precios desde \$2 millones hasta \$4 millones. El público objetivo: personas *eco-friendly* y repartidores de *delivery*. Las primeras 50 unidades ya están disponibles como piloto hasta el lanzamiento oficial en septiembre.

Las unidades serán comercializadas por Galgo, mientras que las baterías serán proporcionadas por Copec y sus estaciones de carga Voltex. La primera etapa será Santiago, para luego ir abarcando otras ciudades del país, como Valparaíso y Concepción. Además, cuentan desde Galgo, también está previsto para más adelante ampliar el giro a autos eléctricos.

"Este convenio no solo refuerza nuestro compromiso con la inclusión financiera, sino que también promueve el uso de vehículos eléctricos, reduciendo así la huella de carbono en nuestras ciudades", dice Canals.

Sobre la evolución de la firma en el último año, los fundadores sostienen que con la última inyección de capital, en octubre pasado por casi US\$ 41 millones, trasladaron el eje del negocio de Chile-Perú a Colombia-México. "Pasamos de ser una empresa del fin del Cono Sur a una compañía central en los mercados más grandes de motos de la región", dice Canals. Hoy, añade, ambos países representan un 70% de las ventas totales.

De esta forma, están cumpliendo la meta fijada de duplicar el volumen de comercialización, alcanzando las 5 mil motos, más del doble de lo que vende el mercado en Chile. De hecho, una parte importante del capital se ha destinado al crecimiento en esos mercados, "lo que significa que en el futuro, para seguir creciendo en estos países, vamos a necesitar más inyecciones de capital", precisa Fleischmann, sin entrar en detalles de los planes para una próxima ronda.