

Festival de la Leyenda Vallenata, ahora con categoría femenina

El festival, que arrancó oficialmente el pasado viernes en Valledupar, anunció la apertura por primera vez en la historia del reconocimiento a las exponentes femeninas del género musical en dos categorías, una para menores de 15 años y otra para mayores de 16. En ambos casos serían coronadas como "Reinas del acordeón".

Para participar, las músicas podrán contar con el apoyo de guacharaquera(o) y cajera(o) a lo largo de las diferentes rondas del certamen. En esta ocasión, de acuerdo con la organización del festival, la corona será disputada entre 20 mujeres, sumando a las competidoras de ambas categorías: 12 en menores y ocho en mayores.

Entre las participantes de la categoría de mayores se destacan las tres reinas del Encuentro de Vallenato Femenino (Evafe), Wendy Corzo, Leidy Salgado y Nataly Patiño, así como Jeimy Arrieta, reina infantil del Festival de la Leyenda Vallenata en 2007, y Maribel Cortina, reconocida por haber tocado con Patricia Teherán.

» Es la primera vez en los 52 años de historia del festival que se abre una categoría exclusiva para las mujeres.

Región Caribe



/ Getty Images

» La legislación colombiana ofrece beneficios de aranceles e IVA para las empresas que usen energías limpias.

ca de la Compañía Nacional de Chocolates en Rionegro, la fábrica de Café Rascafé en el Huila, Alkosto y Colombiana de Comercio. Eso sin contar el caso de Cemex, que además de usar cascarilla de arroz (una especie de biomasa) y otros combustibles alternos para alimentar un 10 % de la energía que requieren sus hornos cementeros, participa en un proyecto de la Alcaldía de Ibagué para comprar parte de la energía de la planta solar que planea construir el municipio. Esta sería de 16 hectáreas y suministraría energía al sistema de alumbrado público de la ciudad y a la empresa.

Para este tipo de proyectos hay en el mercado varias compañías que ofrecen servicios de tecnología, instalación y operación a empresas, como LG, la propia Celsia, que montó el proyecto del Centro de Convenciones de Cartagena, y anteriormente Panasonic, que fue quien le suministró la tecnología a Tecnoglass y a Olímpica, y que recientemente cerró toda su operación directa en el país.

Celsia, por ejemplo, ha hecho 31 instalaciones fotovoltaicas entre Colombia, Panamá y Costa Rica, además de 50 que están en proceso bajo el modelo PPA. En este, hace la inversión, instalación, operación y mantenimiento del sistema durante un tiempo pactado (entre 10 y 20 años) y la empresa cliente paga por los kWh de energía consumida, "con una tarifa estable en el tiempo". Las organizaciones simplemente entregan el espacio del techo o un área en el piso para instalar los paneles, y con ello "asegura un porcentaje de energía más económica y reduce su dependencia del sistema interconectado".

Diferente a este modelo es el EPC, que usaba Panasonic antes de cerrar operaciones directas en la región. En este, los proveedores hacen la ingeniería, suministran la infraestructura, construyen el proyecto y ofrecen garantía sobre la tecnología por un tiempo determinado, "lo que se conoce como llave en mano", según Páez. En este caso, los activos se vuelven propiedad del cliente final, que además puede decidir si le entrega las labores de operación y mantenimiento a un tercero. ■

Iniciativas privadas

Sol para las empresas

No son pocas las organizaciones que se han animado a usar sus techos para instalar paneles solares que les proporcionen energía, gracias a los beneficios ambientales y económicos que esto trae. La región Caribe ha sido pionera.



ESTEBAN DÁVILA NADER

edavila@elespectador.com
@EstebanDN

Es cierto que menos del 2 % de la energía eléctrica que se produce en el país proviene de fuentes "limpias", como la solar, la eólica o la biomasa. También es cierto que, si bien desde 2014 hay legislación para impulsarlas, la regulación para conectar estas fuentes a la matriz energética colombiana es todavía muy básica e incierta, por lo que no se han podido empezar proyectos de gran envergadura, aunque haya bastante interés. No obstante, estas formas de generación de electricidad han encontrado otras maneras de

reportar su presencia en el país.

Una de las principales vías ha sido a través de la empresa privada, es decir, organizaciones que deciden suplir parte de su consumo de energía instalando, por lo general, paneles fotovoltaicos para autogenerar. Se trata, en muchos casos, de iniciativas de responsabilidad social que demuestran el compromiso de las organizaciones con el cuidado del ambiente y que, como efecto secundario, terminan generando unos beneficios económicos en el largo plazo. Esto resulta especialmente positivo en regiones como el Caribe colombiano, donde los recursos eólicos y solares son más abundantes.

Así, en el ámbito ambiental, explican desde Celsia, se puede hablar de la reducción de emisiones de CO2 y de la temperatura en el

interior de las edificaciones cuando los paneles se instalan en el techo, lo que proporciona mayor confort e incluso reduce costos en sistemas de aire acondicionado. Además, baja el consumo de energía proveniente de la matriz nacional, con lo que se disminuyen costos de operación.

También desde el punto de vista económico, por cuenta de la Ley 1715 de 2014, al hacer la inversión, tanto usuarios finales como empresas proveedoras de tecnología y servicio obtienen beneficios de aranceles y de IVA, según Marcos Páez, exgerente de la unidad de energía de Panasonic. Por otra parte, se trata de una tecnología modular que no necesita combustible para funcionar, requiere mantenimientos mínimos y tiene una vida útil promedio de 25 años, por lo que no es costosa

en el largo plazo. De ahí que varias empresas se hayan animado a darle una oportunidad.

Uno de los casos más representativos es el de Tecnoglass, la empresa barranquillera que tiene el proyecto de paneles solares sobre cubierta más grande del país. Desde marzo de 2017 instaló sobre el techo de su fábrica 15.237 paneles, con los que generó durante el primer año 77.06 MWh, que representan el 5 % de la energía demandada por la compañía en todas sus sedes. Con esto dejaron de generar 1.533 toneladas de CO2. La idea a 25 años es subir esa cifra a 34.277 toneladas.

También está el ejemplo del Centro de Convenciones de Cartagena de Indias, que instaló 1.656 paneles fotovoltaicos en sus techos para autogenerar el 18 % de la energía que necesita para su operación, o lo que es lo mismo, 514.165 kWh por año. Esto equivale a dejar de emitir 188,6 toneladas de CO2 o a sembrar anualmente más de 31.200 árboles. Otro caso en la región es el de Olímpica, con 1.168 paneles solares en el techo de una de sus tiendas Sao en Barranquilla, para suplir entre 25 y 35 % de la energía que esta consume, dejando de emitir más de 2,5 millones de kilogramos de CO2 en 25 años.

También se puede hablar de otros casos a nivel nacional, como el aeropuerto El Dorado, la Fábrica