

AES Colombia firmó contrato a 15 años con Gensa para venta de energía eólica

ENERGÍA. EL PRESIDENTE DE AES COLOMBIA, FEDERICO ECHAVARRÍA, MANIFESTÓ QUE LA COMPAÑÍA QUIERE SUMAR A 2025 750 MW A LOS 1.000 MW CON LOS QUE YA CUENTA EN DIFERENTES REGIONES

US\$100

MILLONES SERÁ LA INVERSIÓN QUE HARÁ DURANTE LOS PRÓXIMOS MESES AES EN MATERIA DE INNOVACIÓN.



Mauricio Posada
Gerente de desarrollo de negocios de AES

BOGOTÁ
Luego de cerrar 2018 con una facturación de \$1,3 billones, que representaron un crecimiento de 30% respecto al año anterior, AES Colombia prepara un plan de expansión que incluye nuevas alianzas y proyectos.

Así lo confirmó a LR el gerente general de la compañía, Federico Echavarría, quien resaltó que a 2025 se tiene mente adicionar 750 megavatios (MW) a los 1.000 MW con los que cuenta en el territorio nacional.

¿Cuál fue el balance que dejó 2018 para la compañía?

Fue un año muy positivo, tuvimos un crecimiento muy importante, los ingresos fueron de \$1,3 billones y tuvimos un crecimiento de 30%. Veíamos un buen año y lo corroboramos con el cierre.

¿Qué se viene para 2019?

No podemos dar cifras de proyecciones aún, pero si hay temas importantes. Queremos seguir invirtiendo en nuestra central hidroeléctrica de Chivor, tenemos un plan de inversión de US\$100 millones en un proyecto relacionado con tecnología, innovación y comunidades.

¿Cómo va el proyecto de la Central Castilla con Ecopetrol?

Se viene todo el tema de la puesta en operación de nuestra Central Castilla, que es una apuesta solar de 21 MW en la cual tenemos un contrato de venta de energía con Ecopetrol. Básicamente es una central de autogeneración en las instalaciones de la refinera y hay que precisar que es la central de autogeneración solar más grande del país en esa materia.

¿Cómo ha sido el avance de generación distribuida?



Pierre Ancines / LR
Federico Echavarría, gerente general de AES Colombia, entregó detalles del plan de expansión que tiene la compañía a 2030.

Este es un tema muy relacionado con los 21 MW de Castilla Solar, donde hay un potencial enorme. Ecopetrol marcó el paso de que se pueda hacer generación distribuida, así como construir parques solares, que traen grandes beneficios en materia de sostenibilidad y competitividad de precios.

¿En qué va la adquisición del proyecto eólico en La Guajira?

Son 648 MW de viento adquiridos en esa región, que cuenta con viento de clase mundial. Complementará la matriz energética de todo el país. Con esa adquisición lo que esperamos es seguir con el programa de desarrollo de estos parques, de manera que, a finales de 2022, cuando vence la línea de transmisión de La Guajira, estos parques estén en plena operación.

¿Qué más se viene en materia de alianzas?

Hemos venido trabajando con diferentes actores en el mercado no regulado y mayorista, es un placer decir que firmamos un contrato con Gensa para venta de energía limpia no convencional a 15 años, que les permitirá tener un portafolio diversificado de tecnologías, que se suma a carbón, gas y proyectos solares que ya tenían.

¿El contrato qué incluye?

En total son 10 MW planos, siete días a la semana 24 horas del día, lo que equivale a 876 Gw por año. Para nosotros es un proyecto muy importante porque le da una viabilidad a nuestro proyecto de La Guajira.

¿Cómo avanza el tema de baterías en el mercado?

Nosotros tenemos tres ejes de trabajo: Solar, viento y baterías. La combinación de solares con baterías, por ejemplo, tiene grandes beneficios. En este momento creemos que este tipo de soluciones son las más adecuadas, especialmente para regiones como la Costa Caribe.

¿Qué otros planes se tienen a largo plazo?

Tenemos 1.020 MW instalados y queremos adicionar 750 MW de energías renovables no convencionales a 2025. Y esa es nuestra estrategia, a 2030 esperamos que ese número sea aún mayor.

CÉSAR D. RODRÍGUEZ FLÓREZ
cdrodriguez@larepublica.com.co

COMERCIO. LA FIRMA ESPERA INCURSIONAR A SU PORTAFOLIO LA MARCA POLO RALPH LAUREN EN ABRIL

Dafiti abrirá cinco puntos pick up este año en Bogotá

BOGOTÁ
La plataforma en línea de zapatos, ropa y accesorios con operaciones en Argentina, Brasil, Chile y Colombia cumplió recientemente siete años en el país y anunció sus nuevas apuestas en el mercado local para 2019.

Camilo Rueda, CEO de Dafiti en Colombia, le comentó a LR que actualmente la plataforma trabaja con 700 marcas nacionales e internacionales y tiene un portafolio con más de 60.000 productos. Además, dijo que la firma ha venido creciendo más de 100% cada año, lo cual demuestra su posicionamiento en el país.

Rueda aseguró que entre los planes que tienen para este año está la creación de cinco puntos pick up, inicialmente en Bogotá, con el fin de atender a esos usuarios que aunque están dispuestos a comprar por internet prefieren medirse o ver los artículos antes de encargárselos. Estos puntos podrían iniciar en el norte de la capital debido a la mayor demanda de pedidos, y si tienen éxito podrían seguirse expandiendo para mejorar la experiencia de usuario y atender sus necesidades.

Otro de los planes para 2019 según destacó el directivo es construir una nueva bodega de aproximadamente 50.000 metros cuadrados (m2); es decir, cinco veces más grande que la que tienen actualmente a las afueras de Bogotá.

Con un espacio más grande, esta nueva infraestructura le permitirá a la firma almacenar más mercancía, manejar las devoluciones y ampliar su portafolio. También le ayudará a mejorar en tiempos de despacho, pues aunque hoy pueden entregar mercancías en un día, esperan hacerlo casi que al instante de la compra, en cerca de tres horas.



Pierre Ancines/LR
Camilo Rueda, CEO de Dafiti, aseguró que más de 300 colaboradores hacen parte de la empresa.

5.000

ES EL NÚMERO MÁS ALTO APROXIMADO DE LAS ÓRDENES QUE SE REALIZAN A DIARIO A TRAVÉS DE DAFITI EN EL PAÍS.

Con el fin de seguir brindando un portafolio variado de moda y lifestyle, el directivo aseguró que entre las marcas que incursionarán en los próximos meses, específicamente en abril, está Polo Ralph Lauren. Aunque no anunció cuando, dijo que esperarían tener marcas locales como Arturo Calle, además de la reciente incursión de Tutto.

De acuerdo con Rueda, en términos de tráfico las visitas por computador representan 20%, por la app 20% y desde el celular al portal web, 60%; es decir que 80% se hace a través del móvil, razón por la cual este año Dafiti también le apostará a mejorar la aplicación que ya tienen para que más usuarios tengan acceso a sus servicios fácilmente.

En términos de ventas, las cifras no varían mucho, pues 30% se realiza a través del pc y el 50% restante se hace desde la app y

el dispositivo móvil con 20% y 30%, respectivamente.

Actualmente en la plataforma se realizan entre 4.000 y 5.000 órdenes al día donde más de 50% de lo que compra la gente es zapatos. En este aspecto destacó que las tendencias de consumo han cambiado, pues anteriormente se compraban más tacones o zapatos elegantes y ahora el liderazgo es para los tenis.

Aunque resaltó que no quieren ser una plataforma que venda de todo, sino seguir enfocados en moda y lifestyle, dijo que el año pasado incluyeron la categoría de belleza y pronto esperan incluir home and deco. Además, ampliar un poco más el segmento enfocado en niños.

Por último, Rueda dijo que esperan seguir innovando y creciendo a las tasas que lo han venido haciendo.

VALERIE CIFUENTES MARTÍNEZ
vcifuentes@larepublica.com.co