

Negocios

Las inversiones de empresas siguen, pese al clima electoral

Es el caso de Colombina, Familia, Ecopetrol, Homecenter y Bodytech, que avanzan en sus planes para el año. Analistas no ven medidas para frenar los negocios en marcha.

Constanza Gómez Guasca

PESE AL agitado ambiente electoral que vive el país y la teoría de que por lo general es una época en la que las decisiones de negocios se toman con cautela, las empresas colombianas no pierden el foco de avanzar en los planes para este año.

Consultas hechas por Portafolio a varias empresas, muestran que los proyectos de crecimiento y ensanches que han proyectado siguen en firme, sustentados en las señales de reactivación económica y las proyecciones de crecimiento.

Por ejemplo, César Caicedo, presidente del Grupo Empresarial Colombina, dijo que “una de nuestras inversiones para este 2022 es de US\$16,42 millones para la ampliación de la infraestructura de la planta de confitería en 4.560 m²”.

Según el empresario, esto significa para la región 76 nuevos puestos de trabajo en la fábrica, que está ubicada en el Valle del Cauca.

La semana pasada, Sodimac - la cadena Homecenter - también anunció la expansión de su centro de distribución, localizado en Tunja.

Explica que con un flujo permanente de recepción y despachos donde movilizan más de 500.000 m³ de diferentes productos al año, lo que equivale a más de siete millones de cajas despachadas, se posiciona como el más grande de Latinoamérica y se prepara para su expansión en más de 100.000 m² que estará lista para finales del 2023.

Por otro lado, Falabella planea un ensanche con miras a fortalecer su logística en vista del crecimiento que han tenido las ventas virtuales y todo el concepto de la omnicanalidad que consiste en el interés de los consumidores de comprar



Las empresas apuestan a crecer por las buenas perspectivas de la economía. El Tiempo

por diferentes canales. En ese sentido, recientemente dijo que con la firma y Visum selló una alianza estratégica para desarrollar el centro de distribución más grande del *retail* en Colombia con una inversión cercana a los \$500.000 millones, en el municipio de Cota.

A finales de marzo, el presidente del Grupo Familia, Andrés Gómez, mencionó que la firma tiene proyectos en marca desde el 2021 y que este año se materializan, en referencia a una nueva zona franca en Rionegro, Antioquia, con inver-

“Centros de logística, expansión de marcas, ensanches en producción, obras de remodelación, en los proyectos empresariales”.

HAY OTRAS SEÑALES

Lo que han hecho los Gilinski con las opas, es otra señal de que el sector privado está enfocado en sacar adelante sus negocios.

“Las empresas en este momento no están tomando medidas drásticas de no invertir ni de frenar sus negocios, y están aprovechando la recuperación económica y la coyuntura en que algunas industrias están sobresaliendo por la difícil situación geopolítica”, dijo Silvana Amaya analista de Control Risks, consultora especializada en gestión y administración de riesgos. La experta agrega que el crecimiento de la inversión extranjera directa muestra que Colombia seguirá siendo un destino importante para la inversión. Menciona que, con corte al 21 de enero de 2022, según la Balanza Cambiaria del Banco de la República, la inversión extranjera directa llega a US\$961,9 millones, lo cual representa un crecimiento cercano al 62%, respecto a enero de 2021.

siones superiores a US\$50 millones.

Al respecto, también se ha pronunciado el Grupo Éxito. Están en marcha inversiones por más de US\$120 millones para la renovación de sus formatos innovadores, la reactivación de proyectos inmobiliarios y el fortalecimiento de los canales digitales y sus capacidades tecnológicas, logísticas y operativas, como lo anunció a este diario, a comienzos de marzo, el presidente de la compañía, Carlos Mario Giraldo.

Ibonne Zabala, gerente

general de El Edén Centro Comercial, de Bogotá, dice que independientemente de quién va a gobernar hay que creerle al país y por eso agiliza las inversiones para fortalecer la oferta de entretenimiento con atracciones novedosas que deberán aportar al fortalecimiento de ese complejo.

Según explica, los recursos destinados son por \$20.000 millones. Ya tiene ejecutada el 60% con tres juegos y ahora acelera el aprovechamiento de los recursos restantes con otros dos.

MARCAS ACTIVAS

MallPlaza, que opera cuatro centros comerciales en Bogotá, Barranquilla, Cartagena y Manizales, anuncia para este primer semestre del año el ingreso de 30 marcas.

Igualmente, el centro comercial Santa Fé desarrolla una remodelación por \$10.000 millones en una de sus áreas, al tiempo que recibe nuevos comerciantes. Es el caso de la marca H&M que abrió una tienda hace unas semanas.

Bodytech inauguró también por estos días nuevas sedes de la marca Athletic en Bogotá y Chía, con el fin de lo que ha llamado democratizar aún más la práctica del *fitness* en Colombia. “Invertimos aproximadamente \$20.000 millones para garantizar a nuestros usuarios una excelente experiencia y cobertura”, dijo Gigliola Aycardi, cofundadora de la marca y gerente general de Athletic.

A su turno, Skechers, la reconocida marca internacional de zapatos deportivos, confirmó que este año abrirá al menos 4 nuevas tiendas en Bogotá, Medellín y Cali.

“Estamos en un plan fuerte de expansión a nivel de toda la región de Latinoamérica, considerando Colombia un gran objetivo para fortalecer nuevos mercados y buscar ciudades nuevas y expandir la marca a todos los clientes”, dijo Carolina Cañón, Retail Manager Colombia.

Explicó que los nuevos locales estarán en los centros comerciales Multiplaza y Fontanar, en Bogotá, un *Outlet* en el centro comercial Mayorca y en Cali, en el *Outlet* del Único.

Ala disposición de empresas de diversos sectores de mantener activos sus planes en esta parte del año, se suman los importantes planes del sector minero energético que incluyen proyectos de energías alternativas.

Es el caso de la petrolera Ecopetrol, compañía que prevé hacer inversiones anuales de entre 5.200 y 6.000 millones de dólares en promedio hasta 2040, como parte de la estrategia de largo plazo ‘Energía que Transforma’, con la que busca responder a los retos que enfrenta en temas ambientales, sociales y de gobernanza, ha asegurado el presidente de la hidrocarbúrida, Felipe Bayón. ☐