

Negocios

Los hoteles no dependerán de sí mismos para recuperarse

DOS MESES DE CUARENTENA
CORONAVIRUS

La conectividad aérea y terrestre, así como la apertura de los destinos, son esenciales para esta actividad.

María Camila Pérez Godoy

LA ESPERANZA de volver a al-
jar turistas es aún incierta para
los hoteles del país. Este sector,
en particular, cuenta con el agrava-
nte de que su funcionamiento
depende directamente de la recu-
peración gradual de otros nego-
cios de la cadena.

Luego de empezar enero
(57,5%) y febrero (59,9%) con más
de la mitad de los alojamientos
ocupados, los confinamientos orde-
nados en marzo tuvieron las
primeras consecuencias sobre la
ocupación (29,5%).

Según los cálculos de Cotelco
con corte al mes de abril, fueron
cerca de \$2 billones lo que se dejó
de recibir por la disminución en
las ventas. Asimismo, con el 80%
de los establecimientos cerrados
la ocupación se situó en niveles
históricos (2,7%), poniendo en rie-
go, además, 110.000 empleos.

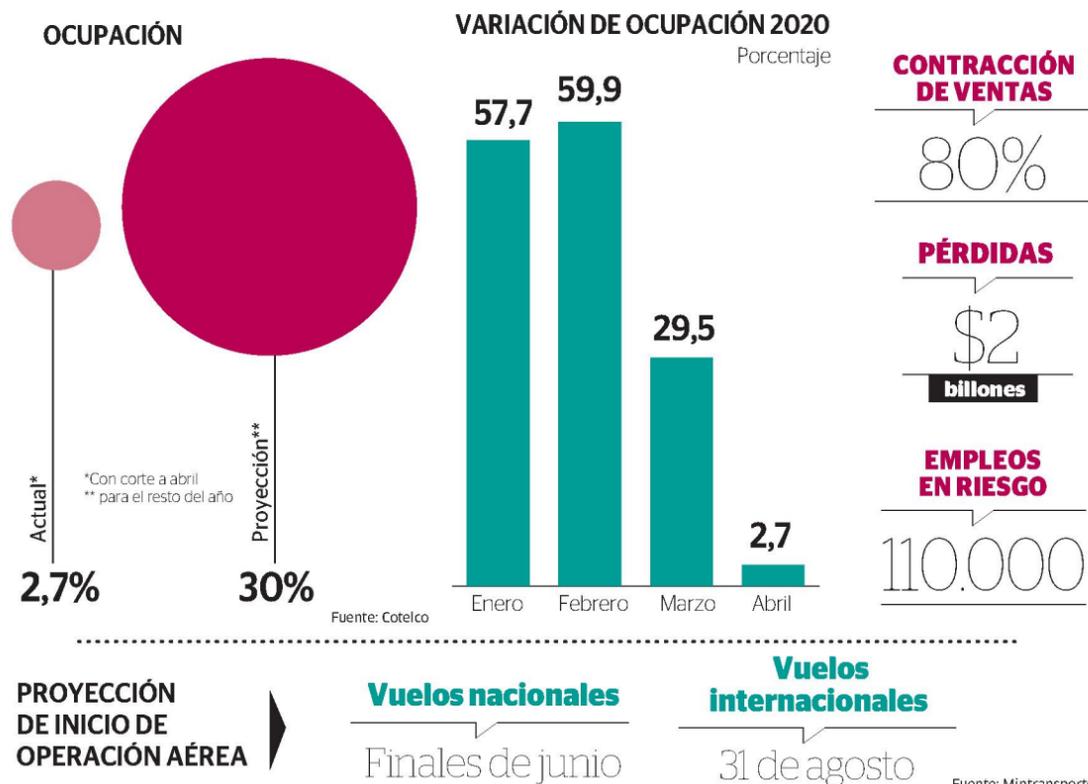
“La situación de la industria ho-
telera es cada vez más crítica y el
apoyo que prometió el Gobierno
en cuanto a créditos, nunca llegó.
Mientras no se autorice el trans-
porte aéreo nacional e internacio-
nal, no hay ninguna posibilidad
de generar ingresos”, asegura
Juan Carlos Galindo, presidente
de OxoHotel.

Y es que luego de que esta sema-
na la ministra de Transporte, Án-
gela María Orozco, confirmara
que la operación de vuelos nacio-
nales funcionaría hasta después
de junio, y la de internacionales
hasta el 31 de agosto, el panorama
para los hoteles se complica.

“Como señaló el Secretario Ge-
neral de la Organización Mundial
del Turismo, es necesario pasar
de las palabras de apoyo a las ac-
ciones. El transporte, tanto aéreo
como terrestre, es fundamental
para el funcionamiento de noso-
tros. Ningún hotel resiste más el
cierre de la conectividad que per-
mita la movilización de pasaje-
ros”, resaltó Gustavo Toro, presi-
dente de Cotelco.

Por su parte, Santiago Álvarez,
director ejecutivo de Latam Co-
lombia advirtió que “es preciso
mencionar que la industria aérea
aporta más de US\$7.500 millones
al PIB y genera 600.000 puestos
de trabajo, de los cuales gran parte
corresponden al sector turis-
mo, por lo que resulta prioritario
que todos los actores involucra-
dos trabajemos en conjunto para

Situación del sector



asegurar una reactivación”.

No obstante, a pesar de la fuer-
za para la mejora paulatina de la
actividad, hay otro factores que
dependen propiamente del avan-
ce de la emergencia. “Son perio-
dos difíciles porque tenemos que
volver a iniciar para convencer a
los pasajeros de que volar en los
aviones va a ser seguro, que la pro-
babilidad de contagio va a ser su-
mamente reducida”, resalta Al-
fonso Ávila, presidente de Eas-
yfly.

En este sentido, “hasta que no
haya vacuna no se verá la recupe-
ración real, la gente no va querer
viajar por ocio, solamente lo hará
por motivos laborales. Entonces
hasta que eso pase, tenemos que
ser muy estratégicos para subsis-
tir”, dice Daniel Cabrales, gerente
del Hotel Zuana de Santa Marta.

SIN OTROS SECTORES

La oferta turística de las regiones
que se define a partir de las parti-
cularidades de los destinos son
las que mueven el deseo de las
personas de viajar. Con el cierre
de estos, la repercusiones sobre
la hotelería son evidentes.

“Tenemos destinos que se han
venido consolidando gracias al

funcionamiento de parques temá-
ticos como lo es el Eje Cafetero
con el Parque del Café. Alrededor
de ellos se ha venido consolida-
ndo la industria hotelera, tanto
que las haciendas cafeteras se
convirtieron en haciendas de
tipo hotelero debido a las visitas
de todos los años”, destacó Ánge-
la Díaz, presidente de Acolap.

Hace dos semanas Cotelco pro-
yectaba que si el sector iniciaba
su recuperación gradual en ju-
nio, con el transporte aéreo reto-
mando su actividad y estímulos
para incentivar la demanda do-
méstica, le tomaría un poco más
de un año para alcanzar el equili-

“La conectividad,
tanto aérea como
terrestre, es
fundamental para
el funcionamiento
de la industria
hotelera”.

brio financiero. “La recupera-
ción se prevé que será lenta, con
lo cual el año cerrará con una ocu-
pación promedio anual del 30%,
la mitad de 2019”, dice el gremio.

“Con las medidas anunciadas
por el Presidente esta semana,
muchos hoteles han decidido ter-
minar los contratos de sus colabo-
radores porque no ven una vía de
recuperación. En febrero éramos
el segundo petróleo y ahora no
vemos una salida clara. Nos costó
mucho trabajo posicionar al turis-
mo como un renglón importante
de la economía y hoy estamos re-
legados a ser el último en abrir,
dice Luz Stella Florez, gerente de
dos hoteles Dann.

Finalmente, esta industria es a
su vez un servicio que comple-
menta la oferta de otros campos.
“El sector hotelero para las agen-
cias de viajes es parte fundamen-
tal en el empaquetamiento, así
como también lo son el transpor-
te aéreo y los demás actores de la
cadena como los guías. Sin conec-
tividad será difícil que los hoteles
y las agencias de viajes puedan
empezar a operar, dependemos
de ella para llegar a los destinos”,
resalta Paula Cortés, presidente
de Anato.



Además de las EDS, Pecoco oferta-
rá siete puntos de abastecimiento.

Petrobras pone en vitrina 124 estaciones

EN LOS próximos días la petro-
lera estatal del Brasil (Petrobras)
iniciará la fase vinculante para po-
ner en vitrina y a la venta 124 es-
taciones de servicio (EDS) que ope-
ran bajo su sello en Colombia.

Con la oferta del 100% de accio-
nes de Petrobras Colombia Com-
bustibles (Pecoco), que depende
directamente de Petrobras Inter-
national Braspetro BV, la filial,
además del citado número de
EDS, también pondrá a la venta
siete unidades de almacenamien-
to.

La administración de Petro-
bras tomó la decisión de vender
el negocio de distribución y co-
mercialización de combustibles
y lubricantes en Colombia, debi-
do a una sincronización con la po-
lítica de optimización de la car-
tera de producto de la petrolera y a
su plan de desinversión para re-
bajar los niveles de deuda. Ade-
más, pretende un mejor uso del
capital, con el objetivo de buscar
“el máximo valor para sus accio-
nistas”.

La compañía, para el proceso
de venta entregó a los potencia-
les clientes en esta nueva fase, un
memorando con descripción de-
tallada del negocio en Colombia,
sobre los activos en venta, así
como las instrucciones sobre el
proceso de desinversión y guías
para la preparación de las solici-
tudes de propuestas no vinculan-
tes.

Precisamente, el plan de desin-
versiones de la compañía ayudó
a Petrobras obtener un beneficio
récord de 40.137 millones de rea-
les (unos US\$8.725 millones en el
cambio actual) el año pasado,
con el que consolidó la recupera-
ción iniciada en 2018.

El beneficio para la petrolera
fue en un 55,7 % superior al de
2018 (25.779 millones de reales o
US\$5.604 millones).