

ESPECIAL SEGURIDAD

HOSPITALIDAD & NEGOCIOS

LADEVI Edición Colombia - Número 53 - Año VIII - Febrero de 2018

“ La gastronomía le permitirá al gobierno victorias tempranas en materia de economía naranja ”



GUILLERMO GÓMEZ
Presidente ejecutivo nacional de la Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica



2019, UN AÑO DE RETOS Y PROYECCIONES

Tras un balance positivo en 2018, llega un año cargado de retos para la hotelería, que pueden ser una oportunidad para enfrentar exitosamente las nuevas expectativas del mercado.



Te invitamos a conocer el restaurante Moshi en Medellín!

Queremos compartir contigo la historia, experiencias y desafíos de este innovador restaurante, cocinaremos juntos y conocerás el futuro de las cocinas profesionales con el SelfCookingCenter®.

Regístrate para participar en este u otro de nuestros eventos gratuitos llamando al 316 690 4435.

RATIONAL Colombia-América Central S.A.S,
Calle 104 No. 15 - 31 Piso 2, Edificio Ibraco, Bogotá, Colombia,
Tel: +57 1 743-3837, info@rational-online.com



Anfitriona:
Carmen Ángel



2019, UN AÑO DE RETOS Y PROYECCIONES

Tras un balance positivo en 2018, llega un nuevo año cargado de retos para la hotelería, que pueden ser una oportunidad para enfrentar exitosamente las nuevas expectativas del mercado.

Este año augura como un periodo cargado de oportunidades para los hoteleros. Con el favor del Gobierno Nacional –que ha generado condiciones positivas para la hotelería–, la reducción de la inversión –que puede llevar a una progresiva recuperación de la ocupación– y un aumento significativo de los flujos turísticos, la sinergia y la vanguardia pueden ser las claves para el futuro del gremio. La visión positiva llega de la mano de las cifras de 2018. La Aeronáutica Civil registró una cifra récord en el transporte de pasajeros, al alcanzar los 37,7 millones de viajeros por las terminales aéreas del país, registrando un crecimiento del 6,1%. Por su parte, el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo registró la llegada de 4.276.146 visitantes no residentes, lo que representa un crecimiento del 8%. Lo anterior se ve reflejado en la ocupación hotelera más alta de los últimos 11 años en el país. Así lo dio a conocer Cotelco, que resalta que, en el consolidado de 2018, a nivel nacional alcanzó el 55,46%; es decir, 0,35% por encima de los indicadores de 2017 y 2016. A nivel regional, San Andrés fue el destino con mayor ocupación, con el 79,27%, aunque tuvo un decrecimiento del 0,98% frente a 2017. Le siguió Cartagena de Indias, con una ocupación total del 66,68% y un crecimiento del 4,95%. El tercer destino fue Antioquia, con un indicador del 61,30%, aunque tuvo una caída del 1,93% frente al año anterior. Por su parte, Bogotá obtuvo resultados favorables, logrando un cierre con el 59,69% y un aumento del 1,13%. Atlántico y Valle del Cauca también mostraron crecimiento con variaciones del 2,5% y 0,47%, respectivamente. En contraste, los destinos con desaceleración fueron: Quindío (-7,51%), Magdalena (-3,07%), Tolima y Alto Magdalena (-2,13%), Cesar (-2,71%), Meta (-2,42%), Santander (-0,93%) y Risaralda (-0,90%). Según Gustavo Adolfo



Hoy la comercialización tiene muchas aristas, y la mayoría de los empresarios no tienen muy claro cómo lidiar con las opciones disponibles en el mercado.

GUSTAVO TORO

Toro, presidente ejecutivo de Cotelco, “el sector hotelero en Colombia se sigue fortaleciendo. Se destaca el buen comportamiento de la demanda interna por servicios turísticos, especialmente en periodos vacacionales, así como el dinamismo en el segmento corporativo, el aumento de turistas extranjeros y el trabajo articulado de promoción de destino”.

Cabe destacar que estos resultados también se deben a la importante inversión que ha recibido el sector en los últimos años. Según cifras del gremio, durante el periodo 2004-2018 el país recibió cerca de \$ 6,4 billones en inversión en nuevas habitaciones, siendo Bogotá (31,97%), Bolívar (20,61%) y Antioquia (8,09%) los principales receptores de recursos.

No obstante, estos buenos resultados se enfrentan a unas problemáticas latentes en el sector, que se convierten en los grandes desafíos y oportunidades para el crecimiento de la hotelería: una ocupación que implica la mitad de las camas vacías, la informalidad propiciada por las plataformas digitales, la sinergia con el resto de la cadena turística, la articulación con la oferta turística de los destinos y la adaptación a las nuevas tecnologías.

INFORMALIDAD.

Una de las mayores preocupaciones de los hoteleros es la influencia que la informalidad y plataformas como Airbnb tienen en el mercado. De hecho, según un estudio de Cotelco Magdalena –con el apoyo de Situr Magdalena–, en Santa Marta estas plataformas han pasado de promover 9 propiedades (en 2011) a 6.837 propiedades en la actualidad.

De acuerdo con el estudio, entre septiembre 2016 y diciembre 2018, 5.543 propiedades (81,1% del total) facturaron alrededor de US\$ 24,7 millones, lo que impacta ampliamente al sector, ya que disminuye la ocupación de la hotelería legal en un 25%.

Para muchos está claro que tratar de prohibir estas plataformas resulta inútil. Sin embargo, resulta esencial plantear reglas de juego claras que permitan generar una com-

petencia real entre los servicios hoteleros y estos alojamientos.

“La posición de Cotelco no es que se acabe Airbnb. Nuestra preocupación es que se promuevan servicios informales. No puede ser que la competencia se fundamente en tarifas bajas, ya que estos oferentes no tienen que cumplir con los requisitos que nos exigen a los hoteleros formales, generando condiciones que desestiman la legalidad”, afirmó Toro. Por su parte, Ivar Yuste, miembro de la consultora hotelera ISHC, aseguró que no existen datos que comprueben que Airbnb esté robando mercado a la hotelería. Sin embargo, es importante que los hoteleros desarrollen una visión más amplia para responder a las nuevas tendencias que solicita el mercado. “Una vez pasada la reacción instintiva inicial de proteccionismo, demandando una mayor regulación para Airbnb, los hoteleros con más visión se están uniendo a esta tendencia y creando productos propios de apartamentos de larga estancia, en vez de enfrentarse a ella”, explicó. En esta línea, la posición de Cotelco –en la que

resulta esencial pedir mejores condiciones de competencia–se complementa con la necesidad de ofrecer un producto y servicio que responda a los nuevos requerimientos de los clientes. Así, dos elementos se vuelven fundamentales: el servicio y la vanguardia.

La importancia del servicio es bastante clara en la mayoría de las propiedades. Por el contrario, aunque la importancia de incorporar nuevas tecnologías en sus procesos se ha vuelto evidente, es también un reto encontrar la mejor manera de realizar este proceso.

“No se trata de estar en las OTAs porque sí, sino entender cómo funciona la comercialización y las plataformas tecnológicas; cómo gestionar las redes sociales y los comentarios de los usuarios en línea, entre muchas variables. Hoy la comercialización tiene muchas

aristas, y la mayoría de los empresarios no tienen claro cómo lidiar con las diferentes opciones disponibles en el mercado”, puntualizó Toro.

La incorporación de las tecnologías debe pensarse desde una visión global que incluya los procesos internos, lo cual puede llevar a una optimización de tiempos y personalización del servicio, por ejemplo. Así como los procesos de interacción del usuario con el hotel. Para ello, es importante un proceso de investigación que permita conocer y elegir las herramientas y plataformas adecuadas para la propiedad.

LA SINERGI.

Otra oportunidad de consolidación para el sector nace de la articulación de la oferta turística. Es claro que los turistas viajan por el destino y no por los hoteles. Por ello, se debe realizar un trabajo de la mano de operadores y agencias

de viajes para innovar, articular y diferenciar la oferta, de manera que sea más atractiva.

“Los hoteles proveemos alojamiento, pero no somos parques temáticos ni oferta de entretenimiento. En la medida en que en el destino haya más cosas para hacer, la gente prolongará sus estadías y la hotelería se beneficiará. Es fundamental que las regiones desarrollen nuevas posibilidades de entretenimiento para que el visitante encuentre atractivo el destino”, aseguró el dirigente gremial.

Por su parte, el Gobierno ha dejado claro que su apuesta para el crecimiento del país es fortalecer la industria y las empresas, y que el turismo juega un rol fundamental. Por un lado, la ley de financiamiento le otorgó un beneficio del 9% de renta a la hotelería por un término de 10 a 20 años. Además, el presidente de la República anunció la expedición del decreto que eliminará la sobretasa a la energía para la hotelería, al reconocer a este sector como industria, una decisión que –según los hoteleros– reconocerá su relevancia en la economía del país. Por el momento aún se mantiene la expectativa frente al tema de pagos por derechos de autor, donde el gremio afirma que las habitaciones de hoteles deben ser excluidas por tratarse de domicilios privados.

Asimismo, la hotelería se encuen-



Vemos en el impuesto simple una propuesta muy eficiente diseñada para que la economía alcance un mayor grado de formalidad. Es una herramienta que nos puede ayudar a reducir la informalidad y la competencia desleal.

GUILLELMO GÓMEZ





Una vez pasada la reacción instintiva inicial de proteccionismo, demandando una mayor regulación para Airbnb, los hoteleros con más visión se están uniendo a esta tendencia y creando productos propios de apartamentos de larga estancia, en vez de enfrentarse a ella.
IVAR YUSTE

tra a la espera de que se ponga en marcha el **Plan Sectorial de Turismo**, que sigue seis líneas principales: gestión integral de destinos; mejor infraestructura y conectividad; educación para el turismo con altos estándares internacionales; emprendimiento, formalización y productividad; e información y promoción eficiente para la productividad e impulso al turismo interno. “Lo más importante del **Plan Sectorial de Turismo** que plantea el gobierno es que se ejecute. Es necesario que, efectivamente, las líneas de infraestructura, conectividad y desarrollo de producto, que son muy importantes, sean objeto de una agenda muy comprometida por parte de las instituciones para que se concreten, se cumplan y se avance en ellas”, manifestó el presidente ejecutivo del gremio.

RETOS PARA RESTAURANTES.

El cierre de 2018, de la mano con la ley de financiamiento, trajo para el gremio de restaurantes una serie de condiciones tributarias positivas, como el impuesto simple, un sustituto del monotributo que agrupa el pago del IVA, ICA y renta, entre otros. Este impuesto es una herramienta que, según **Guillermo Gómez**, presidente ejecutivo de la **Acodrés**, puede ayudar a mitigar una de las mayores amenazas para la gran parte de los sectores eco-

nicos: la informalidad, una problemática que afecta al 80% de la industria gastronómica, según la encuesta de servicios del **DANE**.

“Vemos en el impuesto simple una propuesta muy eficiente diseñada para que la economía alcance un mayor grado de formalidad. Es una herramienta que nos puede ayudar a reducir la informalidad y la competencia desleal. Ciertamente no es una receta para que el 100% de la industria se formalice, pero sí esperamos que un porcentaje mayor al actual lo haga”, destacó **Gómez**. De igual forma, 2019 es un año de apuestas, no sólo por seguir fomentando la formalidad de los restaurantes, sino también para fomentar buenas prácticas. Una de ellas se remite al ámbito ambiental que implica una reducción en el uso de plásticos, poliestireno y otros elementos contaminantes. Además, **Gómez** dio a conocer que el desperdicio de alimentos es otra de las preocupaciones, ya que Colombia es uno de los países con mayor desecho de comida útil. Teniendo en cuenta esto, la **Acodrés** tomará un papel activo para reducir el impacto ambiental de la industria.

Otro de los grandes retos que enfrenta la industria es la nueva restricción de precios de bebidas alcohólicas publicada por el **DANE**: “En la última reforma tributaria, el **DANE** tuvo la responsabilidad de hacer un inventario de

licores, determinar los precios de venta y agregar un impuesto al valor del 25%. Sin embargo, la oferta de bebidas y licores es demasiado variada. Como resultado de esta directriz, sacaron una lista de precios desfasada con la realidad del mercado y se colocaron unos tributos equivocados a los importadores de vinos. Eso le hace daño tanto a esa industria como a nosotros”.

El gremio argumenta que el **DANE** le dio un tratamiento a los restaurantes como punto de venta de alcohol al momento de revisar los precios, cuando estos en realidad venden experiencias. Así, se establecieron precios muy por encima de lo real, lo que llevó un aumento que alcanzó el 400% en algunos casos. Este incremento podría derivar en un incremento de la informalidad en la compra y venta de estos productos.

Frente a esta situación, la **Cámara de Industrias Asociadas de Bebidas Alcohólicas (CABA)** también se pronunció y realizó una solicitud al **Gobierno** de suspender esta modificación.

Finalmente, con la aprobación del proyecto del

presidente **Iván Duque**, que busca fortalecer la **Economía Naranja**, la gastronomía también se ve beneficiada, gracias a su capacidad de visibilizar destinos y ofertas culturales, rescatar saberes ancestrales y diferenciar la oferta de productos.

El primer paso del **Gobierno** es construir cifras que revelen la dimensión de la industria, como una línea que permita una construcción del plan de desarrollo. A partir de ahí, resulta vital la articulación de las instituciones y comenzar a desarrollar un plan que potencie al sector gastronómico, de manera que se convierta en un generador de empleo, de crecimiento económico y potencializador para reflejar los saberes culturales y ancestrales de diferentes zonas del país. **H**

Más información en la web de H&N: www.hospitalidadynegocios.com/2019proyecciones

