



On Vacation

Carlos Londoño, presidente de On Vacation, entregó detalles de lo que será la operación en 2019.

“Lanzaremos la primera cadena de ultra lujo”

TURISMO. LA EMPRESA TAMBIÉN TENDRÁ EL PRIMER HOTEL BAJO LA MARCA ANDRÉS CARNE DE RES EN CALI, SIMILAR AL CONCEPTO QUE TIENE HARD ROCK CAFE, QUE SERÁ OPERADO POR ONVACATION

BOGOTÁ

Durante apertura de la Vitrina Turística de la Asociación Colombiana de Agencias de Viajes y Turismo (Anato), el presidente de la República, Iván Duque, señaló que en 2018 más de cuatro millones de visitantes representaron la mayor tasa de ocupación hotelera en Colombia durante los últimos 13 años.

En ese sentido, el mandatario señaló que “el turismo debe ser el nuevo petróleo para Colombia”, con lo cual espera que en 2019 se llegue a cinco millones de visitantes. Para ello, Gobierno, agencias de viajes, cadenas hoteleras y demás empresas del sector han planeado estrategias que permitan llegar a esta cifra. Una de ellas es On Vacation, que en 2019 lanzará una marca de ultra lujo.

Así lo confirmó a LR su presidente Carlos Londoño, quien dio detalles del plan de expansión con el que la compañía.

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

El año pasado fue el más recordador de la empresa, tuvimos 200.000 sillas canceladas de Avianca en vuelos charter y esto nos generó mucho traumatismo operacional, pero aun así se vio la fortaleza de la compañía al registrar un crecimiento.

¿Cuál será el plan de expansión para 2019?

Vamos a lanzar la primera cadena de ultra lujo de Colombia, porque, así como creemos que en los nichos populares hay grandes oportunidades, vemos que el país, con su crecimiento, espera un número de visitantes que son muy refinados y que buscan una cadena de lujo.

¿Con cuántos hoteles se abrirá la marca nueva?

En total este año serán tres aperturas en San Andrés, Cartagena y en el Amazonas.

¿Cuál será el nombre de esta nueva propuesta?

El nombre lo tenemos reservado para el lanzamiento, pero si tendrá un nombre diferente y bajo ese concepto.

¿Qué tendrán de especial?

Van a encontrar chefs privados, mayordomo 24 horas para hacer todas las reservas a restaurantes, fiestas y entretenimiento en general. Para eso se tienen los mejores yates, las mejores reservas y servicios.

¿Cuáles serán las tarifas?

Serán altas, porque el lujo se paga, aunque los precios varían según el presupuesto del viajero, podemos decir que la noche puede llegar hasta \$15 millones.

En cuanto a alianzas, ¿qué se tiene en mente?

Estamos cerrando un negocio con el que nuestro hotel de Cali tendrá un Andrés Carne de Res en el roof top, y sería el primer paso para hacer el primer hotel con este nombre, pero operado por nosotros, tal y como lo hizo en su momento Hard Rock el mundo.



Catalina Jaramillo
Cofundadora de Viajala

“Ultra lujo es comodidad, calidad, exclusividad, elegancia, ubicación y seguridad, sumado a que el viajero no se preocupe por nada, pues será una experiencia a la medida”.



Escanee con su celular para ver la entrevista en video.

Siganos en:

www.larepublica.com

Con el informe de los resultados financieros presentados por las empresas locales.



¿Cuánto es la expectativa de crecimiento?

Nosotros esperamos que sea un año de fortalecimiento, estamos reparando daños de la tormenta, empezamos muy bien, vamos a tener un Ebitda maravilloso y en estos dos meses del año hemos visto que vamos por el camino correcto. Si se nos dan dos negocios importantes esperaríamos crecer 20%, reflejado en casi \$100.000 millones.

¿Qué negocios serían?

Se trata de otras dos aperturas de hoteles de alto impacto en Colombia; aparte de esos tres de ultra lujo.

¿En qué ciudades sería?

Podemos decir uno, que sería en Santa Marta. Para nosotros es un destino que reúne todas las combinaciones especiales del mundo, por encima incluso de Cartagena, porque tiene la Sierra Nevada, el Parque Tayrona, la cercanía a La Guajira, donde ya venimos trabajando, ríos y buenas playas.

¿Cuánto se espera en ocupación para este año?

Nosotros no podemos tener por debajo de 90% nuestra ocupación, así que seguiremos bajo esos estándares.

¿A qué otras zonas han evitado llegar?

Nos llama la atención Caño Cristales, Puerto Inirida y la Costa Pacífica.

¿Y a qué otros países?

A nivel internacional estamos enloquecidos con Bolivia y Paraguay, México siempre es una posibilidad y Brasil siempre es un sueño.



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

Promigas y Cerrejón hacen balance sobre la situación de la Guajira

BOGOTÁ

El Centro de Pensamiento para el Desarrollo Guajira360°, iniciativa de la Fundación Promigas y Cerrejón, junto con el Banco de la República a través del Centro de Estudios Regional (Ceer) entregaron los resultados del estudio “La pobreza en Riohacha: diagnóstico, análisis y propuestas”.

Según reportaron los análisis de las entidades, el estudio encontró que hoy en día las inversiones del sector público y privado deben abarcar cuatro sectores distintos: educación, empleo, servicios públicos domiciliarios y vivienda.

Para atender este grupo de problemáticas, el informe concluyó que se necesitan inversiones por cerca de US\$372,7 millones (\$1,14 billones) para el periodo comprendido entre 2019 y 2030.

También resaltan que el empleo informal, el bajo logro educativo y la falta de acceso a servicios básicos son las privaciones con mayor recurrencia en los hogares del distrito de Riohacha. Además, estas se concentran en la periferia y la zona rural dispersa, en donde coinciden con un alto porcentaje de población indígena. A partir de los resultados, se propone una intervención integral en estos cuatro sectores.

“Es fundamental esta investigación académica para poner correctivos en materia de educación, de acceso a un trabajo y unos ingresos mucho más estables y mejorar todo lo que tiene de potencial la Guajira”, comentó la vicepresidente Marta Lucía Ramírez.

Por otro lado, el alcalde distrital de Riohacha Juan Carlos Suaza y el Gobernador (e) de La Guajira, Wilson Rojas Vanegas, concluyeron que si hay mayor control sobre el uso de los recursos públicos habrá mejoras en los servicios vitales de los ciudadanos, en esta tarea el sector privado tiene participación.

JOAQUÍN MAURICIO LÓPEZ B.
jlopez@larepublica.com.co



Banco de la República

Dirigentes de la Guajira y la vicepresidenta de la Nación, Marta Lucía Ramírez entregaron resultados del análisis del Banrep.

COMERCIO. LA ESTRATEGIA SE REALIZÓ DE LA MANO DE MERCADO LIBRE DONDE PUBLICÓ 312 REFERENCIAS

Mabe aumentó 24% de unidades vendidas

Gracias a una alianza que desarrolló Mabe, fabricante de electrodomésticos de línea blanca y Mercado Libre, que le permitió crear la tienda oficial en la plataforma de e-commerce, en 2017 su facturación cre-

ció 140% y para el año pasado esta fue de 35%.

De acuerdo con Laura Mariño, gerente de canales de venta digital de Mabe Colombia, “en 2017 crecimos 180% en ventas de unidades y para 2018 el crecimiento fue de 24% respecto al

2017, siendo el marketplace de Mercado Libre uno de los canales más rentables”.

Mariño agregó que “23% de la facturación lograda en 2018 en e-commerce fue gracias a la estrategia que construimos junto a Mercado Libre en publicidad”.

En su tienda oficial en Mercado Libre empezaron con 42 referencias en 2016 y en 2018 ya tenían 312 referencias de Mabe, Centrales y General Electric, también fabricadas por la firma.



VALERIE CIFUENTES MARTÍNEZ
vcifuentes@larepublica.com.co