



INTERCONTINENTAL HOTELS GROUP

Mercado

InterContinental Hotels Group cuenta con más de 50 años de experiencia y una amplia gama de fuertes marcas de hoteles alrededor del mundo, que se distinguen por un alto nivel de calidad y estándares de servicio que hacen de la estancia de sus huéspedes una gran experiencia.

importantes beneficios, especialmente en las áreas de mercadotecnia, tecnología e infraestructura. De esta manera, ofrece todo lo que un inversionista busca: crecimiento, rentabilidad y reducción de gastos operativos.

La meta de la compañía es ampliar la distribución mundial de sus marcas hoteleras y convertirlas en la

real, y hoy lidera el sector, con sitios de Internet seguros y flexibles: las reservaciones combinadas de todas sus páginas web se incrementan espectacularmente, con un crecimiento de triple dígito cada año, por lo que se encuentran entre los diez sitios de Internet más visitados de la industria de viajes.

Historia

InterContinental Hotels & Resorts fue fundada en 1946 por Pan American World Airlines, compañía que creció rápidamente, con Latinoamérica como su principal ruta aérea. Muy pronto comenzó a volar alrededor del mundo.

El primer hotel Holiday Inn abrió sus puertas en la avenida Summer de la ciudad de Memphis, Tenn., en 1952. Al año siguiente Kemmons Wilson y Wallace E. Johnson consolidaron una alianza para construir los hoteles Holiday Inn, y en 1954 se constituyó la empresa Holiday Inns, Inc. of America. Su primera franquicia tuvo por sede Clarksdale, Miss.

En el año de 1957 Holiday Inns, Inc. of America se negoció a un precio de apertura de US\$9.75 cada acción, y para 1963 participaba en la bolsa de valores de Nueva York a un precio por acción de US\$24.50.

Holiday Inn celebró la apertura de su hotel número 100 en 1959, el cual abrió sus puertas en Tallahassee, Fl., y tan sólo un lustro después, en 1964, se inauguró el número 500, en Johnstown, Penn.

La empresa se constituyó legalmente en México en 1966, con la razón social de Holiday Inn Mexicana, S.A., y en 1968 se concretó el primer proyecto con el gobierno estatal de Tamaulipas para la construcción de un hotel de 120 habitaciones.

Para 1970, Holiday Inn llegó a la Ciudad de México, en cuyo aeropuerto internacional construyó un hotel de 218 habitaciones, y en ese mismo año inauguró también un hotel en Guadalajara, Jal., y otro más en Mexicali, B.C.



Es una compañía de escala mundial que posee, renta y administra más de 3,600 hoteles alrededor del mundo... Esta amplitud geográfica, junto con sus múltiples modelos de operación y gran portafolio de marcas, la coloca en una excelente posición para enfrentar crisis económicas y tomar ventaja de las economías sólidas del mercado.

opción preferida del huésped, para lo cual desarrolla estándares de servicio de gran calidad y, sobre todo, se empeña en brindar una capacitación de primera categoría a su personal, ya que está convencida de que, más que el ladrillo y el cemento, un gran hotel es el producto de su equipo de trabajo.

Logros

La operación de un negocio hotelero suele describirse en términos cálidos y amistosos, ya que, después de todo, es un negocio intangible, que gira en torno a la gente. Sin embargo, para alcanzar el éxito hace falta más que una sonrisa: hay que utilizar toda clase de tecnología de punta para lograr una operación eficiente y eficaz.

Y en toda la industria hotelera no hay tecnología alguna que iguale al sistema de InterContinental Hotels Group, HIRO (Hotel Inventory Reservation Optimizer), un sofisticado sistema de Revenue Management que enlaza al Sistema Administrador de Inventario de habitaciones con Holidex Plus, su sistema mundial de reservaciones, con lo que es capaz de ofrecer un servicio integral que lo hace eficiente y redundante en el incremento de sus ingresos.

Así, el Sistema Central de Reservaciones de InterContinental Hotels Group, conocido como Holidex Plus, es el sistema de reservaciones más poderoso del sector: enlaza más de 430,000 terminales en todo el mundo, por lo que los agentes de viajes tienen acceso en tiempo real a los hoteles a través de los principales sistemas de distribución global "GDS".

Gracias a su constante esfuerzo por mantenerse a la vanguardia, InterContinental Hotels Group fue el primero en permitir reservaciones en línea en tiempo



Y el año siguiente fue todavía mejor: inició operaciones en Acapulco, Gro.; Puerto Vallarta, Jal.; Ixtapa, Gro.; Taxco, Gro.; Tampico, Tamps.; Los Mochis, Sin.; Hermosillo, Son., y la Zona Rosa de la Ciudad de México.

Para 1992, Holiday Inn incorporó las marcas Crowne Plaza & Resorts y Holiday Inn SunSpree Resorts, y Holiday Inn Worldwide anunció la fusión de los sistemas de todos sus hoteles en el mundo para el desarrollo e implementación de HIRO.

En septiembre del 2002 InterContinental Hotels & Resorts anunció el lanzamiento mundial de iniciativas de un nuevo servicio y tecnología, apoyado en una campaña de mercadotecnia y publicidad agresiva para posicionar al grupo como la compañía de marcas más grande para los viajeros internacionales.

En el 2004 la compañía enriqueció su portafolio de marcas con la adquisición de Candlewood Suites, y desarrolló una más, Hotel Indigo, con un concepto para viajeros que buscan experiencias, y no sólo una habitación de hotel.



llegó para satisfacer un vacío crítico en el sector de la hotelería: el segmento medio de viajeros que están en ascenso a niveles más elevados de calidad y buen gusto, que requieren un precio accesible.

El Hotel Indigo está basado en los tres pilares que crean una experiencia hotelera conceptual, fresca y renovada. Es una marca dinámica en un mundo vertiginoso (www.hotelindigo.com).

• **Holiday Inn Hotels and Resorts.**- Con más de 1,500 hoteles en todo el mundo, Holiday Inn es la marca hotelera más reconocida a nivel global: Holiday Inn, Holiday Inn Select y Holiday Inn SunSpree Resorts se han convertido en los "Hoteles de América", ya que ofrecen el servicio más amable, atento y confiable,

dentro de modernas y atractivas instalaciones, tanto para viajeros de negocios como de recreación (www.holiday-inn.com).

• **Holiday Inn Express.**- Es un hotel de tarifa accesible, para viajeros que buscan valor por su dinero, con un servicio confiable y un alojamiento confortable y casual.

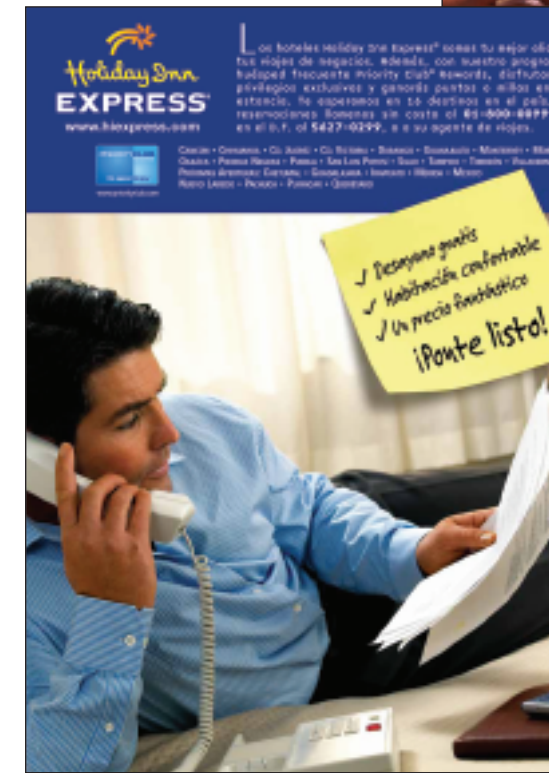
Los huéspedes de un Holiday Inn Express cuentan con desayuno y llamadas locales gratis (www.hiexpress.com).

• **Staybridge Suites.**- Este innovador hotel de suites satisface las necesidades de viajeros de estancias prolongadas, que buscan un hotel estilo residencial para vacaciones. Actualmente existen 70 hoteles Staybridge Suites y 50 más están en proceso de apertura (www.staybridge.com).

• **Candlewood Suites.**- Este hotel está enfocado a brindar confort y espacios amplios. Los más de 100 hoteles Candlewood Suites ofrecen un estudio amplio y suites de una habitación, cada una totalmente equipada con cocina, escritorio ejecutivo, videocasetera y reproductor de CD's, conexión a Internet y dos líneas telefónicas con correo de voz, además de acceso a una despensa con botanas, refrescos, alimentos preparados y otros consumibles, un *fitness center* y un centro de lavado de cortesía, los cuales están abiertos las 24 horas (www.candlewoodsuites.com).

Desarrollos Recientes

El exitoso programa de InterContinental Hotels Group, Sleep Advantage, llegó a México en marzo del 2005, con grandes resultados y una excelente aceptación, y en abril se anunció el lanzamiento del programa "Cualquier Hotel en Cualquier Parte" (Any Hotel, Anywhere), el cual permite a los miembros de Priority Club Rewards, residentes de Estados Unidos (y próxi-



Producto

InterContinental Hotels Group es la compañía hotelera con más posiciones de liderazgo en el mundo, con el 77% del mercado, que cubre con sus 7 marcas:

• **InterContinental Hotels & Resorts.**- Ha sido la marca preferida de viajeros internacionales durante casi 60 años, gracias a que sabe satisfacer las necesidades del viajero de clase mundial actual: ofrece servicios y amenidades especialmente diseñadas para el viajero internacional y ha logrado dominar el delicado balance entre brindar un servicio de calidad consistente y mantener el sabor local de cada ciudad en la que los hoteles se ubican.

Cuenta con 134 inmuebles en más de 60 países y continúa expandiendo destinos clave alrededor del mundo (www.intercontinental.com).

• **Crowne Plaza Hotels & Resorts.**- Es el hotel de alto nivel ideal para reuniones de negocios. Ofrece atención personalizada con un punto de contacto para



facilitar la organización de reuniones exitosas. Adicionalmente, los hoteles Crowne Plaza cuentan con instalaciones superiores de *fitness*, excepcionales habitaciones y opciones gastronómicas de altura.

Hay más de 200 Crowne Plaza en 48 países, ubicados en los principales destinos de ciudad y playa (www.crowneplaza.com).

• **Hotel Indigo.**- Este hotel, el miembro más reciente de la familia de InterContinental Hotels Group,

mamente en el mundo entero), redimir sus puntos acumulados en más de 500,000 establecimientos de hospedaje en el mundo.

En ese mismo año, InterContinental Hotels Group se convirtió en la primera gran cadena en lanzar un hotel de larga estancia en Gran Bretaña, con el establecimiento de Staybridge Suites, a la vez que inauguraba otro más en la ciudad de Monterrey, N.L.

Asimismo abrió las puertas del primer Hotel

Nickelodeon Family Suites by Holiday Inn, en Florida. Este hotel es único e inigualable en su temática de espacioso infantil.

Promoción

InterContinental Hotels Group, en su afán de brindar el mejor servicio a sus clientes, desarrolla grandes promociones para reconocerlos, como es su programa de lealtad Priority Club Rewards, que se extiende a todas sus marcas y cuenta con más de 28 millones de miembros, por lo que se le reconoce como el programa de lealtad más grande de la industria hotelera: fue galardonado como "El Mejor Programa del Año" por los Freddie Awards durante el 2005-2006 y ganador de 6 primeros lugares, así como 14 premios más, y también fue reconocido durante el 2005-2006 como "El Mejor Programa de Hoteles en el Mundo" por la revista Global Traveler.

De la misma manera, el Crowne Plaza ha asombrado a la industria de la hospitalidad con su programa Sleep Advantage, que ha transformado completamente la experiencia del dormir, asegurando a todos los huéspedes un sueño por demás placentero. El programa está disponible en todos los Hoteles Crowne Plaza de Estados Unidos, Canadá y México.

Por otro lado, el grupo introdujo la Garantía del Precio más Justo en Internet (www.ichotelsgroup.com), con lo que se convirtió en uno de los más grandes vendedores de habitaciones en la red, con ingresos de 700 millones de dólares a través de sus más de 500 sitios.

Valores de Marca

InterContinental Hotels Group es una empresa con una gran responsabilidad social, la cual comparten todos sus empleados y franquiciatarios. Participan constantemente en programas de asistencia, educación y protección al medio ambiente, así como una serie de iniciativas con las que buscan hacer del mundo un mejor lugar. Asimismo colabora constantemente con fundaciones filantrópicas como UNICEF y Give Kids The World.

Los valores que InterContinental Hotels Group tiene alrededor del mundo son:

- **Integridad.**- Sus clientes saben que hay congruencia entre lo que dicen y lo que hacen.
- **Respeto.**- Tratan a todos con igual dignidad.
- **Servicio.**- Hacen lo que se requiera para dar un gran servicio.
- **Confianza.**- Confían en sus colaboradores, como punto de partida en sus relaciones de trabajo.
- **Equipo.**- Trabajan como un auténtico equipo para dirigir y ganar.

Cosas Que Usted No Sabía Sobre InterContinental Hotels Group

- La red global integrada de InterContinental Hotels Group procesa más de 13 millones de noches-cuarto al año, lo que equivale a más de 1,200 millones de dólares en ingresos anuales de habitación.
- InterContinental Hotels Group tiene presencia en casi 100 países, en los cuales cuenta con más de 3,600 hoteles, que en conjunto ofrecen alrededor de ¡540,000 habitaciones!
- InterContinental Hotels Group atiende, cada año, a más de 120 millones de huéspedes satisfechos.