



Mercado

InterContinental Hotels Group cuenta más de 60 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.

Es una compañía de escala mundial que posee, renta y administra más de 4,500 hoteles en más de 100 países... 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.



InterContinental Hotels Group se dedica a ofrecer una experiencia hotelera de calidad a cada huésped que cruza las puertas de cualquiera de sus grandes marcas hoteleras, situadas en los lugares correctos y al precio adecuado, y de la misma manera se preocupa porque sus franquiciatarios tengan una incomparable experiencia de negocios, por lo que los apoya y orienta con 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 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.

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, cuya 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, 1964, se inauguró el hotel 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.

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.

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 se ubican sus hoteles.

Cuenta con 150 propiedades en más de 60 países y se continúa expandiendo en 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 InterContinental Hotels Group, 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.-** Con más de 1,500 hoteles en todo el mundo, Holiday Inn es la marca hotelera más reconocida a nivel global.

Desde el 2009 esta marca ha sido renovada y sus hoteles se están remodelando alrededor del mundo, para ofrecer a sus clientes una imagen fresca y novedosa. Dentro de esta renovación se cuentan servicios especiales pensados para consentir a sus huéspedes, como un menú de almohadas, para que el cliente pueda elegir la que prefiera entre cinco tipos, suaves y firmes (www.holidayinn.com).

• **Holiday Inn Express.-** Al igual que Holiday Inn, esta marca también está pasando por un proceso de renovación alrededor del mundo. Holiday Inn Express es una marca diseñada para aquellos viajeros que buscan el mayor valor por su dinero, con un servicio confiable y un alojamiento confortable y casual (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 sus viajes de negocios o placer. Actualmente existen 70 hoteles Staybridge Suites en todo el mundo, y 50 más están en proceso de apertura. La República Mexicana ya cuenta con dos hoteles de esta marca, en las ciudades de Guadalajara y Monterrey (www.staybridgesuites.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 y reproductor de CD, 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.candlewood.com).



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: PERFORM, 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 mil 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. Además, IHG cuenta con 12 centros de reservaciones en todo el mundo, que atienden a clientes en 15 idiomas distintos.

Gracias a su constante esfuerzo por mantenerse a la vanguardia, InterContinental Hotels Group fue el primero en permitir reservaciones en línea en tiempo real, y hoy lidera el sector con sitios web seguros y flexibles, cuyas reservaciones combinadas 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.

Ante la Crisis

Una crisis global, como la que se ha vivido en los tiempos recientes, representa también un momento de oportunidad, por lo que, desde el segundo trimestre del 2009, InterContinental Hotels Group inició el relanzamiento de sus marcas Holiday Inn y Holiday Inn Express, con una renovación desde el logotipo hasta las habitaciones, y la variedad de comodidades que puede ofrecer a sus huéspedes, desde su menú de almohadas hasta la conexión gratuita a Internet en los Holiday Inn Express.

Desarrollos Recientes

Durante el 2009, IHG abrió más de un hotel al día, y su plan de desarrollo para los próximos meses incluye la



apertura de nuevos hoteles en todo el mundo, mismos que representan el 30% del tamaño actual de la empresa. Esa cantidad de hoteles, por sí sola, sería suficiente para formar la empresa hotelera más grande del mundo.

El exitoso programa de InterContinental Hotels Group para los hoteles Crowne Plaza, Sleep Advantage, sigue vigente y es sumamente exitoso, al igual que el programa Cualquier Hotel en Cualquier Parte (Any Hotel, Anywhere), el cual permite a los miembros de Priority Club Rewards redimir sus puntos acumulados en más de 500 mil hoteles de cualquier marca en el mundo.

Otro exitoso lanzamiento del programa Priority Club Rewards es la opción llamada Hotels Anywhere, a través de la cual los socios de este programa de lealtad pueden reservar hoteles incluso de marcas distintas a IHG, y pagar las habitaciones con puntos Priority.

Promoción

InterContinental Hotels Group, en su afán de brindar el mejor servicio a sus clientes, desarrolla grandes promociones para reconocerlos, como su programa de lealtad Priority Club Rewards, que se extiende a todas sus marcas y cuenta con más de 52 millones de socios, por lo cual se le reconoce como el programa de lealtad más grande de la industria hotelera y fue galardonado como El Mejor Programa del Año por los Freddie Awards, en los últimos años, y fue ganador de seis primeros lugares, así como 14 premios más, y también ha sido reconocido durante los últimos cinco años como El Mejor Programa de Recompensas de Hoteles en el Mundo, por la revista Global Traveler. Ha sido también reconocido durante los últimos tres años como El Mejor Programa de Lealtad de Hoteles en el Mundo por Business 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 de dormir, al asegurar a todos



sus huéspedes un sueño por demás placentero. El programa está disponible en todos los hoteles Crowne Plaza de Estados Unidos, Canadá y México.

Su sistema de operación está construido por todos los esfuerzos que hace en conjunto para generar la demanda de sus marcas, lo cual incluye sus campañas de anuncios y mercadeo, diez centros de reservaciones globales, trece sitios web, en el mismo número de idiomas locales, y su gran fuerza de ventas de 8 mil personas.

Valores

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

IHG tiene una filosofía que llama Winning Ways, que consiste en:

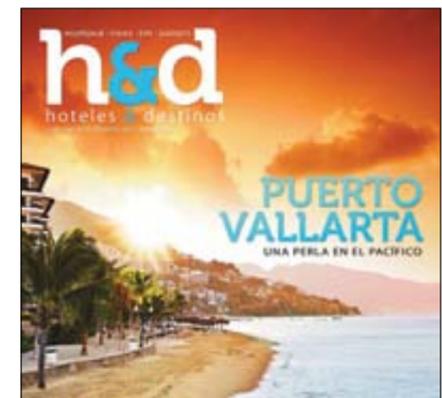
• **Hacer lo correcto.-** “Siempre hacemos lo que consideramos es lo correcto y tenemos el coraje y la convicción de llevarlo a la práctica, aun cuando sea más fácil no hacerlo”.

• **Demostrar que les importa.-** “Queremos ser la empresa que mejor entiende las necesidades de la gente en la industria de la hospitalidad”.

• **Apuntar a lo más alto.-** “Queremos ser reconocidos líderes de nuestra industria, así que hemos construido un equipo de gente muy talentosa que tiene en verdad las ganas de triunfar”.

• **Celebrar sus diferencias.-** “Estamos convencidos de que es el conocimiento que tiene nuestra gente lo que alimenta la vida de nuestras marcas. Nuestra fortaleza global viene de celebrar las diferencias locales mientras entendemos que algunas cosas se pueden cambiar y otras deben mantenerse diferentes de acuerdo a ciertas regiones”.

• **Trabajar mejor en equipo.-** “Somos más fuertes gracias a que trabajamos en equipo. Dado que nos escuchamos unos a otros es que logramos consolidar un gran y fuerte equipo”.



Cosas Que Usted No Sabía Sobre InterContinental Hotels Group

- La red global integrada de InterContinental Hotels Group procesa más de 130 millones de estancias de sus huéspedes a lo largo del año.
- IHG tiene presencia en más de 100 países, en los cuales cuenta con más de 4,500 hoteles, que en conjunto ofrecen alrededor de 650,000 habitaciones.
- IHG atiende cada año a más de 120 millones de huéspedes satisfechos.