



Facebook



Twitter



Google +



LinkedIn

Sábado, Septiembre 24, 2016

# Marriott abrirá 13 hoteles en cuatro años



Cortesía

**Bogotá** Ayer se dio el aval para la adquisición de Starwood Hotels & Resorts por parte de la cadena de hoteles estadounidense Marriott International. Esta transacción tuvo un valor total de US\$13.600 millones y dio paso al nacimiento de la cadena hotelera más grande del mundo.

LR habló con Tim Sheldon, presidente de Marriott para Latinoamérica y el Caribe, quien contó cuáles son los proyectos en el país tras la fusión.

## ¿Qué planes tiene Marriott para Colombia?

Este país es uno de los mercados de más rápido crecimiento en América Latina. Por eso esperamos abrir 13 nuevos hoteles para 2020. El Courtyard by Marriott Cúcuta, AC Hotel by Marriott Cali y AC Hotel by Marriott Santa Marta están previstos para 2017.

Marriott cuenta ahora con 12 hoteles en Colombia, tres son parte de los 12 hoteles adicionales que se construirán para el 2020, incluyendo dos centros turísticos en Cartagena.

## ¿El anuncio de la firma de la paz en Colombia implicará mayor inversión en el país?

Colombia ha sido tradicionalmente un mercado importante para Marriott y es el tercero de mayor crecimiento para la región del Caribe y América Latina. Con la integración de Starwood nuestra huella ha crecido exponencialmente.

Vamos a seguir centrándonos en Colombia y creemos que el acuerdo de paz firmado recientemente con las Farc impulsará aún más el país y mejorará la vida y las oportunidades para todos los colombianos.

## ¿Cuál ha sido el balance financiero de la compañía?

El RevPar (ingreso por habitación disponible) constante en todo el sistema de Marriott Caribe y América Latina aumentó un 1,8% en el segundo trimestre de 2016. El resultado neto reportado fue de US\$15,4 millones.

## ¿Qué tan importante es América Latina para su corporación frente a otras regiones?

Es un mercado importante para Marriott, y estamos trabajando en un buen número de proyectos en la región que realmente nos entusiasman. Actualmente contamos con 209 propiedades en toda la región y 101 hoteles encaminados.

## ¿Qué tanto ha cambiado la empresa con el proceso de fusión Marriott-Starwood?

La parte más importante de la integración era de preparar el proceso, dado que hasta ahora Marriott y Starwood han sido dos empresas públicas independientes. Somos muy sensibles al hecho de que la integración involucra a las personas, y con base a nuestra experiencia pasada con las adquisiciones, la cultura de Marriott será una fuerza importante detrás de la exitosa fusión de las dos organizaciones.

El Consejo de Administración creció a 14 miembros de la junta y la mayoría de los puestos de nivel superior se han integrado. J. W. Marriott Jr. seguirá siendo presidente ejecutivo y presidente del consejo, Arne Sorenson seguirá siendo presidente y CEO.

Los servicios de Marriott solo van a mejorar con esta integración, ya que estamos creciendo a 30 marcas y dando a nuestros clientes la oportunidad de elegir entre 5.700 propiedades en más de 110 países.

## ¿Cómo será manejado el plan de fidelización?

Los dos programas tienen más de 85 millones de miembros "contactables", definidos como los que proporcionaron una dirección de correo electrónico, dirección física o teléfono.

La integración significa una serie de nuevos beneficios para los miembros de cada programa cuando se vinculan sus cuentas. Por ejemplo, los miembros serán reconocidos por su lealtad, sin importar en qué programa hayan estado ganando puntos.

Además, se podrán transferir puntos entre los programas, así como la posibilidad de aprovechar las experiencias del programa Marriott Rewards, del mercado y la plataforma Momentos de SPG.

## Lo que se acordó en la transacción

Según el diario Expansión, la oferta de Marriott para su fusión con Starwood tiene incluida a la filial Interval Leisure Group (ILG), fusionada con Vistana Signatures Experiences. Los accionistas de Starwood recibirán US\$21 en efectivo y 0,80 acciones de Marriott, según lo fijado en el acuerdo. Los dos grupos sumarán 1,1 millones de habitaciones y un programa de fidelización con presencia en 110 países, por lo que la distribución se duplica en Asia, Oriente Medio y África.

## La opinión

**Carlos Rodríguez**

*Experto en empresas*

"Lo que ellos están buscando con este proceso de fusión es tomarle una distancia abismal a las seguidoras, ampliando sus bases de mercado."