

BEST WESTERN INTERNATIONAL

Best Western International, el mayor consorcio hotelero del mundo



RANKING MUNDIAL DE CADENAS HOTELERAS POR Nº DE HAB. A 2019

2019 rank	2018 rank	Company	Location	2019 Rooms	2019 Hotels	2018 Rooms	2018 Hotels
1	1	Marriott International	Bethesda, Maryland USA	1,348,532	7,163	1,317,760	6,906
2	2	Jin Jiang International Holdings Co. Ltd.	Shanghai, China	1,081,230	10,020	941,794	8,715
3	8	Oyo Rooms	Gurugram, India	1,054,000	15,600	515,144	17,344
4	3	Hilton Worldwide Holdings	McLean, Virginia USA	971,780	6,110	912,960	5,685
5	4	IHG (InterContinental Hotels Group)	Atlanta, Georgia USA	883,563	5,903	836,541	5,603
6	5	Wyndham Hotels & Resorts	Parsippany, New Jersey USA	831,025	9,280	809,900	9,200
7	6	Accor	Paris, France	739,537	5,036	703,806	4,780
8	7	Choice Hotels International	Rockville, Maryland USA	590,897	7,153	569,108	7,021
9	9	Huazhu Group Ltd.	Shanghai, China	536,876	5,618	422,747	4,230
10	10	BTG Hotels Group Co.	Beijing, China	414,952	4,450	397,561	4,049
11	11	BWH Hotel Group (Best Western)	Phoenix, Arizona USA	369,386	3,997	295,849	3,618



RANKING MUNDIAL DE CADENAS HOTELERAS POR Nº DE HABITACIONES

RANK	GROUPS	HOTELS 2011	HOTELS 2010	EVOL. HOTELS	ROOMS 2011	ROOMS 2010	EVOL. ROOMS
1	1 IHG	4 437	4 432	5	647 161	643 787	0,5%
2	3 HILTON WORLDWIDE	3 689	3 526	163	605 938	587 813	3,1%
3	2 WYNDHAM WORLDWIDE	7 152	7 112	40	605 713	597 674	1,3%
4	4 MARRIOTT INTERNATIONAL	3 446	3 329	117	602 055	580 876	3,6%
5	5 ACCOR	4 229	4 111	118	507 306	492 675	3,0%
6	6 CHOICE HOTELS	6 142	6 021	121	495 145	487 410	1,6%
7	8 STARWOOD HOTELS & RESORTS	1 041	979	62	308 700	291 638	5,9%
8	7 BEST WESTERN	4 015	4 048	-33	307 155	308 477	-0,4%
9	9 CARLSON HOSPITALITY	1 078	1 059	19	165 061	159 756	3,3%
10	10 HYATT HOTEL CORPORATION	423	399	24	120 806	120 031	0,6%



RANKING MUNDIAL DE CADENAS HOTELERAS POR Nº DE HAB. A 2015

		EXISTING		PIPELINE		IF 100% OPEN	
		HOTELS	ROOMS	HOTELS	ROOMS	HOTELS	ROOMS
1	Marriott International / Starwood Hotels & Resorts Worldwide	5,456	1,071,096	2,101	373,000	7,557	1,444,096
2	Hilton Worldwide Holdings	4,480	737,922	1,555	260,000	6,035	997,922
3	Intercontinental Hotels Group	4,963	726,876	1,319	217,709	6,282	944,585
4	Wyndham Hotel Group	7,760	671,900	810	122,800	8,670	794,700
5	Jin Jiang International/ Plateno Hotels Group	6,000	640,000	N/A	N/A	N/A	N/A
6	Choice Hotels International	6,379	504,357	638	N/A	7,017	N/A
7	Accor Hotels	3,815	500,366	N/A	162,000	N/A	662,366
8	Best Western Hotels & Resorts	3,903	303,768	490	48,540	4,393	352,308
9	Homeinns Hotel Group	2,787	311,608	235	N/A	3,022	N/A
10	Carlson Rezidor Hotel Group*	1,092	172,234	280	50,150	1,372	222,384

Source: Statista, based on data as of 30 September 2015.



Grado en Turismo. Universidad de Huelva

RANKING MUNDIAL DE CADENAS HOTELERAS POR Nº DE HAB. A 2019

2019 rank	2018 rank	Company	Location	2019 Rooms	2019 Hotels	2018 Rooms	2018 Hotels
1	1	Marriott International	Bethesda, Maryland USA	1,348,532	7,163	1,317,760	6,906
2	2	Jin Jiang International Holdings Co. Ltd.	Shanghai, China	1,081,230	10,020	941,794	8,715
3	8	Oyo Rooms	Gurugram, India	1,054,000	15,600	515,144	17,344
4	3	Hilton Worldwide Holdings	McLean, Virginia USA	971,780	6,110	912,960	5,685
5	4	IHG (InterContinental Hotels Group)	Atlanta, Georgia USA	883,563	5,903	836,541	5,603
6	5	Wyndham Hotels & Resorts	Parsippany, New Jersey USA	831,025	9,280	809,900	9,200
7	6	Accor	Paris, France	739,537	5,036	703,806	4,780
8	7	Choice Hotels International	Rockville, Maryland USA	590,897	7,153	569,108	7,021
9	9	Huazhu Group Ltd.	Shanghai, China	536,876	5,618	422,747	4,230
10	10	BTG Hotels Group Co.	Beijing, China	414,952	4,450	397,561	4,049
11	11	BWH Hotel Group (Best Western)	Phoenix, Arizona USA	369,386	3,997	295,849	3,618



- Best Western International no es una cadena hotelera sino una **asociación de hoteleros independientes**, es decir, **un consorcio de marketing** que posee su propia marca
- La compañía es propiedad de los hoteleros asociados, que al mismo tiempo son propietarios y gestores de sus establecimientos. Fundada en 1964, sus hoteles son generalmente pequeños, con una capacidad media de 76 habitaciones
- La compañía tiene su sede central en Phoenix (Arizona), y opera como una organización sin ánimo de lucro en más de 100 países
- El beneficio del consorcio, al no tener finalidad lucrativa, es prácticamente nulo. Las tasas y cuotas de Best Western International están basadas en el número de habitaciones y no en el ingreso de los establecimientos

A continuación exponemos seis puntos que son importantes de considerar para la mejor comprensión de la compañía:

- Best Western International funciona como una franquicia de bajo coste, permitiendo al hotelero afiliarse con facilidad.
- Apesar de utilizar un emblema (corona dorada sobre fondo azul), la compañía no requiere de una imagen corporativa. Esto permite a los establecimientos una gran heterogeneidad.
- El punto fuerte de la asociación reside en el control de calidad de los establecimientos afiliados.
- Best Western International ofrece a sus afiliados un sistema de reservas a nivel global, la edición y distribución anual de guías hoteleras en las que se describen los hoteles afiliados y un sistema de publicidad y márketing a nivel global.
- Los afiliados a Best Western International participan en los programas de márketing y fidelización (Golden Crown Card), se someten a una serie de controles de calidad y pagan una reducida cuota anual.
- El hotel puede, en cualquier momento, desvincularse de Best Western International sin tener que abonar una penalización.



Requisitos Mínimos de Calidad



Camas "Queen Size" en, al menos, un 10% de las habitaciones



Al menos un 50% de las habitaciones para no fumadores



Espejo de cuerpo completo en todas las habitaciones



Café o té gratuito a disposición de los clientes 24 horas.



Reloj en todas las habitaciones



Caja fuerte por lo menos en Recepción



Televisión plana con noticias internacionales, al menos con un canal en inglés, en todas las habitaciones



Acceso a Internet de alta velocidad, gratuito en todas las habitaciones



Servicio de consigna de equipaje gratuito, mínimo hasta seis horas después de la salida



Música en todas las habitaciones



Plancha y tabla de planchar a disposición de los clientes



Desayuno buffet garantizado



Kit de aseo completo sin costo, disponible en habitación y/o recepción.



Servicios de fotocopiadora y fax a disposición de los clientes, mínimo 14 horas al día



Mínimo un enchufe con corriente las 24 horas, para recarga de equipos eléctricos



Secador de cabello en todas las habitaciones



Escritorio de trabajo en las habitaciones



Ordenador con Internet de alta velocidad en un área pública (uso gratuito)

Grado en Turismo



Universidad de Huelva

HISTORIA DE LA COMPAÑÍA:

- Best Western International comenzó a operar en 1946 cuando M. K. Guertin, hotelero californiano, se dio cuenta que los clientes al salir del hotel, pedían información acerca de otros hoteles de la misma compañía
- Por ello M. K. Guertin inició un acuerdo de colaboración con otros hoteles para recomendarse mutuamente entre ellos y realizar reservas previa confirmación telefónica de disponibilidad
- Dos años más tarde se editaba una guía con 162 hoteles que se denominaban *Western Motels* por la zona geográfica de EEUU donde estaban situados
- A principios de los años 60, Best Western era la mayor organización de hoteles independientes del mundo con 700 hoteles y 35.000 habitaciones
- En 1964 los propietarios de hoteles canadienses, se fueron uniendo al sistema con lo que se dio al primer paso hacia la expansión global, cambiando el nombre por el de Best Western International

BEST WESTERN INTERNATIONAL



Larry Cuculic (Presidente)



Historia y Línea Temporal de Best Western®



ESTRATEGIAS DE CRECIMIENTO DE LA COMPAÑÍA:

- El establecimiento medio de Best Western International es un hotel económico, pero dentro de la cartera hay muchísima variedad
- Best Western International tiene más de 125 millones de clientes anuales y sólo en sus oficinas centrales trabajan más de 1.500 personas contando con más de 100.000 colaboradores en todo el mundo
- Best Western International funciona mediante un sistema de renovación anual. En los últimos años, un 99% de los hoteles han renovado la afiliación
- El grado de internacionalización es del 52%, teniendo presencia en más de 100 países

BEST WESTERN INTERNATIONAL

					
LUXURY	UPPER UPSCALE	UPSCALE	UPPER MIDSACLE	MIDSCALE	ECONOMY
	 	 	    	  	



Grado en Turismo



BEST WESTERN INTERNATIONAL

MARCAS DE LA DIVISIÓN HOTELERA:

- Los hoteles de la compañía ofrecen 18 marcas en todos los segmentos de mercado, con especial presencia en el segmento medio y económico.
- También están afiliados hoteles con segmento alto con tarifas de más de 200 \$ la noche bajo la marca WorldHotels





Best Western.
Hotels & Resorts

Un arma para luchar con la intermediación

La fidelización como ahorro de coste en la captación de viajeros

El conocimiento del cliente facilita la competitividad y la personalización del servicio por parte de los hoteles

Programa de fidelidad

Por otro lado, la cadena ha aumentado el número de miembros de su programa de fidelidad con 10.000 nuevas incorporaciones, alcanzando la cifra de 83.542 asociados. **Best Western acordó hace escasas semanas un acuerdo con la marca Avios mediante el cual los clientes de la hotelera podrán conseguir vuelos, promociones y estancias.**

Gracias a esta alianza la cadena espera alcanzar la barrera de los 100.000 usuarios. A nivel mundial, la cadena hotelera cuenta con 30 millones de usuarios adheridos a su programa de fidelidad.



Best Western
REWARDS

BW | Best Western.
Hotels & Resorts



+ de 4.000 hoteles
repartidos por + de 100 países
por todo el mundo.

De los cuales 1.400 en Europa.

Beneficiarse de pertenecer a
la mayor asociación de
hoteles, de propiedad y gestión
independientes.

+ de 27 M. de clientes con tarjetas
del club de fidelidad.



Universidad
de Huelva

BW**Best Western.**
Hotels & Resorts

BEST WESTERN INTERNATIONAL

Best Western contará con más de 30 hoteles en España y Portugal para 2021

La cadena continúa con un potente plan de expansión para el próximo lustro en los mercados español y portugués. **El objetivo es alcanzar, en este periodo, los 30 establecimientos adheridos.** Actualmente, la cadena cuenta con cinco alojamientos en España: tres en Barcelona (Dante, Alfa Aeropuerto y Mediterráneo), uno en Madrid (Los Condes) y otro en Salobreña-Granada; y dispone de dos más en Portugal: en Faro y Oporto. Esto supondría un crecimiento del 400%.

De esta manera, Best Western España & Portugal prevé un crecimiento exponencial gracias al nuevo plan de beneficios que ofrece a sus adheridos. Durante el año pasado, la cadena **aportó un volumen de negocio a sus establecimientos de España & Portugal por valor de 3.125.479 euros, casi 800.000 euros más que en 2015.**

Es decir, que pertenecer a la cadena se reflejó en los **19.480 visitantes que se alojaron en un Best Western en España & Portugal.**

BEST WESTERN INTERNATIONAL

					
LUXURY	UPPER UPSCALE	UPSCALE	UPPER MIDSCALE	MIDSCALE	ECONOMY
	 	 	    	  	



BW

Best Western.
Hotels

BEST WESTERN INTERNATIONAL

Una colección de 300 hoteles y resorts

Best Western adquiere la marca de lujo WorldHotels

Best Western ha comprado la marca WorldHotels que incluye unos 300 hoteles premium

WorldHotels funcionará de modo independiente pero se beneficiará de la plataforma comercial y de marketing de Best Western

Durante el último año la comercializadora ha ampliado a 13 sus marcas hoteleras

Best Western ha experimentado una enorme transformación en los últimos años. Solo en el último año, la cadena hotelera fue nombrada una de las compañías más innovadoras del mundo por Fast Company, amplió su cartera a 13 marcas.



BEST WESTERN INTERNATIONAL

					
LUXURY	UPPER UPSCALE	UPSCALE	UPPER MIDSACLE	MIDSCALE	ECONOMY
	 	 	  	  	
			 		



Seúl estrena estos dos nuevos sellos para el segmento de lujo

Best Western anuncia los primeros hoteles boutique Aiden y Sadie

La primera apertura en Europa de la marca Aiden está prevista para este mes de diciembre cerca de París

La inauguración de los tres primeros hoteles Sadie no llegará hasta 2020 en Estados Unidos

Las dos nuevas enseñas combinan tecnología, arte, un diseño sofisticado y están enfocadas al segmento de lujo

El segundo hotel Aiden está previsto que se inaugure a mediados de diciembre, en la zona del norte de París con 90 habitaciones. Contará con todo tipo de comodidades, un espacio multifuncional, bar, restaurante, piscina y tres salas de reuniones para viajeros de negocios.

Sadie Hotel debutará en Tampa

La marca hermana de Aiden Hotel, Sadie Hotel, también se presentará pronto y tendrá su debut en Tampa (Florida), Nueva York, y Fredericksburg (Texas).

BEST WESTERN INTERNATIONAL

					
LUXURY	UPPER UPSCALE	UPSCALE	UPPER MIDSACLE	MIDSCALE	ECONOMY
	 	 	    	  	

