

TRANSPORTE

Gol lanzó su programa de fidelización

Buenos Aires. Tras la apertura a las low-cost, la brasileña Gol lanzó su programa de fidelización, Smiles. La plataforma ya está disponible en Argentina y permite utilizar millas en hasta 18 aerolíneas con las que tiene acuerdos. Aguardan que representará el 15% de los ingresos totales.

EL CRONISTA

ENTRETENIMIENTO

El CEO de Warner Bros renunció a su cargo

Ciudad de México. El presidente ejecutivo de los estudios Warner Bros, Kevin Tsujihara, renunció a su cargo luego de varias semanas de haber enfrentado rumores de tener un romance con una joven actriz británica, a quien habría tratado de ayudar a conseguir trabajo.

EL ECONOMISTA

TRANSPORTE

EsayJet ya no ayudará a reflotar Alitalia

Madrid. La aerolínea de bajo costo británica EasyJet dijo que se retira de las negociaciones con Ferrovie dello Stato y Delta Air Lines para formar un consorcio y explorar opciones para relanzar Alitalia. EsayJet transporta a 18,5 millones de pasajeros cada año y emplea a 1.400 pilotos y tripulantes.

EXPANSIÓN

HACIENDA

Fichas de Guaidó se toman EE.UU.

Washington. Representantes de Juan Guaidó tomaron el control de tres propiedades diplomáticas de Venezuela en EE.UU. Carlos Vecchio informó que la oposición había ganado el control de dos edificios pertenecientes al MinDefensa en Washington y un edificio consular en Nueva York.

REUTERS

TURISMO. CADENA AGREGARÁ ENTRE 275.000 Y 295.000 HABITACIONES EN EL MUNDO

La cadena Marriott abrirá 1.700 hoteles a 2021 y recomprará acciones

MADRID

Marriott International presentó ayer su plan de crecimiento trienal con el que prevé abrir 1.700 hoteles para el año 2021, añadiendo entre 275.000 y 295.000 habitaciones en todo el mundo, y devolver a sus accionistas entre US\$9.000 millones y US\$11.000 millones (7.940 y 9.709 millones de euros) en tres años.

Para ello, abonará entre US\$1.900 millones y US\$2.000 millones (1.677 y 1.765 millones de euros) en dividendos y recomprará acciones por entre US\$7.600 millones y US\$9.000 millones (6.708 y 7.945 millones de euros).

Con este plan de expansión del gigante hotelero estadounidense, que opera más de 30 marcas y adquirió Starwood hace dos años, alcanzará las 478.000 habitaciones, incluyendo las 214.000 habitaciones ya en construcción.

Marriott espera que las nuevas aperturas de habitaciones durante este período aporten US\$400 millones (353 millones de euros) en ingresos para 2021 y US\$700 millones (618 millones de euros) al año cuando se establezcan en su cartera de establecimientos.

Además, confía en que los ingresos por habitación disponible (conocido como RevPar) crezcan entre un 1% y un 3% en términos comparables al año hasta 2021.

La compañía prevé que su resultado bruto de explotación (ebitda) ajustado crezca en un

promedio de entre un 6% y un 7% anual hasta 2021, con una mejora de ingresos comparables de entre un 5% y un 8% con respecto a 2018.

La cadena de hoteles Marriott rebajó en enero a un máximo de 383 millones los registros afectados por el robo de datos de reservas realizadas por sus clientes en hoteles de su marca Starwood, desde los 500 millones identificados inicialmente, derivado del ataque cibernético que sufrió el pasado mes de noviembre.

“La cadena Starwood nos ha convertido en un competidor hotelero más formidable, brindando un programa de lealtad más valioso, marcas con un fuerte atractivo para los clientes más fieles, propietarios y asociados y ubicaciones excelentes en diferentes ciudades, particularmente en la región de Asia-Pacífico con un rápido crecimiento, así como sinergias significativas”, ha celebrado el presidente y consejero delegado de Marriott, Arne Sorenson.

LOS DOS ÚLTIMOS MOVIMIENTOS

El grupo lanzó en enero ‘Marriott Bonvoy’, la nueva marca de su programa de fidelización para unificar los existentes hasta entonces en una sola denominación (Marriott Rewards, The Ritz-Carlton, Wagonlit y Starwood Preferred Guest). A cierre de 2018, sumaban 125 millones de usuarios.

El segundo anuncio hecho por esta cadena fue la incorporación este año del Hotel Inglaterra de La Habana Vieja a la “Colección de Lujo” del grupo

Arne Sorenson, presidente y consejero delegado de Marriott, destacó el plan.



Edgar Blanco
Profesor de Adm. de Empresas Turísticas y Hotelerías Externado

“Esta inversión demuestra que el negocio hotelero tradicional sigue siendo atractivo y sigue estando fuerte de la mano de cadenas como Marriott, una de las más grandes”.

US\$400

MILLONES APORTARÁN LAS NUEVAS HABITACIONES QUE SUMARÁ LA CADENA MARRIOTT A NIVEL MUNDIAL.

478.000

SON LAS HABITACIONES QUE LA CADENA MARRIOTT TENDRÁ Y OPERARÁ EN SU TOTALIDAD EN EL MUNDO A 2021.

Marriott International, convirtiéndose en la segunda instalación operada por una compañía estadounidense en la isla desde 1959. El establecimiento, declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad y Monumento Nacional de Cuba, está en una de las zonas más turísticas de La Habana.

Su integración a Marriott, es uno de los resultados del “deshielo” en las relaciones diplomáticas entre Cuba y EE.UU. anunciado a finales de 2014.

EXPANSIÓN

TELECOMUNICACIONES

Slim consolida su operación en Brasil con compra de Nextel

Ciudad de México. La empresa de telecomunicaciones de Carlos Slim, América Móvil, compró las operaciones de Nextel Brasil por US\$905 millones. Con esta adquisición, América Móvil, que ya operaba en ese mercado a través del operador Claro, consolidará su posición “como uno de los principales proveedores de servicios de telecomunicaciones”.

EL ECONOMISTA



TECNOLOGÍA

FIS y Worldpay se fusionan en operación de US\$43.000 millones

Madrid. La fintech estadounidense Fidelity National Information Services (FIS) adquirió la firma de servicios de pago Worldpay por US\$43.000 millones (con deuda). Se trata de la segunda operación protagonizada por Worldpay, que en 2017 fue adquirida por Vantiv, firma estadounidense de pagos con tarjeta, por 9.355 millones de euros.

EXPANSIÓN

