



Wyndham Hotel Group | Información general sobre la empresa

Seremos la principal empresa hotelera del mundo en tamaño, valor para los clientes y rendimiento.

Wyndham Hotel Group es la empresa hotelera más diversa y más grande del mundo, abarcando aproximadamente 7.500 hoteles y más de 646.900 habitaciones en 69 países bajo 15 marcas hoteleras. Con sede en Parsippany, N.J. y oficinas alrededor del mundo, incluidas Londres y Hong Kong, la empresa emplea a más de 6000 asociados en todo el mundo.

Desde las galardonadas ofertas de la marca homónima de alta categoría Wyndham® Hotels and Resorts hasta las indiscutiblemente cómodas y familiares propiedades de sus marcas reconocidas a nivel mundial Days Inn®, Super 8® y Howard Johnson®, Wyndham Hotel Group se enorgullece de ofrecerles a sus huéspedes y franquiciados un servicio al cliente excepcional, valor increíble y la mayor cantidad de opciones de alojamiento alrededor del mundo.

El programa de fidelización de la empresa, Wyndham Rewards®, es el más grande en el mundo, basándose en el número de hoteles participantes. Es el único programa de lealtad hotelera en ofrecer a los miembros recompensas garantizadas después de una sola estadía. El programa actualmente tiene más de 8,8 millones de miembros activos.

Wyndham Hotel Group es una de tres unidades de negocio de Wyndham Worldwide Corporation (NYSE: WYN), es una de las empresas hoteleras más grandes del mundo que ofrece hoteles, centros turísticos de tiempo compartido, alquileres de vacaciones e intercambio de tiempo compartido.

Presidente y director ejecutivo: **Geoff Ballotti**

Liderazgo:

Rui Barros, vicepresidente sénior y director general, Europa, Medio Oriente, África y Océano Índico

Jeff Dallas, vicepresidente sénior, desarrollo

Tom Edwards, vicepresidente ejecutivo y director financiero

Lynn Feldman, vicepresidenta ejecutiva y asesora general

Ross Hosking, vicepresidente ejecutivo, ventas globales

Leo Liu, vicepresidente sénior y director general, China

Robert Loewen, vicepresidente ejecutivo y director de operaciones

Steve Miller, vicepresidente sénior, desarrollo de negocio

Paulo Pena, vicepresidente sénior y director general, América Latina

Keith Pierce, vicepresidente ejecutivo, operaciones de marca

Gus Stamoutsos, vicepresidente ejecutivo, desarrollo de franquicias

Faye Tylee, vicepresidenta ejecutiva, recursos humanos y comunicaciones

Jeff Wagoner, presidente, Wyndham Hotel Group Management

Gabrielle Wolfson, vicepresidenta sénior y directora de servicios informáticos

Estadísticas de la empresa

- El sistema doméstico constituye más del nueve por ciento de la oferta de habitaciones de los hoteles en EE. UU.
- Vendió más de 121.000.000 noches de habitación en 2013.
- El personal de campo en todo el mundo proporciona respaldo en operaciones, mercadeo, capacitación y gestión de los ingresos.
- Las marcas Days Inn[®], Ramada[®] y Super 8[®] tienen aproximadamente el 80% de notoriedad por parte del consumidor en EE. UU., mientras que las marcas Howard Johnson[®] y Travelodge[®] tienen aproximadamente el 70%.

Censo del sistema¹:

	Propiedades	Habitaciones
EE. UU.:	5.688	443.299
Canadá:	494	39.242
México:	28	3.955
América del Sur:	76	7.432
América Central, Caribe:	18	3.732
Europa:	350	45.919
África:	5	820
Medio Oriente:	36	6.251
Asia:	794	94.671
Pacífico:	14	1.551
Total:	7.503	646.872

Wyndham Hotels and Resorts | Datos de la marca

Entidad de la franquicia:	Wyndham Hotels and Resorts, LLC
Regiones y segmentos:	América del Norte (alta categoría) • Europa, Medio Oriente y África (alta categoría) • América Latina (alta categoría) • Asia y el Pacífico (alta categoría)
Historia:	La marca hotelera Wyndham® fue fundada en 1981 por Trammell Crow en Dallas. Después de una oferta pública inicial en 1996, la empresa se cotizó en la Bolsa de valores de Nueva York. En 1998, se fusionó con Patriot American Hospitality, un fideicomiso de inversión inmobiliaria, y se transformó en la empresa operadora conjunta del fideicomiso. En junio de 1999, después de una reorganización corporativa, se restauró a Wyndham International Inc. como una empresa operadora de hoteles. Cendant Corporation, el antecesor de Wyndham Worldwide, adquirió la marca comercial Wyndham y los negocios de franquicia y administración de la empresa en octubre de 2005.
Niveles y amenidades:	<p>Wyndham® Hotels and Resorts Wyndham Hotels and Resorts es una marca de alta categoría y servicio completo ubicada en destinos de negocios y vacaciones claves en todo el mundo. Ofrece la comodidad y las amenidades que podría esperar de un hotel de clase mundial, que incluyen áreas públicas magníficamente decoradas, habitaciones cuidadosamente detalladas y variadas opciones gastronómicas. Los establecimientos de negocios cuentan con espacios para reuniones bien diseñados que son lo suficientemente flexibles para alojar todo, desde una reunión de junta ejecutiva hasta importantes conferencias de ventas, así como también centros de negocios y gimnasios. Todas las propiedades cuentan con acceso a Internet de alta velocidad y las exclusivas amenidades True Blue® Spa.</p> <p>Wyndham Grand® Hotels and Resorts La perla más preciada de la familia Wyndham, Wyndham Grand Hotels and Resorts, es un exquisito grupo de hoteles y centros turísticos que ofrecen a los huéspedes experiencias únicas en destinos turísticos y urbanos espectaculares. Cada hotel ofrece un distinguido alojamiento para los huéspedes, servicio atento, entornos reconfortantes y detalles cuidadosamente diseñados para satisfacer y deleitar tanto a los que viajan por negocios como a los turistas. Experiencias gastronómicas diseñadas por máster chefs, los lounges y las áreas públicas están decorados artísticamente e invitan a que se relaje. Flexibles espacios para reuniones con capacidad de adecuarse tanto para funciones sociales como de negocios. Todas las propiedades cuentan con acceso a Internet de alta velocidad.</p> <p>Wyndham Garden® Hotels Ubicados principalmente en lugares de negocios, en zonas de aeropuertos y suburbanas, los hoteles Wyndham Garden Hotels ofrecen la comodidad y las amenidades que se esperan de la marca Wyndham: servicio atento, espacios para reuniones flexibles que pueden alojar a una amplia gama de eventos, lobbies atractivos y lounges agradables. Todas las propiedades cuentan con acceso a Internet de alta velocidad.</p>

Censo del sistema ¹ :	Propiedades	Habitaciones
América del Norte:	102	24.134
Europa, Medio Oriente y África:	30	4.970
América Latina (incluye México):	25	5.209
Asia y el Pacífico:	13	4.252
Total:	170	38.565

Eslogan: There's a Wyndham Waiting. SM

Sitio Web: [www. wyndham.com](http://www.wyndham.com)

Reservas:

1-800-996-3426 (WYNDHAM) (América del Norte)
00-800-555-12000 (Europa, Medio Oriente y África)

Página de Facebook:

www.facebook.com/wyndhamhotels

Cuenta Pinterest:

www.pinterest.com/wyndhamhotels

¹Censo del sistema al 31 de marzo de 2014



Desde la izquierda: Graves 601 Hotel Wyndham Grand en Minneapolis, MN; Wyndham Garden Chinatown en Nueva York, NY; Wyndham Grand Rio Mar Beach Resort & Spa en Río Grande, Puerto Rico; Wyndham Grand Orlando Resort Bonnet Creek en Orlando, FL

TRYP by Wyndham | Datos de la marca

Entidad de la franquicia:	TRYP Hotels Worldwide, Inc.	
Regiones y segmentos:	▪ América del Norte (categoría alta - intermedia) ▪ Europa, Medio Oriente y África (categoría alta - intermedia) ▪ América Latina (categoría alta - intermedia)	
Historia:	Fundada en 1975 por la familia Calero en España, la marca hotelera TRYP fue adquirida por Meliá Hotels International en el año 2000, en aquel momento conocida como Sol Meliá Hotels & Resorts. Bajo la administración de Meliá, la marca creció hasta incluir más de 90 hoteles en 10 países en Europa y América del Sur. En 2010, la marca fue adquirida por Wyndham Hotel Group y rebautizada con el nombre TRYP by Wyndham SM .	
Niveles y amenidades:	TRYP by WyndhamSM TRYP by Wyndham es una marca hotelera de servicio selecto y precio intermedio ubicada en mercados urbanos claves a lo largo de América del Norte, Europa, América Central y América del Sur, incluidos Madrid, Barcelona, París, Frankfurt, Nueva York y Buenos Aires. Los hoteles brindan servicio a todos los viajeros con alojamiento adecuado para diferentes necesidades de viaje: la habitación premium, diseñada para los que viajan por negocios; el gimnasio, equipado con máquinas y un kit de gimnasia de cortesía y la habitación familiar, con literas para los niños y una cama más grande para los padres. La cultura de la marca "Own the City", que muestra abiertamente la pasión por los huéspedes y por las ciudades en las que están ubicadas las propiedades de TRYP by Wyndham, tiene como objetivo ayudar a los huéspedes a aprovechar al máximo sus viajes.	
Ofertas exclusivas:	Desayuno TRYP Un buffet de desayuno exclusivo les brinda a los huéspedes la energía y el equilibrio necesarios para empezar el día. Se incluyen una variedad de artículos con énfasis en ingredientes saludables y frescos.	
	Habitaciones familiares Las familias pueden reservar habitaciones especiales de gran tamaño que incluyen literas para los niños y una cama separada más grande para los padres.	
	Salas de ejercicios Salas más grandes con aparatos de gimnasia de última generación, como elíptico, cinta o bicicleta estática, además de vestimenta deportiva de cortesía para un entrenamiento privado.	
Censo del sistema¹:	Propiedades	Habitaciones
	América del Norte:	2 415
	Europa, Medio Oriente y África:	93 12.708
	América Latina:	19 3.160
	Total:	114 16.283
Eslogan:	Own The City SM	
Sitio Web:	www.tryhotels.com	
Reservas:	1-800-468-3261 (América del Norte)	

¹Censo del sistema al 31 de marzo de 2014



Desde la izquierda: TRYP Iguatemi en Sao Paulo, Brasil; TRYP by Wyndham New York City Times Square South en Nueva York, NY; TRYP Zaragoza en Zaragoza, España; y TRYP Barcelona Condal Mar en Barcelona, España.

Wingate by Wyndham | Datos de la marca

Entidad de la franquicia: Wingate Inns International, Inc.

Regiones y segmentos: ▪ América del Norte (categoría intermedia)

Historia: La marca Wingate by Wyndham® es una cadena de hoteles de precio intermedio que brinda a las personas que viajan por negocios todas las herramientas necesarias para trabajar con comodidad cuando están de viaje sin las tarifas adicionales de otros hoteles. La marca abrió su primer hotel en 1996 y antes de cumplirse una década creció hasta abarcar más de 140 hoteles. En 2007, la marca se etiquetó con la designación “by Wyndham”, que cambió su nombre a Wingate by Wyndham. Actualmente, la marca está constituida por más 160 propiedades a lo largo de América del Norte.

Niveles y amenidades: **Wingate by Wyndham**
Los hoteles cuentan con un desayuno caliente de cortesía y acceso a Internet de alta velocidad con cable e inalámbrico sin cargo en todas las habitaciones y las áreas públicas. Todas las propiedades de Wingate by Wyndham® tienen gimnasios, hidromasajes, espacios para reuniones y centros de negocios las 24 horas con copiadoras, impresoras y fax sin cargo. Habitaciones amplias funcionan tanto como dormitorio y como oficina, con un escritorio espacioso y bien iluminado, una cafetera en la habitación, un refrigerador y microondas, una caja fuerte, una plancha y una tabla de planchar. El check-out exprés y un periódico de cortesía *USA TODAY* del día están incluidos entre las amenidades adicionales para los miembros de Wyndham Rewards®.

Censo del sistema ¹ :	Propiedades	Habitaciones
América del Norte:	160	14.546
América Latina: (incluye México)	1	176

Eslogan: Built for work. Built for play. Built for you.®

Sitio Web: www.wingatehotels.com

Página de Facebook: www.facebook.com/wingatehotels

Usuario de Twitter: @wingatehotels

Reservas: 1-800-228-1000 (América del Norte)

¹Censo del sistema al 31 de marzo de 2014





Hawthorn Suites by Wyndham | Datos de la marca

Entidad de la franquicia:	Hawthorn Suites Franchising, Inc.	
Regiones y segmentos:	▪ América del Norte (categoría intermedia) ▪ Europa, Medio Oriente y África (categoría intermedia)	
Historia:	Fundada en 1983, la marca Hawthorn Suites fue adquirida en 1985 por la familia Pritzker, propietarios de la cadena hotelera Hyatt que la amplió a 17 propiedades en los Estados Unidos. En 1996, los Pritzker firmaron un acuerdo con US Franchise Systems, Inc. (USFS); a principios de 1998 y bajo USFS, la cartera de la marca creció a más de 100 hoteles. El 21 de julio de 2008, Wyndham Worldwide adquirió US Franchise Systems, Inc. y, al año siguiente, la marca fue etiquetada con la designación “by Wyndham” que cambió su nombre a Hawthorn Suites by Wyndham®.	
Niveles y amenidades:	Hawthorn Suites by Wyndham® Los hoteles de estadía prolongada de Hawthorn Suites by Wyndham les ofrecen a los huéspedes alojamiento de un ambiente y suites de una y dos habitaciones. Todas las propiedades ofrecen buffet de desayuno caliente de cortesía, periódico todos los días, espacio para reuniones, piscina, spa, gimnasios, proveeduría y lavandería para huéspedes. Las suites cuentan con acceso a Internet de alta velocidad con cable e inalámbrico de cortesía, cocinas completamente equipadas y canales de televisión premium. Determinadas propiedades permiten mascotas.	
Reconocimiento:	La marca ha sido reconocida con el Sello de franquicia justa (Fair Franchising Seal) de la Asociación estadounidense de franquiciados y concesionarios (American Association of Franchisees and Dealers) desde el año 2000.	
Censo del sistema¹:	Propiedades	Habitaciones
	América del Norte:	94 9.313
	Europa, Medio Oriente y África:	2 296
	Total:	96 9.609
Eslogan:	Extended Stay. Extended Comfort.®	
Sitio Web:	www.hawthorn.com	
Página de Facebook:	www.facebook.com/hawthorn	
Reservas:	1-800-527-1133 (todas las regiones)	

¹Censo del sistema al 31 de marzo de 2014



Desde la izquierda: Hawthorn Suites by Wyndham West Palm Beach en West Palm Beach, FL; Hawthorn Suites by Wyndham Lubbock en Lubbock, TX y Hawthorn Suites by Wyndham Orlando Lake Buena Vista en Orlando, FL

Microtel Inn & Suites by Wyndham | Datos de la marca

Entidad de la franquicia:

Microtel Inns & Suites Franchising, Inc.

Regiones y segmentos:

▪ América del Norte (económico) ▪ Asia y el Pacífico (económico)

Historia:

En 1986, Loren Ansley tuvo la idea de hacer una cadena de hoteles de nueva construcción únicamente que brindara servicio a los consumidores conscientes de su presupuesto al ofrecer habitaciones con la mitad del tamaño y a mitad de precio de una habitación regular. Con el nombre de Microtel Inn & Suites, la marca comenzó a conceder franquicias en 1988 y abrió su primer hotel en 1989 en Rochester, Nueva York, la ciudad natal de Ansley, con un precio de 24,99 dólares estadounidense la noche por una habitación de 3,6 m por 2,7 m (12 pies por 9 pies). Seis años después, la marca crecería hasta incluir 22 hoteles y ser adquirida por U.S. Franchise Systems (USFS). Durante los próximos 13 años, USFS expandió la marca con 280 hoteles adicionales hasta que en 2008 USFS y la marca Microtel fueron adquiridas por Wyndham Worldwide. En 2012, la marca agregó la designación “by Wyndham”.

Niveles y amenidades:

Microtel Inn & Suites by Wyndham®

Ubicados a lo largo de América del Norte y Filipinas, los hoteles Microtel Inn & Suites by Wyndham están diseñados para brindarles a los huéspedes una mejor estadía. Cada hotel cuenta con una construcción nueva y ofrece una gama de amenidades de cortesía que incluyen acceso a Internet inalámbrico sin cargo y desayuno continental sin cargo. La mayoría también ofrece centros para reuniones, gimnasios y piscinas.

Censo del sistema¹:

	Propiedades	Habitaciones
América del Norte:	297	21.851
Asia y el Pacífico:	11	
América Latina (incluye México)	5	574
Total:	313	22.425

Eslogan:

Designed for a Better Hotel StaySM

Sitio Web:

www.microtelinn.com

Página de Facebook:

www.facebook.com/microtel

Reservas:

1-800-337-0050 (todas las regiones)

¹Censo del sistema al 31 de marzo de 2014



Desde la izquierda: Microtel Inn & Suites by Wyndham Buckhannon – Buckhannon, WV; Microtel Inn & Suites by Wyndham Belle Chasse – Belle Chasse, LA y Microtel Inn & Suites by Wyndham Buckhannon – Buckhannon, WV

Dream Hotels | Datos de la marca

Entidad de la franquicia: Moonlight Franchisor, Inc.

Regiones y segmentos: • América del Norte (categoría alta) • Asia y el Pacífico (categoría alta)

Historia: Chatwal Hotels & Resorts y su división de administración, Hampshire Hotels & Resorts, fueron fundadas en 1986 por el presidente de la junta directiva Sant Singh Chatwal. Luego del éxito de Sant en la industria hotelera, su hijo, Vikram Chatwal, creó una colección internacional de marcas de alta categoría, Vikram Chatwal Hotels, en 1999. La primera propiedad, Dream New York, abrió en la ciudad de Nueva York en el año 2004 y se tornó tan popular que Vikram Chatwal Hotels expandió la presencia de la marca a Tailandia e India. En enero de 2011, Wyndham Hotel Group firmó un acuerdo de licencia con Chatwal Hotels & Resorts, LLC., para otorgar franquicias y administrar la marca Dream® Hotels en todo el mundo.

Niveles y amenidades: **Dream® Hotels**
La marca Dream® Hotels es una marca boutique de alta categoría y servicio completo dirigida a lugares de primera, céntricos o en destinos turísticos. Los hoteles ofrecen una lista de servicios progresiva e inesperada y amenidades extravagantes y con sentido del humor. El diseño está a la vanguardia en estos hoteles con conceptos dirigidos al estilo de vida, sin embargo, nunca se ven comprometidas ni la comodidad ni la conveniencia. Los Dream Hotels están encabezados por restaurantes y lounges galardonados y populares en el ámbito local, y los huéspedes pueden esperar un diseño ingenioso, atractivo e inteligente tanto en las habitaciones como en las áreas públicas, junto con ofertas de servicio innovadoras.

Ofertas exclusivas: **Habitación Dream**
Todas las habitaciones de Dream® Hotels cuentan con ropa blanca de primera calidad, televisores de pantalla plana de gran tamaño y alta definición y amenidades para el baño de Etro™.

Censo del sistema ¹ :	Propiedades	Habitaciones
América del Norte:	3	643
Asia y el Pacífico	2	346
Total:	5	989

Eslogan: It's your Dream, we provide the room service.SM

Sitio Web: www.dreamintl.com

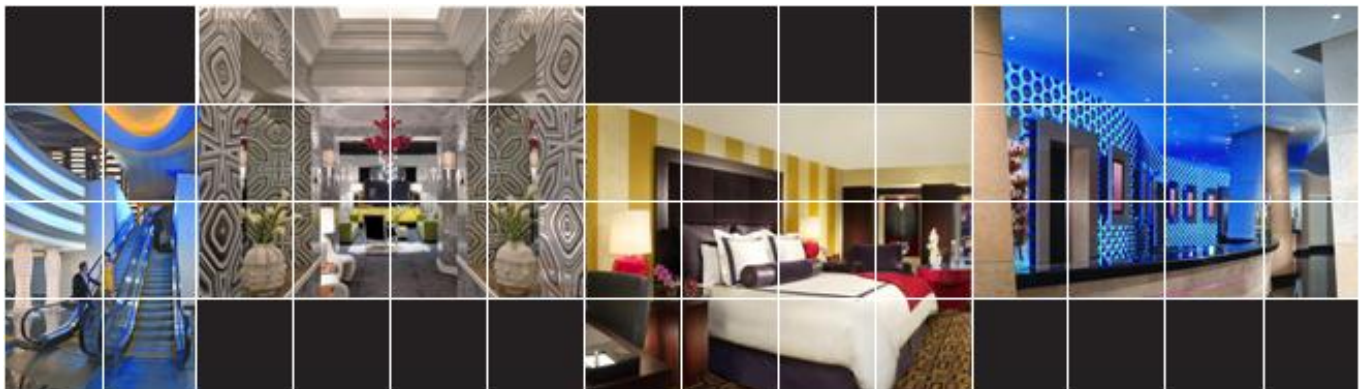
Reservas: 1-800-336-4110

¹Censo del sistema al 31 de marzo de 2014



Planet Hollywood Hotels | Datos de la marca

Entidad de la franquicia:	PH Franchisor, Inc.
Regiones y segmentos:	▪ Europa, Medio Oriente y África (categoría alta) ▪ Asia y el Pacífico (categoría alta) ▪ América Latina (categoría alta)
Historia:	<p>En el año 2003, aprovechando el éxito de su franquicia de restaurantes Planet Hollywood, el fundador y director ejecutivo de la empresa, Robert Earl, tomó la decisión de expandir la marca a la industria hotelera y de centros turísticos con la compra del Aladdin Resort and Casino en Las Vegas. Después de años de remodelaciones importantes; que incluyeron habitaciones, restaurantes y bares nuevos, un casino más amplio y una fachada actualizada, el centro turístico volvió a abrir oficialmente en abril de 2007 como Planet Hollywood Resort and Casino. Actualmente, la marca tiene planes para desarrollar hoteles en países alrededor del mundo.</p> <p>En septiembre de 2010, Wyndham Hotel Group firmó un acuerdo de licencia con Planet Hollywood Resorts International, LLC., para otorgar franquicias y administrar la marca Planet Hollywood Hotels en todo el mundo.</p>
Niveles y amenidades:	<p>Planet Hollywood Hotels</p> <p>Planet Hollywood Hotels son propiedades de alta categoría con una colección de habitaciones impactante, cada una con su propio toque de recuerdos de Hollywood y amenidades exquisitamente organizadas. Servicio y entornos ejemplares deleitarán tanto a las personas que viajan por negocios como a los turistas, brindándoles el más alto nivel de servicio propio de la alfombra roja, haciéndolos sentirse como una estrella.</p>
Censo del sistema:	Wyndham Hotel Group se está movilizando para hacer crecer a la marca en todo el mundo.
Eslogan:	Let There Be Fame.™
Sitio Web:	http://hotelfranchise.wyndhamworldwide.com/portfolio/planethollywood/index.cfm



Arriba: Planet Hollywood Resort & Casino en Las Vegas, NV

Ramada | Datos de la marca

Entidad de la franquicia:	Ramada Worldwide, Inc.
Regiones y segmentos:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ América del Norte (categoría intermedia e intermedia-alta) ▪ Europa, Medio Oriente y África (categoría intermedia e intermedia-alta) ▪ América Latina (categoría intermedia e intermedia-alta) ▪ Asia y el Pacífico (categoría intermedia e intermedia-alta)
Historia:	La marca Ramada® fue creada en Flagstaff, Arizona, en 1954. Cendant Corporation, el antecesor de Wyndham Worldwide, adquirió el sistema estadounidense de franquicias domésticas en 1990, los derechos canadienses en 2002 y los derechos internacionales en 2004.
Niveles y amenidades:	<p>Ramada Plaza Los hoteles Ramada Plaza son la oferta principal de la marca Ramada y están ubicados cerca de las zonas céntricas y los aeropuertos más importantes de todo el mundo. Diseñados para los viajeros exigentes, estos hoteles de servicio completo ofrecen lo mejor que la marca tiene para ofrecer tanto en servicio como en estilo. Los hoteles cuentan con acceso a Internet de alta velocidad de cortesía, restaurantes dentro del establecimiento, lounges, instalaciones para conferencias y banquetes, centros de negocios, gimnasios y más.</p> <p>Ramada Los hoteles Ramada están ubicados alrededor del mundo y ofrecen alojamiento atractivo y de alta calidad con una mayor cantidad de amenidades que sus colegas de Ramada Limited. Los hoteles cuentan con acceso a Internet de alta velocidad de cortesía, restaurantes dentro del establecimiento o servicio de gastronomía a la carta, servicios empresariales, salas de reuniones y gimnasios. La mayoría de las propiedades ofrecen una piscina y determinadas propiedades permiten mascotas.</p> <p>Ramada Limited Los hoteles Ramada Limited están ubicados a lo largo de América del Norte y ofrecen alojamiento de alta calidad a precios económicos. Los hoteles cuentan con acceso a Internet de alta velocidad de cortesía y desayuno continental sin cargo. La mayoría de las propiedades ofrecen una piscina y determinadas propiedades permiten mascotas. (Nota: actualmente, la marca está en el proceso de discontinuar este nivel).</p> <p>Ramada Hotel & Suites Las propiedades de Ramada Hotel & Suites están ubicadas en destinos claves a lo largo de América del Norte y Europa y ofrecen alojamiento contemporáneo. La mayoría de las propiedades cuentan con acceso a Internet de alta velocidad, buffet de desayuno completo, restaurantes dentro del establecimiento, servicio de habitación, centros de negocios y gimnasios, piscinas e instalaciones para reuniones y banquetes.</p> <p>Ramada Resort / Ramada Hotel & Resort (fuera de EE. UU.) Las propiedades de Ramada Resort y Ramada Hotel & Resort brindan servicios a turistas en destinos claves alrededor del mundo. La mayoría de las propiedades cuentan con acceso a Internet de alta velocidad, buffet de desayuno completo, restaurantes dentro del establecimiento, piscinas, spas, gimnasios e instalaciones adicionales recreativas. Determinadas propiedades también cuentan con centros de negocios e instalaciones para reuniones y banquetes.</p> <p>Ramada Encore (fuera de EE. UU.) Los hoteles Ramada Encore son elegantes y de categoría intermedia que brindan servicio a huéspedes conscientes de su presupuesto a lo largo de Europa y Asia. Las propiedades generalmente cuentan con acceso a Internet de alta velocidad, buffet de desayuno completo, televisión por cable o satélite expandida, cafetera en la habitación y salida exprés. La mayoría de las propiedades también cuentan con instalaciones para reuniones.</p>

Ofertas exclusivas:

Amenidades para el baño de San Francisco Soap Company®

Creada por una de las empresas de jabón más conocidas de los Estados Unidos, la línea exclusiva de amenidades para el baño de San Francisco Soap Company para la marca Ramada está compuesta por los jabones, champús, acondicionadores y lociones con perfume “Sugared Citrus” (Azúcar y cítricos), que ofrecen matices de naranja, mandarina y pomelo. Actualmente, las amenidades están disponibles en hoteles a lo largo de EE. UU. y Canadá.

Censo del sistema¹:

	Propiedades	Habitaciones
América del Norte:	497	57.660
Europa, Medio Oriente y África:	193	29.625
América Latina (incluye México):	22	2.397
Asia y el Pacífico:	114	23.622
Total:	826	113.304

Eslogan:

You Do Your Thing. Leave the Rest to Us.®
Leave the Rest to Us.® (Asia y el Pacífico únicamente)

Sitio Web:

www.ramada.com

Página de Facebook:

www.facebook.com/ramada

Reservas:

1-800-272-6232 (2RAMADA) (América del Norte)
0808-1000-783 (Reino Unido)
1800-946-476 (Irlanda)
0800-181-90-98 (Alemania)
10-800-744-01-69 (China del Norte)
10-800-440-01-69 (China del Sur)

Números adicionales de reservas para países individuales pueden encontrarse en www.ramada.com bajo “contact us” (contáctenos), phone numbers (números telefónicos).

¹Censo del sistema al 31 de marzo de 2014



Desde la izquierda: Ramada Plaza Hotel Anaheim en Anaheim, CA; Ramada Plaza Suites and Conference Center en Fargo, ND; Ramada Encore London West en Londres, Reino Unido y Ramada Stettler en Stettler, Alberta



Night | Datos de la marca

Entidad de la franquicia: Moonlight Franchisor, Inc.

Regiones y segmentos: • América del Norte (categoría intermedia)

Historia: Después del éxito de la marca Dream® Hotels, Vikram Chatwal Hotels abrió el primer hotel Night® en la ciudad de Nueva York en mayo de 2006. En enero de 2011, Wyndham Hotel Group firmó un acuerdo de licencia con Chatwal Hotels & Resorts, LLC., la empresa matriz de Vikram Chatwal Hotels, para otorgar franquicias y administrar la marca Dream® Hotels en todo el mundo.

Niveles y amenidades: **Night**
La marca Night® está posicionada como un hotel “chic y económico” de servicio limitado que brinda servicios en lugares urbanos, universitarios y turísticos. Los huéspedes pueden esperar un diseño atractivo e inteligente tanto en las habitaciones como en las áreas públicas, con ofertas de servicio innovadoras.

Censo del sistema ¹ :	Propiedades	Habitaciones
América del Norte:	3	630
Total:	3	630

Eslogan: Some things can only happen at Night. SM

Sitio Web: www.nighthotels.com

Reservas: 1-800-336-4110

¹Censo del sistema al 31 de marzo de 2014



Arriba: Night Hotel – Nueva York, NY

Baymont Inn & Suites | Datos de la marca

Entidad de la franquicia: Baymont Franchise Systems, Inc.

Regiones y segmentos: • América del Norte (categoría intermedia)

Historia: Establecida en 1974 bajo el nombre de Budgetel Inn® en Oshkosh, Wisconsin, Baymont Inn & Suites no obtuvo su nombre actual hasta 1998. LaQuinta Corporation adquirió la cadena en 2004 seguida por Cendant Corporation, el antecesor de Wyndham Worldwide, en 2006. Actualmente, los hoteles de la marca se enorgullecen de su “hospitalidad como en casa”, de escuchar a sus huéspedes y tratarlos como vecinos.

Niveles y amenidades: **Baymont Inn & Suites**
Los hoteles Baymont Inn & Suites son de categoría intermedia sin alimentos y bebidas. Los hoteles ofrecen una gama de amenidades de cortesía que incluyen desayuno con waffles sin cargo, acceso a Wi-Fi sin cargo, periódico *USA TODAY* del día sin cargo y llamadas locales sin cargo. La mayoría de los establecimientos también ofrecen piscinas, gimnasios y servicio de transporte al aeropuerto. Los menores de 18 años tienen estadía sin cargo con un adulto.

Ofertas exclusivas: **Baymont Breakfast CornerSM**
Disponible en todos los establecimientos, la esquina Baymont Breakfast Corner es el programa de desayuno continental de cortesía de la marca, que les ofrece a los huéspedes jugo de naranja Florida's Natural, café y té calientes, panecillos, muffins, cereales calientes y fríos, gofres, yogur y fruta fresca.

Galletas recién horneadas de Otis Spunkmeyer®
En la mayoría de los establecimientos, hay galletas con chispas de chocolate de Otis Spunkmeyer disponibles que se sirven desde las 4 p. m. hasta las 6 p. m., de lunes a jueves en el lobby.

Censo del sistema ¹ :	Propiedades	Habitaciones
América del Norte:	336	27.504
Total:	336	27.504

Eslogan: You're Welcome®

Sitio Web: www.baymontinns.com

Página de Facebook: www.facebook.com/baymontinns

Twitter: @baymont

Reservas: 1-877-229-6668 (América del Norte)

¹Censo del sistema al 31 de marzo de 2014



Desde la izquierda: Baymont Inn and Suites Tyler en Tyler, TX; Baymont Inn & Suites Sulphur en Sulphur, LA y Baymont Inn and Suites Humble en Humble, TX



Days Inn | Datos de la marca

Entidad de la franquicia:	Days Inns Worldwide, Inc.
Regiones y segmentos:	<ul style="list-style-type: none">• América del Norte (económico) • Europa, Medio Oriente y África (económico) • América Latina (económico)• Asia y el Pacífico (categoría intermedia-alta)
Historia:	<p>La marca Days Inn® fue creada por Cecil B. Day en 1970 cuando la industria del alojamiento consistía de solo una docena de marcas nacionales. Su compañía con base en Atlanta, Days Inns of America Inc., comenzó a otorgar franquicias para hoteles en 1972 y en menos de ocho años creó un sistema de más de 300 hoteles en los Estados Unidos y Canadá. Cendant Corporation, el antecesor de Wyndham Worldwide, adquirió la marca Days Inn® en 1992.</p>
Niveles y amenidades:	<p>Days Inn / Days Hotel</p> <p>Los Days Inns y Days Hotels son hoteles económicos ubicados en todo el mundo que les ofrecen a los huéspedes alojamiento simple, doble y, de vez en cuando, suites. Todas las propiedades en América del Norte y la mayoría de las propiedades en otras regiones cuentan con acceso a Internet de alta velocidad, televisión por cable expandida, cafetera en la habitación y desayuno continental. Determinadas propiedades permiten mascotas.</p> <p>Los Days Hotels generalmente ofrecen instalaciones para reuniones y negocios, gimnasio, piscina y restaurante.</p> <p>Days Inn & Suites</p> <p>Las propiedades de Days Inn and Suites están ubicadas en todo el mundo y les ofrecen a los huéspedes alojamiento simple, doble y en suite.</p> <p>En América del Norte; Europa, Medio Oriente y África y América Latina, las propiedades son hoteles económicos que cuentan con acceso a Internet de alta velocidad, televisión por cable expandida, cafetera en la habitación y desayuno continental. La mayoría de las propiedades ofrecen instalaciones para reuniones y negocios, gimnasio, piscina y permiten mascotas.</p> <p>Conocida en China como Days Inn Hotel & Suites, las propiedades son hoteles de categoría intermedia a alta que, además de las amenidades que se encuentran en sus colegas globales, ofrecen varios bares y restaurantes, servicio de habitación las 24 horas e instalaciones para reuniones y banquetes más amplias.</p> <p>Days Suites</p> <p>Las propiedades de Days Suites son hoteles económicos ubicados a lo largo de Estados Unidos que les ofrecen a los huéspedes alojamiento en suite de una o dos habitaciones. Todas las propiedades cuentan con acceso a Internet de alta velocidad de cortesía, televisión por cable expandida, cafetera en la habitación y desayuno continental. La mayoría de las propiedades ofrecen instalaciones para reuniones y negocios, gimnasio, piscina y permiten mascotas.</p>
Ofertas exclusivas:	<p>Daybreak® Breakfast</p> <p>El desayuno Daybreak Breakfast de la marca Days Inn, que se ofrece en la mayoría de los establecimientos a lo largo de Estados Unidos y Canadá, incluye jugos Minute Maid®, cereales Kellogg's™, fruta fresca, panecillos surtidos, muffins o pasteles y café Folgers® o Nabob® recién preparado, así como artículos de desayuno saludables DaysFitnessSM especialmente marcados como el surtido de yogures Dannon Light & Fit® y abundante avena Quaker® Oats con una variedad de ingredientes. Algunos hoteles también ofrecen una tortilla de queso bajo en calorías como una fuente de proteínas adicional.</p> <p>Centro DaysFitnessSM</p> <p>El centro de ejercicios DaysFitness, desarrollado por Precor®, un proveedor de equipos de ejercitación líder en el mundo, está diseñado a medida para las propiedades de Days Inn e incluye una cinta de bajo impacto, máquina elíptica, colchoneta para estiramiento,</p>

pelota de estabilidad, enfriador de agua y pelotas medicinales en una variedad de pesos. Algunas propiedades presentan equipos adicionales como bicicletas reclinadas, bancos ajustables e instructores de gimnasia multifuncionales.

Experiencia de la ducha ®SolTerre

La experiencia de la ducha SolTerre de la marca Days Inn, que se ofrece en la mayoría de los establecimientos a lo largo de Estados Unidos y Canadá, cuenta con barras curvas para la cortina de baño para brindar más espacio; una cortina de baño en relieve y sin ganchos con paneles de ventana; cabezales para ducha personalizables Waterpik® de seis funciones y jabón y champú SolTerre que incluyen esencias de cítricos y girasol.

Experiencia de sueño® SolTerre

La experiencia de sueño SolTerre de la marca Day los establecimientos a lo largo de Estados Unidos almohadas de fibra de poliéster para cada cama de tamaño full y queen (cinco almohadas para cada cama de tamaño king) y manta Vellux® de 100% forro polar de poliéster o nailon.

Days Inn Business Place®

El Days Inn Business Place es un servicio de mayor categoría que se enfoca en las necesidades de las personas que viajan por negocios y se ofrece en la mayoría de los establecimientos a lo largo de Estados Unidos y Canadá. Las habitaciones de Days Inn Business Place cuentan con ropa de cama superior; microondas en la habitación, refrigerador, cafetera, plancha y tabla de planchar; amplio escritorio de trabajo; canasta con refrigerios y bebidas de cortesía y un 30% de puntos de bonificación de Wyndham Rewards®.

Censo del sistema¹:

	Propiedades	Habitaciones
América del Norte:	1.676	129.789
Europa, Medio Oriente y África:	70	4.863
América Latina:	2	253
Asia y el Pacífico:	64	11.738
Total:	1.812	146.643

Eslogan: Best Value Under the SunSM

Sitio Web: www.daysinn.com

Página de Facebook: www.facebook.com/daysinn

Reservas:
 1-800-329-7466 (DAYS-INN) (América del Norte)
 0800-0280-400 (Reino Unido)
 1890-200-347 (Irlanda)
 400-881-5555 (China)

¹Censo del sistema al 31 de marzo de 2014



Desde la izquierda: Days Inn Florence en Florence, SC; Days Inn & Suites Port Wentworth en Port Wentworth, GA y Days Inn Atlantic City Beachblock en Atlantic City, NJ



Super 8 | Datos de la marca

Entidad de la franquicia:	Super 8 Worldwide, Inc.	
Regiones y segmentos:	▪ América del Norte (económico) ▪ Asia y el Pacífico (económico)	
Historia:	Fundada con la filosofía de brindar un servicio consistente y amigable y ofrecer habitaciones limpias a precios asequibles, el primer motel Super 8, una propiedad de 60 habitaciones en Aberdeen, S.D., abrió en 1974 con una tarifa de 8,88 dólares estadounidenses por noche. El antecesor de Wyndham Worldwide adquirió la marca en 1993. Actualmente, hay más hoteles Super 8 que cualquier otra marca económica en el mundo.	
Niveles y amenidades:	Super 8® Los hoteles Super 8 están ubicados a lo largo de Estados Unidos, Canadá y China y ofrecen una gama de amenidades de cortesía que incluyen acceso a Wi-Fi sin cargo y desayuno continental sin cargo. Determinadas propiedades también ofrecen instalaciones para reuniones y negocios, gimnasio, piscina y permiten mascotas. Los menores de 17 años tienen estadía sin cargo con un adulto.	
Ofertas exclusivas:	SuperStart® Breakfast El desayuno SuperStart, que es de cortesía en todos los hoteles a lo largo de EE. UU. y Canadá, ofrece café, té, jugo, leche, cereal y una variedad de artículos recién horneados. Promesa 8 Point Promise La promesa 8 Point Promise, que es aplicable a lo largo de América del Norte, es una garantía de la marca Super 8 de todas las excelentes amenidades que los huéspedes pueden esperar cuando se hospedan en un hotel Super 8.	
Censo del sistema ¹ :	Propiedades	Habitaciones
	América del Norte:	1.852
	América Latina:	1
	Asia y el Pacífico:	560
	Total:	2.413
		154.270
Eslogan:	Destination Super®	
Sitio Web:	www.super8.com	
Página de Facebook:	www.facebook.com/super8	
Reservas:	1-800-454-3213	

¹Censo del sistema al 31 de marzo de 2014



Desde la izquierda: Super 8 Austin Airport South en Austin, TX; Super 8 Surrey en Surrey, British Columbia y Super 8 Xian Xidajie en Xidajie, China

Howard Johnson | Datos de la marca

Entidad de la franquicia:	Howard Johnson International, Inc.
Regiones y segmentos:	<ul style="list-style-type: none"> • América del Norte (categoría intermedia/económico) • Europa, Medio Oriente y África (categoría intermedia/económico) • América Latina (categoría intermedia/económico) • Asia y el Pacífico (categoría intermedia/económico)
Historia:	La marca Howard Johnson® fue fundada en 1925 por el emprendedor Howard Dearing Johnson como un puesto de helados dentro de una tienda boticaria cerca de Quincy, Massachusetts. La marca ingresó en la industria del alojamiento con la apertura de su primer motel franquiciado en Savannah, Georgia en 1954. Cendant Corporation, el antecesor de Wyndham Worldwide, adquirió el componente de alojamiento del negocio en 1990.
Niveles y amenidades:	<p>Howard Johnson Plaza / Howard Johnson Hotel Los hoteles Howard Johnson Plaza y Howard Johnson Hotels están ubicados en destinos claves en todo el mundo y ofrecen a los huéspedes alojamiento simple, doble o en suite.</p> <p>Es una cadena de categoría intermedia en Estados Unidos, Canadá, México y Medio Oriente y la mayoría de las propiedades ofrecen desayuno continental de cortesía, acceso a Internet de alta velocidad sin cargo, café en la habitación, periódico del día y televisión por cable expandida. Además, muchas propiedades también cuentan con piscinas, gimnasios e instalaciones para banquetes.</p> <p>Es una cadena de alta categoría en China y Europa, y las propiedades generalmente ofrecen una variedad de amenidades de alta gama que incluyen servicio de habitación las 24 horas, acceso a Internet de alta velocidad y televisores de pantalla plana. Además, muchas propiedades cuentan con spas o piscinas cubiertos, gimnasios, centros de negocios e instalaciones para banquetes y reuniones.</p> <p>Howard Johnson Inn Ubicados principalmente en Estados Unidos, Canadá y algunas partes de México, los hoteles Howard Johnson Inn son propiedades de categoría intermedia que ofrecen a los huéspedes alojamiento en habitaciones simples y dobles. La mayoría de las propiedades ofrecen desayuno continental de cortesía, acceso a Internet de alta velocidad sin cargo, café en la habitación, periódico del día y televisión por cable expandida. Muchas propiedades también cuentan con una piscina y determinadas propiedades cuentan con un restaurante dentro del establecimiento.</p> <p>Howard Johnson Express Inn Ubicados principalmente en Estados Unidos y algunas partes de Canadá, los hoteles Howard Johnson Express Inn son propiedades económicas que ofrecen a los huéspedes alojamiento en habitaciones simples y dobles. La mayoría de las propiedades cuentan con desayuno continental de cortesía, acceso a Internet de alta velocidad sin cargo, café en la habitación, periódico del día y televisión por cable expandida. (Nota: actualmente, la marca está en el proceso de discontinuar este nivel).</p> <p>Ofertas exclusivas:</p> <p>Rise & Dine Breakfast El desayuno Rise & Dine Breakfast de Howard Johnson, que se ofrece en la mayoría de los establecimientos de Estados Unidos, es un desayuno continental de cortesía que consiste en artículos recién horneados, cereal, leche, jugos y café.</p>

Censo del sistema¹:

	Propiedades	Habitaciones
América del Norte:	355	29.495
Europa, Medio Oriente y África:	3	528
América Latina (incluye México):	47	3.250

Asia y el Pacífico:	44	14.030
Total:	449	47.303

Eslogan: Go Happy. Go HoJo.SM

Sitio Web: www.hojo.com

Página de Facebook: www.facebook.com/hojo

Reservas: 1-800-446-4656 (I-GO-HOJO) (todas las regiones)

¹Censo del sistema al 31 de marzo de 2014



Desde la izquierda: Howard Johnson Inn Mystic en Mystic, CT; Howard Johnson All Suites Hotel Suzhou en Suzhou, China; Howard Johnson Plaza Hotel Royal Garden Reynosa en Reynosa, México y Howard Johnson Express Inn Rapid City en Rapid City, SD



Travelodge | Datos de la marca

Entidad de la franquicia: Travelodge Hotels, Inc.

Regiones y segmentos: ▪ América del Norte (económico)

Historia: En 1935, el empresario Scott King reconoció la necesidad de alojamiento como en casa para viajeros cansados y estableció su primer motel en San Diego. En 1966, la marca comenzó a otorgar franquicias. El antecesor de Wyndham Worldwide adquirió la marca en 1996.

Niveles y amenidades: **Travelodge® / Travelodge Hotels / Travelodge Suites / Thriftlodge®**
Los hoteles Travelodge, Travelodge Hotels, Travelodge Suites y Thriftlodge (Canadá) son hoteles económicos ubicados a lo largo de Estados Unidos y hoteles de categoría intermedia ubicados a lo largo de Canadá. Todas las propiedades ofrecen acceso a Internet de alta velocidad de cortesía, café en la habitación y amenidades para el baño de mayor categoría. La mayoría de las propiedades ofrecen desayuno continental de cortesía, periódico del día y televisión por cable expandida.

Ofertas exclusivas: **Bear Bites Breakfast®**
El desayuno Bear Bites Breakfast®, que se ofrece en la mayoría de los establecimientos, es un desayuno continental de cortesía que consiste en cereales, avena, panecillos, fruta, jugos y café.

Censo del sistema ¹ :	Propiedades	Habitaciones
América del Norte:	431	31.833
Total:	431	31.833

Eslogan: Stay close to adventureSM

Sitio Web: www.travelodge.com

Página de Facebook: www.facebook.com/travelodge

Reservas: www.travelodge.com o 1-800-578-7878

¹Censo del sistema al 31 de marzo de 2014





Knights Inn | Datos de la marca

Entidad de la franquicia: Knights Franchise Systems, Inc.

Regiones y segmentos: ▪ América del Norte (económico)

Historia: La marca Knights Inn® fue fundada en 1972 en Columbus, Ohio por la ahora extinta Cardinal Industries, Inc., una firma de desarrollo inmobiliario y construcción que se especializaba en edificios prefabricados. La marca abrió su primer motel en Columbus en 1974.

En 1995, la marca fue adquirida por Cendant Corporation, el antecesor de Wyndham Worldwide, que en la década siguiente haría crecer a la marca a más de 200 propiedades.

En 2005, Cendant fusionó su marca Villager con el sistema de Knights Inn®. La marca abrió su propiedad n.º 300 a principios de 2009.

Niveles y amenidades:

Knights Inn

Los hoteles Knights Inn son hoteles económicos ubicados a lo largo de Estados Unidos que les ofrecen a los huéspedes alojamiento simple, doble y en suite. Las propiedades participantes ofrecen desayuno continental de cortesía y televisión por cable expandida. Determinadas propiedades permiten mascotas, ofrecen refrigeradores dentro de la habitación y brindan servicios de fax y copiadora. Los menores de 18 años tienen estadía sin cargo con un adulto.

Censo del sistema¹:

Propiedades

Habitaciones

América del Norte:

374

22.792

Total:

374

22.792

Eslogan: Every Knight. Just Right.®

Sitio Web: www.knightsinn.com

Reservas: 1-800-843-5644 (THE-KNIGHT)

¹Censo del sistema al 31 de marzo de 2014



Desde la izquierda: Knights Inn Martinsburg en Martinsburg, VA; Knights Inn Syracuse en Liverpool, NY; y Knights Inn Grand Forks en Grand Forks, ND



Wyndham Rewards | Datos del programa de lealtad

Acerca de:	El programa de fidelización Wyndham Rewards® debutó en mayo de 2008 después de cuatro años como el programa de fidelización TripRewards®. Más de 8,8 millones de miembros activos tienen la opción de ganar puntos de Wyndham Rewards, millas para aerolíneas o puntos de ferrocarril para estadías en más de 7000 hoteles, centros turísticos y propiedades de estadía prolongada en más de 50 países en todo el mundo. Actualmente, el programa Wyndham Rewards es el programa de fidelización más grande en la industria del alojamiento, basándose en el número de hoteles participantes y es el único programa de lealtad hotelera en ofrecer a los miembros recompensas garantizadas después de una sola estadía.
Ganar puntos:	Los miembros de Wyndham Rewards pueden ganar puntos al quedarse en hoteles participantes de Wyndham® Hotels and Resorts, Wingate by Wyndham®, Hawthorn Suites by Wyndham®, Dream®, Night®, TRYP by WyndhamSM, Ramada®, Days Inn®, Super 8®, Baymont®, Microtel Inns & Suites® by Wyndham, Howard Johnson®, Travelodge® y Knights Inn®. Además, los miembros también pueden ganar puntos con Wyndham Vacation Ownership, al alquilar automóviles a través de las agencias de alquiler de automóviles Alamo®, National®, Avis® and Budget® y al comprar obsequios a través de FTD.com®.
Canjear puntos:	<p>Los miembros de Wyndham Rewards pueden canjear sus puntos por Internet o a través del teléfono por una variedad de opciones de recompensas, que incluyen noches de hotel sin cargo (sin fechas bloqueadas¹), viajes en avión, vacaciones en centros turísticos, tickets para eventos y tarjetas de regalo para las tiendas minoristas y los restaurantes principales.</p> <p>En 2013, Wyndham Rewards presentó Recompensas garantizadas en los Estados Unidos y Canadá. Recompensas garantizadas es la promesa del programa líder en la industria que garantiza que los miembros pueden ganar puntos suficientes en una estadía de una noche para canjearlos por algo de valor. Las recompensas comienzan con tan solo 50 puntos de Wyndham Rewards y se pueden canjear por una variedad de recompensas que incluyen suscripciones a revistas, accesorios de viaje, descargas de música y libros para niños. Aproximadamente 30 opciones de recompense están disponibles por menos de 1.000 puntos y aproximadamente 80 recompensas están disponibles por menos de 2.000 puntos.</p>
Participantes de aerolíneas	Los miembros pueden elegir ganar millas para aerolíneas o puntos de ferrocarril con muchos asociados norteamericanos, que incluyen, Aeromexico, Aeroplan®, Alaska Airlines, American Airlines®, Frontier Airlines®, Southwest Airlines®, United Airlines®, US Airways® y Amtrak®, y también con aerolíneas socias internacionales que incluyen Air Berlin, Air China, China Eastern, China Southern, Czech Airlines, Hainan Airlines, Qatar Airways, Saudia, Turkish Airlines y Miles & More, el programa de viajero frecuente de Lufthansa®, Austrian Airlines, Swiss International Air Lines y otras aerolíneas.
Membresías activas:	más de 8,8 millones
Sitio Web:	www.wyndhamrewards.com
Página de Facebook:	www.facebook.com/wyndhamrewards
Twitter:	@wyndhamrewards
Reservas:	1-866-996-7937 (WYN-RWDS) (Estados Unidos, Canadá y México) 00-800-367-87477 (Reino Unido, Irlanda y Alemania) 00-852-3071-4831 (China)

¹Membresía activa a partir del 31 de marzo de 2014

Contactos de prensa

Si usted es un periodista interesado en obtener más información sobre Wyndham Hotel Group y sus marcas o en programar una entrevista con uno de nuestros ejecutivos, contacte a:

Christine Da Silva

Vicepresidenta, mercadeo y comunicaciones

Wyndham Hotel Group

Tel: +1 (973) 753-6590

whgcomm@wyn.com

Fuera del horario laboral y para consultas urgentes

Marque +1 (973) 679-9820 y deje un mensaje con la persona operadora. Un miembro del equipo de Comunicaciones le devolverá la llamada dentro de la media hora.