



Caso Breve 39

LOS MÉTODOS DE DESARROLLO DEL GRUPO BARCELÓ

Olivia Quiroz Guerrero

Universidad Nacional Autónoma de México

El Grupo Barceló es una empresa familiar que basa su actividad en el desarrollo de distintos negocios turísticos. Aunque sus principales intereses son la explotación hotelera y las redes minoristas y mayoristas, el Grupo Barceló está abierto a la participación en otras sociedades con el fin de propiciar su crecimiento en áreas relacionadas con el turismo.

El Grupo Barceló, fue fundado en 1931 por Simón Barceló, a partir de la creación de una pequeña empresa familiar ubicada en la localidad de Felanitx (Palma de Mallorca), especializada en el transporte de personas y mercancías.

En 1962 la familia Barceló construye en Mallorca su primer establecimiento hotelero, el hotel Latino, y en 1964 nace Viajes Barceló cambiando su formato con hoteles concebidos para las familias que incorporaba actividades deportivas y de ocio, al que denominaron Hoteles Pueblo.

En 1970 se inaugura el primer hotel en la península Ibérica y en 1985 se abrió el primer hotel en el extranjero, el Barceló Bávaro Beach Resort en Punta Cana (República Dominicana) y cinco años más tarde harían la apertura del San José Palacio en Costa Rica.

En 1992 el Grupo Barceló ingresa al mercado hotelero de Estados Unidos con la compra de su primer establecimiento en Washington convirtiéndose en la primera cadena española en establecerse en Estados Unidos. Al año siguiente adquiere el Hotel Barceló Praha siendo el primer hotel en una capital europea.

A finales de la década de los noventa el grupo Barceló se convierte en el accionista mayoritario del touroperador Británico First Choice Holidays, el cual ofrece paquetes vacacionales en el Caribe y varios países Europeos. En 2001, el Grupo Barceló cumplía su 70 aniversario con una cifra de 100 hoteles en el mundo.

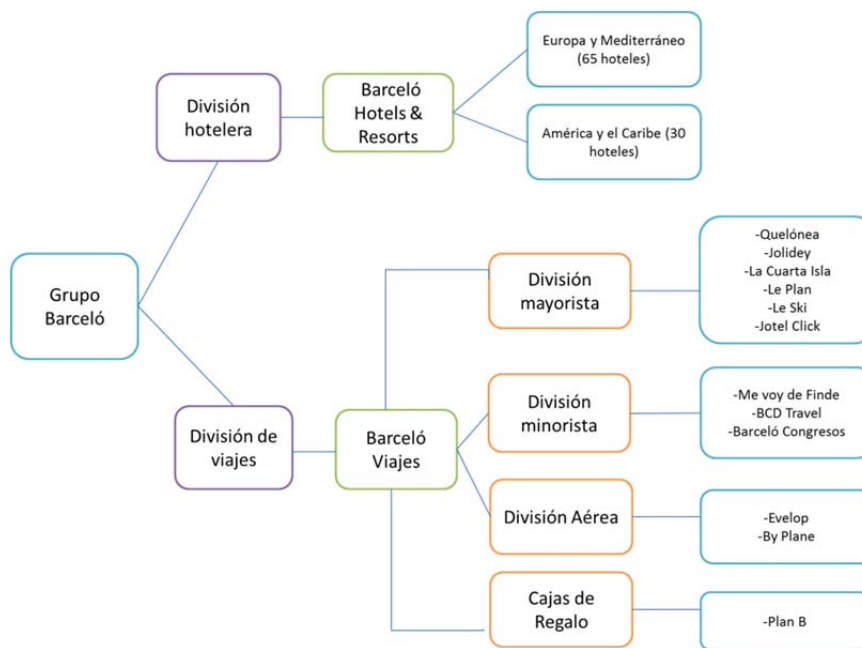
En 2002, el Grupo Barceló empieza a desarrollarse en el área mediterránea en países como Malta, Túnez o Marruecos a través de contratos de franquicia, siendo la empresa franquiciadora. Ese mismo año adquiere la operadora hotelera Crestline Capital la cual le permite aumentar la presencia del grupo en Estados Unidos, alcanzando la gestión de 7.000 habitaciones en doce estados de ese país.

En 2007 llega a Reino Unido con 21 hoteles tras la firma de un contrato de alquiler a largo plazo con la compañía Dawnay Shore Hotels Plc, propietaria de la cadena Paramount Hotels; y entrar en Alemania con la incorporación del Barceló Cologne City Center. Para celebrar su 80 aniversario en 2011, se inaugura el Barceló Maya Palace (México), la última generación de hoteles de lujo All Inclusive. En los años siguientes, abre nuevos hoteles en Marruecos, Italia, República Checa, Grecia y México.

En lo que respecta a la división de Barceló Viajes, se han realizado convenios para poder contar con servicios especializados y a la medida del mercado con la finalidad de ofrecer al viajero una experiencia única adaptada a sus gustos.

En 2015, el Grupo Barceló seguía siendo una empresa familiar de tercera generación, constituyéndose en una de las compañías turísticas líderes del mercado español y una de las más importantes del mundo. A través de su división hotelera contaba con más de 100 hoteles en 16 países y la división de viajes disponía de más de 400 agencias de viajes en 22 países. Todo ello suponía una plantilla con cerca de 23.000 personas alrededor del mundo. Su estructura de negocio se observa en la figura 1.

Figura 1: Estructura de Negocio del Grupo Barceló



Fuente: Grupo Barceló, 2015

Pregunta: Identificar los distintos métodos de desarrollo seguidos por la empresa y analizar sus ventajas e inconvenientes.

Fuentes:

- Barceló Corporación Empresarial (2014): *Memoria Anual 2014*.
- Grupo Barceló (2015): http://www.barcelo.com/BarceloGroup/es_ES/grupo-barcelo-hoteles-resorts.aspx