



Caso Breve 38

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 2015, se compra el 100% de la compañía hotelera Occidental Hoteles Management, que contaba en aquel momento con más de 4.000 habitaciones distribuidas en 13 hoteles, situados en México (6), República Dominicana (2), Costa Rica (2), Aruba (1) y Colombia (1).

En 2016 estableció un acuerdo de franquicia con el grupo chino Plateno, por el que se pretendía abrir 100 nuevos hoteles en China y otros países asiáticos, en los siguientes 10 años. El acuerdo se establecía





bajo la fórmula de “masterfranquicia” por la que Barceló cedía la explotación de su marca a Plateno, quien se encargaría de la gestión de los hoteles, los cuales serían propiedad de futuros inversores, mientras Barceló supervisaría y controlaría la gestión, a través de un equipo coordinado entre ambos socios.

En 2017, se llega a un acuerdo con AR Global para adquirir el 60% del capital de la gestora norteamericana Crestline Hotels & Resorts que detentaba la referida firma; porcentaje que, unido al 40% que ya poseía Barceló, hace que pasara a ostentar la totalidad del capital social de la gestora estadounidense, una de las operadoras independientes más importantes del país.

A principios de la década de los veinte, el Grupo se estructuraba en 2 áreas de negocio, más la Fundación Barceló. Barceló Hotel Group es la división hotelera con más de 250 hoteles y 55.000 habitaciones, repartidos en 22 países de 4 continentes. Cuenta con 4 marcas: Royal Hideaway Luxury Hotels & Resorts, Barceló Hotels & Resorts, Occidental Hotels & Resorts y Allegro Hotels. Es la tercera cadena más grande de España y la 35 a nivel internacional.

Ávoris es la marca del Grupo Barceló especializada en viajes, ocio y vacaciones. Ávoris no es un grupo de empresas turísticas, sino una empresa turística verticalmente integrada, con marcas especializadas que ofrecen al viajero una experiencia única adaptada a sus gustos. Esta división se desagrega a su vez en 4 áreas de especialización: Área Vacacional, con la marca B the travel brand, Área Online, con las marcas Iberojet y Muchoviaje.com, Área corporativa, para el segmento de eventos y viajes de empresa, con las marcas BCD y Viajes 2000, y Área congresos, con la marca Bco. Además, la división cuenta con otras marcas para servicios especializados como Viva Tours (programas de viaje con Iberia), Catay (grandes viajes), Touravia (touroperador para República Dominicana, México, Cuba, Mauricio, India, Jamaica, Canarias y Baleares), Colours (touroperador para el resto del mundo) y Evelop! (compañía aérea).

La Fundación Barceló, creada en 1989 como institución sin ánimo de lucro, tiene por objetivo llevar a cabo proyectos que contribuyan a la mejora de la sociedad en su conjunto, haciendo hincapié en las áreas de la salud, la educación, el desarrollo económico y la vivienda. Asimismo, se realizan actividades artísticas y culturales en Mallorca, donde radica la sede social.

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

Fuentes:

- Barceló Corporación Empresarial: *Memorias Anuales*
- <http://www.barcelo.com>

Fecha de actualización del caso: junio de 2021

