



Barceló Hotels pone el foco en Estados Unidos y China

María Sánchez. Madrid

El grupo Barceló, la multinacional hotelera con sede en Mallorca, tiene previsto seguir con su política de adquisiciones, según Simón Pedro Barceló, co-presidente del grupo. Barceló Hotels & Resorts tiene previsto crecer tanto en el mercado estadounidense, como asentarse en China. Lo hará con dos estrategias bien diferenciadas. En Estados Unidos pretende aumentar su presencia a través de la gestión de hasta 150 hoteles para 2017. En China entrará de la mano de su socio Plateno, la segunda compañía hotelera china, y lo hará bajo el modelo de masterfranquicia, según informó EXPANSIÓN el 14 de junio. El objetivo en el país asiático es alcanzar los 100 establecimientos en los próximos 10 años.

En el marco de la presentación de la nueva escuela de negocios especializada en turismo, JSF Travel & Tourism School, los principales grupos del sector turístico en España han hablado de los retos de esta industria. Acompañando a Barceló estuvieron, Carmen Riu, consejera delegada de Riu Hotels; Sabina Fluxá, consejera delegada de Iberostar Hotels; Fernando Cuesta, director general de Amadeus España; Fernando Alonso, director de banca de empresas de BBVA y Alejandro Zozaya, consejero delegado de Apple Leisure Group.

Por su parte, Carmen Riu afirmó que el modelo de negocio patrimonialista va a seguir siendo la apuesta de la cadena que dirige. La apertura de hoteles propios bajo una misma marca, centrados en el

Los gigantes del sector turístico lanzan una escuela de negocios junto con IESE y Wharton

cliente, les aporta “un crecimiento lento pero sostenido”. Así, Riu anunció nuevas aperturas en Dubái y Maldivas.

Iberostar apuesta por el crecimiento bajo una misma marca, “segmentando las experiencias de los clientes dentro de un mismo hotel”, según Sabrina Fluxá. Además, el segmento urbano va a seguir siendo el modelo a través del cual buscan ampliar su oferta vacacional.

Escuela especializada

Los gigantes del sector turístico y de viajes se han reunido para lanzar la JSF Travel & Tourism School, una escuela de negocios especializada en esta industria. La Fundación Junípero Serra (JSF) junto con estas grandes empresas, que están ejerciendo como patronos, han puesto en marcha esta iniciativa para dar respuesta a la necesidad de preparar a la industria y sus profesionales para afrontar los retos del futuro de forma global. Además, han contado con la colaboración del IESE Business School y The Wharton School, con las que se está diseñando el programa académico. Por el momento se han lanzando dos programas dirigidos a ejecutivos y alta dirección y más adelante se irán implantando cursos y másteres de distinta índole orientados a diversos perfiles profesionales.