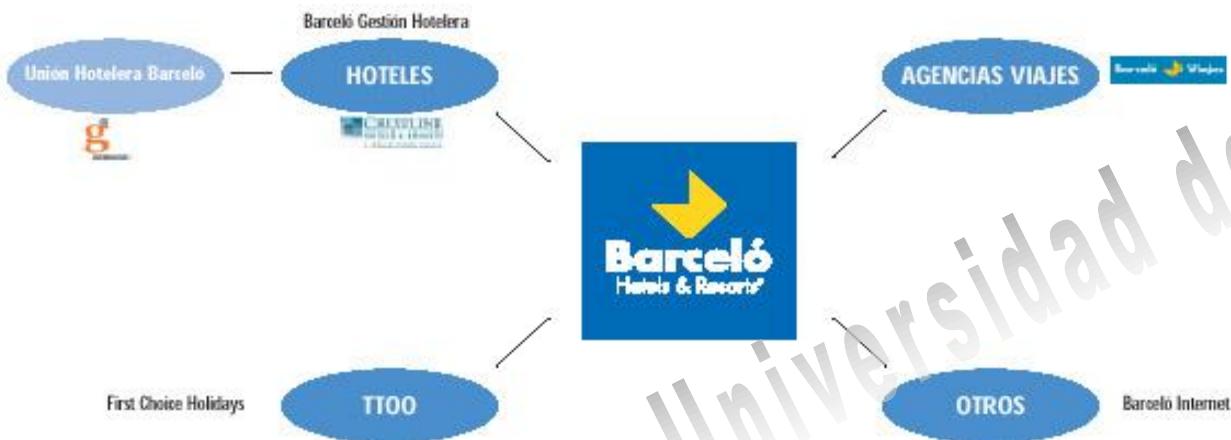


Propiedades y participaciones de Barceló en empresas turísticas *



* Ver detalle de porcentajes en el cuadro adjunto.

BARCELÓ CORPORACIÓN EMPRESARIAL

ACCIONISTAS:

Familia Barceló - 100%

Barceló Gestión Hotelera S.L. 100%

First Choice Holidays PLC 21,3%

Barceló Internet SL 100%

Hotelnet B2B S.A. 10%

Barceló Crestline Corporación 100%

Viajes Barceló 100%

Mundo Social 25%
Viajes Interopa, S.A.
Viajes Aurora, S.A.
Barceló Business, S.A.
Escalada Viagens (Portugal)
Viajes Verger (Argentina)

Unión Hotelera Barceló S.L. 100%

Expansión Turística Barceló 99,33%
Participaciones: Gruber Hoteles S.L. 50%
Participaciones: Gruber Génesis Hotelera Integral S.L. 66,66%
Gruber Génesis Inversión Hotelera S.L. 66,66%

GRUPO BARCELÓ:

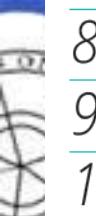
- Fundada en 1931 con una pequeña compañía de transporte (Autocares Barceló) en Felanitx (Mallorca).
- Su sede social se encuentra en Palma de Mallorca
- Es el primer grupo turístico español en USA y el primero en pisar República Dominicana.
- Facturó en 2019 entorno a 4.580 MII € repartidos entre la hotelera y el grupo emisor
- El accionariado es controlado al 100% por la familia Barceló
- La división hotelera está integrada por más de 32.000 personas. La división de viajes está integrada por más de 2.700 personas.



RANKING N° GLOBAL DE ESTABLECIMIENTOS Y HABITACIONES

Hotelera		Establecimientos		Habitaciones	
		2020	2019	2020	2019
1	MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL	►	326	329	83.821 83.018
2	BARCELÓ HOTEL GROUP	▲ 1	252	251	57.849 55.944
3	NH HOTEL GROUP	▼ 1	359	369	55.285 57.356
4	RIU HOTELS & RESORTS	►	99	95	48.036 45.648
5	IBEROSTAR HOTELS & RESORTS	►	100	102	33.622 32.404
6	EUROSTARS HOTEL COMPANY(GRUPO HOTUSA)	▲ 1	213	202	21.838 20.732
7	MP HOTELS	▲ 1	73	75	16.440 17.790
8	H10 HOTELS	▲ 1	65	66	16.261 17.437
9	BAHIA PRINCIPE HOTELS & RESORTS(GRUPO PIÑERO)	▲ 1	27	27	14.000 14.153
10	PALLADIUM HOTEL GROUP	▲ 1	48	50	14.000 14.000

Barceló tiene 20.000 habitaciones en propiedad



RANKING DE PRESENCIA EN EL EXTRANJERO

Hotelera		2021	2020	2021	2020
1	MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL	187	189	51.364	50.572
2	BARCELÓ HOTEL GROUP	▲1	198	186	43.505 41.114
3	NH HOTEL GROUP	▼1	261	260	43.335 43.180
4	RIU HOTELS & RESORTS	72	71	37.474	36.496
5	IBEROSTAR HOTELS & RESORTS	67	63	24.351	23.061
6	BAHIA PRÍNCIPE HOTELS & RESORTS	20	20	12.225	11.719
7	MP HOTELS	32	38	9.447	10.463
8	PALLADIUM HOTEL GROUP	20	19	7.805	7.772
9	BE LIVE HOTELS*	18	18	7.485	7.485
10	EUROSTARS HOTEL COMPANY (GRUPO HOTUSA)	75	72	7.457	7.127



2 - BARCELÓ HOTEL GROUP

País	Establecimientos		Habitaciones	
	2021	2020	2021	2020
Aruba	1	1	373	373
Costa Rica	4	4	1.017	1.017
Cuba	3	3	1.353	1.353
México	20	21	8.721	8.801
Rep. Dominicana	6	6	4.165	4.165
Alemania	1	1	193	193
Bulgaria	1	1	304	304
Egipto	2	2	581	581
Grecia	1	1	347	347
Hungría	1	1	179	179
Italia	3	4	733	1.013
Marruecos	6	6	1.136	1.136
Portugal	2	2	254	229
Rep. Checa	4	4	536	536
Túnez	6	6	1.485	1.485
Turquía	2	3	422	483
EEUU	124	113	18.643	16.745
El Salvador	1	1	205	205
Guatemala	1	1	397	397
Nicaragua	1	1	293	293
Emiratos Árabes Unidos	5	4	1.635	1.279
Omán	1		308	
Sri Lanka	2		225	
Total	198	186	43.505	41.114

RANKING DE FACTURACIÓN

EN MILLONES DE EUROS

<i>Hotelera</i>		Facturación 2019	Facturación 2018	Variación %
1 MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL	►	2.846,00	2.946,50	-3,41 %
2 IBEROSTAR HOTELS & RESORTS	►	2.353,00	2.659,00	-11,51 %
3 RIU HOTELS & RESORTS	▲ 1	2.240,00	2.114,00	5,96 %
4 BARCELÓ HOTEL GROUP	▼ 1	2.218,40	2.559,00	-13,31 %
5 NH HOTEL GROUP	►	1.718,30	1.623,00	5,87 %
6 BAHIA PRINCIPE HOTELS & RESORTS (GRUPO PIÑERO)*	►	800,00	918,00	-12,85 %
7 PALLADIUM HOTEL GROUP	►	752,00	636,00	18,24 %
8 H10 HOTELS	►	660,00	620,00	6,45 %
9 EUROSTARS HOTEL COMPANY (GRUPO HOTUSA)	►	620,00	531,00	16,76 %
10 PRINCESS HOTELS	►	286,80	341,99	-16,14 %
11 BE LIVE HOTELS	►	269,20	267,00	0,82 %
12 PARADORES	►	260,64	252,67	3,15 %
13 BEST HOTELS	►	249,50	231,10	7,96 %
14 HIPOTELS	►	215,00	183,70	17,04 %
15 GRUPOTEL	►	168,00	166,00	1,20 %
16 VINCCI HOTELES	▲ 1	166,80	154,60	7,89 %
17 ALLSUN HOTELS - ALLTOURS ESPAÑA	▼ 1	160,03	157,32	1,72 %
18 SELENTA GROUP	▲ 2	152,00	118,50	28,27 %
19 SENATOR HOTELS & RESORTS	▼ 1	141,71	139,05	1,92 %
20 ILUNION HOTELS	▲ 2	120,00	112,58	6,59 %

Barceló cierra 2020 con unas pérdidas de 137 millones de euros

El CEO de EMEA en Barceló Hotel Group, Raúl González, ha avanzado hoy que la cadena hotelera cerró 2020 con unas ventas brutas de 946,2 millones de euros, lo que supuso una caída del 60% respecto a 2019, con pérdidas que ascendieron a más de 137 millones de euros y un Ebitda recurrente de -49,6 millones de euros. **"En Barceló nos habíamos fijado como objetivo para 2020 conseguir un resultado bruto de explotación (Ebitda) superior a los 400 millones de euros y ganar más de 200 millones. Pero con la llegada de la pandemia provocada por la COVID-19, las previsiones se convirtieron en papel mojado y cerramos el año en pérdidas, los peores resultados de la historia de la compañía"**, ha reconocido González, quien ha vaticinado que la recuperación de ingresos de 2019 "no llegará hasta 2024", porque si bien se producirá una reactivación de la ocupación, habrá que recuperar las tarifas.





D. Simón Pedro Barceló Vadell
(CoPresidente)
Codirige desde Palma



D. Simón Barceló Tous
(CoPresidente)
Codirige desde República
Dominicana toda la División
americana

PRESIDENCIA DE HONOR

Sebastián Barceló Oliver

Presidente de la Fundación Barceló

Gabriel Barceló Oliver

Vicepresidente de la Fundación Barceló

CONSEJO DE ADMINISTRACION

Francisca Barceló Vadell

Guillermo Barceló Tous

Simón Barceló Tous

Simón Pedro Barceló Vadell

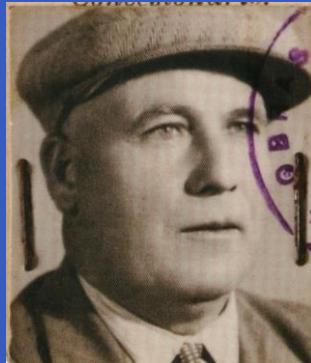


LOS BARCELÓ

Gabriel y Sebastián Barceló ostentan la presidencia de honor del grupo, tras delegar la labor ejecutiva que ahora comparten sus hijos Simón y Simón Pedro.

TRAYECTORIA DEL GRUPO BARCELÓ:

Fundada en 1931 con una pequeña compañía de transporte (Autocares Barceló) en Felanitx (Mallorca). Simón Barceló adquiere un chasis Citröen, por el que paga 11.150 pesetas, de las cuales 3.150 fueron abonadas en efectivo. Este vehículo empezó a ser conocido como sa camiona y a través de él Simón puso en marcha un servicio de transporte de viajeros, correos y mercaderías entre Felanitx y Palma de Mallorca.



D. Simón Barceló Obrador
Fundador de la Compañía



TRAYECTORIA DEL GRUPO BARCELÓ:

- En 1936, Simón Barceló lleva a cabo su actividad con cuatro autocares. La guerra civil española interrumpió esta actividad y el empresario, también militarizado, continuó ejerciendo de chófer al servicio del ejército, mientras su flota de autocares quedó incautada por la misma guerra civil.
- Al terminar la guerra, Simón Barceló regresa a Felanitx consiguiendo recuperar uno de los autocares requisados durante la misma, con el que reemprende el negocio contando con la ayuda de sus hijos Gabriel y Sebastián, que alternaban sus estudios con el reparto de mercancías y correos, además de lavar vehículos, reparar motores, cargar combustible y conducir *camionas* sin estar en posesión del permiso correspondiente.



Gabriel y Sebastián Barceló
Segunda generación Barceló



TRAYECTORIA DEL GRUPO BARCELÓ:

Autocares Barceló se ha consolidado a lo largo de los años. El número de autocares ha ido en aumento desde la primera inversión en la camioneta. Gabriel y Sebastián Barceló han crecido a la par que la empresa familiar y ya empieza a vislumbrarse el primer relevo.



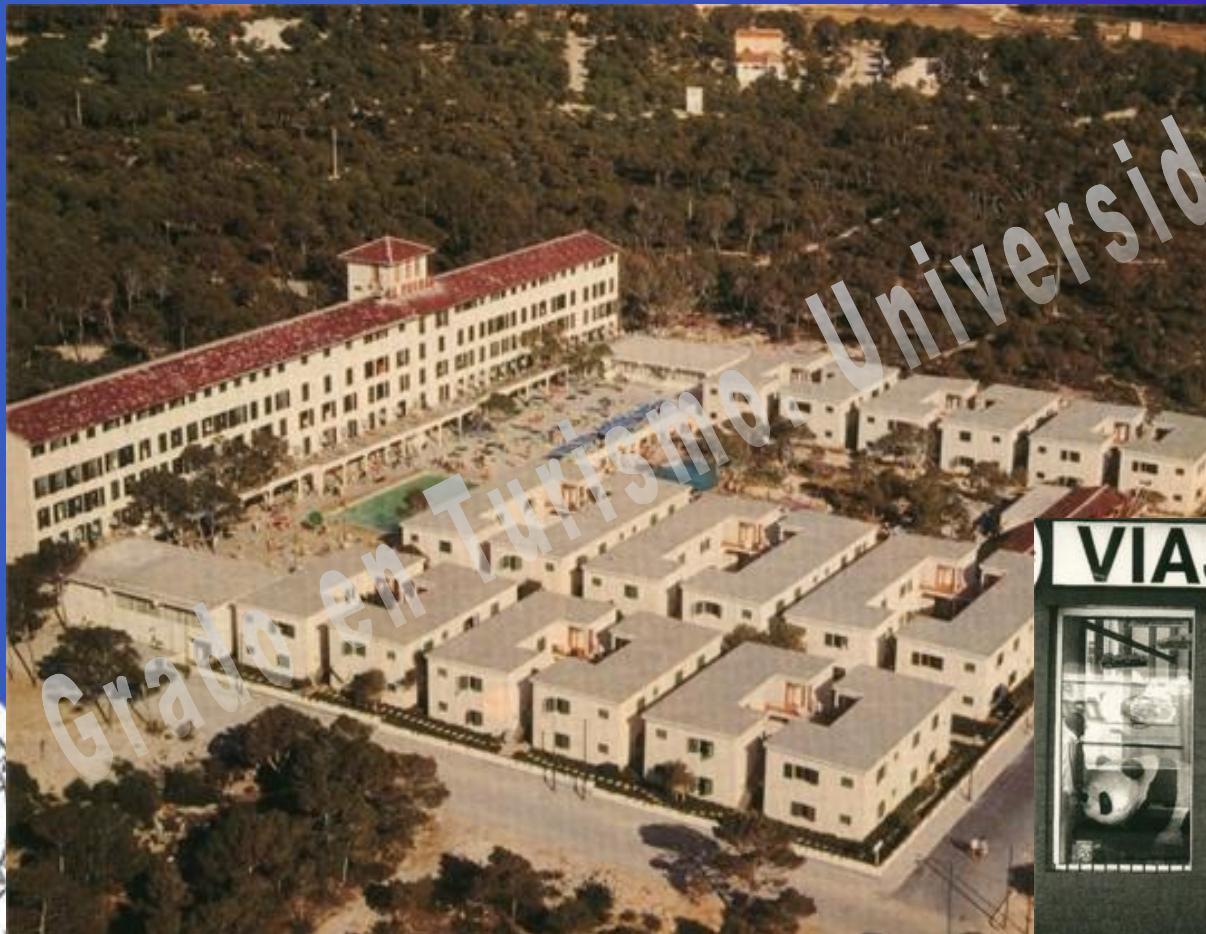


Grado en Turismo. Universidad de Huelva



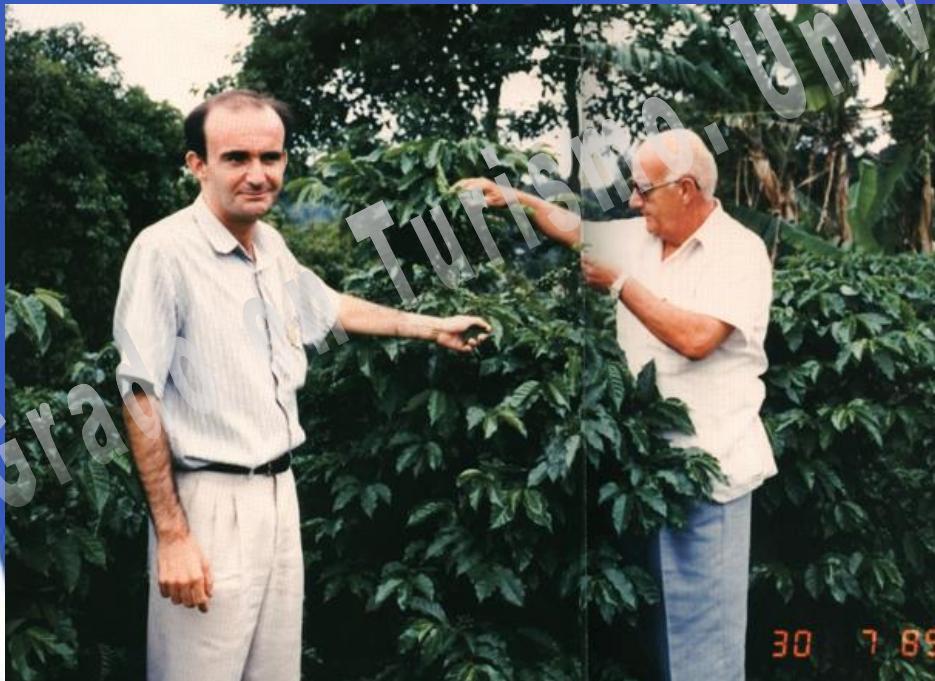
TRAYECTORIA DEL GRUPO BARCELÓ:

- En 1960 se funda Viajes Barceló, y en 1962 se abre el primer hotel con un nuevo concepto “los hoteles-pueblo” con el Barceló Pueblo Palma.



TRAYECTORIA DEL GRUPO BARCELÓ:

- En los años 70 comenzó la actividad en la península ibérica con la apertura del hotel Barceló Pueblo Benidorm.
- En el año 81 entra el nieto del fundador Simón Barceló Tous a trabajar en el Grupo en la división de construcciones para posteriormente dedicarse por entero a la división América-Caribe. Su primo Simón Pedro Barceló se incorpora a finales de la década tras unos años de incursión en la política como senador por Mallorca.



TRAYECTORIA DEL GRUPO BARCELÓ:

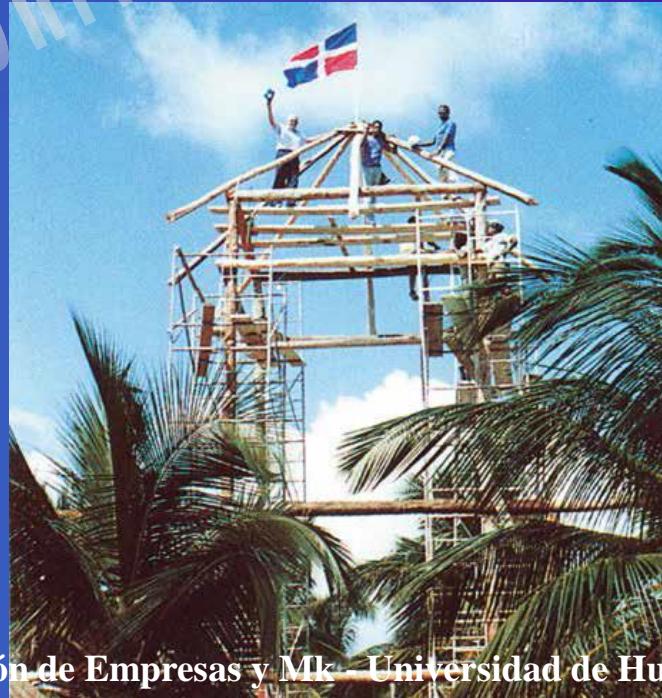
-En 1981, comienza la internacionalización del Grupo con la adquisición del TTOO Turavia. A partir de ahí comienza las operaciones hoteleras internacionales con la inauguración del primer hotel en el Caribe, el Barceló Bávaro Resort Punta Cana (República Dominicana), siendo la compañía hotelera pionera en RD.

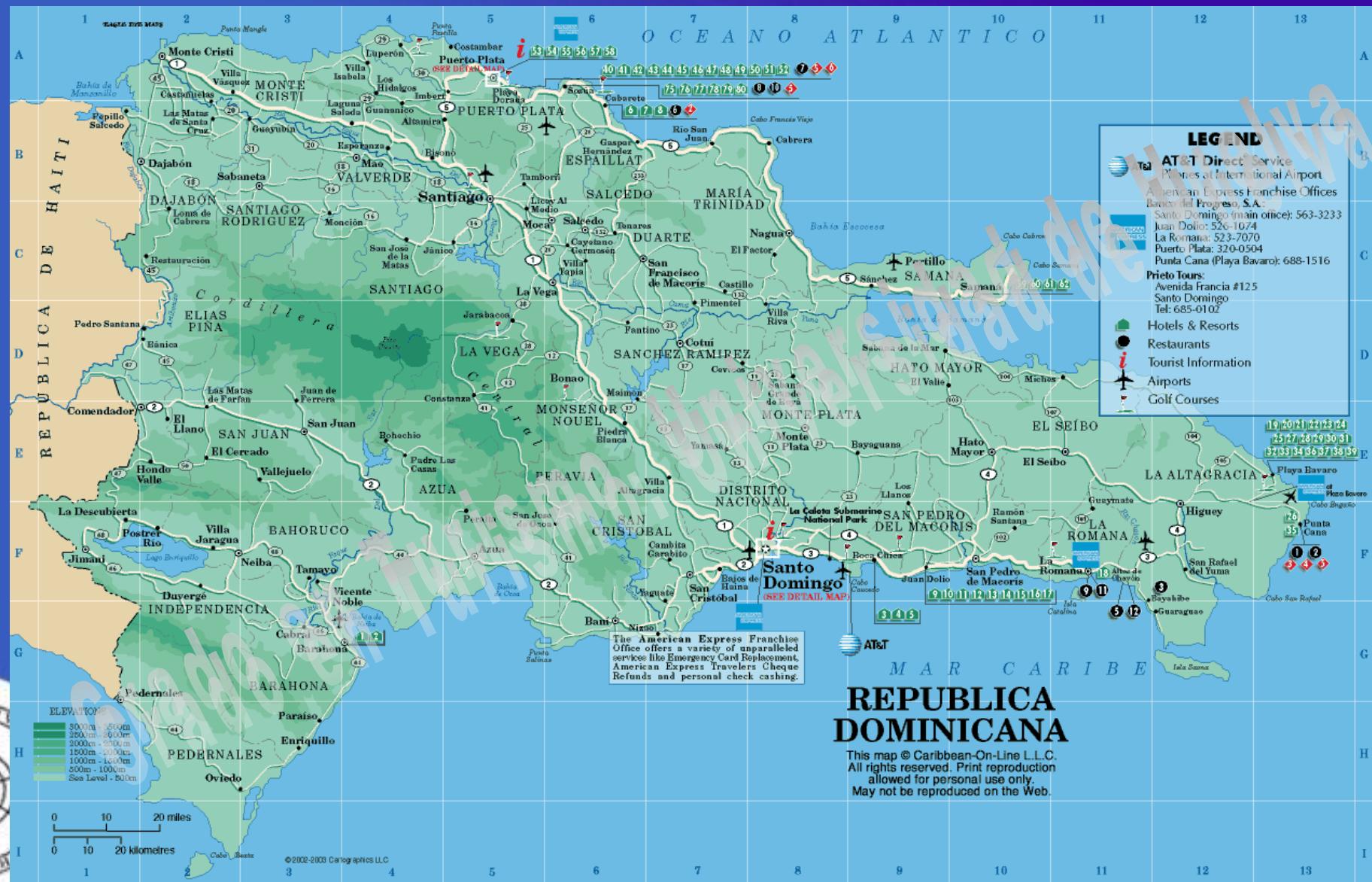


TRAYECTORIA DEL GRUPO BARCELÓ:

- Barceló descubre a los propios dominicanos el inmenso potencial turístico de Bávaro y en 1982, se cierra la compra del terreno junto a Playa Bávaro: setecientas hectáreas sobre las que se crea un complejo que representa la mejor inversión realizada por los Barceló en su larga trayectoria, aunque para sacarla adelante tuvieron que poner como garantía todo el Grupo. Sebastián Barceló toma directamente las riendas del proyecto, encomendado a Construcciones Barceló.

“Con una gran visión, iniciaron la primera inversión hotelera en Playa Bávaro, atreviéndose a levantar un complejo turístico con su empresa de construcción liderada por Sebastián, el cual se abría camino entre los manglares, machete en mano, para explorar el terreno y definir con sus técnicos dónde levantar sus construcciones” Miguel Fluxá, presidente de Iberostar”

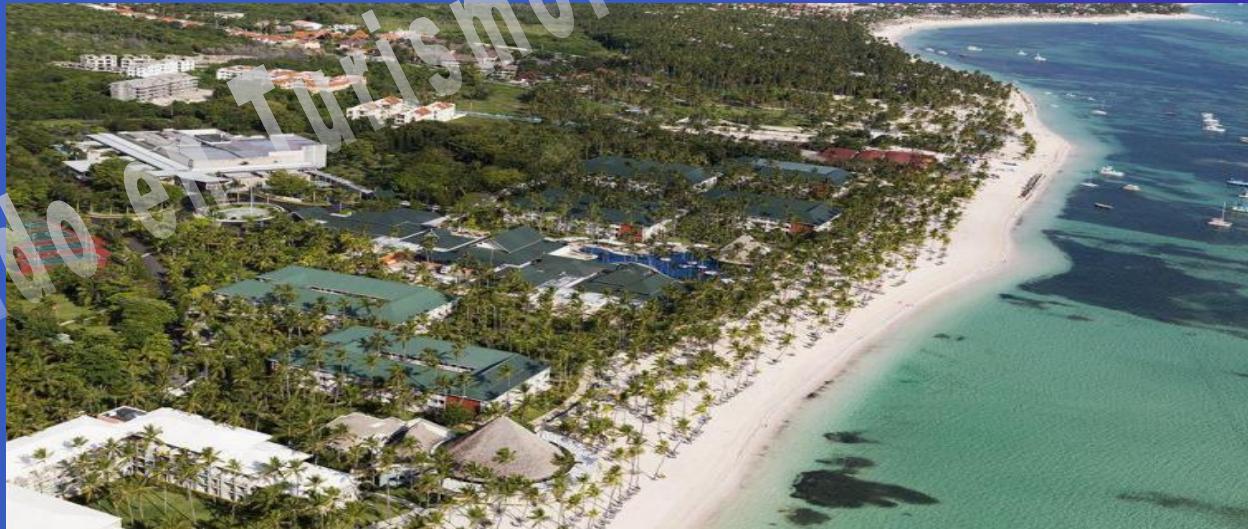




-En 1984 empiezan las obras. Lo primero es construir el campamento en el que convivirá más de mil trabajadores, que son contratados entre la población local, y además de pagarles el salario establecido, se les regala la comida.

-Se construye el acceso por carretera, clave para la futura explotación del recinto, se monta un grupo eléctrico, se hacen pozos de agua y acueductos y ya, para dar servicio al hotel, se construyen la depuradora de agua y la central eléctrica. Es el primer hotel con central de electricidad propia.

-En un periodo récord de ocho meses, el equipo de Sebastián Barceló, levanta el Bávaro Resort, conocido hoy como Bávaro Beach, que supuso la primera piedra en la expansión internacional del Grupo. Más tarde, se convierte en modelo imitado para otras acciones posteriores propias del Grupo y por otras importantes cadenas que se han instalado después en la República Dominicana.



-En 1985 se inaugura el hotel con 400 habitaciones. Un año antes Barceló había abierto una agencia en Miami para atraer visitantes desde los Estados Unidos y Canadá. El nivel de demanda, superó las previsiones. Además, los turistas europeos se suman a este nuevo descubrimiento de América, por ello, se decide ampliar el hotel, que un año más tarde, contaría con 600 habitaciones.

-Las exigencias de nuevas ampliaciones lleva a construir otro hotel, el Bávaro Garden (1987), un tercer hotel con campo de Golf, Apartotel Bávaro Golf, y un cuarto Hotel, Bávaro Casino, llegando estos dos últimos en 1989. El complejo se completa en 1993 con un Hotel de 5 estrellas, el Bávaro Palace.





- Una vez terminadas todas las actuaciones en Bávaro Beach, la empresa comete la construcción de un oratorio dedicado a la advocación de la Virgen de San Salvador de Felanitx.

San Salvador Chapel



TRAYECTORIA DEL GRUPO BARCELÓ:

- En 1986 entra en Costa Rica y en el mercado hotelero de EEUU con hoteles en Washington y Orlando siendo también la compañía hotelera pionera en EEUU.
- En los años 90, se gesta el relevo generacional con la jubilación de los hermanos Barceló quedando los primo hermanos como copresidentes.



Prof. Dr. Manu Martínez López - Dpto. Dirección de Empresas y Mk - Universidad de Huelva

TRAYECTORIA DEL GRUPO BARCELÓ:

- En 1996, Barceló Viajes asume la representación para el territorio español del turoperador Británico First Choice Holidays.
- En 1998 se constituye la *joint venture* GRUBARGES junto a FCC y BBVA para construcción de grandes complejos turísticos en España, África y Caribe, especialmente en México
- En 2000 Barceló realiza una de las mejores jugadas empresariales que se han dado en el sector turístico en España al canjear acciones de las agencias de viajes por el 21% de acciones de First Choice convirtiéndose en el primer accionista de este importante TTOO
- Dos años más tarde, en plena crisis del turismo consecuencia entre otros del 11S, vuelve a comprar las acciones de Barceló Viajes a muy bajo precio
- En 2003, se disuelve Grubargés siendo primer grupo en USA y RD, y habiendo sido pionero en Extremo Oriente y Cabo Verde. Ese año, entra en Cuba, Honduras, Malta, Túnez y Marruecos



Barceló vende su participación en First Choice

26-02-2007

Barceló ha decidido finalmente desvincularse por completo del grupo turístico británico First Choice al vender, por 126 millones de euros, el 6,3% de las acciones que todavía mantenía. El dinero conseguido prevé destinarlo a su expansión hotelera a nivel internacional.

Barceló completa la compra de Occidental Hoteles

Como informó HOSTELTUR [noticias de turismo](#) en [El Grupo Barceló será el propietario único de Occidental Hotels](#), Barceló Corporación Empresarial anunció en junio que había suscrito con el BBVA un acuerdo para **adquirir el 57,5% del capital** de la cadena Occidental Hoteles Management, con lo que el **Grupo Barceló pasará a ser el propietario único** de esa compañía hotelera.

Ambas operaciones estaban condicionadas a obtener la pertinente autorización de los Organismos de la Competencia en México; autorización que ya se ha producido y, por lo tanto, el Grupo Barceló se consolida definitivamente como dueño único de Occidental Hoteles Management, cuyo portfolio actual está compuesto por 1.200 habitaciones en propiedad distribuidas en 11 hoteles situados en República Dominicana (2), Costa Rica (2) y Aruba (1), más otros 10 hoteles que serán operados en régimen de gestión en Colombia y Honduras.



El 80% del portfolio será Barceló y Occidental

Las marcas de Occidental, base de la estrategia multimarca de Barceló

Barceló Hotels & Resorts estrena ***estructura multimarca*** con la incorporación de las marcas de ***Occidental Hotels & Resorts***, pasando de una a cuatro: ***Royal Hideaway, Barceló, Occidental y Allegro***. El objetivo, según ha explicado su CEO para EMEA (Europa, Oriente Medio y África), ***Raúl González***, es “disponer de más marcas por las dimensiones que está tomando la cadena y la diversidad de hoteles que la integran”.

Así, ***Royal Hideaway Luxury Hotels & Resorts*** designa a los ***hoteles-destino***, los hoteles de lujo tradicional que son un destino en sí mismos, “auténticos, detallistas y discretos”. Actualmente sólo cuenta con un establecimiento, el ***Royal Hideaway Playacar***, en México, pero a él se le sumarán alojamientos emblemáticos como el ***Barceló Formentor, La Bobadilla, Barceló Asia Gardens***, el hotel nuevo de Adeje que se abrirá en 2017 (***'Barceló abrirá un hotel de 5 estrellas en Costa Adeje en 2017'***) y el ***Occidental El Embajador***, en Santo Domingo, tras su reforma integral (***'Barceló invertirá 22 M € en la reforma del Occidental El Embajador'***).



Barceló, elegido mejor grupo hotelero del Caribe

Barceló Hotel Group acaba de obtener el premio “Cristal International Award 2017” que la acredita como mejor grupo hotelero del Caribe

En la entrega de estos galardones también ha sido reconocido el complejo Barceló Bávaro Grand Resort en las categoría de “Mejor hotel de la zona este de la República Dominicana”

El hotel Occidental Caribe ha sido elegido como “Mejor hotel nacional en ‘room check’”



2 - BARCELÓ HOTEL GROUP

País	Establecimientos		Habitaciones	
	2021	2020	2021	2020
Aruba	1	1	373	373
Costa Rica	4	4	1.017	1.017
Cuba	3	3	1.353	1.353
México	20	21	8.721	8.801
Rep. Dominicana	6	6	4.165	4.165
Alemania	1	1	193	193
Bulgaria	1	1	304	304
Egipto	2	2	581	581
Grecia	1	1	347	347
Hungría	1	1	179	179
Italia	3	4	733	1.013
Marruecos	6	6	1.136	1.136
Portugal	2	2	254	229
Rep. Checa	4	4	536	536
Túnez	6	6	1.485	1.485
Turquía	2	3	422	483
EEUU	124	113	18.643	16.745
El Salvador	1	1	205	205
Guatemala	1	1	397	397
Nicaragua	1	1	293	293
Emiratos Árabes Unidos	5	4	1.635	1.279
Omán	1		308	
Sri Lanka	2		225	
Total	198	186	43.505	41.114

Europa

España

73 > México

República Checa

4 > República Dominicana

Italia

4 > Costa Rica

Turquía

3 > Cuba

Portugal

2 > Nicaragua

Grecia

1 > Guatemala

Alemania

1 > Aruba

Hungría

1 > El Salvador

Bulgaria

1 >

América Latina y Caribe

Méjico

20 > Sri Lanka

República Dominicana

6 > Emiratos Árabes Unidos

Costa Rica

4 > Marruecos

Cuba

3 > Túnez

Nicaragua

1 > Egipto

Guatemala

1 >

Aruba

1 >

El Salvador

1 >

África & Oriente Medio

Sri Lanka

2 >

Emiratos Árabes Unidos

5 >

Marruecos

6 >

Túnez

2 >

Egipto

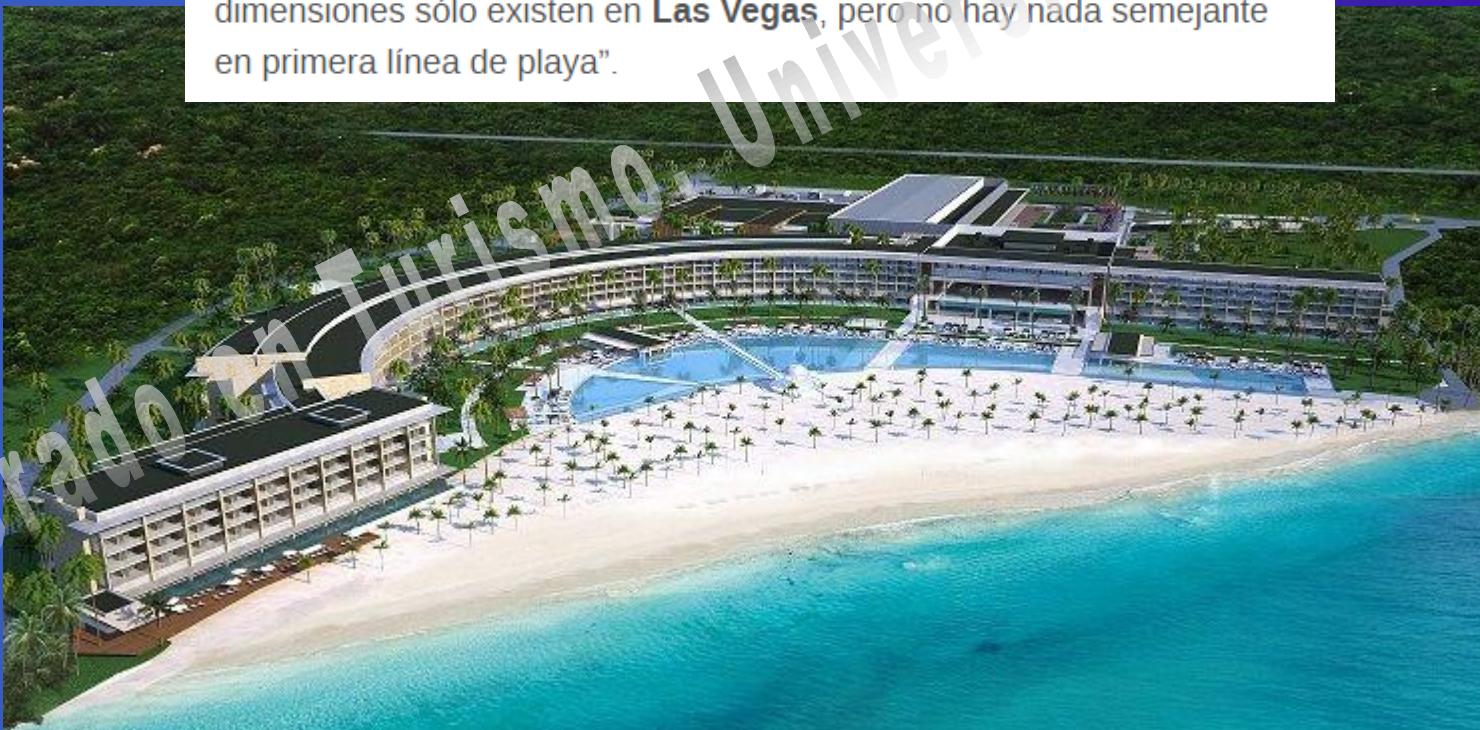
2 >

Barceló estrenará en diciembre el resort Maya Riviera tras invertir 223 M€

En mayo de 2020 inaugurará el mayor y más moderno centro de convenciones de la zona, con capacidad para 8.000 personas

Maya Riviera, un complejo único en el mundo

Raúl González ha anunciado asimismo la **apertura de la nueva fase de Maya Riviera**, 850 habitaciones en régimen de sólo adultos, dentro de “**un resort único en el mundo, con 3.612 habitaciones**. Esas dimensiones sólo existen en **Las Vegas**, pero no hay nada semejante en primera línea de playa”.



Compra el 60% del capital social que le faltaba

Barceló se hace con el 100% de Crestline Hotels & Resorts

Crestline Hotels & Resorts, fundada en el año 2000 y con sede en Fairfax (Virginia), gestiona en la actualidad 112 hoteles en 29 estados y en el Distrito de Columbia, con más de 16.000 habitaciones, lo que la convierte, entre las operadoras independientes, en una de las más importantes de Estados Unidos. Gestiona propiedades bajo las marcas **Marriott, Hilton, Intercontinental y Hyatt**, así como hoteles independientes y centros de conferencias a lo largo de casi todo el país. Su fuerza laboral es de 5.260 empleados.

Tras esta consolidación en el capital de Crestline, Barceló Hotel Group pasa a operar 228 establecimientos en 21 países, superando las 50.300 habitaciones y con cerca de 30.500 trabajadores.



Barceló prevé invertir 600 M€ en 110 proyectos hoteleros en tres años

El grupo encara el año con una "clara posición compradora", tras reducir su deuda a solo 79,2 millones de euros

Barceló presume del "sorpasso" que ha dado en España al superar a NH en número de habitaciones y alcanzar el segundo puesto del ranking

En 2018, incorporó 13 hoteles y 2.519 habitaciones, que han permitido elevar su cartera de establecimientos a 249 alojamientos

González se ha mostrado "optimista" tanto por el balance de 2018 como por las expectativas de cara al plan 2019-2021 que encara con una "clara posición compradora", gracias sobre todo a que el nivel de deuda de la compañía se ha reducido de los 330,7 millones de 2017 hasta los 79,2 millones de euros el pasado año. "Es casi una deuda nula, en comparación con el tamaño de la empresa", afirmó.

"Nuestro objetivo es superar el 40% de venta directa que ostentan Hilton y Marriott, por lo que esperamos estar por encima del 30% en 2022"

ROYAL HIDEAWAY
LUXURY HOTELS & RESORTS

Barceló
HOTELS & RESORTS

Occidental
HOTELS & RESORTS

allegro
HOTELS

Barceló busca convertirse en operador de referencia en Europa

Nuevos modelos de negocio en nuevos destinos

Barceló apuesta, como ha destacado su CEO para EMEA, por “**entrar en nuevas geografías con modelos de negocio diferentes**”. Para llevar a cabo su **estrategia de “mancha de aceite”** en esos nuevos destinos, donde no les interesa entrar con hoteles puntuales sino tener más presencia porque “no queremos dar saltos en el mapa”, han encontrado la fórmula ideal: “**Crear sociedades conjuntas con socios locales para crecer en esos destinos, dándole recorrido a esas alianzas**”.

Ya lo han hecho en **Sri Lanka y Maldivas** (Barceló abrirá un complejo con tres hoteles de 5 estrellas en Maldivas), en **Túnez** (Nace Barceló Caravel, una gestora de hoteles para Túnez) y en **Marruecos** (Barceló compra un resort de 5 estrellas en Marrakech por 35 millones de euros), donde ya son la segunda cadena internacional sólo por detrás de **Accor** e incluso “con **participación accionarial en la propiedad**”. Y no descartan seguir aplicándolo en nuevos destinos.



Barceló abre en Madrid su primer hotel europeo con marca ajena

El antiguo Holiday Inn Madrid se convierte en el primer Canopy by Hilton en España

Hilton Worldwide anunció en octubre de 2019 la incorporación de **tres hoteles en Madrid** en régimen de franquicia bajo sus marcas Canopy by Hilton y Tapestry Collection by Hilton, representando en ambos casos su entrada en España, junto con Curio Collection by Hilton, según publicó HOSTELTUR noticias de turismo en La marca Tapestry by Hilton aterriza en Europa con un hotel en Madrid. Este jueves abre en la capital el antiguo Holiday Inn Madrid Bernabéu convertido en **Canopy by Hilton Madrid Castellana**, que gestionará Barceló Hotel Group, por primera vez en Europa con una marca de terceros aunque con experiencia con este modelo.

En franquicia

Barceló gestiona así bajo la fórmula de franquicia de Hilton el hotel **propiedad de HIP**. Pero no es un modelo de gestión nuevo para la cadena, que hace años lo implantó en Estados Unidos a través de Crestline Hotels & Resorts, operadora hotelera independiente y parte de Barceló Hotel Group, que gestiona más de 120 hoteles en el país.



Barceló abre en Madrid su primer hotel europeo con marca ajena

Prueba de ello es la **Planta Z**, en la entreplanta, donde locales y visitantes se entremezclan en una **espectacular terraza** donde se pueden degustar divertidos platos de estilo *street food* amenizados por música en directo. Los huéspedes del hotel pueden asimismo disfrutar de la **exclusiva terraza de la piscina** con vistas al *skyline* de Madrid.

en España

canopy™
BY HILTON



Barceló inaugura un hotel en el centro histórico de Dubai

Barceló
HOTELS & RESORTS

Será el quinto de la cadena en Emiratos Árabes

El hotel Occidental Al Jaddaf, ubicado cerca de la **Dubái Creek Tower** – que aspira a convertirse en el rascacielos más alto del mundo-, ofrece **365 habitaciones** y es el quinto establecimiento de en Emiratos Arabes Unidos, donde el grupo ya suma 1.600 habitaciones.



RUMBO A ASIA

Barceló apuesta por la franquicia para crecer en China

"La apuesta por el mercado chino tiene dos grandes objetivos: conseguir reconocimiento de marca en un país estratégico para desarrollar la expansión de Barceló en el sudeste asiático, así como aumentar la cuota del mercado chino en algunos de sus hoteles en destinos de Europa, en capitales como Madrid, Barcelona, Praga, Roma y Budapest, así como Emiratos Árabes Unidos, donde China es un mercado emisor clave con mucho potencial de crecimiento", precisó el grupo



Barceló apuesta por la franquicia para crecer en China

Ya tiene dos hoteles gracias a su alianza con Betterwood

Su primer intento para entrar en China, de la mano de Plateno, no se saldó con éxito por la compra de éste por Jin Jiang

Twitter *Su presencia en China responde a un doble objetivo: estrategia de conocimiento del mercado y reconocimiento de marca*

Twitter *El mercado chino es el principal emisor para destinos como Sri Lanka y Maldivas, donde Barceló ya está presente*

Esos dos hoteles, ya con su marca, forman parte del **acuerdo de Barceló suscrito con su socio local Betterwood por seis establecimientos**. Como ha reconocido Raúl González, “es un proyecto en desarrollo, a ver qué da de sí”.



Barceló acelera su expansión en Asia

La cadena entra en Bali con la gestión de un 5 estrellas

Con proyectos en China, Sri Lanka y Maldivas

Barceló Hotel Group siempre ha tenido Asia en el foco de sus planes de expansión a largo plazo, con una clara apuesta por China. Pero no es el único país en el que planea crecer, ya que también tiene previsto hacerlo en destinos como Sri Lanka y Maldivas. A ellos se les suma ahora Bali, donde acaba de firmar la gestión de Sakala Resort, un 5 estrellas de 261 habitaciones.





NUEVOS PROTOCOLOS DE HIGIENE Y SEGURIDAD

Barceló
HOTEL GROUP

Occidental
HOTELS & RESORTS

Hacer sencillo lo complicado

En **Occidental Hotels & Resorts** hacemos todo lo posible para facilitar la vida de nuestros huéspedes. Motivados por ofrecer un servicio de calidad y al mejor precio. Convirtiendo lo difícil, fácil y lo complicado, sencillo.

Estamos preparados para ofrecer una experiencia diferente y sin preocupaciones. Desde unas vacaciones en el Caribe para desconectar de la rutina a las vibrantes ciudades europeas. En cualquier lugar ofreciendo lo que necesita en cada momento.

Somos Occidental. Estamos ahí para ti.

FILTROS **VALORACIÓN ▾** **SERVICIOS ▾** **PRECIO TOTAL ▾**

ORDENAR POR **RECOMENDADAS ▾**

Seleccione país

Italia
2 Hoteles

Portugal
1 Hotel

España
22 Hoteles

Emiratos Árabes Unidos
2 Hoteles

Turquía
1 Hotel

Cuba
1 Hotel

Hoteles Occidental: 47 resultados



ROYAL HIDEAWAY
LUXURY HOTELS & RESORTS

Un destino más que un hotel

De estancia apacible y armoniosa, la marca **Royal Hideaway Luxury Hotels & Resorts** sabe dar los mimos y lujos a la altura de los huéspedes más exigentes. Convierte los momentos de descanso en experiencias difíciles de olvidar.

FILTROS VALORACIÓN ▾ SERVICIOS ▾ PRECIO TOTAL ▾

Seleccione país

España

8 Hoteles

Emiratos Árabes Unidos

1 Hotel

República Dominicana

1 Hotel

México

1 Hotel



allegro
HOTELS

Disfrutar con ilusión cada instante de la vida

Hoteles y resorts vacacionales donde vivir la vida y disfrutar con ilusión cada instante. Es la esencia de Allegro. No hay un huésped igual que otro. Los **hoteles Allegro** son el escenario perfecto para disfrutar de la vida, un espacio donde sentirse libre y dejarse contagiar por el optimismo que allí se respira.

FILTROS

VALORACIÓN ▼

SERVICIOS ▼

PRECIO TOTAL ▼

Seleccione país

España

2 Hoteles

México

2 Hoteles

Cuba

1 Hotel

Portugal

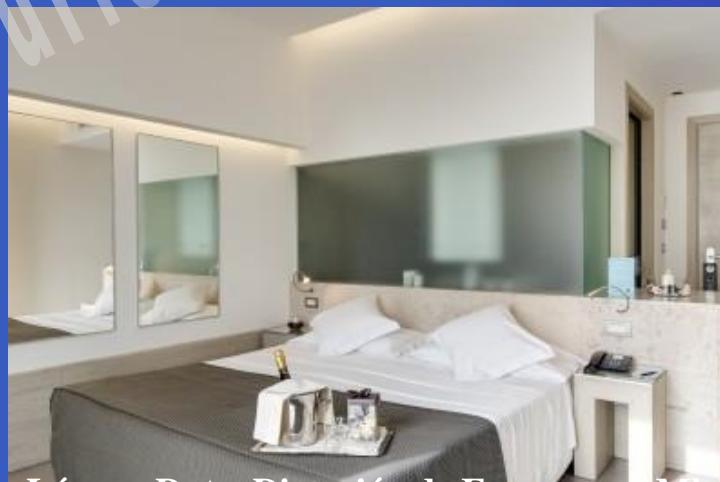
1 Hotel



Barceló Aran Blu, situado en Roma

Barceló abre su primer sólo adultos en una capital europea

Barceló Hotels & Resorts inicia el 2015 consolidando su estrategia de especialización por segmentos, que empezó a desarrollar en 2011 con la apertura de su primer hotel sólo para adultos: el Barceló Illetas Albatros (Mallorca). Desde entonces ha incorporado otros cinco adults only en España, uno en la República Dominicana y, desde este mes de enero, el Barceló Aran Blu, el primero en una capital europea, concretamente, en Roma.



Barceló Hotel Group se convierte en la cadena hotelera líder en Andalucía

La incorporación de 5 nuevos alojamientos sitúa a Barceló Hotel Group como la hotelera con mayor presencia en Andalucía con la gestión de 24 hoteles y más de 6.000 habitaciones

Nuevas aperturas

Barceló Hotel Group se posiciona como la cadena hotelera con más presencia en Andalucía tras la incorporación de cinco nuevos hoteles en los últimos 18 meses. Después de la inauguración de **Barceló Aracena (Huelva) y Occidental Sevilla Viapol en 2020**, la cadena hotelera ha iniciado el 2021 con la apertura de **2 hoteles en la provincia de Málaga** y, a principios de junio, inaugurará **un hotel de nueva construcción en Cádiz**.



Barceló Sancti Petri

Cádiz | España

www.barcelosanctipetri.com

Barceló
PREMIUM



Disfrute de su hotel **Barceló 5*** en la urbanización **Novo Sancti Petri** dentro de un entorno **PREMIUM**.

Un hotel de lujo vanguardista, situado en primera línea de Playa La Barrosa. Cuenta con 195 Habitaciones y 91 Apartamentos de Lujo, con vistas al mar o a sus jardines tropicales.

Relájese en su amplio Spa de 3.650 m², y practique su swing en los campos de golf de la zona. Una elección acertada que se complementa con un Centro de Convenciones, ideal para celebrar sus reuniones profesionales y eventos, bodas y banquetes, en un ambiente selecto.



A member of
The Leading Small Hotels
of the World®



Barceló La Bobadilla 5*****G.L.



En pleno corazón de Andalucía se extiende el exclusivo hotel granadino 5*****G.L. **Barceló La Bobadilla**, construido bajo los cánones de la arquitectura de los antiguos palacios andaluces que ofrece una amplia columnata de mármol, e invita a conocer las 70 amplias habitaciones exteriores cuidadosamente reformadas, con lujosos cuartos de baño donde se combinan las maderas nobles, mármoles y ladrillo.

**Seleccionado en Tatler Travel Guide 2008 (Conde Nast) como uno de los mejores hoteles del mundo*



A member of
The Leading Small Hotels
of the World®



Barceló La Bobadilla 5*****G.L.



Dispone de 2 magníficos restaurantes "La Finca" especializado en Cocina Creativa y "El Cortijo", experto en Cocina Española y regional. En verano el restaurante Mirador, cocina de mercado. La construcción de un nuevo Spa de 700 m² y su piscina exterior de 1500 m² rodeada de palmeras y bosque mediterráneo hacen que la estancia sea aún más relajante y saludable, toda una fuente de salud y bienestar.

*Seleccionado en Tatler Travel Guide 2008 (Conde Nast) como uno de los mejores hoteles del mundo

Barceló Sevilla Renacimiento invierte 4 M € en optimizarse para el segmento MICE

Desde 2011 hasta 2014 el hotel ha experimentado una reforma integral en el que se han modernizado todas las habitaciones, incluyendo la decoración y las camas; se han modificado también el restaurante a la carta y el de buffet de desayuno y se han adaptado los atrios para la celebración de eventos.

El hotel cuenta con 295 habitaciones y con 25 salas de reuniones además del Centro de Convenciones Gran Sevilla con capacidad para 1.200 personas.



Barceló
HOTELS & RESORTS

Barceló Jerez Montecastillo & Convention Center



Prof. Dr. Manu Martínez López - Dpto. Dirección de Empresas y Mk - Universidad de Huelva

Barceló golf

II CIRCUITO
2006



[Calendario](#) | [Reglamento](#) | [Reservas](#) | [Ganadores](#)

► Calendario

Hotel	Campo	Fecha
Barceló Aranjuez	Golf Ciudad Jardín de Aranjuez	6 mayo » finalizado
Barceló Barcelona Golf	G.G. Masia Bach	13 mayo » finalizado
Barceló Albatros	Real C.G. de Bendinat	3 junio » finalizado
Barceló Costa Ballena Golf & Spa	Costa Ballena Golf	17 junio » finalizado
Barceló Coruña	C.G. Coruña	24 junio » finalizado
Barceló Montecastillo Resort	C.G. Montecastillo	30 sept » finalizado
Barceló Marbella Golf	Guadalmina Golf	14 oct » reservar
Barceló Cabo de Gata	Alborán Golf	28 oct » reservar
Barceló Envía Golf	Club La Envía Golf	11 nov » reservar
Barceló Punta Umbría	Nuevo Portil Golf	25 nov » reservar



Barceló Punta Umbría Beach Resort



Salones de reuniones

El hotel **Barceló Punta Umbría Beach Resort****** es mucho más que un centro de convenciones.

Este centro de 4.000 m² y con una **capacidad máxima de 3.500 personas**, dispone de varias salas con luz natural y vistas directas al Parque Natural de los Enebrales. Cuenta con un salón plenario con una superficie de 1.001 m² y altura de 6 m. con capacidad para hasta 1.500 personas.



Además del salón plenario y del **Auditorium Barceló** de 1.149 m², este centro de convenciones cuenta con **16 salas** adicionales de diferentes capacidades con un total de 825 m². Podrá descansar en una terraza de con vistas al Parque Natural, disfrutar de la mejor gastronomía en los 2 restaurantes temáticos y dejar el coche en nuestro parking subterráneo.

EN VIAJE DE FIN DE CURSO DEL LUNES AL DOMINGO

Los 8.000 portugueses dejarán en Punta más de 1,5 millones de euros y movilizarán a unos mil trabajadores



LOS HOTELES Y VUELOS MÁS POPULARES EN GOOGLE



LOS HOTELES MÁS BUSCADOS EN INTERNET.

Riu Chiclana (Cádiz)

Gran Hotel Bali (Alicante)

Hotel Entremares (Murcia)

Playa de Guardamar (Alicante)

Hotel Best Alcázar (Granada)

Hotel W (Barcelona)

Hotel Beatriz (Toledo)

Barceló Punta Umbría (Huelva)



Barceló reabre el Aracena Park con una inversión de más de cuatro millones de euros

Con cuatro estrellas, creará más de 40 empleos y tendrá 69 habitaciones y 14 villas



Así, el Barceló Aracena **contará con 69 habitaciones y 14 villas**.

Además tendrá un spa, zonas comunes y jardines. También dispone de un restaurante especializado en comida andaluza e ibéricos -especialidad de la zona- así como una piscina exterior y siete salas de **reuniones para congresos** y actos sociales con capacidad para hasta 500 personas.



Barceló incorpora su quinto hotel en Huelva

Con la firma de este nuevo contrato, que tuvo lugar el día 17 de diciembre en presencia del alcalde de Aracena, Manuel Guerra, Barceló Hotel Group **eleva a 5 el número de hoteles con los que cuenta en Huelva (Barceló Punta Umbría Beach Resort, Barceló Punta Umbría Mar, Barceló Isla Canela, Occidental Isla Cristina y Barceló Aracena)**, y a 22 el total de establecimientos que gestionará en Andalucía. En concreto, cinco en Granada, cinco en Huelva, tres en Málaga, cinco en Cádiz, **donde además gestiona un campo de golf y tiene previstas dos futuras aperturas (Conil y Cádiz)**; uno en Sevilla y otro en Almería.



Ávoris cierra 2019 con 2.300 M € de facturación, un 9,5% más

Gabriel Subías, CEO de Viajes Barceló

CRECIMIENTO VERTICAL

el objetivo de Viajes Barceló



evelop!

Descubre la mejor forma de volar



Vuelos directos desde Madrid a:

Punta Cana, La Habana y Cancún



¡Nuevo destino!
Isla Mauricio
a partir de junio
salidas desde
Madrid



DIVISIÓN VIAJES

DISTRIBUCIÓN

AGENCIAS DE VIAJE
VACACIONAL

B[•] the travel brand

B[•] the travel brand CATAI

AGENCIAS DE VIAJE
ONLINE

iberojet

vaivai

WÄY

CORPORATIVA:
VIAJES Y EVENTOS

BCD[•] travel

2000
viajes
BCD travel

CONGRESOS

Bcc Congress

PRODUCTOS

TUROPERADORES
GENERALISTAS

CATAI
Viajemos

QUELÓNEA

Jolidey:

viva
tours

TUROPERADORES
ESPECIALIZADOS

LePlan
SpaTravel

LeSki
XpertTravel

LeMusik
SpaTravel

Speciali
tours

COMPAÑÍA ÁREA

AEROLÍNEA
REGULAR

evelop!
arbest!

BROKER

blueplane
air broker

SERVICIOS EN DESTINO

SERVICIOS
EN DESTINO

turavia

EXPERIENCIAS

CAJAS REGALO
EXPERIENCIAS

PlanB!

B the travel brand aumenta casi un 7% sus ventas y supera los 1.000 M €

Red de 700 agencias de viajes

Ávoris, la división de viajes del Grupo Barceló, cuenta con más de **700 agencias de viajes** (agencias B the travel brand a pie de calle), varios **turoperadores y receptivos** (Catai, Quelónea, Joley, Viva Tours, Special Tours, LePlan, LeSki, LeMusik, Rhodasol/Bedtoyou, Nortravel, Turavia, Colours), así como una **compañía aérea** (Evelop/Orbest).

Redes de Agencias de Viajes

Agencia	Fact. 2016	Fact. 2015	Dif% 15-16
1 Viajes El Corte Inglés*	2.550	2.460	4%
2 Viajes Halcón-Ecuador	1.180	1.148	3%
3 Barceló Viajes	857	792	8%
4 Carlson Wagonlit Travel	480	480	0%
5 Nautalia	262	251	4%
Total	5.329	5.131	3.8%

Cifras expresadas en millones de euros. *Estimación Hosteltur.

Ávoris estudia pedir 200 millones de euros a la SEPI

El préstamo serviría para financiar el impacto de la COVID-19 en Ávoris en 2020 y 2021

Programa de pagarés

Por otra parte, la Junta de Accionistas de Barceló ha autorizado al Consejo de Administración a renovar el programa de pagarés, iniciado en 2014, para incrementar su liquidez para afrontar el impacto de la crisis del COVID-19, informó la compañía.

"El nuevo programa, que en una primera fase tendrá un importe de 200 millones de euros -cifra similar a la emitida en programas semejantes de financiación desarrollados en ejercicios anteriores, con gran éxito de demanda y ya amortizados en su totalidad- permitiría al grupo emitir hasta un importe máximo de 1.000 millones de euros en los próximos años", detalla la compañía.

"De esta forma, la compañía continúa **diversificando sus fuentes de financiación** y consolidando su solidez financiera con el apoyo de sus principales bancos, quienes han expresado ya su intención de colaborar de nuevo con Barceló para asegurar el éxito de estas iniciativas", ha añadido la compañía tras la presentación de sus resultados correspondientes al ejercicio 2019.



El nuevo turoperador de Barceló se llama LaCuartIsla

Especializado en viajes de larga distancia

El grupo Barceló presentará esta semana en Madrid el nuevo turoperador en cuyo proyecto ha estado trabajando el equipo de Gabriel Subías. Se llamará La Cuarta Isla (la marca, previsiblemente, será una sola palabra), y estará especializado en grandes viajes.

Tal y como ha venido informando este diario, el grupo Barceló va a lanzar al mercado un nuevo turoperador, con lo que vuelve a la integración vertical. El proyecto, encargado a Gabriel Subías, será presentado esta semana, coincidiendo con Fitur.

Según ha podido averiguar en exclusiva HOSTELTUR noticias de turismo, el nombre del nuevo turoperador es La Cuarta Isla, aunque es previsible que se comercialice con una sola palabra, LaCuartalsla.

Estará especializado en viajes de larga distancia, y entrará a competir directamente con otros turoperadores del perfil de Catai, Kirunna o Kuoni. Sus destinos preferentes serán América (tanto el sur como el norte, y no especialmente el Caribe), Asia, África y Australia.

Las programaciones se realizarán en vuelos regulares, mediante acuerdos preferenciales con varias compañías aéreas. LaCuartalsla aprovechará las sinergias de la joint venture de Viajes Barceló con National Geografic.



LeSki, a corto plazo, ampliará oferta con aventura y deporte

Barceló Viajes lanza un turoperador especializado en nieve

Barceló Viajes ha ampliado su división mayorista con una quinta marca de touroperación LeSki especializada en viajes de nieve, aventura y deporte. Se suma a la Cuartalsla, Jolidey, Quelónea y Leplan, además de un turoperador para costas.

De cara a la temporada de invierno, la nueva mayorista ha arrancado su actividad con programaciones de nieve a **Andorra, Pirineo Aragonés, Pirineo Catalán, Sierra Nevada, Pirineo Francés y Alpes Franceses, Austria, Suiza, Finlandia, Bulgaria, Estados Unidos y Canadá**. A corto y medio plazo, incorporará propuestas orientadas a vacaciones activas con viajes temáticos de aventura y deporte.



Especializado en el Disneyland Paris

Barceló lanza el nuevo turoperador LePlan

B Cruises inaugura su primera tienda en Barcelona

Constituye la segunda tienda de la nueva marca especializada en cruceros, tras la apertura de la de Madrid en noviembre

El nuevo espacio dispone de distintas zonas dedicadas a todas las navieras y personal especializado

"Esta segunda apertura, es un signo del crecimiento progresivo del segmento de cruceros ", afirma Enric Riera, director general Distribución



Seguirá especializado en los destinos de Iberia

Viva Tours vuelve al mercado de la mano de Viajes Barceló



La división de viajes del grupo Barceló tiene previsto relanzar Viva Tours, cuya marca compró a la administración concursal de Orizonia junto con las de Iberojet y Turavia, según ha sabido en primicia este diario. Estará especializado en productos asociados a los destinos de Iberia, al igual que en la anterior etapa de este turoperador.

El nuevo turoperador de **Viajes Barceló** que utilizará la restituida marca tendrá un perfil muy similar al que tenía cuando estaba en Orizonia, y anteriormente cuando lo lanzó Iberia hace 17 años. Viva Tours lanzará programaciones asociadas a los destinos de Iberia y el resto de aerolíneas de IAG, mediante un acuerdo con esa aerolínea. Saldrá al mercado coincidiendo con Fitur o a primeros de febrero.

En el caso de los destinos a Europa programará especialmente paquetes dinámicos, mientras que en los que viajes a América y otros continentes donde vuela Iberia contarán con una programación más compleja y empaquetada.

Cabe recordar que **Viva Tours** nació en 1998 de la mano de Iberia, que contaba con el 51%, y en cuyo accionariado estaban también Meliá (22%), Iberostar (15%) y Globalia (un 7%). El turoperador, cuya dirección general estaba en manos de Herminio Gil (mano derecha del presidente de Globalia, Juan José Hidalgo, en los 90) nacía con el objetivo de ser líder del mercado mayorista y con una plantilla de 300 profesionales.



Con todo el equipo del turoperador

Barceló compra Special Tours

En 2013, y tras la quiebra de **Orizonia**, integró el producto y equipo de **Condor Vacaciones**, iniciando su actividad de circuitos por Europa en el mercado emisor español. Special Tours facturó unos 120 millones de euros en 2014 y espera cerrar 2015 con unas ventas superiores a los **140 millones**.



Viajes Barceló espera que Special Tours le abra los mercados de Latinoamérica

Lo añade a su escudería de turoperadores

Barceló compra Catai

Catai facturará en el año en curso **105 millones de euros**, cuenta con una plantilla de **145 empleados**, su programación de viajes abarca los cinco continentes y entre sus destinos destacan: Sudeste Asiático, India, Estados Unidos, Perú, Costa Rica, Argentina, Escandinavia y sus viajes de Safari.

The screenshot shows the Catai Tours website homepage. At the top, there's a navigation bar with links for Destinos, Tipos de viaje, Ofertas, Catálogos, Consultanos, Red de agencias, Quiénes somos, and Vídeos CATAI. Below the navigation is a large banner image of a traditional boat with yellow sails in a bay surrounded by green mountains. To the left of the banner, text reads "Vietnam - Camboya" and "15 días desde 2.305 €". On the right side of the banner, there's a search form titled "Busca tu viaje" with fields for "Destino" (set to "A cualquier destino"), "Duración" (set to "cualquier duración /días/"), and "Presupuesto" (set to "todos los precios"). A "Buscar viajes" button is at the bottom of the form. At the bottom of the page, there's a footer section with the text "Catai Tours, turoperador creado en 1981 y especializado en Grandes Viajes. Hacemos tu viaje a la medida." and "Desde hace 30 años, Catai Tours ofrece a sus clientes viajes confeccionados a medida con servicios y alojamientos de calidad a destinos en los cinco continentes." To the right of the footer, there's a "Contáctanos" section featuring two people wearing headsets and a "Te ayudamos a planificar tu viaje" message.

B the travel brand abre su flagship en Madrid

La agencia de viajes del grupo Barceló, B the Travel Brand (nueva marca de Viajes Barceló desde esta primavera) ha inaugurado este jueves 10 de diciembre una flagship store en pleno paseo de la Castellana de Madrid, junto al hotel Miguel Ángel.

Esta apertura era un proyecto que ya anunció su director general, Enric Riera el pasado mes de mayo, durante la presentación de la nueva marca B the travel Brand. La nueva tienda, denominada B the travel brand Xperience, cuenta con dos plantas y un total de 800 metros cuadrados. La apertura ha supuesto una inversión de 600.000 euros, según señala a este diario el CEO del grupo Viajes Barceló, Gabriel Subías.

En total, desde mayo la inversión llevada a cabo para la implantación de la nueva marca "es de unos cinco millones de euros", añade Subías. Esta apertura se suma a la tienda Premium abierta en julio en la calle Alberto Alcocer, también en Madrid, y que suma a la marca B the travel brand también la del turoperador del grupo La Cuarta Isla. Está previsto que para 2016 Barceló habrá tiendas Premium en Barcelona, Valencia, Lisboa y Oporto.



Barceló tiene un acuerdo para quedarse con parte de Orbest y las marcas Viva Tours y Viajes Iberia

Más de 3.000 despidos

La conclusión de todo este proceso tiene como efecto final que más de 3.000 trabajadores del total de 4.500 que tenía Orizonia pierden su puesto de trabajo, y los proveedores del grupo se reparten una deuda sin cobrar de cerca de 200 millones de euros.

Entre los afortunados que conservan el trabajo se encuentra parte de las plantillas de Orbest y Vibo, que Barceló cifra en unos 800 empleos absorbidos. Más los 700 de la cadena hotelera Luabay que se queda Globalia.

Una vez conocido el desenlace y la falta de remedio a la desaparición de Orizonia, el objetivo de los representantes sindicales es que el proceso del **ERE** de extinción sea lo más rápido posible para que no se dilate el cobro del subsidio de desempleo. En cuanto a las indemnizaciones, todos cuentan con que la empresa podrá afrontar el pago de los más de **40 millones de euros** que van a suponer.

En este sentido, los sindicatos están seguros de que será el **FOGASA** el que cubra las indemnizaciones. De ahí la exigencia de celeridad en el proceso, dado que los trámites con el FOGASA son lentos y los pagos pueden retrasarse "entre seis y 10 meses", según señala un representante de UGT.



Barceló pagará 4 M € por las oficinas de Vibo

A las 22,00 de la noche de este jueves ha cumplido el plazo que tienen los bancos acreedores para oponerse a la operación de **Barceló** con **Orizonia**, sobre parte de **Orbest** y **Vibo**. La operación incluye el pago de un mínimo de 3,75 millones de euros por el traspaso de 155 oficinas de Vibo. Para los trabajadores de Orizonia lo más acuciante es tener la garantía de cobrar sus nóminas de febrero, que suman 6 millones de euros.

Tal y como publicaba este diario, Orizonia y su máximo accionista, Carlyle, han comunicado que han llegado a un acuerdo con Barceló por el que éste grupo asumirá 156 oficinas de Vibo y su personal. Asimismo, Barceló compra Orbest Portugal.

A este respecto, este diario ha podido averiguar de fuentes cercanas a Orizonia que Barceló pagará por el acuerdo sobre Vibo una cantidad variables con un mínimo de 3,75 millones de euros, por el que asumirá las mencionadas 155 tiendas de Vibo, salvo que el propietario del local se niegue. Asimismo, asumirá a los empleados de esas oficinas con subrogación empresarial.



Cuatro compañías se disputan República Dominicana

Evelop, la nueva aerolínea de Barceló, debuta con tres rutas

El Aeropuerto de Madrid-Barajas suma cuatro nuevas rutas transatlánticas

Toda la familia

El Aeropuerto Madrid-Barajas cuenta desde este fin de semana con cuatro nuevas conexiones al Caribe tras el debut de Evelop, la nueva compañía aérea del Grupo Barceló, operando tres rutas; y el estreno de la nueva conexión de Air Europa. Con ello, cuatro aerolíneas españolas se disputan República Dominicana.

Evelop ha debutado con destino al Caribe: el sábado inició operaciones con la ruta desde Madrid a Punta Cana, en República Dominicana. El domingo, puso en marcha la ruta a La Habana, Cuba; y este lunes, con Cancún, México.

Según ha informado Aena, las tres rutas han sido lanzadas con una frecuencia semanal, para un total de 36 movimientos, 18 salidas y 18 llegadas, en cada conexión, a lo largo de la temporada.



A los destinos de RIU donde programe chárter el grupo de Barceló

Ávoris y Riu cierran un amplio acuerdo de colaboración en Caribe y Asia

La agencia ofrecerá paquetes a través de laCuartalIsla y Quelónea

Barceló iniciará vuelos regulares a Mauricio en colaboración con Riu

La cadena cuenta con un resort en la isla



Acuerdo para República Dominicana, Jamaica y Cancún. El acuerdo está abierto a futuros destinos asiáticos

Iberojet unirá Evelop y Orbest bajo una marca alusiva a España y Portugal

Así, IberoJet absorberá todas las operaciones de Evelop y Orbest.

Iberojet desaparece como turoperador

Por otra parte, Iberojet que actualmente es la marca de uno de los turoperadores online del grupo, **dejará de ser utilizada para esas operaciones, por lo que se creará una nueva marca para el turooperador**, ya que, "IberoJet será la marca en exclusiva de la nueva aerolínea".

De momento, aún no se ha decidido bajo cuál marca se distribuirá el producto que en la actualidad comercializa Iberojet.



Iberojet lanza 25 rutas al Caribe y Centroamérica para este verano 2021

Iberojet, la nueva marca de las dos aerolíneas -antes Evelop en España y Orbest en Portugal- de Ávoris, la división de viajes del Grupo Barceló, ha anunciado este lunes 25 rutas a destinos del Caribe y Centroamérica desde Madrid y Lisboa, dentro de su nuevo programa para este verano 2021 (ver: Iberojet unirá Evelop y Orbest bajo una marca alusiva a España y Portugal).



Hace dos años la minorista cambió a B the travel brand

Viajes Barceló cambia de nombre y se llama Ávoris Reinventing Travel

*La división de viajes del **grupo Barceló** acaba de eliminar del todo el nombre de la familia propietaria. Si hace más de dos años la agencia de viajes minorista pasó a denominarse **B the travel brand**, ahora le toca a toda la división que deja de denominarse **Viajes Barceló** para pasar a llamarse **Ávoris Reinventing Travel**, según ha podido saber este diario.*

Por lo demás, todo sigue igual. Ávoris integra a la agencia B the travel brand y la división de turoperadores que cuenta con marcas como **Catai, Special Tours, Quelónea o Viva Tours**, el receptivo **Turavia** y la aerolínea **Evelop**.

The screenshot shows the homepage of the Avoris website. At the top left is the Avoris logo with the tagline "REINVENTING TRAVEL". To its right is a navigation bar with links: "Inicio" and "Nuestras Marcas". Below the logo is a vertical sidebar with a navigation menu:

- INICIO
- SOBRE NOSOTROS
- NUESTRAS MARCAS**
- DISTRIBUCIÓN
- PRODUCTO
- AÉREO
- RECEPTIVO
- CAJAS REGALO
- SOSTENIBILIDAD
- CONTACTO

At the bottom of the sidebar are language links: "ES" (selected), "EN", and "PT".

The main content area features a large image of a building facade with the "B the travel brand" logo. Below this is a section titled "Distribución" with the following text:

En el año 2015 las agencias de viaje del Grupo Barceló cambiaron su nombre, pasando a denominarse B the travel brand. Entre sus objetivos, una mayor orientación al cliente, así como un mejor posicionamiento en un mundo en permanente transformación.

Below this text is a smaller image showing a person's head and shoulders from behind, looking out over a vast desert landscape with sand dunes.

Dentro de su plan de expansión internacional

Ávoris entra en el emisor chino y norteamericano con Special Tours

Para su expansión en el mercado asiático y el comienzo de su actividad comercial en este territorio, Ávoris ha elegido China como país de partida. La compañía comenzará a ofrecer los circuitos de su turooperador **Special Tours**, especialmente adaptados al tipo de consumidor chino. Para esta misión, cuya base de operaciones se ha establecido en Shangái, Ávoris ha incorporado a **Miguel Ahn**, antiguo director regional para East Asia de Hotelbeds, como director regional para Asia, así como a **Xing Peng** como country manager para China.

Para la expansión en el mercado norteamericano se ha elegido Miami como punto de partida. **Special Tours** creará una programación 'ad hoc' de **circuitos y grandes viajes** dirigidos al **cliente latino residente en Estados Unidos**. En este caso y para liderar la expansión en Norteamérica Ávoris ha nombrado a **Patricia Alonso**, que cuenta con una amplia experiencia



Incluye la mayorista Rhodasol

Ávoris compra SERHS Tourism

10 MAYO. 2018

Twitter icon **Mediante este acuerdo, Ávoris se hará con el 100% del negocio turístico de SERHS**

Twitter icon **Con esta operación Ávoris incorporará a su cartera de productos una estructura de contratación vacacional con los cerca de 5.000 hoteles que posee SERHS**

Por otro lado, **Rhodasol** abastece a las principales agencias minoristas de España, Portugal y del mercado francófono. Su tecnología de distribución le permite dar un servicio diferencial a más de 11.500 clientes B2B nacionales e internacionales. La integración de SERHS Tourism en Ávoris se realizará manteniendo tanto la marca SERHS, por su liderazgo y reconocimiento a nivel nacional como internacional, como la plantilla y los equipos actuales.



Propiedades y participaciones de Barceló en empresas turísticas *



* Ver detalle de porcentajes en el cuadro adjunto.

BARCELÓ CORPORACIÓN EMPRESARIAL

ACCIONISTAS:

Familia Barceló - 100%

Barceló Gestión Hotelera S.L. 100%

First Choice Holidays PLC 21,3%

Barceló Internet SL 100%

Hotelnet B2B S.A. 10%

Barceló Crestline Corporación 100%

Viajes Barceló 100%

Mundo Social 25%
Viajes Interopa, S.A.
Viajes Aurora, S.A.
Barceló Business, S.A.
Escalada Viagens (Portugal)
Viajes Verger (Argentina)

Unión Hotelera Barceló S.L. 100%

Expansión Turística Barceló 99,33%
Participaciones: Gruber Hoteles S.L. 50%
Participaciones: Gruber Gestión Hotelera Integral S.L. 66,66%
Gruber Gestión Inversión Hotelera S.L. 66,66%





Barceló
HOTELS & RESORTS

Globalia y Barceló cierran el acuerdo para fusionar Halcón y Ávoris

La nueva sociedad estará participada al 50% por ambos grupos

● 22 NOVIEMBRE, 2019

Javier Hidalgo y Simón Pedro
Barceló "se implicarán
personalmente en el desarrollo del
negocio"

El nuevo grupo agrupará un
total de 36 marcas

Califican la fusión como "el punto
de partida para continuar
creciendo, desarrollando e
internacionalizando el proyecto
empresarial"

El nuevo grupo contará con una
plantilla de unos 6.200
trabajadores

Será la primera agencia de viajes
de España por facturación con
casi 3.700 millones de euros, por
delante de Viajes El Corte Inglés





Competencia autoriza la fusión entre Ávoris y Globalia

Control por Barceló

Los términos de la sociedad se mantienen en las mismas condiciones originales del acuerdo, con una participación del 50,5% por parte del Grupo Barceló y el 49,5% en el caso de Globalia. El control de la sociedad resultante recaerá en Barceló, como confirmaron ambas entidades en abril a la CNMC.

La primera noticia que se tuvo sobre la posibilidad de esta operación fue el pasado mes de octubre, según **Globalia y Barceló vuelven a intentar la fusión de sus áreas emisoras.** A falta de comprobar cómo se desarrollará la situación en la coyuntura actual, en la que los puntos de venta permanecen cerrados, las dos redes sumarían unas 1.500 agencias con **B the Travel Brand** y **Halcon Viajes**.

Además, en el canal online, el nuevo grupo contaría con cuatro marcas: **Tubillete.com**, **Iberojet**, **Vaivai** y **Wäy**. En el negocio de la turoperación, pasarán a estar bajo el mismo grupo las ocho mayoristas de Ávoris (**Catai**, **Quelónnea**, **Jolidey**, **Viva Tours**, **LePlan**, **LeSki**, **LeMusik** y **Special Tours**) y las cuatro de Globalia (**Travelplan**, **Marsol**, **Iberrail** y **Touring Club**).

En el ámbito de los receptivos, estarán incluidas las agencias **Turavia** y **Welcome Incoming Services**. Otras divisiones que formarán parte del grupo resultante serían las cajas de experiencia **Plan B** de Ávoris y el banco de camas **Welcomebeds** de Globalia.



Barceló
HOTELS & RESORTS

La fusión entre Ávoris y Globalia, en standby por la Covid-19

Barceló y Globalia harán una pausa en el proceso de fusión para retomarlo a partir de septiembre

Las partes han considerado aconsejable ralentizar el proceso y abordarlo cuando la situación esté más normalizada en el sector

La fusión supondrá sumar unos 1.500 puntos de agencias de viajes, sus turooperadores, receptivos y marcas online

A pesar de que las compañías habían anunciado que en el plazo de un mes anunciarían aspectos más concretos de la fusión, finalmente la situación creada por el efecto de la Covid-19 ha aconsejado aplazar la determinación de los detalles de esta ambiciosa operación





Ávoris y Globalia ratifican su fusión

⌚ 18 DICIEMBRE, 2020

Twitter icon **La fusión entre las divisiones de viajes emisoras de Globalia y el Grupo Barceló, Ávoris Reinventing Travel, ha sido firmada**

Twitter icon **El acuerdo incluye a las aerolíneas Evelop y Orbest además de las 1.500 agencias de Halcón y B the Travel Brand**

Twitter icon **Ante el impacto de la COVID, la operación ha necesitado del apoyo gubernamental a través de un préstamo del SEPI**

La idea original era que la empresa resultante de la fusión fuera "un ente independiente" **controlado al 50,5% por Barceló y al 49,5% por Globalia.**

El nuevo grupo, con una facturación anual conjunta en 2019 de 4.000 millones, una plantilla de 6.200 empleados y 1.500 puntos de venta, es líder en la creación de producto y en la distribución de viajes en España, por delante del actual número uno, Viajes El Corte Inglés.





Barceló
HOTELS & RESORTS

Vicente Fenollar presidirá la empresa que nace de la fusión Ávoris-Globalia

María José Hidalgo será la vicepresidenta



El consejo de administración contará con cinco miembros, de los que tres son de Barceló y dos de Globalia

De ellos, los tres consejeros de Barceló serán junto a Vicente Fenollar, Antonio Oliver y Raúl González, CEO de Barceló Hotel Group para EMEA. Por su parte, del grupo de la familia Hidalgo, junto a la propia María José Hidalgo estará Miguel Ángel Sánchez, director general de Globalia y responsable económico-financiero de esta compañía

Miguel Ángel Sánchez, CEO del nuevo grupo Ávoris-Globalia



Miguel Ángel Sánchez ha sido hasta ahora director general y responsable económico-financiero de Globalia.

Edición España. Se canalizará a través de un préstamo participativo por 163 millones y de otro ordinario por 157 millones

El Gobierno autoriza el crédito de 320 M € al grupo de Ávoris y Globalia

Habrá un observador con voz y sin voto en el consejo de administración

Así será el nuevo grupo turístico de Globalia y Barceló

Tendrá la mayor división de producto turístico del mercado español con 17 marcas de turoperación





Barceló
HOTELS & RESORTS



Universidad
de Huelva

Prof. Dr. Manu Martínez López - Dpto. Dirección de Empresas





Barceló
HOTELS & RESORTS







La fusión de Halcón y Ávoris superará a Viajes El Corte Inglés en ventas

El grupo resultante sumará unas 1.500 agencias de viajes en España y Portugal

De fructificar las negociaciones, nacerá una división de turoperación con 12 marcas diferentes

Ambas empresas tendrán una plantilla muy por encima de los 5.000 trabajadores



“En España hay dos grandes grupos en el mercado de viajes, liderados por El Corte Inglés y Ávoris. El resto juega en otra división, con todo el respeto y, en algunos casos, amistad y admiración. En España el proceso de concentración de viajes ya se ha producido y hay dos claros ganadores. ¿Con miras de salir a Bolsa? El futuro no está escrito”

España, sin grupos verticales tras la operación de Globalia y Barceló

La unión de Ávoris con Halcón-Travelplan constituirá el mayor grupo turístico de España, pero sin hoteles

 Frente al fracaso de la integración vertical en el turismo, destaca el éxito de la especialización representada por Viajes El Corte Inglés

 El otro gran grupo turístico del mercado español será Wamos pero tampoco contará con hoteles propios

Triunfa la integración horizontal

Frente al **alcaído modelo de gestión vertical**, la fórmula que en la actualidad goza de un éxito indiscutible en el turismo español es el de la **integración horizontal**, con empresas especializadas exclusivamente en uno de los segmentos de la cadena, ya sean hoteles o transporte, donde España tiene compañías pioneras internacionales, como Meliá Hotels International, NH Hotel Group o Iberia.

En el ámbito de las agencias de viajes, la especialización parece que también ha ganado la partida al concepto de integración vertical

Un claro ejemplo de ello ha sido el éxito indiscutible del modelo de Viajes El Corte Inglés, que se ha mantenido como la agencia líder en España tras 50 años de actividad dedicada exclusivamente a la venta y organización de viajes y sólo ha podido ser desbancada de su posición hegemónica precisamente con la unión de las divisiones de viajes de Globalia y Barceló.



Barceló
HOTELS & RESORTS

