

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	11
CAPÍTULO 1	
Sol Meliá: grupo líder que cotiza en Bolsa	17
1.1. Situación actual	17
1.2. Crecimiento e internacionalización de Sol Meliá	20
1.2.1. Crecimiento de Sol Meliá	20
1.2.2. Proceso de internacionalización de Sol Meliá	22
1.2.2.1. América	26
1.2.2.2. Europa	27
1.2.2.3. Asia, Oriente Medio y África	28
1.3. Negocio hotelero versus patrimonial-inmobiliario	28
1.4. Resultados del negocio inmobiliario-hotelero	30
1.5. Proyectos de futuro	33
1.6. La importancia de América Latina y el Caribe en el proceso de internacionalización de Sol Meliá	36
1.7. Régimen de explotación	39
1.8. Marcas	41
1.9. El socio de Sol Meliá: Caja de Ahorros del Mediterráneo (CAM)	42
1.9.1. Participación en empresas del sector turístico	43
1.9.2. Participación en proyectos hoteleros-inmobiliarios en el exterior	43
1.9.3. Hansa Urbana y CAM	45
1.10. Principales estrategias de Sol Meliá	46
1.11. Anexo	48
CAPÍTULO 2	
Barceló: Sociedad Holding de propiedad familiar	53
2.1. Situación actual	53
2.2. División hotelera	55
2.3. División de viajes	56

2.4. Crecimiento e internacionalización de Barceló	58
2.4.1. Crecimiento de Barceló	58
2.4.2. Proceso de internacionalización de Barceló.	60
2.4.2.1. América	63
2.4.2.2. Europa	66
2.4.2.3. Asia y África	67
2.5. Proyectos de futuro.	67
2.6. La importancia de América Latina y el Caribe en el proceso de internacionalización de Barceló.	73
2.7. Régimen de explotación	76
2.8. Marcas	78
2.9. Principales estrategias de Barceló	79
2.10. Anexo	81

CAPÍTULO 3

Riu: El socio español de TUI.	83
3.1. Situación actual	83
3.2. Proceso de internacionalización de Riu.	85
3.1.1. Continente americano	87
3.2.2. Europa y Norte de África.	89
3.3. Proyectos de futuro.	91
3.4. Importancia de América Latina y El Caribe en el proceso de internacionalización de Riu	92
3.5. Régimen de explotación	98
3.6. Marcas y anagramas.	99
3.7. El socio de Riu: TUI	99
3.7.1. Situación actual de TUI.	99
3.7.2. Un poco de historia de TUI.	103
3.8. Principales estrategias de Riu.	106
3.9. Anexo	108

CAPÍTULO 4

Iberostar Hotels & Resorts: El socio español de Thomas Cook	113
4.1. Situación actual	113
4.2. División de receptivo	116
4.3. División hotelera	116
4.4. Proceso de internacionalización de Iberostar	120
4.4.1. América Latina y El Caribe	122
4.4.2. Cuenca Mediterránea.	125
4.5. Proyectos de futuro.	127
4.6. Importancia de América Latina y El Caribe en el proceso de internacionalización de Iberostar.	129

4.7. Régimen de explotación	136
4.8. El socio de Iberostar: Thomas Cook	137
4.8.1. Situación actual de Thomas Cook	137
4.8.2. Thomas Cook: un poco de historia	141
4.9. Principales estrategias de Iberostar	143
4.10. Anexo	145
CAPÍTULO 5	
Marsans y Globalia: conglomerados empresariales turísticos entran en el negocio hotelero	149
5.1. Marsans	149
5.1.1. Situación actual	149
5.1.2. División aérea: Air Comet	151
5.1.3. Operadores turísticos y agencias	152
5.1.4. Proceso de internacionalización: Expansión hotelera	153
5.1.5. Clubes de vacaciones	155
5.1.5.1. Resort Condominius Internacional (RCI)	155
5.1.5.2. Asociación de Hotetur Hoteles con RCI	158
5.1.6. Marcas	160
5.1.7. Importancia de América Latina y El Caribe en el proceso de internacionalización hotelera de Marsans	160
5.1.8. Proyectos de futuro	164
5.1.9. Régimen de explotación	164
5.1.10. Principales estrategias de Marsans	164
5.1.11. Anexo	166
5.2. Globalia	166
5.2.1. Situación actual	166
5.2.2. Proceso de internacionalización: Expansión hotelera	169
5.2.3. El socio de Globalia: Fadesa	173
5.2.4. Importancia de América Latina y el Caribe en el proceso de internacionalización hotelera de Globalia	177
5.2.5. Régimen de explotación	181
5.2.6. Marcas	181
5.2.7. Principales estrategias de Globalia	182
5.2.8. Anexo	183
Principales conclusiones	185
Bibliografía	193