vinetur

# Barceló entra en el Top 50 de Merco tras subir 71 puestos

La hotelera alcanza el puesto 49 y se coloca entre las tres empresas turísticas mejor valoradas de España

martes 7 de julio de 2026




Barceló Hotel Group ha entrado por primera vez entre las 50 compañías con mejor reputación corporativa de España al alcanzar el puesto 49 en la 26.ª edición de Merco Empresas. La compañía mejora 71 posiciones respecto a la edición anterior y firma así su mejor resultado histórico en este monitor, además de situarse entre las tres empresas turísticas mejor valoradas del país.

La clasificación se ha conocido este martes, 7 de julio, y refuerza la posición de la división hotelera del Grupo Barceló dentro del panorama empresarial español. La empresa vincula este avance a una estrategia basada en la gestión a largo plazo, la innovación, el desarrollo del talento y la creación de valor para clientes, empleados, inversores, socios y comunidades locales.

Raúl González, CEO EMEA de Barceló Hotel Group, afirma que la entrada en el Top 50 y la posición entre las tres compañías turísticas con mejor reputación de España suponen un reconocimiento al trabajo de las 38.682 personas que forman parte del grupo. El directivo sostiene que ese resultado refleja la solidez del proyecto empresarial, apoyado en una gestión responsable y en una cultura que sitúa a las personas en el centro de las decisiones.

Merco Empresas evalúa en esta edición a las 200 compañías con mejor reputación de España mediante una metodología que integra siete evaluaciones, 29 fuentes de información y 64.764 encuestas. En ese proceso participan directivos, analistas financieros, académicos, periodistas especializados en información económica, organizaciones sociales, sindicatos, asociaciones de consumidores, empleados y ciudadanía.

El monitor incorpora también indicadores objetivos de desempeño empresarial para contrastar la percepción reputacional con la gestión real de las compañías. A ello se añade el análisis de 1.048.936 menciones y conversaciones digitales en canales propios, medios digitales, redes sociales e influencers. Según informa Barceló Hotel Group, el proceso y los resultados son revisados de forma independiente por KPMG de acuerdo con la norma ISAE 3000.

La compañía considera que este avance respalda un modelo empresarial centrado en la excelencia operativa, la innovación y una visión responsable del crecimiento. También entiende que la mejora en el ranking refleja la confianza depositada por clientes, empleados, expertos, inversores y la sociedad.

Barceló Hotel Group es la división hotelera del Grupo Barceló, una empresa familiar turística fundada en 1931 en Mallorca y todavía propiedad de la familia Barceló. En la actualidad, es el segundo grupo hotelero de España por número de habitaciones y

figura entre las 30 mayores cadenas hoteleras del mundo, con 288 hoteles y más de 65.000 habitaciones repartidas en 30 países de Europa, América, África y Oriente Medio.

Su cartera se comercializa bajo cuatro marcas: Royal Hideaway Hotels & Resorts, Barceló Hotels & Resorts, Occidental Hotels & Resorts y Allegro Hotels. Esa oferta incluye hoteles urbanos, resorts con todo incluido y establecimientos boutique de lujo. En Estados Unidos, opera a través de su filial Crestline Hotels & Resorts, una empresa independiente de gestión hotelera que supervisa propiedades en todo el país.

El grupo cuenta con más de 40.800 profesionales y desarrolla su estrategia de sostenibilidad bajo la marca Barceló ReGen. Según explica la empresa, esa hoja de ruta busca reducir el impacto medioambiental de sus hoteles y reforzar su aportación económica y social en los destinos donde opera. El Grupo Barceló es además propietario de Ávoris, que la compañía define como la empresa de viajes líder en España.