

## LECTURA PARA TEMA 5:

### Surgen nuevos cargos para cada firma

# Accor reorganiza su estructura en Europa por marcas

## En búsqueda de una mayor especialización

FUENTE: HOSTELTUR (6/12/2012)

**Accor** reorganiza su estructura de operaciones en **Europa**, pasando de una organización por países a una **organización por marcas**, con el objetivo de satisfacer a sus clientes internacionales. Así lo ha explicado a **HOSTELTUR noticias de turismo** el director general para España del grupo, **Juan Carlos Delgado**.

De esta manera, se ha designado un director de Operaciones o COO (Chief Operations Officer) por marca a nivel Europa (exceptuando Europa del Este), aparte de los directores generales dentro de cada una de ellas para cada región: **Europa del Norte (Reino Unido, Irlanda, Bélgica, Luxemburgo y Holanda)**, **Francia**, **Europa del Sur (Portugal, España, Italia, Grecia, Israel y Croacia)** y **Europa Central (Alemania, Austria y Suiza)**. Estas cuatro regiones representan un 50% de la red mundial de Accor, con casi 2.000 hoteles (1.974 concretamente) y 215.200 habitaciones.



Pullman, al igual que las otras marcas de Accor, cuenta con su propia dirección para Europa.

Para la marca **Pullman** (con 25 hoteles y 7.000 habitaciones en Europa) se ha nombrado director de Operaciones a **Christophe Vanswieten**. **Jean-Paul Philippon** será el máximo responsable de la **Novotel** y **Suite Novotel** en Europa (que suman 250 hoteles y 40.000 habitaciones), mientras que **Christophe Alaux** ocupará el cargo homólogo para **Mercure** y **MGallery** (con 500 establecimientos y 56.000 unidades). **Peter Verhoeven** será en el continente europeo quien dirija la familia **Ibis** (1.200 hoteles y 110.000 habitaciones), la de mayor importancia para la cadena en España. Se da la circunstancia de que dentro de esta organización, el mismo Juan Carlos Delgado ha sido nombrado director general para Ibis en Europa del Sur, compaginando este cargo con el director general de Accor para España.

“Ahora mismo es necesario tener **equipos que sean especialistas de su segmento**, más conocedores de su producto, menos generalistas, más centrados en su marca”, afirma Delgado.

La iniciativa realizada con la marca **Sofitel** con la creación de un equipo dedicado a ella ha servido a la compañía de experiencia para poner en marcha esta nueva estructura.

Delgado ha explicado que en línea con el **modelo de negocio** por el que está apostando la compañía, más light, con menos propiedades y alquileres, y **más franquicias** (400 en Europa) o gestión, es muy importante “el hecho de **poder garantizar que se respetan los valores de la empresa en una red de hoteles que no son siempre de nuestra propiedad**”.

Esta estructura ofrece además nuevas oportunidades de **desarrollo profesional** a sus empleados. Juan Carlos Delgado ha querido aclarar que el cambio no implica reducción alguna de plantilla, sino que puede generar un cambio de responsabilidades.



Accor reorganiza su estructura en Europa por marcas.

Teniendo en cuenta el entorno actual de la industria hotelera, en la toma de esta decisión han influido una serie de factores: expansión, distribución, marcas, responsabilidad social corporativa y recursos humanos.

Y es que vivimos en “un mundo de gran competencia” en el que “la distribución electrónica cobra cada vez más importancia” y en el que “la notoriedad de las marcas es fundamental para tener más peso de cara a los distribuidores”. Hay que tener también en cuenta que los clientes, cada vez más, eligen sus hoteles conforme a su compromiso medioambiental. Delgado ha resaltado que la compañía es una de las que mayor ámbito geográfico abarca, siendo una de las dos primeras en Asia y líder en Latinoamérica.

### **Estrategia en resto del mundo**

Esta iniciativa se ha desarrollado en **Europa Occidental** ya que representa el volumen de negocio, un 70%, más importante del grupo, aunque en el futuro podrían evolucionar las distintas zonas hacia este modelo.

En cuanto a la organización en **Europa del Este**, un mercado de fuerte crecimiento para la compañía, Delgado ha explicado que sigue siendo multimarca porque es una agrupación de pequeños países que todavía no puede soportar este tipo de estructura, aunque es probable que **se adhiera a esta organización en un plazo de uno o dos años**.

La misma dispersión hace que también la estructura multimarca continúe siendo la más pertinente en **África y Oriente Medio y Asia**.

En **Latinoamérica** hay una organización que de cierto modo es multimarca, pero también con directores de marca, ya que por ejemplo hay un director general Ibis que cubre todo el continente. Por lo tanto Delgado opina que aunque hoy es una entidad en sí misma **va a evolucionar poco a poco hacia este modelo**.

**Tags:** [Accor Hotels](#), [Mercure Hoteles](#), [Sofitel Hoteles](#), [Europa](#), [nombramientos hoteles](#), [Juan Carlos Delgado](#), [marcas hoteleras](#), [Gestión hotelera](#), [Pullman](#), [hoteles Europa](#), [Ibis Budget](#), [Ibis Styles](#), [MGallery](#), [Ibis](#), [Novotel](#), [Christophe Vanswieten](#), [Suite Novotel](#), [Jean-Paul Philippon](#), [Christophe Alaux](#), [Peter Verhoeven](#).