



# Curso de verano para invertir en Bolsa

HOY

Fuera de Serie

Entrevista con Ignacio Garralda



# Expansión

Sábado 30 de junio de 2018 | 2,50€ | Año XXXII | nº 9.689 | Segunda Edición

www.expansion.com

## RÁNKING DE BOLSA Y FONDOS AL CIERRE DEL SEMESTRE

# Valores para ganar en vacaciones



Ocho compañías de la Bolsa encajan en las expectativas de los inversores más reticentes a asumir riesgos en la época estival. En el Ibx, Repsol, Merlin Properties, Ferrovial y Acerinox, junto a Ebro Foods, Ence, Logista y Catalana Occidente son buenas opciones para sacar jugo a la Bolsa y rentabilizar las vacaciones. Son valores sólidos y atractivos. **P4-5 Inversor**



### EL MAPA DE LA VIVIENDA

Los pisos suben más de un 18% en Madrid

Los precios por ciudades

P20-21

México se la juega en las urnas P2 y 26-27

Expansión & EMPLEO  
Qué fisgan los reclutadores cuando entran en nuestras redes P1-2

## 27 empresas suben en Bolsa más de un 20% este año

P6-7 Inversor/LA LLAVE



Juan Manuel Serrano presidirá Correos.



Isaias Táboas, presidente de Renfe.



José A. Fernández Gallar, CEO de OHL.



Óscar Vela, consejero delegado de Áreas.

## Oleada de cambios en las cúpulas empresariales

Importantes relevos en el sector público y el privado **P2-3 F&S**

idealista

haz caso a tu intuición

TEATRO REAL



DIRECTIVOS EN VERANO

EL MIÉRCOLES

MENSUAL DE BOLSA

EL PRÓXIMO SÁBADO

LAS 100 EMPRESAS QUE CREAN EMPLEO

P7, 19 y 45



DE CERCA | **Lindsey Ueberroth**

Presidenta y CEO de Preferred Hotels &amp; Resorts

## “Ganar no implica que haya un perdedor”

Su padre, uno de los hoteleros míticos de EEUU, le dejó valores como el respeto y la llave del grupo de hoteles independientes más grande del mundo.

Nerea Serrano, Madrid

En 1968, doce hoteleros norteamericanos fundan Preferred Hotels Association con el objetivo de crear una organización de referencia para hoteles independientes que compartían unos estándares y valores. Es en 2004 cuando John Ueberroth, expresidente de Carlson Travel Group y una de las figuras más reconocidas en el sector turístico de Estados Unidos, se convierte en el principal accionista del grupo y toma las riendas de una compañía donde actualmente trabajan su mujer y sus dos hijos. Con él en segunda línea, su hija Lindsey Ueberroth (California, 1975) es la presidenta y consejera delegada de Preferred Hotels & Resorts. La directiva lidera un grupo con 700 hoteles en 85 países, 50 años de historia y grandes retos de futuro.

– **Muchos de los asiduos a los hoteles de lujo se han alojado en alguno de sus establecimientos, pero quizá sin darse cuenta de que era un hotel Preferred. Como selló, ¿es mejor quedarse en la sombra?**

En un mercado de viajes tan saturado, los hoteles deben tener una fuerte presencia de marca. Nuestro grupo ha estado llevando a cabo en los últimos años una gran campaña de crecimiento para posicionar a la enseña. Las relaciones con los hoteleros y las experiencias que éstos ofrecen siguen siendo nuestra prioridad, pero nos hemos centrado también en la transición de un modelo empresarial multimarca a una enseña principal. Mi reto es convertir el logo de la piña en un símbolo reconocible a nivel internacional.

– **La industria hotelera está en continuo cambio, ¿cuál es la estrategia para mantenerse?**

Nos enfrentamos a retos como el incremento de las grandes cadenas hoteleras en el mercado, la consolidación de agencias de viajes online y otros servicios tecnológicos y las crecientes alternativas de plataformas como Airbnb. La buena noticia es que esos desafíos nos dan la oportunidad de demostrar nuestra posición en el mercado.

– **¿Cómo encaja la transformación digital en un negocio tan de detalle como la hotelería de lujo?**

En vez de invertir en bienes raíces,

“Algunos de nuestros mejores hoteles están en España. Finca Cortesín, Monument, Villa Padierna o el Wellington”

“Mis padres me han enseñado a ser humilde y a que trabajar duro es tan importante como disfrutar de la vida”

“¿Vender la empresa? Nos han contactado muchas veces pero la respuesta ha sido y será siempre la misma: no”

invertimos en personas, innovación, tecnología y propiedad intelectual. Nosotros adoptamos las plataformas digitales y los programas que nos permitan una ventaja frente a nuestros competidores.

– **¿Cómo de importante es España para el grupo?**

El mercado español es clave para nuestra estrategia en Europa, como uno de los destinos desatados para viajes de placer y de negocio. Estamos en continua búsqueda de oportu-

nidades para expandir nuestra oferta hotelera alrededor del país. Entramos en España en 1990 y hoy representamos a 32 hoteles, lo que supone nuestro segundo portfolio más grande en Europa, después de Italia. – **¿Cree que España es un referente en los hoteles exclusivos o nos queda trabajo por hacer?**

Algunos de los mejores hoteles de nuestra colección global están en España. Por ejemplo, Finca Cortesín en Casares (Málaga); Monument Hotel en Barcelona, el Wellington en Madrid o Villa Padierna en Marbella.

– **En Preferred ya no se categoriza a los hoteles por estrellas o niveles. ¿Eso se ha quedado desfasado?**

Nosotros nos dividimos por colecciones porque encajan mejor con las necesidades del viajero actual, para quien el lujo no siempre significa cinco estrellas.

– **¿Los omnipresentes ‘Millennials’ también van a los hoteles caros?**

Cada vez es más difícil encasillarlos como un tipo de viajero con necesidades únicas. Algunos están en la treintena y ganan altos salarios y, además, los viajes multigeneracionales van en aumento y son los Millennials los que hacen todas las búsquedas y determinan los lugares a los que su familia debería viajar. Puede que ellos no tengan el dinero para pagar una estancia de lujo, pero influyen en sus padres, que sí lo tienen.

– **Hablando de generaciones, en su**



Lindsey Ueberroth tiene en su lista de viajes pendientes Islandia y Patagonia.

**empresa conviven la de sus padres con la de su hermano y usted. ¿Cómo es trabajar con la familia?**

El hecho de trabajar con ellos me ha reafirmado en los principios que me han inculcado: la integridad, el ser honesta, humilde y apostar por la diversidad. Para nosotros trabajar duro es tan importante como disfrutar de la vida.

– **Su padre es muy reconocido en la industria. ¿Algún consejo que le haya dado para liderar Preferred?**

Ha sido un ejemplo para mí. Sus consejos siempre han sido directos y sencillos, como el de que hay que dedicar más tiempo a escuchar que a hablar, puesto que tenemos dos oídos y una sola boca. También a no tener miedo a hacer preguntas aunque puedan parecer estúpidas, a pensar a largo plazo y a tratar a los demás con justicia y respeto porque para ganar no hace falta que haya un perdedor. – **Valores, responsabilidad, empresa familiar... Parecen palabras de mucho peso.**

Dirigir el negocio familiar no es un peso, es un honor. Siento la necesidad de continuar el legado que mis padres han construido y el deseo de mantener el negocio es un factor clave para mí.

– **¿Y cree que el deseo de vender el grupo anidará alguna vez en usted?**

Nos han contactado muchas veces para comprarnos, pero estamos orgullosos de lo que hacemos y del negocio que estamos construyendo, así que la respuesta siempre será no.

– **Por cierto, ¿por qué su logo es una piña?**

La piña es un símbolo internacional de hospitalidad que, según se dice, se remonta al Caribe precolombino. Todavía hay quien lo tiene a la entrada de su casa como símbolo de hospitalidad.



### FOTO DE FAMILIA

Los Ueberroth trabajan juntos en Preferred Hotels & Resorts. De izquierda a derecha, John, patriarca y director ejecutivo; Lindsey, presidenta y consejera delegada; Gail, vicepresidenta y directora creativa; y Casey, miembro del consejo de dirección. “Cuando nos juntamos solemos hablar de negocios, aunque nos esforzamos en que no consuman todo nuestro tiempo”, dice la CEO.