

Las joyas de la Bolsa

Para elegir las acciones más atractivas puede fijarse en los **BENEFICIOS**, los **DIVIDENDOS**, el **VALOR CONTABLE**, su **POTENCIAL** y las **RECOMENDACIONES** de los analistas. Aquí están las mejores de cada criterio

PÁGINAS 10 A 15
EDITORIAL EN LA PÁGINA 8



SUMARIO

EMPRESAS

Telefónica baja el beneficio un 56% pero mantiene el dividendo

PÁGINA 3

ECONOMÍA

España aspira a crear 1,8 millones de empleos hasta 2019

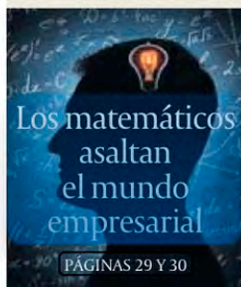
PÁGINAS 6 Y 7

5D

Parques Reunidos cede un 4,8% en su vuelta a la Bolsa

PÁGINA 21

DIRECTIVOS



Los matemáticos asaltan el mundo empresarial

PÁGINAS 29 Y 30



31 PHILIPP WEGMANN:

"España necesita más HOTELES de cinco ESTRELLAS"

39 La COCINA sigue viva en el CLUB 31

La gran banca gana el 23% menos por los tipos cero

- Bankia reduce un 3,3% el beneficio y abre el debate para subir el precio del crédito
- Popular también blinda, como BBVA, sus nuevos préstamos para no pagar por ellos

PÁGINAS 16 A 18



La Bolsa cierra en rojo la semana de los resultados

PÁGINAS 20 Y 21

idealista

dibuja dónde quieres vivir



TEATRO REAL

Philipp Weghmann

Vicepresidente para Europa de Preferred Hotels & Resorts

Trabaja para una de las mayores plataformas de reservas de hoteles independientes del mundo, que representa a 650 establecimientos en 85 países. Factura mil millones de euros

“España necesita más hoteles de cinco estrellas”

PAZ ÁLVAREZ Madrid

Es licenciado en Administración y Dirección de Hoteles por la Escuela de Hostelería de La Haya. Philipp Weghmann, nacido en Colonia (Alemania) hace 37 años, comenzó a trabajar en Preferred Hotels & Resorts en 2006 como director regional para la península Ibérica y el Mediterráneo. Más tarde ejerció como director general para Latinoamérica y el Caribe. El año pasado regresó a Barcelona, desde donde dirige los 200 hoteles que el grupo gestiona en Europa.

PREGUNTA. ¿Qué ofrece Preferred Hotels & Resorts que no ofrezcan otras plataformas de reserva de hoteles?

RESPUESTA. Es de las pocas plataformas donde se encuentran ciertos hoteles y experiencias independientes. Todos los establecimientos han pasado una auditoría interna, de manera que ofrece muchas garantías. Existen otras colecciones que trabajan en un nicho concreto; por ejemplo, las hay centradas en temas como la restauración y la gastronomía. Nuestro catálogo ofrece una mezcla de alto lujo con una colección donde la experiencia no es tan cara, de manera que un mismo viajero con alto poder adquisitivo puede vivir diferentes situaciones.

P. ¿Cómo realizan las auditorías?

R. Efectuamos una inspección física de la que se encarga una empresa externa que examina las instalaciones. Evaluamos los establecimientos según 1.500 estándares, que son los que exigimos para estar en Preferred. También analizamos las opiniones que los viajeros vierten en las redes sociales, de unas 80 plataformas online. En función de todo esto estudiamos los resultados, porque nuestra gran preocupación es vigilar la calidad de los hoteles. Esto también ayuda a los establecimientos, que una vez al año tienen una fotografía limitada, donde unas veces sale bien y otras no.



“

Cuando llegue Four Seasons a Madrid le dará publicidad a la ciudad. Tiene posibilidades de crecer”

“El segmento del viaje de negocios, después de la crisis económica, se está recuperando”

P. ¿Qué requisitos debe tener un hotel para pertenecer a Preferred?

R. En primer lugar, el estado general del hotel, si está limpio..., pero también nos fijamos en el servicio. Nuestros criterios son muy exigentes. Por ejemplo, cuando se llama a recepción el teléfono no puede sonar más de dos veces, no se puede coger a la décima llamada.

P. ¿Hay buen nivel hotelero en España?

R. Es un destino turístico de importancia mundial, de los países más visitados. España tiene la ventaja de que tiene muchos destinos dentro de un mismo país. Tiene un turismo de ciudad muy sano, como en Barcelona, en Madrid -destino este último que ha hecho un trabajo muy importante en los últimos años-, Valencia, Sevilla, Bilbao y Palma, ciudad que cuenta con muchos vuelos directos. Y luego están los resorts de costa, donde no hay tanto lujo, el nivel está por debajo de la media de otros países.

P. ¿Habrá excepciones?

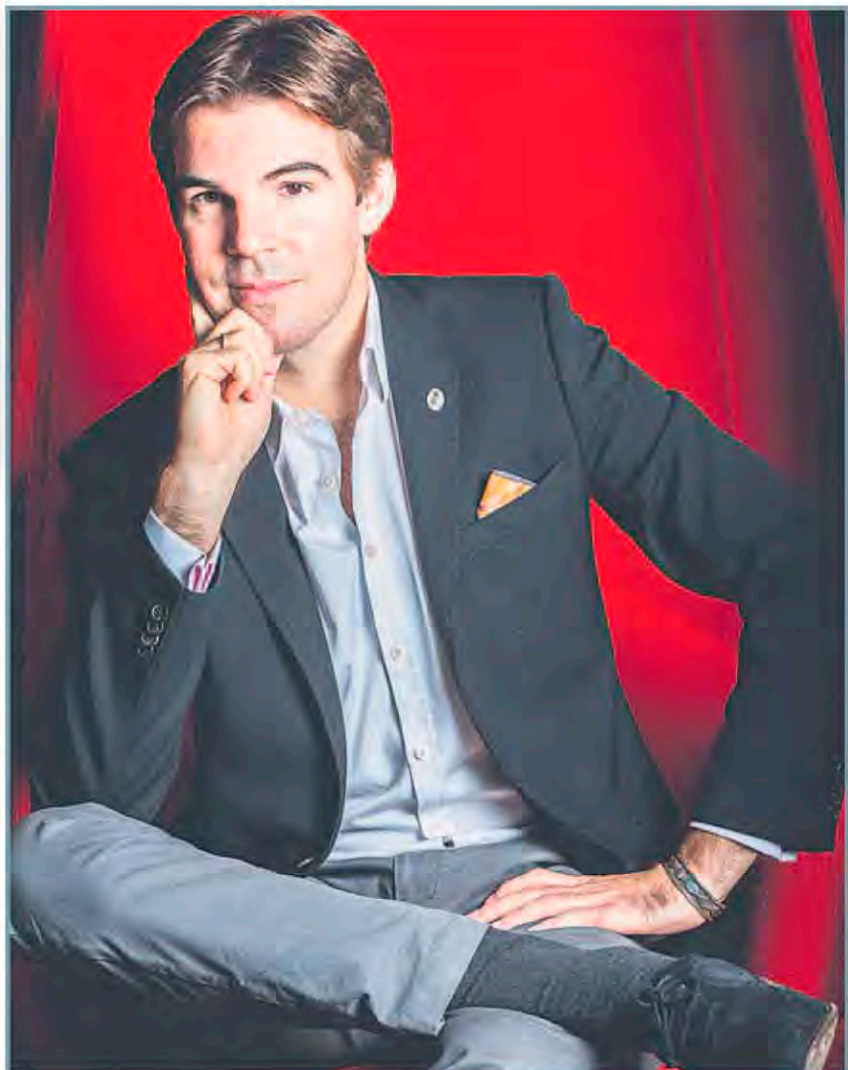
R. Sí, Finca Cortesin, en Marbella, es de los mejores, tiene un gran nivel.

P. Decía que Madrid había realizado logros en los últimos años, ¿con la llegada de Mandarin Oriental y Four Seasons será una plaza de primer nivel?

R. Madrid no está acabada, tendrá hoteles importantes. Cuando llegue Four Seasons le dará mucha publicidad a la ciudad y se reducirá el gap que existe entre Madrid y Barcelona. Por ejemplo, para EE UU, dentro del sector de lujo, Barcelona es el destino que se relaciona con España. Madrid tiene posibilidades de crecer.

P. Con la crisis, el viaje de negocios se resintió, ¿se está recuperando?

R. Tenemos una colección de hoteles más asequibles, con los que trabajamos con muchas multinacionales. En el 50% de nuestros hoteles de ciudad el viajero que tenemos es de negocios. Es un segmento que se ha recuperado,



“Lujo es una televisión en la bañera”

PREGUNTA. ¿Qué le pide el cliente a un hotel?

RESPUESTA. La gente que busca un hotel independiente huye de las cadenas, prefiere lo auténtico, un vínculo con el destino. Los hoteles independientes suelen estar ubicados en edificios históricos y regentados por una familia local. Suelen ser interesantes, sobre todo para los viajeros internacionales.

P. ¿Qué es el lujo?

R. Es algo muy personal, pero en cuanto a hoteles, el lujo es vivir una experiencia diferente a la que se tiene en casa. Muchos clientes tienen casas muy bonitas, pero siempre hay que intentar sorprenderles. Por ejemplo, recientemente

he estado en el Hotel The Wellesley, de Londres, y me ha sorprendido la televisión en la bañera o, por ejemplo, el champú de la firma Hermès, que no se vende al público pero que se puede disfrutar en un hotel. Son detalles que te hacen sentir bien.

P. ¿Cuáles son los destinos preferidos por el viajero español?

R. En general, Irlanda y Escandinavia tienen mucho éxito. Praga también está viviendo su momento de esplendor, con una oferta hotelera y gastronómica interesante. El mercado español ha vuelto a ponerse de moda, como Lisboa y Oporto. Ciudad de México está cada vez mejor...

con un crecimiento de ingresos en nuestra cartera global del 14% en la Península. Ahora tenemos otras amenazas, como el terrorismo, en países como Turquía o Marruecos. Por ejemplo, a Bruselas se sigue viajando por negocios, los que van menos son los turistas de ocio. Cuando sucede un acto terrorista, ese destino tarda tres o cuatro meses en recuperarse. París está saliendo ahora del atentado de noviembre. Todo esto beneficia a España y Portugal, porque los europeos del norte están reservando ahí. Este verano habrá un volumen de turistas interesante.

P. ¿Qué necesita España para completar su oferta hotelera?

R. España necesita más hoteles de cinco estrellas. Barcelona tiene la necesidad y capacidad para unos cuantos hoteles más; además, tiene una ocupación muy sana. Madrid tiene suficientes, pero hay que ver cómo crece la demanda, aunque lo de la capacidad es muy cíclico.

P. ¿Qué quiere decir?

R. Si baja la tarifa de media es cuando menos empresas se deciden a abrir hoteles, debido a que hay menos incentivos económicos. Y cuando no entra un nuevo hotel en el mercado suben los precios. Esto sucede cada cinco años, que cambia el ciclo.