



CLUB FINANCIERO DE SANTIAGO

N1
MARZO 2014

NACE LA REVISTA DEL CFS

EL CLUB EDITARÁ MENSUALMENTE LA PUBLICACIÓN QUE
RECOGERÁ INFORMACIÓN DE INTERÉS PARA LOS ACCIONISTAS



LOS SERVICIOS DEL CLUB

ÁREA DE EMPRESA

El área de empresas constituye el eje principal de actividad del Club Financiero de Santiago (CFS), siendo sus instalaciones el escenario de la mayor parte de los actos que se desarrollan en su interior.

Se trata de una zona diseñada para cubrir las necesidades de las empresas accionistas en materia de espacios para la celebración de reuniones de trabajo.

Un área, en definitiva, con las mismas características que un centro de negocios.

Sala de exposiciones

La sala del edificio Quercus tiene capacidad para albergar a 120 personas. Este espacio ha sido especialmente diseñado y acondicionado para la organización de eventos, jornadas formativas, certámenes, proyecciones, etc. Dispone de mobiliario propio que los miembros del CFS podrán colocar y utilizar de la forma más conveniente y adecuada para cada actividad.

Además está equipada con todos los sistemas de telecomunicaciones.

Con un aparcamiento con capacidad para 44 coches y cafetería-restaurante, se configura como el centro más completo de Santiago.

Sala de conferencias

Las instalaciones del CFS cuentan con salas de conferencias, con capacidad desde 20 hasta 140 personas, configurables y equipadas y con toda la tecnología de última generación.

Las salas de conferencias tienen acceso exclusivo a las terrazas, lo que las define como lugares idóneos independientes y privados para cualquier evento.

Sala de reuniones

El edificio que alberga el CFS dispone

de una serie de salas configurables y equipadas, con capacidad desde 3 hasta 80 personas, con toda la tecnología de última generación como *smart board*, ordenador, video proyector, acceso a telefonía e Internet y videoconferencia, entre otros. Las salas de reuniones se acondicionarán según las necesidades del socio, bien sean para conferencias, reuniones o grupos de trabajo.

ÁREA DE RESTAURACIÓN

El Club también cuenta con área de hostelería, con cafetería y restaurante, ofreciendo así a sus socios el marco adecuado para llevar a cabo comidas de trabajo, ya sea en el restaurante general o en los comedores privados. Estos están a disposición de los socios para un mínimo de 6 personas y un máximo de 20, de lunes a viernes y con reserva previa con una antelación de 24 horas. El restaurante ofrece a los socios menús de trabajo o a la carta.

La cafetería es el lugar adecuado para la celebración de encuentros informales de socios e invitados.

ÁREA SOCIAL

El Club tiene además un área de cuidado personal dirigida a sus socios. El edificio acoge un gimnasio equipado, un espacio exclusivo dedicado a la actividad física. La sala *fitness* está acondicionada con los más modernos sistemas. Las instalaciones están dotadas de amplios vestuarios individualizados, duchas y taquillas.

DÓNDE ESTAMOS



Rúa Letonia, 2
Polígono Costa Vella
15.707
Santiago de Compostela
(A Coruña)

682 874 124
De 9.00 a 14.00 y de 16.30 a 19.30

www.clubfinancierodesantiago.com
info@clubfinancierodesantiago.com

Superficie	Capacidad	Tipo	Accionista			Accionista Socio		
			2 horas	1/2 día	1 día	2 horas	1/2 día	1 día
17,59 m ²	12	Sala A	25,00 €	40,00 €	72,00 €	17,50 €	28,00 €	50,40 €
25,99 m ²	14	Sala B	30,00 €	50,00 €	90,00 €	21,00 €	35,00 €	63,00 €
23,75 m ²	18	Sala C	60,00 €	100,00 €	180,00 €	42,00 €	70,00 €	126,00 €

Un foro de unión

Inicio con este número una publicación que pretende convertirse en un referente para los accionistas del Club Financiero de Santiago.

En esta aventura quiero animaros a todos a convertirnos no sólo en seguidores de la revista, sino en los auténticos protagonistas y motores de impulsión, tan necesarios para conseguir el éxito deseado. Como siempre me habéis oído decir, y no me canso de repetir, esto ha de ser obra de todos nosotros.

En cada número, con periodicidad mensual, nos haremos eco de las actividades desarrolladas en el CFS, para que no



Roberto Pereira
PRESIDENTE DEL CLUB FINANCIERO

pasen desapercibidas a aquellos que no tuvieron oportunidad de participar, y también se anunciarán las programadas, siempre que sea posible.

Además vamos a dar a conocer aquellas noticias de actualidad de todos vosotros, y cada mes publicaremos una entrevista con un accionista para que todos desfiléis por las páginas de la publicación.

Desde ahora mismo estáis invitados a enviar vuestras propias comunicaciones, que publicaremos por riguroso orden de recepción, en el balcón del accionista.

Solo me queda pedir que no dejéis de participar en esta iniciativa, una publicación del Club Financiero de Santiago elaborada, de principio a fin, por y para los accionistas.

Crear grupo

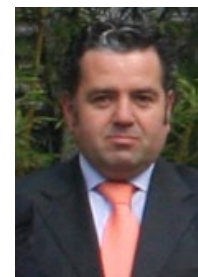
En la época actual en la que parece que podemos empezar a despegar, según las palabras de los dirigentes del Gobierno, es fundamental fortalecer el grupo de empresarios que formamos el CFS con el objeto de trabajar todos juntos para conseguir potenciar nuestra ciudad y Galicia. Es hora de aparcar los pensamientos minifundistas de algún sector minoritario de nuestra sociedad gallega y contemplar cada ciudad con sus potencialidades.

En Santiago es el momento de defender tres pilares fundamentales:

1.- TURISMO: Santiago es el motor del turismo de Galicia. Utilicémoslo para llevar el turismo al resto de nuestra Comunidad. Tenemos que unir como foco de atracción el Camino, la Ca-

tedral, la ciudad histórica y la Ciudad de la Cultura. Un sector interesado de nuestra Galicia quiere dejar morir la Ciudad de la Cultura debido a que es políticamente incorrecta. Pero debemos sacarle rendimiento ahora que está construida.
2.- UNIVERSIDAD: tenemos la universidad más antigua de España y reconocida internacionalmente. Apostemos por la concentración. Especialicemos los campus y dejemos de triplicar carreras.

3.- AEROPUERTO: vivimos un absurdo en cuanto a política aeroportuaria. Hay que unir los tres aeropuertos bajo un mando único. Lavacolla debe centralizar las rutas interna-



Chema Fernández
Vicesecretario
del CFS

cionales para conseguir atraer turistas. Los otros dos aeropuertos gestionarían vuelos domésticos y, si no son rentables, habría que plantearse su cierre.

Trabajemos por estos intereses desde el CFS, un grupo para ahondar en las potencialidades de nuestra ciudad para el beneficio de Galicia. Santiago es un pueblo históricamente luchador. Simplemente queremos pelear para sacar a Galicia de la crisis y lograr posicionarla al nivel de otras ciudades europeas.



La carrocería Castrosua ganó recientemente un concurso en Lituania de casi 26 millones de euros para el suministro de 93 vehículos

JUAN LUIS CASTRO RODRÍGUEZ | PRESIDENTE DEL GRUPO CASTROSUA

“Hemos apostado por estar a la vanguardia del sector”

Juan Luis Castro asumió recientemente la presidencia del grupo de empresas Castrosua, tomando el relevo de su padre, José Castro. Hasta ese momento ocupaba el cargo de vicepresidente y consejero delegado del conjunto de empresas que incluye las firmas Castrosua, Carsa, Insular y Cidsa. Natural de Vilagarcía de Arousa, Juan Luis Castro tiene 51 años y es doctor en Medicina y Cirugía por la USC. Antes de incorporarse a la empresa familiar en calidad de consejero delegado, en 2008, desarrolló su carrera profesional como médico en diversos hospitales.

- A finales de 2013 Castrosua ganó un concurso para el suministro de autobuses en Lituania. ¿La internacionalización es un factor que les ha permitido mantenerse en esta época

de crisis?

— Dentro de nuestra política de empresa, la internacionalización constituye un factor clave. En este sentido, consideramos fundamental apostar por la diversificación de mercados, y no como algo coyuntural ligado a la caída de la producción destinada a España, sino como parte del ADN de nuestro grupo. Sin embargo, yo diría que la apuesta por la salida al exterior no ha sido el único aspecto determinante para garantizar nuestra competitividad. Hemos diseñado un plan Estratégico, al amparo del cual hemos llevado a cabo una amplia reestructuración de la compañía. Un Plan que no solamente ha puesto el acento en la internacionalización sino que, también, tiene como objetivos prioritarios el desarrollo de

nuevas líneas de productos y la mejora de los ya existentes a través del incremento de la inversión en I+D+i, o la consecución de alianzas y acuerdos con otras empresas del sector, además de la plena profesionalización.

— ¿El desarrollo en I+D+i ha sido prioritario para la firma?

— La apuesta por la inversión en I+D+i supone uno de los ejes centrales de nuestro Plan Estratégico. Sin embargo, no se trata de un nuevo reto como empresa. En un sentido u otro, y aunque antes la I+D no estaba estructurada como tal, Castrosua ha sido siempre un grupo que ha querido situarse a la vanguardia del mercado, por ser pionero en ofertar productos y soluciones novedosas. Por

ejemplo, ya en el año 1993 fuimos los primeros en construir autobuses que utilizaban combustibles alternativos al petróleo, así como la primera empresa que fabricó autobuses urbanos de plataforma baja. Además, podemos afirmar que hemos sido pioneros en la construcción del primer autobús híbrido dentro del mercado español.

— Ha reconocido que en 2013 la empresa “tocó fondo” pero en las previsiones que manejan para este 2014 figura un plan de facturación de 40 millones. ¿Cómo lo conseguirán?

— A pesar de que no hemos sido ajenos a la coyuntura desfavorable que ha experimentado todo el sector, hoy por hoy nos encontramos ante un escenario de crecimiento y desarrollo. Esperamos conseguir cumplir nuestro plan de facturación gracias a la fabricación, en 2014, de más de 300 unidades. En este sentido, tengo que decir que la cifra es completamente realista y que, aún sin cerrar el primer trimestre del año, hemos cumplido en un 60% nuestro plan de facturación.

— Fabrican, diseñan e investigan en Galicia. ¿Qué posición ocupa la Comunidad con respecto al resto de España en cuanto a la fabricación de autobuses?

— Las cifras demuestran que Galicia siempre ha tenido un papel preponderante en el sector de la fabricación de autobuses dentro de España. El año pasado se fabricaron en Galicia cerca del 20% de los autobuses y autocares del total del territorio español. Esto es una realidad y me congratula decir que el Grupo Castrosua tiene mucho que ver con ella, sin olvidar que en Galicia está otro carroceros importante dentro del panorama nacional.

El mercado nacional lleva años retrayéndose en ejercicios sucesivos desde el 2009. Las matriculaciones de autobuses han retrocedido entre 2008 y 2013 cerca del 50%. Sin embargo, las expectativas para el año en curso son buenas y parece que el



La inversión de Castrosua en I+D+i para este año es de un millón de euros

— — — — —
“El CFS es una entidad clave para la búsqueda de consensos en el tejido empresarial de la ciudad”
 — — — — —

mercado repuntará en 2014 por primera vez desde el inicio de la crisis.

—¿Cuáles considera que son las principales señas de identidad de la compañía?

— El cuidado de la calidad, la apuesta por la innovación y la orientación al cliente en cuanto a servicio y cumplimiento de compromisos. Somos igualmente sensibles al respeto por el medio ambiente o a la apuesta por la seguridad de las soluciones que ponemos en el mercado. Tenemos, además, una manera especial de hacer las cosas y de relacionarnos con nuestros clientes.

Estamos en la búsqueda permanente de la excelencia, tenemos un amplio bagaje y hemos consolidado nuestro *know how* gracias a una presencia de más de 60 años en el mercado. Invertimos cada año en nuestros procesos de mejora continua, en concreto más de un millón de euros para el

ejercicio actual.

— ¿En qué ha cambiado la empresa familiar desde sus inicios? ¿Siguen apostando por los mismos valores?

— Los valores sobre los que mi padre fundó esta empresa, la honestidad, la seriedad y el compromiso, permanecen inalterables a través del tiempo, en las buenas y en las malas épocas. Me gusta decir que tenemos un alma que se sustenta en la ética profesional y la responsabilidad social dentro y fuera de nuestra empresa.

— ¿Cómo se lidera un grupo humano de 400 personas?

— Desde que empecé en este proyecto tenía claro que quería desarrollar un liderazgo facilitador, que ayudase al grupo de empresas a evolucionar hacia una cultura que permitiese a cada trabajador crecer y aportar al colectivo desde su actividad, sentirse parte de un proyecto común.

No ha sido fácil ya que el entorno económico de los últimos años ha sido complicado y ha habido que afrontar situaciones difíciles. He tenido que combinar la capacidad de resistencia, la determinación y la ilusión. Para mí ha sido prioritario generar una cultura de trabajo en equipo, con amplitud de miras hacia el exterior y con orgullo de pertenencia al grupo.

—¿Qué papel cree que juega una institución como el Club Financiero en la sociedad santiagouesa?

— En una ciudad marcada por su condición de capital administrativa, cualquier iniciativa alrededor del mundo empresarial es positiva. En este sentido, creo que el CFS está desarrollando una labor importante, por su dinamismo, su capacidad generadora de eventos, y por su vocación de servir como punto de encuentro y plataforma para que las empresas de la ciudad puedan interrelacionarse entre ellas. Una entidad que busca consensos y traslada las demandas del tejido empresarial a la Administración.

LAS ACTIVIDADES DEL CLUB



Rosa Blanca, directiva del Club, y Alfonso López Boado, responsable de recursos humanos de Endesa Noroeste, relataron su experiencia como participantes en la "Primera Caminata de Líderes"

Formación de líderes en el Camino de Santiago

El Club Financiero acogió una conferencia sobre la formación de líderes. CCamina, proyecto empresarial de *coaching* en el Camino de Santiago, presentó a los empresarios compostelanos los resultados de la "Primera Caminata de Líderes", una iniciativa consistente en recorrer una parte del Camino de Santiago dentro de un programa de fomento de liderazgo profesional.

Diez directivos de empresas líderes participaron el pasado mes de septiembre en esta experiencia de formación, patrocinada por la Xunta y el Ayuntamiento de Santiago.

Los participantes recorrieron a pie 121 kilómetros, acompañados de tres *coaches* que les ayudaron a desarrollar habilidades de liderazgo e inteligencia emocional.

Partiendo de la localidad lucense de Vilalba, los caminantes hicieron cinco etapas hasta llegar a su meta ante la cate-

dral compostelana. Cada una de ellas tenía un tema, con sus correspondientes ejercicios de integración, esfuerzo y superación, trabajo en equipo y autoconocimiento.

Mariela Villar, fundadora de CCamina, relató a los asistentes los beneficios del Camino como herramienta de *coaching* empresarial para el desarrollo profesional y personal.

El objetivo

Según explicó la *coach* Mariela Villar, el objetivo de esta experiencia es que los participantes "aprendan más sobre sí mismos y se aislen de su vida cotidiana para mejorar sus competencias profesionales y personales". El Camino de Santiago "ya de por sí es un viaje de crecimiento, que si se completa con un buen proceso de *coaching* puede dar un resultado extraordinario".

En esa apreciación coincidió Alfonso López, responsable de

Recursos Humanos de Endesa Noroeste y miembro de la "Primera Caminata de Líderes": "Fue una experiencia muy enriquecedora a nivel colectivo, por las aportaciones de todos los compañeros y la transmisión de conocimientos por parte de los *coaches*".

Rosa Blanca Rodríguez, administradora de Espina y Delfín también compartió su experiencia como participante. La directiva del CFS no dudó en formar parte de esta iniciativa, aunque "ignoraba lo que iba a encontrarme y cómo iba a hacerle frente".

Para Rosa Blanca el mayor aprendizaje fue que "la actitud influye mucho en los objetivos que te propongas. La meta colectiva era llegar a Santiago y conseguimos realizarla con mucho esfuerzo. Nos dimos cuenta de que vale más la fuerza mental que la física. A nivel personal, conseguí mejorar la comunicación".

El CFS firma un convenio con el Banco Pastor

El Club Financiero de Santiago y el Banco Pastor, grupo Banco Popular, han firmado un acuerdo de colaboración para facilitar financiación a los empresarios de Santiago de Compostela y de toda Galicia.

Gracias al convenio, los socios del Club podrán beneficiarse de productos y servicios personalizados y diseñados a su medida, entre los que destacan condiciones especiales para la ayuda en la internacionalización del negocio y exportación y el acceso a las líneas de crédito del Instituto de Crédito Oficial (ICO) 2014.

El acuerdo fue suscrito por el director regional en Santia-



El acuerdo incluye condiciones financieras ventajosas para los socios del CFS

go de Banco Pastor, Luis Álvarez Álvarez, y el presidente del Club Financiero de Santiago, Roberto Pereira. Se trata del primer convenio de este tipo alcanzado por Pastor después de constituirse como la primera entidad financiera privada de Galicia.

Banco Pastor cuenta con la red comercial de Banco Popular, altamente especializada en pequeñas y medianas empre-

sas, y desarrolla un modelo de negocio único y diferenciador en la banca española, enfocado en la rentabilidad y el servicio al cliente. Esta elevada especialización ha permitido a Popular situarse en 2013 como líder en créditos ICO, por segundo año consecutivo, en concreto con un 35,6% de cuota en Galicia, por lo que se consolida como líder en este tipo de préstamos demostrando así su fortaleza.

Desembarca en Galicia la franquicia “Mercado Provenzal”

La sede del Club Financiero fue el lugar elegido por la franquicia de cervecerías “Mercado Provenzal” para presentar su modelo de negocio en Santiago.

Los directivos de la firma, Álvaro Samper –director-, Ismael Santos –responsable del departamento de responsabilidad social corporativa-, y Julio Ortega –director comercial-, expusieron las claves de éxito de su franquicia “Mercado Provenzal”. Un éxito que se ha ba-



La marca de hostelería recibió el pasado año el Premio Nacional de Franquicias

sado en un modelo de gestión ideado a partir de la recuperación de valores y que ha revolucionado el sector de la hostelería. La firma ha hecho del concepto “low cost” su principal seña de identidad, estableciendo precios justos y asequibles pero manteniendo el nivel de calidad.

“Lo que hemos hecho es innovar en un sector en el que estaba todo inventado”, relató Álvaro Samper en su exposición. El primer “Mercado Provenzal” se fundó en 2012 en Sevilla. En un año, la marca ha conseguido poner en marcha 63 establecimientos en España y en su plan de expansión figuran 325 locales más.

Julio Ortega, director comercial expuso las condiciones para ser franquiciado. “Se requiere una inversión inicial de 50.000 euros más IVA. El desarrollo se realiza entre cuatro y ocho semanas desde la firma y el retorno de la inversión se alcanza en menos de un año”, apuntó.

LAS PRÓXIMAS CITAS:

SESIÓN PRÁCTICA DEL CLUB DE EMPRESAS OBRADOIRO EN EL CFS (25 MARZO):

‘Empresa & Deporte: Rendir en tiempos de crisis’, con el psicólogo deportivo Juancho Armental



Jesús Alonso Fernández recibió el pasado mes de noviembre el Premio a la Excelencia Empresarial entregado por el Club Financiero

EMPRESARIOS CON HISTORIA | JESÚS ALONSO FERNÁNDEZ

Instinto para los negocios

La historia de Jesús Alonso Fernández (Boiro, 1929) tiene sus cimientos en su visión para los negocios y el empuje para el emprendimiento. A lo largo de su vida ha ido escalando peldaños hasta llegar a posicionarse como líder empresarial a nivel internacional.

El recorrido laboral de Jesús Alonso arrancó con 16 años al compaginar sus estudios de Comercio con el trabajo en un banco. Tras finalizar su aprendizaje asumió las riendas del negocio familiar, una tienda de tejidos y paquetería en Boiro.

Años más tarde, Alonso puso de manifiesto su espíritu emprendedor y dio comienzo a su primera aventura empresarial poniendo en marcha el taller textil Jealfer, una moderna fábrica de punto que ha sabido adaptarse a los tiempos y que todavía sigue operativa.

Vidas ligadas

Si hay un hecho que marcó la vida personal y profesional de Jesús Alonso fue el matrimonio con Pura Ecurís Ba-

talla, hija de una importante saga conservera de la zona de Arousa. La vinculación con Pura Ecurís llevó a Jesús a adentrarse en el sector de las conservas de pescados y mariscos. Y así fue como en 1958 puso en marcha su primera fábrica de enlatado en Vilaxoán.

Tuvo la audacia necesaria para saber abrir mercados y ampliar las cifras del negocio. La buena marcha de la industria conservera lo empujó a incrementar el volumen de producción, para lo que construyó la actual fábrica de Boiro, en la que hoy se asienta la sede central de la firma.

Alonso consiguió que la firma Jealsa se convirtiese en un referente a nivel mundial dentro del mundo conservero. En la base de su éxito está la apuesta visionaria del mandatario que llevó a cabo iniciativas que revolucionaron la industria, como haber sido la primera conservera española en introducir el sistema de apertura fácil en las latas, el envasado de aluminio o la incorporación del aceite de oliva en sus productos.

Diversificación de mercados

La ambición empresarial de Jesús siguió creciendo y lo llevó a diversificar su actividad, dirigiéndose hacia otros sectores como el medio ambiente, la energía o la pesca. En la actualidad, el grupo empresarial está formado por 21 compañías repartidas por todo el mundo, que se dividen en cuatro áreas de negocio: las conservas de pescado y marisco, la pesca y los servicios, el medio ambiente y la energía.

La conservera fundada por Alonso es hoy la primera productora de conservas de pescado de Europa con una facturación superior a los 550 millones de euros durante el ejercicio anterior. Sus factorías, incluidas las plantas del extranjero, dan trabajo a casi 4.000 personas, siendo las fábricas de Boiro y A Pobra las que albergan el mayor número de empleados.

A sus 85 años, Jesús Alonso ejerce de presidente del consejo de administración de Jealsa-Rianxeira, integrado por sus cinco hijos.