CLUB FINANCIERO DE SANTIAGO

N 12
MAYO
2015

# PUNTO DE ENCUENTRO POLÍTICO, EMPRESARIAL Y SOCIAL

## EL CFS ORGANIZÓ UN DEBATE ELECTORAL ENTRE LOS SEIS PRINCIPALES CANDIDATOS A LA ALCALDÍA

# 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 los mejores sistemas técnicos.

Con un aparcamiento de 44 plazas y cafetería-restaurante, se configura como el centro de negocios más completo de Santiago.

## DÓNDE **ESTAMOS**

**Rúa Letonia, 2**
**Polígono Costa Vella**
**15.707**
**Santiago de Compostela**

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

**www.clubfinancierodesantiago.com**
**info@clubfinancierodesantiago.com**

### Sala de conferencias

Las instalaciones del CFS cuentan con salas de conferencias, con capacidad desde 20 hasta 140 personas, adaptables 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 acto.

### Sala de reuniones

El edificio que alberga el CFS dispone de una serie de salas configurables con capacidad desde 3 hasta 80 personas y equipadas con toda la tecnología de última generación. 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 celebrar comidas de trabajo, ya sea en la zona general o en los comedores privados.Estos están a disposición de los socios para un mínimo de 4 personas y un máximo de 25, de lunes a viernes, previa reserva con 24 horas de antelación. El restaurante ofrece a los socios menús de trabajo o a la carta.

## ÁREA SOCIAL

El CFS tiene además un área de cuidado personal dirigida a sus socios. El edificio Quercus acoge un gimnasio totalmente equipado. La sala *fitness* está acondicionada con los más modernos.

| | | A | B | C | D | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | **CUOTA** | **COMEDOR** | **COMEDOR** | **SALAS** | **SALAS** | **A+C** | **B+D** |
| | Básica | 4 almuerzos/mes | 8 almuerzos/mes | 2 salas/mes | 4 salas/mes | | |
| **Accionistas - socio** | 60 € | 90 € | 120 € | 90 € | 120 € | 120 € | 150 € |
| 2 socios | | | | | | | |
| 1 socios | | | | | | | |
| **Accionistas - no socio** | | 20 € / mesa | 60 € / comedor | 60 € / sala | | | |
| 1 solo socio | | | | | | | |
| **Socio - no accionista** | 120 € | 150 € | 180 € | 150 € | 180 € | 180 € | 210 € |
| 1 solo socio | | | | | | | |

# Santiago 2020

En los próximos años deben abordarse una serie de cambios para lograr que Santiago sea eje central de Galicia.

Desde la directiva del Club Financiero de Santiago nos planteamos una nueva ciudad en el horizonte de los próximos diez años. A día de hoy, coincidiendo con la campaña electoral de los comicios municipales, se están anunciando varias medidas y proyectos de futuro para nuestra ciudad. No podemos quedarnos en las simples palabras e intenciones sino que debemos exigir a nuestros gobernantes el cumplimiento de sus promesas, algunas de ellas esenciales para potenciar el crecimiento económico, demográfico y social de Compostela.

Queremos que todas las cuestiones ahora planteadas queden resueltas en los próximos cinco años, de modo que en el año 2.020 Santiago pase a ocupar el lugar que se merece dentro del territorio autonómico.

Así, desde el Club Financiero, consideramos prioritaria la reestructuración del área metropolitana de Santiago, la mejora de las conexiones del aeropuerto de Lavacolla, la consolidación de la Ciudad de la Cultura y el fomento del turismo.

**La conexión de la estación intermodal con Lavacolla es imprescindible**

**1. Integración de los concellos limítrofes de Santiago.**

Entre la valentía de alguno de nuestros políticos y la generosidad de otros, esperamos poder acabar con las dos lacras más grandes que perjudican las decisiones políticas: el localismo y el corto plazo que imponen las citas electorales.

El objetivo final es convertir la comarca de Compostela en una "gran urbe" que agrupe Santiago, Teo, Ames, Oroso, Boqueixón, Vedra, Val do Dubra, Brión y O Pino.

**Roberto Pereira**
PRESIDENTE DEL CLUB FINANCIERO

Esta nueva área de territorio podría superar los 300.000 habitantes con su consiguiente beneficio económico, puesto que recordemos que el Fondo de Cooperación Local decide sus partidas presupuestarias para los ayuntamientos en función del número de habitantes. El aumento de población acarreará mayor financiación para el área de Santiago, pasando a competir con las ciudades de A Coruña y Vigo.

También es importante destacar que una gran mayoría de los habitantes empadronados en los municipios colindantes trabajan y desarrollan su vida en Santiago pero no disponen de los mismos derechos y oportunidades que los santiagueses. Su integración en la comarca de Compostela puede solventar esta cuestión, facilitando la equiparación de todos sus habitantes.

**2. Aeropuerto central bien comunicado.**

Lavacolla, como aeropuerto central de Galicia, necesita una buena red de comunicación, además de aumentar la cifra de vuelos disponibles para que el tráfico de pasajeros sea cada año superior y se sitúe como referente de los vuelos internacionales que llegan a nuestra comunidad.

En este sentido, la conexión del aeropuerto con la estación intermodal es absolutamente imprescindible. Si queremos hacer valer las conexiones de Lavacolla con destinos internacionales, tenemos que competir con Oporto y no podemos hacerlo en las condiciones actuales. Estamos a escasos dos años, si se cumplen las promesas, de tener la conexión del AVE terminada, por lo que es relevante comenzar a pensar desde ahora en la conexión de la estación intermodal con el aeropuerto.

**3. Conexión de la Cidade da Cultura con el centro.**

**Debemos poner en valor la Cidade da Cultura y fomentar las visitas**

Debemos poner en valor la Cidade da Cultura, fomentar el número de visitas y utilizarla como escenario para la organización de múltiples eventos. Para ello es absolutamente necesario vertebrar una correcta conexión con el centro de la ciudad para que pase a ocupar el papel protagonista que ahora no tiene. Y para lograr incrementar el número de visitantes se debe desarrollar un programa continuo de actividades con el objetivo de que el turista no se vaya de Santiago sin pasar por el Gaiás.

**4. Potenciar el turismo.**

Santiago se ha posicionado como una ciudad turística de interés global. Un éxito que es atribuible a los valores intrínsecos que atesora y a las políticas de promoción desarrolladas por las distintas administraciones. Es necesario permanecer en este estadio pero también es obligatorio mejorar. Así, debe abrirse el foco de interés turístico más allá de la Catedral, fomentando otras zonas de la ciudad, y propiciar que el turista alargue su visita a Galicia a otros puntos de la comunidad, con el fin de que todas las ciudades se beneficien de los turistas que llegan a Santiago.

Gens Digital obtuvo una facturación de 456.239 euros en 2014 y cuenta con cuatro empleados

MANUEL GENS MONTES | **VICEPRESIDENTE DE GENS DIGITAL**

# "Las herramientas de telepresencia impulsan la expansión internacional"

Manuel Gens (A Coruña, 1958) es uno de socios fundadores de Gens Digital Incorporated (GDI), empresa especializada en soluciones de comunicación digitales, creada en 2008 por profesionales del mundo de la consultoría, las telecomunicaciones y la gestión financiera.

Gens fue director general de Comunicación de la Xunta de Galicia entre 1987 y 1990. Tras su paso por la administración y antes de emprender su actividad en GDI, dirigió la filial en Galicia de Arthur Andersen Consulting.

**— Gens Digital Incorporated presta soluciones tecnológicas a sus clientes, ¿qué servicios ofertan?**

— Principalmente nos ocupamos del diseño y desarrollo de soluciones de videoconferencia a medida, servicios de consultoría, de *streaming* de eventos. También diseñamos salas multimedia y programamos dispositivos de control de salas.

**— GDI vio la luz en un momento delicado para la economía española, justo cuando comenzaba a eclosionar la crisis, ¿cómo fueron los primeros pasos de la empresa?**

— Los profesionales que decidimos crear GDI llevábamos veinte años implicados en el desarrollo de proyectos de salas de videoconferencia para instituciones financieras. Nos pareció que la crisis no era solo una crisis inmobiliaria/financiera sino que también era una oportunidad para aportar ideas factibles en un nuevo paradigma económico, basado en la gestión de la movilidad, la internacionalización y el ahorro de costes.

**— El producto que elaboran cubre una demanda muy específica. Han segmentado el negocio y han conseguido posicionarse como empresa de referencia en su ámbito dentro de Galicia, ¿cuáles han sido las claves para lograrlo?**

— Nuestra trayectoria ha sido la principal tarjeta de presentación, así como una decidida apuesta por soluciones eficientes y *lowcost*, lo que nos ha permitido llegar a un amplio espectro de clientes. Otro aspecto relevante ha sido nuestra colaboración con el CESGA (Centro de Supercomputación de Galicia), dirigido por Javier García Tobío, para poder evaluar múltiples soluciones disponibles y tomar las decisiones más correctas en lo relativo a su implantación en la comunidad de negocios y en instituciones públicas como las

universidades gallegas. En este sentido es muy de agradecer el apoyo recibido por el departamento multimedia del CESGA.

**— Su actividad de negocio se centra en prestar soluciones de videoconferencia, telepresencia y movilidad a las empresas, ¿de qué manera facilitan estas herramientas la expansión internacional de las compañías?**

— Cualquier empresa que pretenda posicionarse hoy en el mundo debe definir sus herramientas de comunicación en base a unos criterios elementales: fiabilidad, seguridad, calidad e interoperabilidad. A partir de estas premisas, es evidente que el uso intensivo de las herramientas colaborativas, apoyadas en la imagen en alta definición, facilitan sustancialmente el desarrollo del negocio en lo relativo a su proyección internacional. Es muy fácil apoyarse en las herramientas de vídeo colaborativas para preparar las reuniones de posibles acuerdos comerciales internacionales, facilitar la apertura de oficinas de representación apoyadas en agentes locales supervisados por videoconferencia, etc. Cualquier empresa que busque la eficiencia, con unos costes contenidos, utilizará las herramientas colaborativas en su red de negocios con perspectivas de expansión.

**— ¿Qué beneficios puede aportar a una empresa utilizar estas nuevas formas de comunicación?**

— Las mejoras más relevantes están asociadas a la gestión del tiempo, ahorro de costes y la posibilidad de trabajar con los equipos en cualquier momento, desde cualquier parte y con multitud de dispositivos: salas de videoconferencia, pc´s, tablets, *smartphones.* En el futuro se abren nuevas formas de negocio asociadas al uso intensivo, interactivo y en tiempo real de la imagen en los procesos de negocio. Ese nuevo estadio de la economía digital lo defino como VIDEONOMÍA y afectará a toda la actividad de las empresas implicadas en el comercio electrónico (V-com-

**"Trabajamos en proyectos del sector educativo y de distribución"**

merce), consultoría, ingenierías y otras áreas asociadas a la formación *online*. Sin duda, el desarrollo de la realidad virtual fuera del campo del entretenimiento aportará una visión revolucionaria a nuestra forma de entender los negocios digitales.

**— Su cartera de clientes es fundamentalmente gallega (GADISA, R Telecomunicaciones, Delagro o Abanca, entre otros). ¿Seguirán centrando su mercado en Galicia?**

— A lo largo del 2014 hemos estado trabajando en proyectos nacionales, tanto en el sector educativo como en el de la distribución: UVESCO en Euskadi, IFA en Madrid, Bon Preu en Cataluña. También hemos iniciado algunas acciones en Latinoamérica pero creo que su proceso de maduración requiere ciertas premisas asociadas a la recuperación económica que todavía no se dan. Durante el 2013 y 2014, en colaboración con el CESGA, el Instituto de Matemáticas de España (IEMATH) y FUJITSU, participamos en un proyecto nacional en el campo de la formación *online* de fuerte repercusión internacional.

**— ¿Qué diferencia su sistema *LifeSizeCloud* de otros métodos de videollamada que ya existen en el mercado?**

—Es una solución que permite con un solo número que el cliente reciba al mismo tiempo la videollamada en su pc, su tablet y su móvil y decidir desde cuál contesta. Posibilita además que cuando se está en medio de una videollamada se puedan incorporar otros participantes, bien como invitados o bien como usuarios registrados. También se puede abrir un chat y compartir documentos simultáneamente.

**— ¿En qué proyectos trabajan actualmente? ¿Cuáles son los objetivos de negocio a medio plazo?**

— En la actualidad estamos centrados en colaborar con soluciones vanguardistas para empresas de referencia en el campo de la defensa y la seguridad. También trabajamos en líneas nuevas de servicios *lowcost* para pymes, mediante la implantación de tecnologías Cloud. Además, estamos pensando en abrirnos a iniciativas en el sector de la sanidad, una vez que ya hemos desmostrado a la comunidad de negocios que somos una empresa con proyectos realistas y beneficios tangibles.

**— ¿Cuál es la situación actual del sector de las telecomunicaciones en Galicia? ¿Qué papel juega la comunidad en el desarrollo tecnológico nacional?**

— Estos años hubo una explosión de iniciativas que se han sumado a las grandes empresas del sector junto a Televés, R y Arteixo Telecom. Ese *boom* de *startups* ha permitido forjar agrupaciones como INEO, que se ha convertido en un importante grupo de presión para conseguir incrementar el potencial y la cifra de negocio del sector en Galicia. Sin embargo, todavía tenemos un largo camino por recorrer para que la comunidad política y de negocios asuman que la economía digital va a cambiar nuestra cultura empresarial. El videocomercio, como parte de la videonomía, es un proceso imparable que afectará a toda nuestra cultura.

# LAS **ACTIVIDADES** DEL **CLUB**

El debate fue moderado por Xosé Ramón Pousa, decano de la facultad de Ciencias da Comunicación

## Foro de ideas y proyectos

El Club Financiero de Santiago fue el escenario en el que, durante más de una hora, seis de los candidatos a la alcaldía de Santiago debatieron sobre algunos de sus proyectos para mejorar la ciudad y la calidad de vida de sus habitantes en los próximos cuatro años.

Este encuentro fue una iniciativa del CFS, única institución que logró agrupar a los seis alcaldables antes de los comicios. Agustín Hernández, del Partido Popular; Francisco Reyes, del PSdeG; Rubén Cela, de BNG; Martiño Noriega, de Compostela Aberta; Javier Sánchez-Agustino, de Ciudadanos, y Xosé Antón López, de Compromiso por Galicia, tuvieron la oportunidad de fijar sus posiciones, generar polémica y unificar criterios sobre diversos temas.

El debate, moderado por Xosé Ramón Pousa, decano de la facultad de Ciencias da Comunicación de la USC, se estructuró en cuatro bloques temáticos. Cada candidato dispuso de tres minutos por área para exponer sus propuestas en materia de economía y gestión de recursos, servicios sociales, infraestructuras y retos de la ciudad.

Además, tuvieron un turno final de réplica y conclusiones para fijar su proyecto electoral ante la ciudadanía.

### Promesas políticas

La mayoría de los candidatos coincidió en destacar la importancia de fomentar el empleo a través de la creación de empresas o la convocatoria de plazas en las instituciones públicas, abaratar el precio del suelo industrial, planificar las inversiones públicas, auditar la administración local y fiscalizar los servicios municipales, entre otras medidas. En el bloque de servicios sociales manifestaron su preocupación por la exclusión social, la violencia de género y la pobreza infantil, mientras que en infraestructuras coincidieron en que se deben retomar proyectos como el de la estación intermodal y las conexiones viarias con el aeropuerto de Lavacolla.

Finalmente destacaron el peso específico del turismo como motor económico de Santiago y la necesidad de desarrollar propuestas para evitar la estacionalización. Además, manifestaron su acuerdo en establecer políticas de colaboración con la universidad.

## Convenio de colaboración con el IFFE

Fomentar el desarrollo de actividades formativas y divulgativas dirigidas a socios y accionistas. Este es el objetivo principal del acuerdo de colaboración suscrito entre el Club Financiero de Santiago y el IFFE Business School (Instituto de Formación Financiera y Empresarial), con sede en A Coruña.

Así, CFS e IFFE se comprometen a poner en marcha acciones conjuntas de cáracter formativo que resulten provechosas para los empresarios. Además, los accionistas del CFS gozarán de un 40% de descuento en los programas de máster impartidos por el IFFE, entre los que se incluyen planes de formación cualificada para directivos.

El IFFE Business School oferta formación integral en las distintas áreas que vertebran una empresa: comercial y *marketing*; informática y nuevas tecnologías; organización y gestión de recursos humanos; producción y logística; formación y selección; finanzas y contabilidad; investigación e innovación, así como cualquier otra actividad que tenga como finalidad proveer de soluciones efectivas y novedosas la práctica empresarial.

El convenio fue suscrito por Roberto Pereira, presidente del CFS, y Manuel Carneiro, consejero delegado de IFFE.

Roberto Pereira y Manuel Carneiro

# A favor de la colaboración municipal

El Club Financiero de Santiago inició una ronda de encuentros con los candidatos a la alcaldía de Santiago y de los ayuntamientos limítrofes para conocer su postura, de cara a los comicios electorales, sobre la conveniencia de llevar a cabo la integración de los concellos del área metropolitana.

La junta directiva del CFS se reunió, hasta el momento, con Agustín Hernández, alcalde de Santiago; Francisco Reyes, candidato del PSOE en Santiago; Martiño Noriega, candidato de Compostela Aberta en Santiago; José Manuel Guerra Calvelo, candidato del PP en Teo; Rafael Sisto, candidato de ANOVA en Teo y Xabier Canabal, candidato de Agora Vós de Boqueixón.

El CFS trasladó a los candidatos la necesidad de llevar a cabo en Santiago y su comarca una "reestructuración municipal profunda, generando un avance sustancial del modelo territorial mediante la alianza de voluntades entre la capital y los ayuntamientos de su área para conformar una gran urbe".

En líneas generales, los alcaldables consultados se manifiestan a favor de una mayor cooperación entre los municipios que integran el área de Santiago a través de la generación de dinámicas de colaboración o de la prestación de servicios mancomunados.

Agustín Hernández, Paco Reyes y Martiño Noriega, candidatos a la alcaldía de Santiago, mostraron su total conformidad con la fusión de municipios con el objeto de construir la "gran capital", logrando superar los 100.000 habitantes para que Compostela sea competitiva frente a otras ciudades, como A Coruña o Vigo.

La propuesta de integración también convence a Rafael Sisto, candidato de ANOVA en Teo, quien considera que "debe haber un proxecto electoral solvente que garanta a construción da gran capital. Son precisas propostas concretas que vaian máis aló das meras intencións para conseguir adecuar a estrutura administrativa á realidade social".

Por su parte, José Manuel Guerra Calvelo, candidato del PP en Teo, cree que la fusión de municipios debe obedecer a "un proceso tutelado por la administración del Estado en el que se tiene que incluir la opinión de los vecinos".

Xabier Canabal, candidato de Agora Vós, se posiciona en contra de un proceso de absorción por parte do Concello de Santiago "posto que isto nos convertiría en periferia da periferia", señala. Así, considera que los municipios pequeños no deben perder su identidad pero sí muestra su acuerdo con la gestión compartida de los servicios municipales, "primando o interese social por enriba dos intereses económicos".

## LOS ALMUERZOS DEL CFS

El conselleiro de Economía e Facenda, Francisco Conde, y el director general del Grupo El Correo Gallego, José Manuel Rey Novoa, fueron los invitados de este mes a los almuerzos celebrados por el Club.

El 23 de abril, el conselleiro de Economía mantuvo un encuentro un encuentro empresarial con Alfredo González, director de Egasa; José Ramón García, presidente de Blusens; Manuel Prol, responsable del área institucional del SabadellGallego; Tomás Pérez, consejero asesor de Improven; Alejandro Amoedo, director financiero de Puentes y Calzadas, y Salustiano Velo, director de Sace Consultores.

Por su parte, el director de El Correo Gallego, Rey Novoa, compartió mesa el pasado 30 de abril con Ramòn Sabín, abogado; José Manuel Fernández, de Jael Joyería; Ramón Seijas, consejero delegado de Bétula Cars; Carlos Agrelo, gerente de BMW; Rafael Cuíña, de Importec; y Rafael Sabucedo, responsable de Deltacargo.

Josef Ajram, *trader*, deportista y *coach*, impartió una conferencia ante casi 400 universitarios en la facultad de Económicas de la USC

EMPRESARIOS DE ÉXITO | **JOSEF AJRAM**

# Dueño de su vida

La vida de Josef Ajram (Barcelona, 1978) se cimenta en dos principios claves: la motivación y la constancia. Gracias a estas dos cualidades, Josef tejió su carrera profesional compaginando sus pasiones: la Bolsa y el deporte.

Siendo adolescente, Josef se marcó como objetivo conseguir un trabajo en Bolsa. Y lo logró. Abandonó la carrera universitaria y buscó una oportunidad en la Bolsa de Barcelona. Un inversor se fijó en él y le dio un trabajo en una agencia de valores cuando tenía solo 21 años. Tras un período ejerciendo como inversor bursátil, decidió establecerse por su cuenta y dedicarse al *trading,* comprando y vendiendo acciones en un mismo día.

Alcanzado el primer reto vital, Josef comenzó a aplicar la filosofía del 8+8+8. Con 24 años, satisfecho con su labor profesional, comprendió que el día a día debe dividirse en tres tiempos: 8 horas para dormir, 8 horas de trabajo y 8 horas para ser feliz. Y decidió dedicar sus ocho horas de bienestar al deporte. Así, empezó a competir en pruebas de triatlón, ironman o ultraman, todas ellas de alto nivel y exigencia física.

**Conferencia en Santiago**

Este mes Josef Ajram visitó Compostela para impartir una conferencia en la facultad de Económicas de la USC, organizada por el Club Financiero de Santiago y patrocinada por Joyería Jael y TAG Heuer.

El catalán abarrotó el Aula 2 para hablar sobre la aplicación de los valores del deporte a la empresa y sobre el poder de la comunicación.

Animó a los jóvenes estudiantes a emprender creyendo siempre en sus capacidades y buscando un microsegmento de negocio al que poder sacar rentabilidad.

Tener confianza en uno mismo y valorar el capital humano, aprender a delegar, asumir errores o dividir el objetivo global en pequeñas metas alcanzables, fueron algunos de los consejos dados por Ajram.

También motivó a los jóvenes a ser perservantes en sus proyectos y destacó la importancia de la especialización. “Todos somos extremadamente buenos en algo. Hay que buscar eso en lo que podemos destacar e ir a por ello sin contemplaciones”, apuntó.

En cuanto a la gestión de la comunicación de marca, señaló que las redes sociales son imprescindibles para dar visibilidad a las ideas pero incidió en el riesgo que conlleva no utilizarlas adecuadamente. “Gracias a Twitter, Facebook o Instagram podemos dar a conocer nuestro producto. Son una buena manera de crecer sin invertir muchos recursos económicos en publicidad, pero hay que gestionarlas bien, puesto que una mala estrategia puede llevarnos a la ruina. También hay que saber aceptar las críticas constructivas que se reciben en ellas”, comentó.