CLUB FINANCIERO DE SANTIAGO

N 15
NOVIEMBRE
2015

ALIANZA ESTRATÉGICA

EL CLUB FINANCIERO DE SANTIAGO Y EL CLUB FINANCIERO ATLÁNTICO SE COORDINAN PARA FORTALECERSE

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							

La sociedad del bienestar

Actualmente estamos asistiendo a un momento convulso en la conocida como "sociedad del bienestar", ya que se está comenzando a cuestionar la gratuidad y la universalidad de alguno de los servicios públicos más arraigados en nuestro sistema: la sanidad y la educación. A esto se suma el recurrente debate sobre la viabilidad futura del sistema de pensiones.

Desde el Club Financiero queremos profundizar en estas cuestiones y analizaremos de manera independiente cada uno de los pilares que conforman el denominado estado de bienestar. Para ello contaremos con la colaboración de especialistas, profundos conocedores de cada uno de los sectores, que en los próximos números de esta revista desgranarán las claves de dicho sistema.

Pero antes de abordar cada especialidad por separado, creo conveniente realizar una reflexión general. Primeramente debemos definir qué es el estado de bienestar y enmarcarlo en el momento actual.

Según Vicente Ortún Rubio, profesor de la Universitat Pompeu Fabra, el término de estado del bienestar se acuña tras la Segunda Guerra Mundial y se emplea para recoger las actividades gubernamentales relacionadas con la redistribución de rentas, sanidad, educación y otros servicios asistenciales. El estado del bienestar, además de incurrir en los gastos sociales mencionados, desarrolla otras políticas orientadas hacia la reducción de las desigualdades, la garantía de la subsistencia material, la integración social y la eficiencia.

Las políticas monetarias y fiscales dirigidas a la consecución del pleno empleo constituirían un ejemplo de esas otras políticas. También hay que explicar que el avance social que supone el

Roberto Pereira
PRESIDENTE DEL CLUB FINANCIERO

estado del bienestar no impide que el bienestar de los individuos dependa de muchos otros factores no relacionados con el Estado.

Los límites del estado d e bienestar y sus formas de actuación son muy cambiantes entre países. En la actualidad más de 140 países tienen algún tipo de seguridad social. El más común es el que cubre los accidentes laborales, así como los programas de pensiones para los ancianos.

La crisis económica ha cuestionado la sostenibilidad del Estado de bienestar

Hay una percepción global, errónea, de que aquellos servicios que se ofrecen de forma universal a la ciudadanía no tienen coste para el usuario, lo que popularmente se conoce como "totalmente gratuito".

La crisis económica ha cuestionado hasta qué punto nuestro estado de bienestar resulta sostenible y se han empezado a realizar reformas que modifican la prestación de servicios. La economía española se enfrenta a grandes problemas: elevado número de desempleo, altas tasas de pobreza y desigualdad, empleo cada vez más precario, etc. Esto implica que el estado de bienestar actual debe dar respuesta y soluciones a estas dificultades, desarrollando políticas sociales que contribuyan a la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos.

Es verdad que en la sociedad del bienestar se produce muchas veces la coincidencia de dos principios difíciles de entender. Por una parte el que para un buen servicio público hay que tener una Hacienda pública capaz y eficaz, es decir, que hay que pagar impuestos a una determinada tasa para que el retorno de los servicios públicos sea bien valorado. Conocido es también el sistema de los países nórdicos del continente europeo, que presumen de una sociedad del bienestar de muy alta calidad, que va en paralelo con una alta tasa de presión fiscal. Los países nórdicos son un caso ejemplar. Se caracterizan por su pragmatismo y por la aplicación de reformas de derecha, liberales, compensadas con políticas de izquierdas, es decir, han sabido combinar decisiones de derechas con soluciones de izquierdas.

La prestación de un buen servicio público requiere de una Hacienda capaz y solvente

Y por otra parte está el principio de solidaridad que hace que todos los ciudadanos reciban la misma calidad en los servicios, aunque su contribución al erario público no sea la misma, amparada esta dicotomía por la teoría de la redistribución que hace que pague más impuestos quien genera mayor riqueza.

Así, nos encontramos aquí con la primera de las cuestiones que están siendo sometidas a debate en el ejercicio de tratar de mantener la viabilidad de la sociedad del bienestar y que vamos a someter a examen en los próximos números. La pregunta que lanzamos y a la que intentaremos dar respuesta es la siguiente: ¿es justo un canon adicional para el que no haya tributado o cotizado nunca en nuestro país con el fin de que pueda ser usuario del servicio de asistencia sanitaria, que en España está basado en la financiación pública, la universalidad y la gratuidad de acceso?

Amiocar está situado en el polígono de Costa Vella, cuenta con 30 empleados en plantilla y facturó 15 millones en 2014

CARLOS AGRELO | **GERENTE DE AMIOCAR**

"El plan PIVE nos ha beneficiado a todos "

Carlos Agrelo (Madrid, 1961), licenciado en Derecho, desarrolló su carrera profesional en el sector de la automoción. Tras su paso por Citroën Hispania dio el salto a BMW Ibérica, asumiendo en 1993 la gerencia del concesionario Amiocar (Rúa de Malta 3, polígono de Costa Vella).

Amiocar cuenta con treinta empleados en plantilla y tuvo una facturación de 15 millones en el año 2014. En 2011 recibió de BMW Ibérica el Premio al Mejor Concesionario del Año 2011 y también al Mejor Concesionario de BMW en servicio posventa.

— ¿Qué servicios y productos ofrecen en Amiocar?

— Venta, reparación y recambios de coches, motos y vehículos eléctricos de la marca BMW y MINI. También comercializamos la marca Premium Selection, que es el vehículo usado de BMW y MINI.

— La venta de coches también ha sufrido las consecuencias de la crisis, ¿cómo afectó a Amiocar?

— El volumen de ventas se resentió de forma ostensible entre el 2007 y el 2013, con una bajada en las operaciones del 35 %. Desde hace tres años hemos empezado a notar una mejoría en el número de ventas que va en consonancia con la recuperación económica que vive la ciudadanía.

— Por modelos de vehículos, ¿cuáles han sido los que se han comportado mejor en ventas en los últimos años?

— En general, y a consencuencia de la crisis, los coches más económicos han sido los que más se han vendido.

— ¿Cuáles son las perspectivas de ventas para el nuevo año teniendo en cuenta la posible prórroga del plan PIVE?

— Las previsiones son buenas. Esperamos un ascenso significativo de ventas, siempre y cuando no haya escenarios políticos que disturben el actual crecimiento de la economía nacional.

— ¿El sector de la automoción está preparado para andar solo o todavía depende de los estímulos del Gobierno?

— Cualquier ayuda estatal en estos tiempos se traduce en un aumento de matriculaciones. El plan Pive nos ha beneficiado a todos en un

momento de especial complejidad. Así que está claro que la prórroga de las ayudas del Gobierno supone un importante incentivo a la ventas y para los consumidores actúa también como un estímulo a la hora de decidir cambiar de vehículo.

— Según apuntan los datos manejados por la Federación de Asociaciones de Concesionarios de la Automoción, la demanda de vehículos de segunda mano es creciente, ¿así lo perciben desde su grupo?

— Desde luego. En este momento casi se vende un usado por un nuevo. Cada vez es más un negocio en sí mismo. Para nosotros supone un importante volumen de ventas. En Amiocar contamos con la marca Premium Selection para comercializar vehículos de ocasión, adaptándonos a las necesidades del cliente. BMW Premium Selection dispone de coches de segunda mano cuya antigüedad no supera los 5 años ni los 120.000 km, con la garantía de que todos ellos han superado las pruebas pertinentes.

— Paralelamente también ha crecido la venta de vehículos de alta gama. ¿En su concesionario observan esta tendencia? ¿Qué perfil tiene el comprador?

— Se ha mantenido bastante bien la venta de coches de alta gama, aunque también sufrió una ligera bajada. La crisis evidentemente ha afectado a empresas y empresarios que ahora no pueden permitirse la compra de coches de lujo.

— ¿Qué estrategia comercial están siguiendo? ¿Cuáles son las promociones que realizan?

— La estrategia que trazamos en Amiocar se basa en la imagen de marca, que hace que seamos la más deseada del mundo. El *marketing* y la calidad del producto son claves en el plan de empresa de BMW. Identificar el potencial y alentar el crecimiento, creer en lo que representamos, reconocer dónde residen nuestras fuerzas, aprovechar cada oportunidad y contemplar nuestras propias metas como puntos de partida para nuevos desafíos. Ésta es la filosofía que influye en la estructura de la compañía y juega un papel vital en los procesos de decisión. Trabajamos con unas marcas excelentes con un perfil único y personal. Automóviles y motocicletas que fascinan a personas de todo el mundo y que consiguen miles de nuevos admiradores todos los días. El Grupo BMW está firmemente asentado en el mercado automovilístico internacional y manifiesta su absoluto compromiso con la más alta calidad en todos sus productos y servicios. El imparable éxito de la compañía es prueba de la excelencia de su estrategia.
Paralelamente a esto, en cada concesionario de la marca también realizamos campañas de descuento en determinadas épocas del año con el objetivo de animar las ventas.

"El futuro de la automoción pasa por el coche eléctrico"

— En EE.UU. muchos concesionarios disponen de restaurantes y otros servicios con el fin de mejorar la atención al cliente y favorecer la espera. ¿Esta idea podría trasladarse a España?

— Sí, es una buena idea, siempre y cuando el volumen de tráfico diario pueda hacer rentable la instalación. Actualmente no creo que esto pudiera ser factible en muchos concesionarios gallegos.

— ¿Cuáles son los objetivos del grupo a medio y largo plazo?

— Nuestra meta empresarial es crecer en todas los sentidos, tanto de una forma cualitativa como cuantitativa.Ya hemos sido nombrados mejor concesionario del año de BMW en 2011, pero no nos conformamos con eso, queremos seguir creciendo y mejorando nuestro servicio.

— ¿En qué valores fundamentan su gestión empresarial?

— Nuestro principal foco de atención reside en el cliente, conseguir satisfacer todas sus necesidades, ofreciéndole un servicio excelente en todo el proceso, tanto en el momento de venta como en la postventa. El cliente debe percibir una auténtica diferenciación en la calidad del servicio prestado.

— ¿Qué le parece el escándalo destapado en Volkswagen? ¿Creen que están gestionando bien la crisis?

— Me parece increíble que una decisión de engaño al cliente y al medio ambiente haya podido ser tomada por un comité de dirección de una gran compañía.

— El futuro del sector de la automoción pasa por el impulso del coche eléctrico?

— Sin duda, solo es cuestión de tiempo. Son coches igual de potentes, cómodos y seguros, con menos mantenimiento, y encima no necesitan gasolina, con el ahorro que esto supone. ¿Cuál es el problema? Lo único que falta es cambiar nuestra mentalidad.

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

— Es una institución necesaria en Santiago. Tenemos que construir entre todos una ciudad con peso industrial dentro de Galicia.

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

Roberto Pereira y Mariano Gómez Ulla rubricaron el acuerdo en Santiago

Alianza de futuro

El Club Financiero de Santiago (CFS) y el Club Financiero Atlántico (CFA) han firmado un convenio de colaboración para establecer políticas de colaboración que refuercen los objetivos fundacionales de ambas entidades. La formación continua dirigida a empresarios; la defensa de los intereses empresariales y la generación de sinergias entre sus socios y accionistas constituyen la base del acuerdo, que fue rubricado en Compostela por Roberto Pereira, presidente del CFS, y Mariano Gómez-Ulla, presidente del CFA.

Al amparo de este convenio, las dos entidades se comprometen a unificar esfuerzos y medios estrechar sus relaciones y llevar a cabo acciones conjuntas que favorezcan el desarrollo de sus actividades, en pro del sector empresarial al que representan. El acuerdo contempla además que los socios de cada organización puedan hacer uso de las instalaciones de ambos clubs, creándose una red de corresponsalía entre A Coruña y Santiago.

Roberto Pereira, presidente del CFS, destacó que la alianza con el CFA "supone un avance sustancial. No sólo será beneficioso para las empresas que conforman nuestro accionariado, sino que favorecerá también al sector económico de nuestro entorno. La unión de fuerzas nos ayudará a tejer una estructura sólida con mayor capacidad para alcanzar nuestras metas, involucrándonos en la firme defensa de los intereses generales de la clase empresarial y de la sociedad civil, optimizando recursos y costes".

Por su parte, Mariano Gómez-Ulla, presidente del CFA, incidió en el mensaje de Pereira y apuntó que "es de todos conocidos que la unión hace la fuerza. A Coruña y Santiago están obligadas a entenderse y caminar juntas. Este acuerdo refuerza los puntos citados y estoy seguro de que la unión de ambos clubs será beneficiosa para el desarrollo económico de toda Galicia".

Red gallega

Esta acción se enmarca dentro de un proyecto más ambicioso que pretende incluir también al Club Financiero de Vigo creando una red de clubs sólida, estable y con poder de actuación ante las diferentes administraciones para defender y proteger conjuntamente al empresariado gallego, además de poner en marcha un círculo de economía con autoridad suficiente para generar opinión y debate en temas de interés general. "Es una forma de romper con los localismos, que no tienen ningún sentido ni ventajas en el siglo XXI. Administraciones públicas, universidades, empresas privadas y colectivos sociales debemos colaborar y trabajar de forma conjunta para fortalecer el crecimiento de Galicia", sentenció Roberto.

Formación en alta dirección

El CFS fue sede de las jornadas formativas de la Escuela de Gobierno de MindValue, orientadas a fomentar la formación global en alta dirección. Esta formación se plantea como un programa dirigido al desarrollo profesional y personal de presidentes y directores generales.

En el programa de Galicia participaron seis destacadas empresas: Pili Carrera, GKN Driveline, Grupo Base, Maio Legal, Martínez Otero y Seidor. Estas compañías jugaron un doble papel: por una parte actuaron como patrocinadoras del evento y, por otra, participaron como asistentes a la formación.

El equipo directivo de las citadas empresas recibió formación en competencias de liderazgo, comunicación eficaz, gestión de equipos de alto rendimiento y sobre planificación estratégica de la mano de cuatro expertos nacionales en técnicas de dirección y gestión de empresas: Javier F. Aguado, José Aguilar, Marcos Urarte y Enrique Sueiro.

La metodología empleada se basó en un aprendizaje práctico y experiencial, caracterizado por la interacción, la participación y la reflexión. Para ello se limitó el tamaño del grupo a veinte participantes con el objetivo de favorecer la interacción y el intercambio de experiencias.

¿Es una buena estrategia empresarial vender barato?

Xavier Oliver, a la izquierda, es profesor del IESE en el área de Marketing

Este mes se iniciaron en el Club Financiero de Santiago las sesiones de continuidad del IESE, la prestigiosa Escuela de Negocios de la Universidad de Navarra. Xavier Oliver, especialista en Dirección Comercial y Marketing, fue el encargado de abrir estas jornadas formativas dirigidas a ex alumnos del IESE y empresarios.

Bajo el título de la conferencia *"Vendiendo Barato"*, Xavier Oliver expuso ante un numeroso público las claves para triunfar y sobrevivir en el actual momento de auge de los mercados *low cost*, un fenómeno iniciado por las compañías de aerolíneas y que se ha expandido a todos los sectores, revolucionando el modo de obtener beneficios y modificando el comportamiento y actitud de los consumidores.

"Actualmente hay una gran competencia de precios para ofrecer un producto o servicio al precio más barato", indicó Oliver. En este sentido, el profesor del IESE analizó la situación de los mercados y los cambios experimentados en los últimos años. La bajada de precios de los productos, nacida en la industria aeronáutica, revolucionó las ventas y se trasladó con rapidez a otros sectores como la moda.

Para Oliver, la aparición del fenómeno *low cost* perjudicó gravemente a las pequeñas y medianas empresas. "Al reducir el coste de un producto o servicio se reducen también los márgenes de beneficio, incidiendo al mismo tiempo en los salarios", apuntó.

El especialista en *marketing* hizo hincapié en la necesidad de aplicar valor añadido a los productos baratos. "No es suficiente bajar el precio para competir, tenemos que añadir otros atractivos puesto que los consumidores son más exigentes y caprichosos". De esta forma, Oliver reveló que la clave está en "conseguir diferenciarse y para ello es esencial cuidar la atención y el trato con el cliente para obtener buena reputación", sentenció.

Revolución de ideas empresariales

Jurado de la II edición del Premio Emprende - Innova

El jurado del II Premio Emprende-Innova se reunió este mes para analizar los proyectos presentados y elegir a los finalistas de la segunda convocatoria de este galardón.

Norberto Penedo, director del área de Competitividad del IGAPE; Marcos Balboa, presidente de AJE A Coruña; Francisco Godoy, vicepresidente de AJE en Santiago; Ana Rey, responsable del comité de I+D de AJE; Ramón Sabín, secretario del Club Financiero; José María Fernández, vicesecretario del CFS; Rosa Blanca Rodríguez, vocal del Club, y Roberto Pereira, presidente del CFS, formaron el jurado responsable de decidir el proyecto ganador.

La elección de los finalistas no fue una tarea sencilla, ya que hubo una alta participación de proyectos con ideas de negocio "realmente interesantes", indicó Roberto Pereira.

El fallo del jurado se dará a conocer el próximo 25 de noviembre en un acto público al que acudirá el conselleiro de Economía, Emprego e Industria, Francisco Conde, y un amplio número de empresarios.

Enrique León Calviño acumuló una gran experiencia en seguridad ciudadana siendo comisario en Vilagaría y Santiago

PROFESIONALES DE ÉXITO | **ENRIQUE LEÓN CALVIÑO**

Referente en seguridad

Enrique León fue comisario jefe en Santiago entre el 2001 y 2006, año en el que pasó a situación de segunda actividad. Es en ese momento cuando, empujado por unos compañeros, decide formar parte en un proyecto empresarial de iniciativa privada vinculado a la seguridad. Así surgió Segur 10, compañía dedicada a la vigilancia privada que ofrece todo tipo de servicios: vigilantes de seguridad con arma o sin ella, vigilantes de explosivos, instalación de sistemas de seguridad, etc.

Segur 10, con sede en Milladoiro, opera en toda Galicia. Comenzó su actividad con diez guardas en plantilla pero llegaron a alcanzar los doscientos vigilantes en las etapas de mayor trabajo. Sus clientes abarcan un amplio espectro, desde particulares a grandes empresas (conserveras, concesionarios de vehículos, joyerías, polígonos industriales, etc.), además de trabajar también con administraciones públicas, poniendo a su servicio personal de seguridad para eventos concretos.

La labor de Enrique León dentro de Segur 10 se fundamenta en su amplia experiencia como comisario, actuando como asesor en la gestión de planes de seguridad integral.

Enrique León califica su etapa en la comisaría de Santiago como la más satisfactoria de su carrera. “Todas las instituciones públicas y privadas me trataron con especial deferencia, facilitando mi labor profesional. Dirigir la comisaría de Santiago no es tarea fácil, pues hay que tener en cuenta que Compostela es la capital de Galicia con todo lo que esto significa a la hora de programar servicios. La mayor parte de actos oficiales se celebran aquí, a lo que hay que sumar también la organización de manifestaciones reivindicativas. Todo ello implica un mayor cuidado en la protección de los ciudadanos”, apuntó.

El excomisario se atrevió también con la política y llegó a ser alcalde de Vilagarcía en las elecciones de 2007. Su paso por el ayuntamiento fue breve. Tras 20 días de mandato optó por abandonar el cargo al ser cuestionada su elegibilidad por la Junta Electoral Central. “Fue una etapa muy frustrante. me sentí sin apoyo por parte de aquellos que me auparon en la lista electoral”, manifestó Enrique.

EL **DNI**

Nombre
Enrique León Calviño
Edad
71 años
Lugar natal
Verín
Empresa
Segur10
Formación
- Diplomatura en Criminología en la USC
- Licenciatura de Derecho por la UNED