



Jorge Pamies, presidente de la Asociación Española de Controllers y Global Chartered Controller Institute; Alberto Lozano, country operation manager de Sage; José Carlos Marcos, director del departamento Líneas Financieras de March JLT; el moderador Arturo Criado, director de la revista Capital y presentador en Gestiona Radio; y Arancha Díaz-Lladó, directora de Relaciones Institucionales del Grupo Telefónica.

La estrategia a seguir para ser global

La respuesta la dieron Arancha Díaz-Lladó (Telefónica), Alberto Lozano (SAGE), José Carlos Marcos (March JLT) y Jorge Pamies en el I Foro Iberoamericano de Negocios impulsado por ECOFIN, celebrado el 24 de junio en la Torre de Cristal.

Telefónica es la marca española más internacional e implicada en Latam. Arancha Díaz-Lladó, directora de Relaciones Institucionales de la compañía, recordó que el camino "no fue nada fácil". "La búsqueda de un equilibrio entre lo local y lo global fue uno de los aprendizajes de Telefónica", comentó. Así lo contó en el panel de expertos del I Foro Iberoamericano de Negocios organizado por ECOFIN.

Explicó lo importante de invertir con paciencia y con vocación de permanecer a largo plazo, por muy mal que tomen las cosas, sin prisas para el retorno de la inversión. "Las reglas en nuestro sector no están escritas", señaló.

En este mismo debate intervino Jorge Pamies, presidente de la Asociación Española de Controllers, que insistió en la importancia de "saber en qué mercados de Latinoamérica se pueden subir los precios y en cuáles no". En su trayectoria profesional, la experiencia del mundo textil y de la confección española.

También en la última mesa, bajo el título "Estrategia de la empresa en un entorno global", intervinieron José Carlos Marcos, director del Departamento Líneas Financieras de March JLT, y Alberto Lozano, country operation manager de Sage Europa.

Para Lozano, "cuando se buscan nuevas oportunidades, el camino no existe, se hace". En su opinión, en un proceso de internacionalización "la tecnología tiene que ser una palanca principal para mitigar todos los riesgos posibles". "Es muy importante no olvidar los valores, cuando salgamos fuera, no dejemos de ser lo que somos", concluyó Lozano.



Alberto Alonso: "La clave del éxito es crear valor en el cliente"

Grupo Valía fue premiado por el Jurado de ECOFIN como uno de los "Titanes de las Finanzas 2014". Alberto Alonso, su CEO, recogió el reconocimiento y aquí responde a ECOFIN sobre cuáles son sus claves de éxito y qué retos se plantean desde Valía para el futuro.

"Somos el médico de familia financiero y empresarial de nuestros clientes". Así comienza su presentación corporativa, ¿cómo manejan el proceso de curación de una empresa?

Nosotros somos banqueros consultores globales. Somos sus asesores financieros para sus inversiones en bolsa, para su estructuración financiera de la vida... para todo lo que le afecta financieramente. Tenemos unas 60 familias que tienen tres núcleos de negocios: su parte financiera, su parte inmobiliaria y sus empresas. Nosotros somos sus asesores para las tres partes, por eso somos globales. Dentro de una familia empresarial las dos figuras más importantes son su financiero y su abogado, los que estructuran todo el grupo. El Grupo Valía por una parte somos una EAFI; por otra, tenemos consultoría, y junto a la EAFI, consiguen controlar los tres núcleos. Tenemos tanta confianza con el cliente que te cuenta todo, es como el médico de familia antiguamente en los pueblos, lo que dijera era oro. De alguna manera ese es nuestro trabajo, diagnosticar qué necesitan nuestros clientes.

¿De dónde surge el modelo de negocio de Valía?

La forma de trabajar es casi única en España, pero popular en Reino Unido, Estados Unidos... Es la gestión de grupos familiares. Surge como una necesidad para dar servicio a esas familias. Nuestro forma de crecer es cubriendo y solucionando los problemas de nuestros clientes, por eso surge la consultora, para crear un ente financiero para que sobrevivan esas familias.

Valía tiene presencia en 16 países, ¿dónde empezó y cómo fue el proceso de internacionalización?

La internacionalización fue provocada por los negocios de los clientes. Es decir, no fue una estrategia corporativa propia de Valía; sino una necesidad de nuestros clientes. Si ellos iban a hacer negocios a Marruecos, Dubai... teníamos que ir junto a ellos. La estrategia era dar servicio a los clientes allá donde estuvieran. No es que tuviéramos oficinas propias, sino que hemos cogido como persona de apoyo a españoles que viven allí desde hace tiempo, que comprenden la idiosincrasia tanto española como de su nuevo país.

¿Qué otros retos se plantean a corto/medio/largo plazo?

Nuestro reto en la consultora es duplicar el negocio en doce meses; llegar a más empresas y a compañías de un tamaño mayor. Nuestro perfil de mes está creciendo. En cuanto a la EAFI, nuestro objetivo es obtener rentabilidades entre el 6 y el 12% de los clientes. En la parte en la que gestionamos más liquidez, nuestro reto es seguir siendo la primera empresa de asesoramiento independiente en España que trabaja con más entidades financieras. Trabajamos con 22 distintas, eso no existe en el mercado, pero queremos buscar las mejores soluciones en cualquier banco del mundo. Queremos ofrecer a los clientes el producto que quieran, en el banco que deseen, ejecutar el broker que quieran, que sean independientes de verdad y que tengan libertad de elección absoluta.

Según su experiencia, ¿cuál es la clave del éxito?

La clave del éxito es crear valor para el cliente. Esto se llama Grupo Valía porque nuestra base es esa. Crear valor desde la honestidad, el compromiso, estando junto a él en el camino. Nosotros no abandonamos al empresario tras el diagnóstico, nos comprometemos a implementar la estrategia, hay empresas en las que ponemos tres o cuatro directivos nuestros. Hay poca gente que hace esto, ¿por qué? Porque conlleva responsabilidades.

¿Cuáles son los valores que definen a Valía?

Transparencia, compromiso, responsabilidad, experiencia, confidencialidad, profesionalidad...

El jurado de los premios ECOFIN está presidido por Francisco Fonseca, jefe de la representación de la Comisión Europea en España, y su vicepresidente, César Vacchiano, asesor del MAEC; y está compuesto, además, por 30 ejecutivos de las principales asociaciones de directivos y empresarios, escuelas de negocios y de la industria financiera. ¿Qué significa para ustedes que dichas personalidades hayan reconocido el gran valor de su servicio?

Supone el reconocimiento al trabajo bien hecho durante años, a unos principios y a una forma de trabajar que en España apenas existe. Con un jurado tan importante como el de ECOFIN este premio es un empujón hacia delante, a que sigamos haciendo las cosas bien y que vayamos llegando a empresas más grandes.



Foro ECOFIN Grupo Directivos Internacionales

Copyright © 2014. ECOFIN®, All rights reserved.
ECOFIN: C/A Calá, 85 3º Izquierda 28009 Madrid
91 205 25 88

Our mailing address is:
b.valverde@ecofin.es
Dar me de baja de este boletín

<http://ecofin.es>