

# MEMORIA CLUB EOI - 2017

---



## Contenido

Carta del presidente.....	2
Plan de Acción Club EOI   2017.....	3
Plan de posicionamiento y mejora de la Imagen de Marca y Reputación Club EOI.....	3
Razón de ser del Club EOI.....	3
Difusión y conocimiento del Club EOI.....	4
Crecimiento del número de socios.....	5
Mejora del control y gestión del número de socios.....	6
Mejorar la gestión de la fidelización de socios y disminuir la tasa de abandono.....	7
Mejora de la Marca y Reputación del Club EOI.....	8
Número de Miembros.....	10
Actividades.....	11
Actividades 2017.....	11
Por áreas.....	12
Ciclo “Nuestros Maestros”.....	12
Networking.....	14
Encuentro Anual Madrid.....	16
Encuentro Anual Sevilla.....	17
Deporte, Ocio y Cultura.....	18
Voluntariado y RSC.....	19
Coro EOI.....	20
Otras Actividades 2017.....	22
Junta Directiva.....	23
Consejo Asesor.....	24

## Carta del presidente

Un año más, os queremos hacer llegar la Memoria Anual con las principales acciones realizadas por el CLUB EOI durante el año 2017.

Este año, ha sido un año centrado en la aplicación del Plan de Acción 2016-17, Plan específicamente orientado a revisar, evaluar y actualizar los principios fundamentales de actuación del Club EOI y con un objetivo final de conseguir que los antiguos alumnos de la EOI, sientan un sentimiento de pertenencia y un deseo de continuidad que les lleve a querer ser miembros permanentes del Club de antiguos alumnos de la escuela EOI.

Los resultados de la aplicación de dicho Plan, son visibles y medibles. Dicho en una única palabra son resultados que reflejan “avance”. Avance que a partir de aquí nos debe inspirar e ilusionar para emprender el resto del camino. Es mucho el camino que nos queda por recorrer, pero entiendo que estamos en el punto adecuado y en el momento oportuno para seguir caminando.

Un abrazo,

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Luis López-Cózar', written in a cursive style.

Luis López-Cózar Alvarez

*Presidente Club EOI*

## Plan de Acción Club EOI | 2017

### Plan de posicionamiento y mejora de la Imagen de Marca y Reputación Club EOI

El 30 de septiembre de 2016, la Junta del Club EOI decidió diseñar y poner en marcha un Plan de Acción para establecer las principales líneas de trabajo correspondientes al ejercicio 2016-2017. Dicho Plan fue conceptualizado para fortalecer la Asociación de Antiguos Alumnos de la escuela, dotándola de nuevos contenidos, mejorando los procesos internos de afiliación, registro, renovación y permanencia de los asociados e impulsar el alta de nuevos socios, desde la concienciación del “sentido de pertenencia y orgullo corporativo” y con el fin de posicionarla en el sitio que le corresponde como una de las Escuelas de Negocios más importantes a nivel nacional e internacional.

Este plan que se describe posteriormente no debe ser entendido como un plan aislado o independiente, sino que ha sido concebido como un plan complementario y sinérgico al conjunto de líneas de acción que, de manera habitual, lleva a cabo el área de *Alumni* de la EOI:

- La línea de potenciación del Desarrollo Profesional.
- Fomentar el *Networking*.
- Actividades deportivas, culturales y de ocio.

El Plan definitivamente aprobado quedó estructurado en **6 objetivos** prioritarios, las **estrategias** a seguir para su consecución y **40 líneas de acción** con la asignación de responsable, fecha de finalización, seguimiento, recursos e indicador de desempeño.

A continuación, se indica, de manera resumida, los 6 objetivos, su estrategia y la/s línea/s de acción correspondiente/s;

#### Razón de ser del Club EOI

OBJETIVO	ESTRATEGIA	DETALLE	ACCIONES
Razón de ser Club EOI	Definir la nueva concepción/enfoque del Club EOI	Definir la Misión, Visión y Valores del Club EOI y establecer puntos de unión/diferencias con <i>Alumni</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definir la Misión, Visión y Valores del Club EOI</li> <li>2. Enumerar y describir las ventajas de pertenencia al club que establezca un argumentario claro de esta nueva etapa. Junto con ello clarificar acciones <i>Alumni</i> y acciones Club.</li> </ol>

## Difusión y conocimiento del Club EOI

OBJETIVO	ESTRATEGIA	DETALLE	ACCIONES
Difusión y conocimiento del Club EOI	Dar a conocer el Club EOI y las ventajas que supone para cada asociado.	<b>INTERNA:</b> Presentación del club en las aulas y escuela.	3. Grabar un video, que pueda usarse para la difusión del club. Creo que puede ser una manera de definir el mensaje que queremos transmitir y utilizarse en las presentaciones del club a los alumnos y en las comunicaciones externas
			4. Planificar y realizar un programa/calendario de visitas a los alumnos incluidos en el convenio.
			5. Planificar y realizar un programa/calendario de visitas a los alumnos excluidos en el convenio.
			6. Integración del sello Club EOI en todos los folletos y manuales de la escuela
			7. Actualización página web
			8. Creación de Blog para información, captación e integración de socios actuales y/o futuros.
		<b>EXTERNA:</b> Comunicación de las ventajas del club y sus servicios	9. Redes sociales: homogeneizar y coordinar contenidos con la EOI y con <i>Alumni</i> y detallar programa de actividades mensuales; estándar y Premium.

## Crecimiento del número de socios

OBJETIVO	ESTRATEGIA	DETALLE	ACCIONES
Crecimiento del número de socios	Políticas de captación de socios	NUEVOS ALUMNOS: Motivación e Involucración durante su periodo lectivo.	10. Folletos informativos/medios digitales de las actividades a realizar durante el curso escolar. 11. Estudio de idoneidad de difusión del club para los alumnos de los cursos con fondos FEDER.
		ANTIGUOS ALUMNOS: Conocer el ciclo de vida del antiguo alumno para poder repescarlo en el club	12. Coordinar acciones con <i>Alumni</i> para entender y fortalecer su "ciclo de comunicación" para plantear sinergias de actuación.
		TODOS LOS ALUMNOS	13. FOROS DE ACTUALIDAD: Planificar un foro temático trimestral donde tratar temas de actualidad (posibilidad de que los propios socios demanden temas vía web, blog...) 14. BONO ANUAL DE FORMACIÓN: Además de los descuentos habituales, ofertar un bono anual que dé acceso a "x" cursos (decidir coste, número y tipología de cursos)
		Facilitar el proceso de inscripción	15. Reducir los datos que se piden en el formulario (incluyendo nº de cuenta para domiciliación) y automatizar el proceso de entrada de datos y aceptación de domiciliación.

## Mejora del control y gestión del número de socios

OBJETIVO	ESTRATEGIA	DETALLE	ACCIONES
Mejora del control y gestión del número de socios	Revisión y mejora del registro de asociados y de la gestión del mismo.	Actualización de las BBDD	16. Revisión y limpieza de las BBDD ( <i>Sinergy</i> y <i>Socius</i> ).
		Campaña de telemarketing para contactar con toda la BBDD actualizada	17. Revisar situación y transmitir nuevas ventajas. 18. Actualizar datos curriculares e incluir una relación de habilidades que lo representen en un determinado perfil (tipo LinkedIn)
		Busqueda en LinkedIn de los miembros actuales de la BBD y envío de petición para su alta en LinkedIn	19. Fomentar la participación en esta red social haciendo hincapié en que los socios pidan ayuda a otros miembros del club en este medio.
		Analizar y decidir el mejor sistema de almacenamiento.	20. Tomar como punto de partida la base limpia y actualizada para migrarla al repositorio adecuado (quizás <i>Sales Force</i> , aunque hay que estudiarlo) y empezar a mejorar y enriquecer esa base (nos permitirá hacer listas y alertas automáticas).
		Creación de procedimientos	21. Procedimiento de alta de socios y bajas (incluyendo el nuevo convenio)
		Agilizar los pagos	22. Eliminar la opción de Transferencia para los socios actuales y futuros. El cobro debe ser único y exclusivamente originado desde el Club, mediante domiciliación. Utilizar el mismo sistema que EOI para las domiciliaciones y pagos de las cuotas a través del ERP y SF.
		LOPD	23. Incluir el aviso legal y la política de privacidad en todos los formularios.
		Gestión de impagados	24. Los impagados <sup>1</sup> suponen un 33% de la facturación. Incluir el aviso legal y la política de privacidad en todos los formularios. Hay que lanzar un proceso de gestión de impagados. El ahorro en coste de comisiones va a ser importantísimo.

<sup>1</sup> Según la cuenta de P&L de cierre del año 2015 de la Asociación.

## Mejorar la gestión de la fidelización de socios y disminuir la tasa de abandono

OBJETIVO	ESTRATEGIA	DETALLE	ACCIONES
Mejorar la gestión de la fidelización de socios y disminuir la tasa de abandono	Estrategia de atención al socio	Revisión de bajas	25. Llevar un seguimiento personalizado de las bajas; llamadas personales, motivaciones, posibles vías de recuperación o disuasión.
		Hacer un procedimiento de recuperación de socios	26. Procedimiento para llevar el seguimiento y atención personalizada para atender sugerencias y reengancharlo.

## Mejora de la Marca y Reputación del Club EOI

OBJETIVO	ESTRATEGIA	DETALLE	ACCIONES
Mejora de la Marca y Reputación del Club EOI	Encuentro anual "Premium"	Organización del encuentro anual de antiguos alumnos, con especial enfoque a los socios del Club.	27. Realización del tradicional encuentro de antiguos alumnos, desde un enfoque de "preferencia y exclusividad" para los antiguos alumnos socios del Club EOI.
	Estrategia "nuestros maestros"	Hacer un programa de visitas, seminarios y ponencias de figuras destacadas a nivel nacional y/o internacional.	28. Hacer un programa de visitas trimestrales de destacadas personalidades del mundo de la ciencia, política, arte, deporte, etc. que por su trayectoria personal y/o profesional pueden ser constituidos en un referente de los valores de la escuela.
	Estrategia "Consejo Asesor <sup>2</sup> "	Hacer un plan de involucración y motivación del Consejo Asesor del Club EOI	29. Se trataría de "poner en positivo" las funciones del Consejo Asesor para que realmente puedan cumplir con las funciones y objetivos desarrollados en los estatutos del Club (ver artículo 31. Objetivos)
	Estrategia de "influencers" del club	Miembros con participación preferente en el Club	30. Se buscarán a alumnos (uno por promoción) para que el Club tenga un contacto más cercano y de esa manera lo pueda transmitir a su grupo 31. Se hará reuniones con ellos para conocer sus opiniones e ideas sobre acciones del Club.
	Programa de "Acompañamiento"	Asignación de un "socio acompañante" a todos los alumnos que se gradúen en el año.	32. Pequeña formación/asesoría del mentor en habilidades, desarrollo profesional, etc. 33. Encuentro de mentores y aprendices con casos prácticos, ponencias y formación adicional

<sup>2</sup> Consejo Asesor: Según el artículo 30 de los estatutos del Club EOI, el Consejo Asesor se constituye como órgano consultivo y de representación formado por antiguos alumnos y profesores de reconocido prestigio que contribuyan a aportar valor a la Asociación, al reconocimiento de la identidad de EOI, prestando asesoramiento puntual a la Asociación y la Escuela.

OBJETIVO	ESTRATEGIA	DETALLE	ACCIONES
Mejora de la Marca y Reputación del Club EOI			34. Búsqueda de colaboración de empresas que patrocinen el programa
	Programa “el protagonista eres tú”	Conferencias y mesas redondas “la tertulia de actualidad”	35. Búsqueda de conferencias en el que entre los ponentes siempre habrá uno o varios socios del Club que se dediquen a ello
		Conferencias y ponencias especializadas	36. Convocar a los socios en base a su perfil para tratar temas más técnicos o complejos y fomentar el <i>networking</i> entre perfiles semejantes o trabajadores de un mismo sector
	Programa de Patrocinios	Creación de dossier de patrocinios	37. Envío de solicitud a todas las empresas colaboradoras y proveedoras de la escuela para esponsorizar eventos del club y ofrecer ventajas a los socios. 38. Creación de dossier de patrocinios
	SocialClub EOI	Unirse a la escuela y promover alguna acción social por parte de los socios	39. Identificar algunos proyectos de colaboración y ofrecer a los socios la posibilidad de participar y sumarse a un objetivo final (que puede ser un proyecto compartido o no con otras iniciativas de EOI)
	“Estrategia Coral” (Coro Club EOI)	Poner en valor la actividad del Coro Club EOI	40. Actualizar actividades y razón de ser y definir un objetivo y un Programa de actividades y actuaciones que ayuden a fortalecer la marca del “Club EOI”

## Número de Miembros

Los miembros del Club a fecha 31 de diciembre de 2017 son:

MIEMBROS	
Socios registrados	3821
Socios de nº	2792
Jubilados, socios de honor, OTROS	338
ALTAS EN 2017	
Socios	80
Socios incluidos por convenio EOI	755*

\*Socios adscritos al Club EOI en base al convenio firmado con EOI en julio de 2016

## Actividades

### Actividades 2017

#### Desarrollo personal

##### *Ciclo "Nuestros Maestros":*

- ✓ "La Era Trump: Política y Economía" **Antonio Garrigues Walker y Pilar L'Hotellerie-Fallois.**
- ✓ "El sector eléctrico" - **Eduardo Montes**

#### Deporte, Cultura y Ocio

- ✓ Carrera Nocturna del Guadalquivir
- ✓ XIII Torneo de Pádel
- ✓ Coro EOI

#### Networking

- ✓ Encuentro por promociones, 10º aniversario MBA construcción
- ✓ Congreso CEDE
- ✓ Asamblea General Ordinaria
- ✓ Encuentro Anual AAEOI – Madrid
- ✓ Encuentro Anual AAEOI - Sevilla

#### Voluntariado y Responsabilidad Social Corporativa

- ✓ Proyecto: Recaudación de Fondos para ayudar a niños huérfanos - Etiopía

#### Asistentes

1350

Por áreas

## Ciclo “Nuestros Maestros”

Nace con el objetivo de recibir y compartir las enseñanzas de Maestros en diversos sectores: economía, energía, ciberseguridad, medioambiente, etc... Posteriormente, y de manera sistemática, se hace un “vino español” para propiciar un espacio de networking exclusivo entre los socios del club

### DESIGUALDAD DE LAS POLITICAS RETRIBUTIVAS, TALÓN DE AQUILES DE LA ADMINISTRACION TRUMP

Antonio Garrigues Walker - Pilar L’Hotellerie-Fallois



Dentro del Ciclo “Nuestros Maestros” se reunió a **Antonio Garrigues Walker, presidente de la Fundación Garrigues y patrono honorífico de la Fundación Consejo España-Estados Unidos y Pilar L’Hotellerie-Fallois directora general adjunta de Servicios Internacionales del Banco de España** para analizar el triunfo electoral del nuevo presidente de los Estados Unidos y el impacto de sus políticas sobre el mundo

El efecto de las medidas comerciales proteccionistas anunciadas por Trump, su posición ante el cambio climático y el reto de reducir la desigualdad social del país fueron algunos de los aspectos analizados en el encuentro

## LA PROBREZA ENERGETICA Y EL EQUILIBRIO TARIFARIO

**Eduardo Montes**



El **presidente de la Asociación Española de la Industria Eléctrica (UNESA), Eduardo Montes**, protagonizó la segunda edición del ciclo 'Nuestros maestros', impulsado por el Club EOI para acercar a sus miembros a la actualidad económica a través de figuras relevantes de distintos sectores.

En este **encuentro, moderado por el presidente del Club EOI, Luis López-Cózar**, Montes abordó cuestiones como la pobreza energética, cómo entender la factura de la luz o el futuro de las energías renovables en España. En un formato abierto y distendido, se pusieron sobre la mesa también aspectos como la necesidad de mantener el equilibrio tarifario, incorporar nueva potencia renovable y definir aspectos regulatorios relacionados con el autoconsumo y el bono social.

## Networking

### Congreso Anual CEDE:

Bajo el lema “Oportunidades y riesgos del directivo en la sociedad digital”, el día 21 de noviembre de 2017 se celebró en el Auditorio de la Diputación de Alicante el Congreso anual de Directivos de CEDE y, en paralelo, el Encuentro de Jóvenes “Talento en Crecimiento”. El acto congregó a más de 1.500 directivos y 300 estudiantes en el auditorio anexo.

Este gran éxito de convocatoria se sumó al gran nivel de los ponentes que, a lo largo de toda la jornada analizaron la situación socioeconómica y política, aportando algunas claves para que las empresas y los directivos puedan hacer frente al contexto actual, marcado por la digitalización. Por todo ello, esta edición del Congreso CEDE tuvo una gran repercusión mediática y se convirtió en una plataforma de encuentro y visibilización de las actividades y acciones del Club EOI.



Congreso CEDE

**Programa “el protagonista eres tú”**

El programa plantea conferencias y mesas redondas sobre temas de actualidad y con la idea de fomentar intercambios de conocimiento e impulsar el desarrollo profesional y personal.



Encuentro “El protagonista eres tú”

10º Aniversario Executive MBA

Encuentro Anual Madrid



Encuentro Anual Sevilla





XIII TORNEO DE PADEL

Deporte, Ocio y Cultura



CARRERA NOCTURNA DEL GUADALQUIVIR

## Voluntariado y RSC



# LA EDUCACIÓN NO PUEDE ESPERAR

por  
**CLUB EOI (ANTIGUOS ALUMNOS ESCUELA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL)**

[Website](#) · [Facebook](#) · [Twitter](#) · [Instagram](#)



El objetivo era recaudar fondos para la puesta en marcha de un complejo educativo en Debre Libanos para menores huérfanos y en situación de abandono.

La iniciativa se enmarcó en el movimiento global [#givingtuesday](#), que propone dedicar un día al año a celebrar la acción de dar (alimentos, dinero o tiempo), como respuesta al consumismo descontrolado que promueven el Black Friday y el Cyber Monday

Coro EOI



Réquiem de Cherubini y obras de Bethoven, Mozart, Barbieri y Sors . Parroquia Ntra. Sra de las Victorias

Abril – 2017



La Cantata 18 de Bach y Réquiem de Fauré con la Orquesta de Alcalá de Henares en el Castillo de Magalia. Las Navas del Marqués . Junio 2017

**GLORIA IN ALTISSIMI**  
música para adviento y navidad  
bach, händel, saint-saëns

**coro eoi**  
director rupert damerell

sábado 2 de diciembre a las 20.30  
parroquia santa maría. avenida burgos 12. 28036 madrid  
donativo

www.zenobiamusica.com  
info@zenobiamusica.com

**EOI** Escuela de organización industrial

MADRID  
KATHOLISCHE GEMEINDE  
DEUTSCHER SPRACHE  
PARRQUIA SANTA MARIA

Concierto de Música de Adviento y Navidad. Parroquia Alemana Católica de Madrid - Diciembre 2017

## Otras Acciones Club EOI

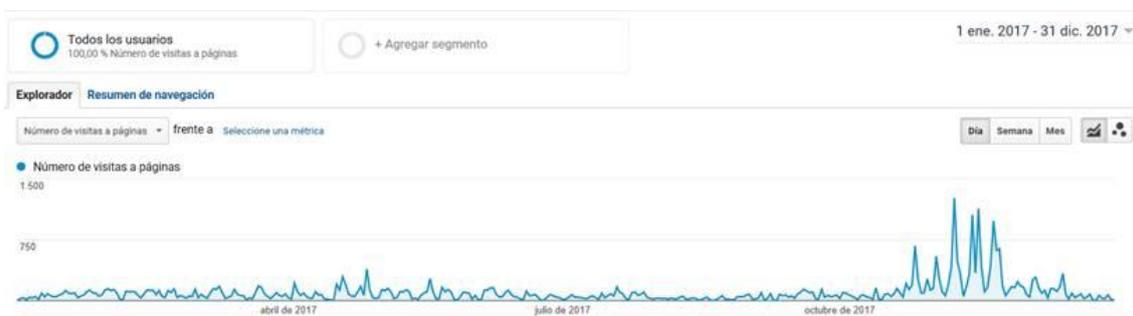
### RESUMEN DE ACTIVIDADES 2017

Formación Continua		Formación en abierto	
Cursos, talleres	Asistentes	Socios	Socios
27	445	57	28

Comunicación y RRSS 2017	
Web Club EOI **	41.882
Fans Facebook	1.111
Seguidores Twitter	3.387
Post Blog – Experiencia EOI	2
Número de <i>mailing</i> enviados	9

\*\* Número de páginas visitas únicas - Google Analytics



## JUNTA DIRECTIVA



**LUIS LOPEZ-COZAR**  
PRESIDENTE



**VICTOR VALIENTE**  
VICEPRESIDENTE



**MIGUEL SANCHEZ MONTES DE OCA**  
VICEPRESIDENTE



**PATRICIA DE LA PUENTE**  
SECRETARIA GENERAL



**SUSANA SALMADOR**  
TESORERA



**EMILIO ARCE**  
VOCAL



**MARIO CANTÓ**  
VOCAL



**DANIEL CASTAÑEDA**  
VOCAL



**NIEVES CIFUENTES**  
VOCAL



**ALEJANDRO COSTA**  
VOCAL



**NESTOR GUERRA**  
VOCAL



**JAVIER MARTINEZ**  
VOCAL



**CRISTINA REY**  
VOCAL ASESOR



**HERNAN CORTES**  
VOCAL ASESOR

## CONSEJO ASESOR



**ESTHER RITUERTO MARTÍNEZ**  
Ex - Directora General de  
Administración y Finanzas  
RED ELÉCTRICA DE ESPAÑA



**JOSE IGNACIO RIVERO PRADERA**  
Presidente  
TATUM



**FRANCISCO CAL PARDO**  
Presidente  
LEADAIR



**ANTONIO COLINO MARTÍNEZ**  
Presidente  
CEIDEN | MIEMBRO DE LA  
ACADEMIA DE INGENIERÍA



**ENRIQUE DÍAZ-RATO**  
Consejero Delegado  
CINTRA



**RAFAEL MIRANDA ROBREDO**  
Presidente  
Presidente de Acerinox



**FERNANDO PANIZO ARCOS**  
Patrono  
FUNDACIÓN EVERIS



**JESÚS RODRÍGUEZ CORTEZO**  
Presidente  
CONSEJO GENERAL DE COIIN



**LUIS ALBERTO PETIT HERRERA**  
Director Gerente  
REAL ACADEMIA DE INGENIERÍA



**JOSE MARÍA HERNÁNDEZ MARTÍNEZ**  
Director General  
Grupo MUNDIPRENSA



**GABRIEL CERRADA DELGADO**  
Large Enterprise and Public Sector Director  
ORANGE



**TEÓFILO JULIÁN DEL POZO RODRÍGUEZ**  
Director del Área de Asesorías a ENLs  
SECOT | Director de Innovación y  
Tecnología FESBAL



**MIGUEL ÁNGEL FEITO HERNÁNDEZ**  
Director General  
CEDDET



**DANIEL PEÑA SÁNCHEZ DE RIVERA**  
Ex Rector  
UNIVERSIDAD CARLOS III



**AMADEO PETITBÓ JUAN**  
Presidente  
EX FUNDACIÓN RAFAEL DEL PINO



**JERÓNIMO SAAVEDRA ACEVEDO**  
Ex - Alcalde  
AYUNTAMIENTO DE LAS PALMAS DE  
GRAN CANARIA