



CV Documentado - Ramón Tenreiro González-Llanos

Ronda de Nelle 104 - 8º DR 15005 - La Coruña – Calle Alcorisa 81 – 1º A 28043 - Madrid

www.tenreiros.com - tenreiroramon@gmail.com - Teléfono 671617644

A-CURRÍCULO RAMÓN TENREIRO

Mi trayectoria profesional me ha dado la oportunidad de desarrollarme profesionalmente en sectores como el financiero, marketing directo/comercial e inmobiliario, trabajando, colaborando y aprendiendo del contacto con algunas de las personas de mayor talento que ocupan o han ocupado áreas de relevancia en algunas de las empresas mejor valoradas de España. Por mencionar algunas, he tenido el honor de colaborar y la oportunidad de conocer y aprender de personas tan destacadas como:

En el sector Financiero.

Don Guillermo de la Dehesa - Consejero Delegado del Banco Pastor

Don Jaime Crespo – Director General del Banco Pastor

Don Alvaro Arvelo - Director General y Presidente Caja Canarias

Don Alfredo Orán - Director Caja Canarias

Don José Miguel Gómez Fraile – Director General CajaSegovia

En el sector Comercial.

Don Víctor del Pozo – Consejero Delegado El Corte Inglés (*DM&COING*)

Don Ricardo Goizueta – Director de la Tienda en Casa (*DM&COING*)

Don Miguel Angel Reiris – Presidente CIL (*DM&CIL*)

Don Ignacio Reiris - Presidente CIL (*CIL*)

Don Santiago Rodriguez – (*Directa&mente, DM&CIL y DM&COING*)

En el sector Inmobiliario

Don Manuel Soto – Presidente Costa Coruña Inmobiliaria (*ABBRE REAL ESTATE*)

Mi experiencia es muy amplia. He ocupado posiciones de responsabilidad en el área de marketing comenzando como jefe de producto y finalizando como director de marketing de dos entidades financieras. He sido Director General de Directa&mente Madrid, empresa de marketing directo, Director de Área en CIL, Consejero de la Empresa Municipal de Servicios de Tres Cantos. En el área inmobiliaria, he sido Arquitecto, Tasador, Socio y Gerente de una empresa inmobiliaria, y Administrador y Gerente de dos promotoras inmobiliarias.

En mi penúltima etapa profesional me he especializado en el Marketing Digital, creando dos startups con base en USA y España, y creando Apps.

Finalmente, participo en actividades de voluntariado, como tesorero y secretario del COIF, asociación declarada de utilidad pública, dirigida a la ayuda a la familia y participada por la Compañía de Jesús

EXPERIENCIA

- **2016-2020: CEO - SED.SYSTEMS SL** (España) SED.Systems SL desarrolla integralmente proyectos inmobiliarios, desde la idea inicial hasta la venta final del inmueble. Equipo formado por 3 arquitectos, dirigidos por Ramón Tenreiro, hemos hecho estudios de viabilidad, adquirido y desarrollado suelo, conseguido financiación, diseñado todos los proyectos técnicos, negociado con la administración, con vecinos y suministradores, contratado, dirigido y gestionado la construcción. Desarrollamos el marketing, creamos la publicidad y realizamos las ventas. <http://www.sed.systems>
- **2013-2015: CEO - SED.SYSTEMS SL** (España) y **Simply Easy Web LLC** Delaware (USA) Startups que desarrollaron Apps para IOS y Android, así como sus páginas web, etc. 5 años de experiencia, en internet, marketing digital, gestión de bases de datos, etc. <http://www.simplyeasydiet.com>

- **2002-2012: Gerente - SERANTES 2 MILENIO SL - 2006-2018: Administrador único Artabra Viviendas Venta y Alquiler SL** A Coruña. Promotoras Inmobiliarias. Responsable gestión, incluyendo negociaciones con entidades financieras, Ayuntamiento, diseño y ejecución de obras, ventas, marketing y publicidad. Subcontratando la construcción por oficios. 10 años de experiencia en gestión general, inmobiliario, financiero, construcción, marketing y ventas. Realización de 2 promociones inmobiliaria, adquiriendo el suelo, desarrollando el planeamiento, financiación bancaria por importe de 5,7 millones €. 51 viviendas, 4 calles y un parque público.
- **2004-2008: Socio Ejecutivo, ABBRE SL**, Coruña. Inmobiliaria que vende en exclusiva las 358 viviendas que promueve la Promotora Inmobiliaria Construcción Costa Coruña SL, participada por el Banco Pastor y Don Manuel Soto. Diseño campañas, estrategia comercial y de marketing para la venta de viviendas.
- **2002-2010: Administrador, PROA INTERMEDIO SLUP**, Coruña. Sociedad profesional de Arquitectura que desarrollo y ejecuto los proyectos de 128 viviendas, calles y jardines públicos y locales comerciales.
- **2002-2006: Director Comercial de División, PROMOCIONES Y EDICIONES SA**, Madrid. Empresa líder en marketing directo en España y Portugal con 940 empleados y con las marcas: Club Internacional del Libro, Galería del Coleccionista, Club Natura, etc. Gestionando dos líneas de Negocio: Campañas con Bancos y la Red de Tiendas Galería del Coleccionista, participando en su creación y seleccionando locales, personas, etc. Abrió 4 tiendas entre el año 2004 y 2005 - 4 años de experiencia gestión, marketing directo y al detalle.
- **2001-2002: Tasador de viviendas y Promociones, SOCIEDAD DE TASACIÓN SA**, Madrid. Empresa líder en las tasaciones inmobiliarias. Realizó tasaciones en la zona norte de Madrid; La Moraleja, Tres Cantos, Alcobendas. Trabajo autónomo por el interés de participar en la promoción inmobiliaria,
- **2000-2002: Consejero, Empresa Municipal de Servicios de Tres Cantos** Tres Cantos (Madrid). Durante el período que residí en Tres Cantos. Dada mi experiencia y formación, voluntariamente colaboré en la gestión de la Sociedad Municipal de Servicios, perteneciendo a su Consejo de Administración, como Consejero Independiente nombrado por la Alcaldesa. Realice Estudio de Viabilidad. Presenté mi dimisión al dejar de residir en el ayuntamiento y no poder ocuparme por nuevas obligaciones.
- **2000-2002: Director General Directa&mente** Madrid. *Directa&mente* surge al integrarse las empresas VIVAVOX de Marketing Telefónico, AXON de Activación de Ventas y DIMENSIÓN BILBAO de Marketing Directo. Gerencia agencia en Madrid. 1 año de experiencia en prospección del mercado, desarrollo de la oferta, gestión de los clientes, seguimiento y control de las acciones. Principales clientes: *Club Internacional del Libro*, *e-informa*, *Club Estudiantes de Baloncesto*, *El Corte Inglés*, *Marca*, *ABLA*. 2 años experiencia gestión de cuentas, planificación de campañas, etc. Se desarrollaron 2 joint ventures: **DM&CIL**, con el Club Internacional del Libro y **DM&COING** con El Corte Inglés.
- **1996-2000: Director Marketing CAJA SEGOVIA**. Segovia. Elaboración y ejecución del Plan de Marketing de 1997, 1998 y 1999. Implantación del sistema de gestión de la relación con clientes (C.R.M.) Lanzamiento oficina Gestión de Patrimonios. Ejecución Plan Expansión (16 oficinas abiertas en Madrid entre 1997 y 1999). Cambio de imagen y marca de las oficinas (de *Caja de Ahorros* y *Monte de Piedad de Segovia* a *CajaSegovia*), diseño nuevas oficinas incluso distribución (ventanas como escaparate servicio de atención personalizado sin caja fuerte ni ventanilla) Crecimiento superiores al 58 % en número y facturación Medios de Pago (Visa y Lanzamiento Tarjeta Compra Fácil). Entre 1995 y 1999, crecimiento de 8 puntos (del 56.7 % al 64.1 %) cuota de mercado en Segovia. Ajuste de los costes de publicidad pasando del 0,12 al 0,09 % sobre A.T.M. 4 años experiencia, marketing, branding, planes de comunicación, ferias, etc.
- **1993-1995: Director Gabinete Director General CAJA CANARIAS**. Santa Cruz de Tenerife. Propuesta de Directrices Generales para los ejercicios 1994 y 1995. Lanzamiento y control de los Planes de Acción 1994 y 1995. Implantación del Nuevo Modelo de Gestión. Protocolo, seguimiento de prensa y relaciones públicas. **Miembro Comité Dirección** 3 años experiencia gestión, negociación objetivos y representación.
- **1995: Jefe Administración FUNDACIÓN FYDE-CAJA CANARIAS**. Santa Cruz de Tenerife. Fundación orientada a la Formación y Desarrollo Empresarial con el objeto de una colaboración estrecha entre la Caja y la PYME Canaria. Financiada por la propia Caja y el Gobierno de Canarias. Experiencia Creación de la Fundación y Ejecución del Plan 1995.
- **1990 -1993: Jefe Planificación y Marketing Estratégico CAJA CANARIAS** S/C de Tenerife Staff del Director General. Miembro del Comité de Dirección. Definición de la posición competitiva. Implantación del Plan de Marketing. Rediseño de la política de comunicación y estrategia de medios. Incremento de 3,6 puntos de cuota de mercado (10 %) y disminución de los costes de publicidad del 0,24 % al 0,08 % sobre A.T.M. 3 años de experiencia en Marketing, comunicación y medios así como organización y patrocinio de eventos (Concierto Michel Jackson en Tenerife, 3 Festivales Carnaval de Tenerife)

- **1989-1990: Jefe Acción Comercial BANCO PASTOR** A Coruña. Responsable de la publicidad, investigación de mercados y de la coordinación de los jefes de productos. Definición de la posición competitiva. Coordinación y ejecución Plan de Marketing 1990. Implantación de la investigación comercial tanto interna: *control de productos y campañas*, como externa: *Tracking de Comunicación*, lanzamiento de productos, seguimiento de precios y acción comercial. Rediseño de la estructura, control y contratación de la Publicidad. 3 años de experiencia en publicidad, investigación de mercados y coordinación.
- **1987-1989: Jefe Producto Activo de Particulares BANCO PASTOR** A Coruña. Diseño, gestión y comercialización de los productos de activo a particulares: *Préstamos al Consumo* y *Crédito Vivienda*. Con un volumen de 35.000 Millones de pesetas. Principales resultados: Desarrollo e implantación de un modelo de Scoring que permitió la concesión autónoma en el lugar de venta (concesionarios y centros comerciales) se implementó con la ayuda de AIS, que después comercializó la metodología en otras entidades de crédito. Creé y lancé el Crédito Vivienda y dupliqué la inversión en dos años.

FORMACIÓN Y CONOCIMIENTOS

- **MBA-Master en Gerencia de Empresa - Instituto de Empresa Business School** Madrid. 1986. Número 1 de mi promoción. Con las siguientes calificaciones principales:
 - *Política de Empresas* **Matrícula de Honor.**
 - *Política de Empresas* **Sobresaliente.**
 - *Dirección Comercial* **Sobresaliente.**
 - *Dirección Financiera* **Sobresaliente.**
 - *Calificación Final del Master:* **Sobresaliente.**
- **Arquitecto Superior- ETS de Arquitectura Universidad Politécnica Madrid** 1977-1984

CONOCIMIENTOS Y FORMACIÓN ESPECIALIZADA

- **An introduction to Interactive programming in Python** [Rice University](#) 72 horas - nota 95,5/100
- **Diseño Web** [Samicro](#) 2013 A Coruña -120 horas
- **An Introduction to Marketing** [Wharton University of Pennsylvania](#) - 54 horas - nota 96,0/100
- **Developing Innovative Ideas** [University of Maryland. College Park](#) - 36 horas - nota 96,2/100
- **Web Intelligence and Big Data** [Indian Institute of Technology Delhi](#)
- **Startup Engineer** [Stanford University](#). nota 98,3/100
- **Computing for Data Analysis** [Johns Hopkins University](#)- 45 horas - nota 98,0/100
- **Digital Analytics Fundamentals** [The Google Analytics Academy Course](#)
- **Técnicas de Negociación** 2002 [Antares Consulting](#) Madrid -16 horas
- **Oracle Data Browser** 1996 [Oracle Educación](#) Madrid - 5 horas
- **Marketing Directo 96** 1996 [Instituto Superior Técnicas Bancaria](#) Madrid -16 horas
- **Investigación Mercados** 1989 [Especial Directivos Marketing y Ventas](#) Madrid -16 horas
- **English** [University of Delaware USA](#) Estancia USA Octubre 2011 a Abril 2012. Horas 840
- **Business English** [University of Delaware USA](#) ELI Enero y Febrero 2012. Horas 240

Idiomas

Lengua Española: Nivel nativo

Lengua Inglesa: Nivel Advance Certificate University of Delaware.

Estancia en USA desde Octubre de 2011 a Mayo de 2012

Informática

Office, Windows, Autocad, Photoshop, Corel Draw. Dreamweaver, Dbase, HTML-5, CSS-3, Actionscript, Flash, PHP, MySQL, Javascript, Python, Nodejs, Linux (Ubuntu), R (Data Analysis), Orange (Big Data) y Java (Android)

OTRA EXPERIENCIA

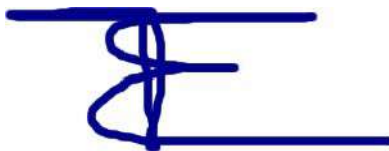
- **2015-2018: Tesorero y Secretario.** Centro Orientación Integral Familia. Asociación declarada de utilidad pública integrada y participada por la Compañía de Jesús
- **2006-2018: Presidente Junta Compensación AEI-5 Xoane** Ferrol.
- **2001: Plan de Viabilidad Empresa Municipal Servicios Tres Cantos** Madrid.
- **1992: Convertir oficina bancaria en un eficaz Punto de venta** PriceWaterhouse.
- **1990-1993: Comisión Marketing Confederación Cajas Ahorro** Madrid.
- **1988-1990: Profesor Cursos Marketing y Financiero.** CEPYME-CEOE, A. Empresarias, CC A Coruña.
- **1989: Plan Estratégico Banco Pastor McKinsey&Company** A Coruña.
- **1987: Publicación “La Distribución Grande Superficies”** Revista Ideas Empresariales nº 14 Madrid.
- **1985: Implantación y Desarrollo Z.U.R de Galicia Xunta de Galicia** Santiago.

COMPETENCIAS Y HABILIDADES

- Experto Inmobiliario, Marketing, Nuevas Tecnologías, Internet y Marketing Digital
- Capacidad relacional y de interacción fluida con múltiples interlocutores heterogéneos y multidisciplinares de diverso origen y nivel interno y externo.
- Perseverancia, serenidad, capacidad de persuasión y habilidades de comunicación.
- Capacidad de análisis, síntesis e integración de información.
- Dedicación y orientación a la consecución de objetivos.
- Capacidad de organización y de trabajo en equipo.
- Proactividad y voluntad de mejora continua en los procesos y habilidades personales.
- Agilidad de respuesta e iniciativa. Capacidad para la toma de decisiones.
- Orientado al negocio, con visión formada en diferentes sectores.

DISPONIBILIDAD Y DEDICACIÓN

- Disponibilidad inmediata
- Dedicación tiempo completo
- Disponibilidad viajes frecuentes nacionales e internacionales



Ramón Tenreiro González-Llanos



Perfil de trayectoria



Experiencia

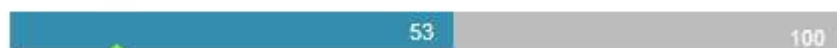
Efectividad comercial



Gestión



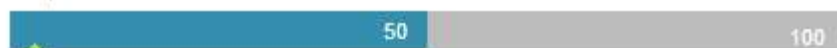
Innovación



Gestión comercial



Emprendimiento



Especialización sectorial: Consultoría y servicios profesionales



Especialización funcional: Marketing, Comunicación, Relaciones Públicas



Movilidad geográfica



Visibilidad profesional



Visibilidad empresarial



Trayectoria

Años de experiencia: 26 años



Permanencia media en el puesto: 6 años



Inquietud vital



Formación

Competitividad académica:



Competitividad universitaria:



Proactividad al aprendizaje:



Idiomas

Inglés: nivel alto



Español: nivel nativo



Habilidades

Obra civil Decoración Promoción Inmobiliaria Marketing Directo marketing Banking web intelligence big data start up AutoCAD HTML-5 css-3 Python Android Architecture Auditoría Consultoría estratégica Consultoría de negocio Consultoría de operaciones Productos de lujo Gestión equipos comerciales Televenta Servicios de lujo Captación de clientes Retail Coordinación de eventos Marketing Diseño de campañas publicitarias Relaciones Públicas Comunicación Publicidad Banca Corporativa Factoring Negocio Hipotecario Banca Personal Bonos Dirección de proyectos de construcción Banca Minorista Banca Privada Commodities Banca Electrónica Divisas Banca de inversión Leasing Rente Variable Renta Fija Planificación financiera Reporting Asesoramiento a la administración Análisis información Análisis económico Gestión de pasivos Análisis de riesgos Hacienda Gestión de inversiones Análisis financiero Inversiones Tasación terrenos Contabilidad Gestión de activos Controlling Gestión de operaciones

APORTACIÓN PRINCIPAL A LA EMPRESA

Descubre a través de éste gráfico dónde están los puntos fuertes de este usuario, en los que aportará más valor a la empresa utilizando sus talentos más destacados y sus expectativas principales.

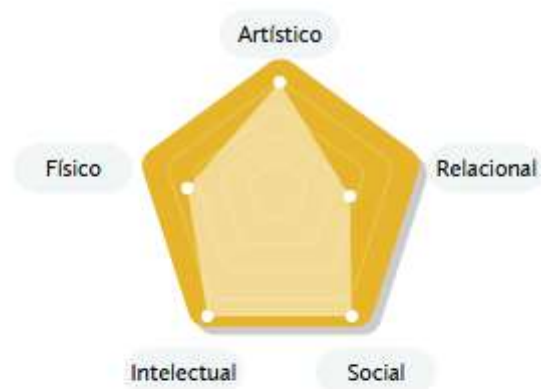
Sus Expectativas	Talentos en los que más destaca		
	Artístico	Físico	Intelectual
Competitivo			
Especialista			
Gestor	Gestión creativa		Pensamiento organizativo
Innovador	Creatividad innovadora		Pensamiento creativo
Servicio			
Soporte			



Salice los puntos donde esta persona puede dar lo mejor de sí, en ellos se combinan sus talentos más destacados y sus expectativas principales. Pasa sobre cada punto para aprender algo más sobre él.



Perfil de talento



Artístico



Físico



Intelectual

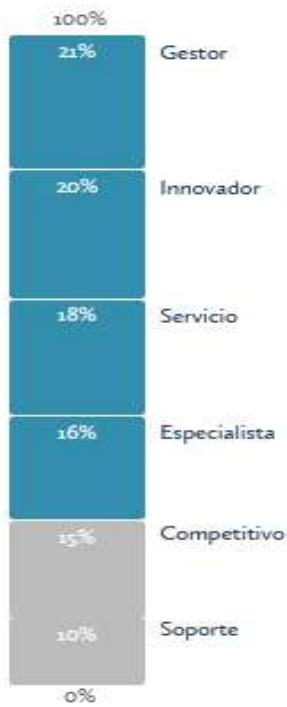


Social



Relacional





Tu perfil es Gestor Innovador

Tu motivación principal: Quieres potenciar y gestionar bien las buenas ideas, para conseguir de la innovación el máximo rendimiento posible. Quieres cuestionar las cosas para encontrar otras formas de hacerlas.

Tu interés laboral: Puestos que te permitan gestionar recursos para innovar con la máxima eficacia de cara al negocio y el máximo impacto en los clientes. Puestos en los que puedas contrastar y mezclar ideas desde distintos puntos de vista, intelectualmente retadores.

En relación a tus talentos...

- Eres muy bueno expresando ideas de forma nueva y con impacto. Puedes destacar como gestor innovador.
- ¡Ok! tu talento físico apoya tus expectativas. Ojo! si lo descuidas puedes llegar a agotarte.
- Eres muy bueno en talento intelectual. Puedes destacar promoviendo la innovación e innovando tu mismo.
- Para innovar de forma práctica es importante contrastar ideas. Cuida tu talento relacional.

Te sentirás bien...

- Tomando decisiones sobre la mejor forma de relacionar elementos entre sí para obtener el óptimo rendimiento de nuevas ideas, soluciones, proyectos, sistemas.
- En empresas o departamentos que necesiten desarrollar modelos, cuestionar ideas, innovar, buscar nuevas líneas de trabajo.
- En entornos de trabajo que necesitan coordinar ideas y proyectos nuevos y exigen medir la innovación y actuar en consecuencia.
- En puestos que te permitan adquirir una visión amplia del funcionamiento de la empresa.
- Con jefes con visión clara y global del negocio, de los que puedas aprender habilidades de gestión que favorezcan la innovación y no la frenen.

Te sentirás mal...

- Siguiendo directrices para solucionar problemas o para afrontar oportunidades concretas relacionadas con materias específicas.
- En empresas sin diversidad de ideas o que eviten el cuestionamiento.
- En entornos con el foco puesto en la estabilidad y seguridad, que no necesitan producir ideas rompedoras o que cambien los modelos.
- En puestos especializados en una actividad concreta, en los que hace más falta el conocimiento que la visión global y la coordinación de recursos.
- Con jefes sin perspectiva, centrados en un área concreta del trabajo o la empresa.

Para conseguir...

- Ser un profesional valorado por tu habilidad para, gestionar la innovación y sacarle la máxima eficacia práctica de cara al negocio y los clientes.
- Ser un profesional valorado por su capacidad de innovar y de fomentar la innovación a su alrededor.

Tendrás que...

- Coordinar y marcar objetivos a personas brillantes y cuestionadoras centrándolas en las necesidades de mejora del negocio. Renunciar a centrarte en lo tuyo, y responsabilizarte de lo que hacen los demás. Tomar decisiones que afectan a otras personas. Aceptar que te cuestionen, y conseguir que te sigan. Gestionar el nivel de riesgo de las equivocaciones de otros. Ayudar a otros a gestionar la incertidumbre.
- Renunciar, en ocasiones, a tus propias ideas y conseguir sacar el máximo provecho de las ideas de otros. Renunciar a la seguridad de lo probado. Estar dispuesto a equivocarte. Manejar la incertidumbre, sin perder confianza en tu criterio. Poner tu talento al servicio de las ideas de otros. Ser capaz de renunciar a tus propias ideas. Equilibrar la brillantez intelectual con la utilidad real.

Tus amigos...

- Capacidad de decisión, comunicación, coherencia y realismo.
- Adaptación al cambio, gestión de errores, curiosidad y responsabilidad.

Tus enemigos

- Indecisión, necesidad de aprobación o de popularidad, poco criterio.
- Desorden, poca disciplina, miedo al error, prepotencia.

Donde trabajar...

- Proyectos de investigación y desarrollo multidisciplinarios. Instituciones públicas o privadas de apoyo a la innovación. Áreas funcionales donde la generación de ideas sea imprescindible: marketing y ventas, desarrollo de producto, desarrollo de negocio, rrhh. Sectores muy competitivos que necesitan diferenciarse de forma continuada: publicidad, comunicación, telecomunicaciones, consultoría. Departamentos de gestión del conocimiento y sistemas de información. Dirección de tecnología, CTO.

B – EXPERIENCIA DOCUMENTADA



Banco Pastor

División de Banca Comercial
Departamento de Marketing

Cantón Pequeño, 1-4.º
Tlfn. 22 78 00
Fax 22 80 41
15003 - A CORUÑA

Ramón Tenreiro González-Llanos
Jefe de Acción Comercial



Ramón Tenreiro González-Llanos
JEFE DE ADMINISTRACION

AV. REYES CATOLICOS, 31, 2º. 38005 SANTA CRUZ DE TENERIFE. ISLAS CANARIAS.
TFNO.: (922) 22 78 35 FAX: (922) 22 77 18



Ramón M.ª Tenreiro González-Llanos
Director de Marketing

Avda. Fernández Ladreda, 8
40001 SEGOVIA

Tel.: (921) 41 51 80
Fax (921) 41 51 69
e-mail: rtenreiro@cajasegovia.es



Ramón Tenreiro González-Llanos
Administrador Único

Calle Mar Negro, 15
28760 Madrid
☎ 91 804 9876 ☎ móvil 678544812
e-mail: rtenreiro@nexo.es

Ramón Tenreiro & Asociados S.L.

CONSULTORÍA EN MARKETING

DM COING

Ramón Tenreiro
DIRECTOR GENERAL

Alda. Mazarredo, 7-3º

48001 Bilbao

Tlfn. 94 423 32 02

Móvil. 678 54 48 12

Fax. 94 423 89 01



Caja Canarias

RAMON MARIA TENREIRO GONZALEZ-LLANOS

Jefe de Planificación y Marketing Estratégico
CAJA GENERAL DE AHORROS DE CANARIAS

Plaza del Patriotismo, s/n.
38002 Santa Cruz de Tenerife

Tfnos. (922) 28 20 00 - 28 40 50



Ramón M.ª Tenreiro González-Llanos
Jefe de Marketing

Cervantes, 22 - pl. 2.ª B
40001 - SEGOVIA

Teléf. (921) 41 61 80
Fax: (921) 41 51 69



Ramón Tenreiro

Avda. Manoteras, 50-52
28050 Madrid
Tlfn. 91 302 31 40

Alda. Mazarredo, 7-3º
48001 Bilbao
Tlfn. 94 423 32 02
Fax 94 423 89 01

marketing DM&CIL
Marketing de Base de Datos

DIRECTA & MENTE

Marketing Directo con Retribución Sobre Resultados

Ramón Tenreiro

Alda. Mazarredo, 7-3º
48001 Bilbao

Tlfn. 94 423 32 02

Tlfn. Móvil 678 54 48 12

Fax 94 423 89 01

DM ROING

Ramón Tenreiro
DIRECTOR GENERAL

Alda. Mazarredo, 7-3º

48001 Bilbao

Tlfn. 94 423 32 02

Móvil. 678 54 48 12

Fax. 94 423 89 01


CLUB INTERNACIONAL DEL LIBRO
 S.A. de Promoción y Ediciones

Ramón Tenreiro

Avda. Manoteras, 50-52 • 28050 Madrid
 Tel.: 91 384 21 12 • Tel. móvil: 661 544 132 • Fax: 91 766 19 08
 E-mail: ramon_tenreiro@cilsa.com

ABBRE



Ramón Tenreiro González-Llanos

ÁRTABRO BUILDING & BUSINESS REAL ESTATE S.L.
 Bolívar 3 3º Drch. - 15004 LA CORUÑA - 981 26 91 54 - 661 544 132 - abbre@abbre.net

Ronda Outeiro 68, 8º G
 15009 LA CORUÑA
 Tel.: 981 912 584
 Móvil: 671 617 644
 e-mail: ramon@tenreiro.net



Ramón María Tenreiro González-Llanos

Arquitecto por la E.T.S.A. de Madrid
 Colegiado C.O.A.G.: 981
 Master en Gerencia de Empresas por el
 Instituto de Empresa de Madrid.

PROYECTOS DE ARQUITECTURA
 CONSULTOR INMOBILIARIO
 TASADOR DE VIVIENDAS Y PROMOCIONES
 GESTOR DE EMPRESAS
 MARKETING Y PUBLICIDAD

AVVA
 Artabra de Viviendas para Venta y Alquiler

Ramón Tenreiro González-Llanos
 Administrador

Artabra de Viviendas para Venta y Alquiler S.L.

Plaza Isaac Díaz Pardo, nº 2, Oficina - 15405 FERROL
 Teléfono: 981 94 72 02 - Teléfono móvil: 671 617 644
 e-mail: info@avva.es - página web: www.avva.es



Ramón Tenreiro González-Llanos

Arquitecto

Colegio Oficial de Arquitectos de Galicia. Colegiado 981
 Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid. Colegiado 13.899

Tasador

M.B.A. por el Instituto de Empresa

Calle Bolívar nº 3, piso 3º derecha - 15004 LA CORUÑA
 Tel. 981 26 91 54 - Móvil 661 544 132 - Fax 981 26 93 52 E-mail: estudio@tenreiro.net



Ronda Outeiro 68, 8º G

15009 LA CORUÑA

Tel.: +981912584

Móvil: +661544132

Email: ramon@tenreiro.net

Ramón Tenreiro González-Llanos

Arquitecto por la ETSAM Colegiado 981 COAG
 Master en Gerencia de Empresas Instituto de Empresa Madrid
 Consultor en Marketing
 Asesor Empresarial
 Consultor Inmobiliario
 Tasador de Viviendas y Promociones



RAMÓN TENREIRO GONZÁLEZ-LLANOS
 arquitecto

Inscrito en el registro del Colegio Oficial de Arquitectos de Galicia con el número 9473
 c/Emilia Pardo Bazán 21 - 1º Izq. 15005 A Coruña - 981 92 70 60 - 671 617 644 eshidio@tenreim.net



CAMARA OFICIAL DE COMERCIO
INDUSTRIA Y NAVEGACION DE LA CORUÑA

III/AS/In

DON GONZALO ORTIZ AMOR, Secretario General de la Cámara Oficial
de Comercio, Industria y Navegación de La Coruña,

CERTIFICA:

Que D. Ramón Tenreiro Gonzalez, ha impartida como profesor el =
SEMINARIO DE MARKETING INTERNACIONAL, con una duración quince-
horas lectivas, que ha organizado esta Corporación en el mes de
Junio del presente año.

A petición del interesado expido la presente, en La Coruña a =
veinticuatro de Julio de mil novecientos noventa.





DON MARCELINO PERNAS SABIO, Director de la División de Recursos Humanos de Banco Pastor, S. A.

CERTIFICA: Que D. RAMON MARIA TENREIRO GONZALEZ-LLANOS, con Documento Nacional! de Identidad número 32.432.770, ingresó en esta Entidad, con la categoría de Personal Titulada, el día uno de Setiembre de mil novecientos ochenta y siete, causando baja a petición propia el treinta y uno de Octubre de mil novecientos noventa, ostentando el cargo de Jefe del Servicio de Acción Comercial.

Y para que conste, a petición del interesado, expide el presente en La Coruña, a treinta y uno de Octubre de mil novecientos noventa.

BANGO PASTOR

Director de Recursos Humanos



PLAN ESTRATEGICO - ESTRUCTURA ORGANIZATIVA
ESTRUCTURACION DE EA DIVISION DE BANCA COMERCIAL

Circular: **7.037**
Fecha. **26/06/89**

P. ORIENTACION ESTRATEGICA

La **División** de Banca Comercial, es la Unidad de Negocio encargada fundamentalmente de conseguir la Prioridad Estratégica definida para el Banco de **OBTENER EL LIDERAZGO EN GALICIA.**

Para ello, la División de Banca Comercial desarrollara especialmente las siguientes Directrices Estratégica:

- Dar mayor relevancia a las Actividades Comerciales, potenciando las de la Red.
- Diferenciar la Estrategia Comercial dentro de Galicia, **Asturias y León**, de la que el Banco siga en el resto de **España**, siendo Galicia la base para el desarrollo de la nueva **Estrategia**.
- Adecuar la **línea** de productos y el nivel de servicio, diferenciando la clientela de Particulares de la de **Empresas**.

Los objetivos más inmediatos de la División de Banca **Comercial** son:

- Mejorar **drásticamente** la productividad y eficacia **comercial** y operativa de las oficinas.
- Desarrollar **un** estilo de dirección **más** ejecutivo, descentralizado y eficaz.

Serán elementos clave para el logro de la Orientación **Estratégica**:

- La nueva estructura territorial, con la introducción del nivel de Director de Zona (puesto de importancia estratégica crítica en la nueva **Organización**).
- La nueva **forma** de trabajar que se basará en la profesionalidad, transparencia en las comunicaciones y fomento de la competitividad interna.
- El estilo de dirección, **basado** en la **ejecutividad** en la toma de decisiones, **valoración por** méritos individuales y gestión por objetivos, **apoyándose** principalmente en Los Sistemas de **Dirección** institucionales.

2. MISION Y PRINCIPALES RESPONSABILIDADES

MISION:

Gestionar la Red de Banca Comercial para alcanzar los Objetivos cuantitativos, cualitativos y de **especialización** en particulares, definidos para la misma, y desarrollar **los** productos, Procesos y técnicas de Marketing de la Banca al por menor, dentro de la Estrategia global del Banco, asegurando la **relación y sinergias** con otras áreas del mismo y en especial con las Divisiones de Banca de Empresas y Banca Especializada.

PRINCIPALES RESPONSABILIDADES:

- Definir y ejecutar la estrategia comercial de la División (Clientes, productos, nivel de servicio, riesgos, publicidad, precios, recursos humanos y materiales y nivel de especialización de las Oficinas), en línea con la estrategia del Banco y las directrices fijadas.
- m Definir el marco de actuación de la red de oficinas por tipos (Especialización, Sistemas de Gestión Comercial y Facultades: Riesgos, Recursos Humanos y Materiales).
- Acordar, asignar y conseguir los objetivos anuales y trimestrales de Resultados, volúmenes, Clientes, productos, nivel de participación, etc...).
- Gestionar los riesgos de la División.
- Desarrollar productos y campañas de Marketing dirigidos a satisfacer todas las necesidades financieras de los clientes particulares y comercios de la División de Banca Comercial y del Banco en general.
- m Realizar la coordinación y seguimiento de las Oficinas de Representación en el Exterior.

3. ESTRUCTURA ORGANIZATIVA GLOBAL

La División de Banca Comercial se estructura en Red Comercial (Estructura Territorial) y en Unidades staff del Director de la **División**.

Todos forman parte de una UNIDAD DE NEGOCIO del Banco (responsable de lograr por tanto Objetivos de Resultados).

La Estructura Territorial (Red de Banca Comercial) queda configurada por cuatro **AREAS**, diecinueve ZONAS y las trescientas siete OFICINAS hasta ahora encuadradas básicamente en las Direcciones Regionales de La Coruña, Vigo, Santiago y **León**.

Son Unidades staff del Director de la División:

- m Departamento de Riesgos de Banca Comercial
- Departamento de Marketing de Banca Comercial
- Oficina del Director de la División
- Coordinador de Oficinas de Representación

4. DESARROLLO DE LA ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

■ Estructura Territorial (Red de Banca Comercial)

Se compone de los niveles organizativos denominados **Areas**, Zonas y Oficinas, pudiendo ser estas últimas de Servicio Pleno o de Servicio Limitado y dependientes de una Dirección de Zona o excepcionalmente de la Dirección de Area. (Próximamente se comunicara la asignación detallada de Oficinas a Zonas y **Areas**).



Las principales responsabilidades de las **AREAS** son:

- Gestionar una parte de la Red en dependencia directa del Director de la **División**.
- Negociar, asignar y conseguir los objetivos anuales y trimestrales (Resultados, Clientes, Volúmenes, Productos, Nivel de Productividad, etc...) de acuerdo con las directrices y objetivos asignados a **la** División.
- Colaborar con el Director de la **División** en la **definición** de la Estrategia Comercial a desarrollar.

Las principales **responsabilidades** de las **ZONAS** son:

- Gestionar una parte de **la** Red en dependencia del Director de Area y a través de los **Directores** de Oficinas.
- Negociar, asignar y conseguir los objetivos anuales y trimestrales, de acuerdo con las directrices marcadas por la División.
- Gestionar los Riesgos y Recursos asignados dentro de sus facultades.
- Proponer y actualizar la Orientación Estratégica de cada una de las Oficinas asignadas.

m **Departamento** de Riesgos de Banca Comercial:

Sus principales responsabilidades son las de apoyar al Director de **la** División y a los Directores de Area y Zona en el análisis y gestión del Riesgo, definiendo los procedimientos de análisis, **evaluación** y aprobación de riesgos de la División y proponiendo las políticas de gestión de la inversión crediticia.

Se estructura en dos servicios:

- Servicio de Análisis y **Evaluación** de Riesgos
- Servicio de Seguimiento de Riesgos

■ **Departamento** de Marketing de Banca Comercial:

Su principal responsabilidad es desarrollar productos y campañas de Marketing, dirigidos a satisfacer todas las necesidades financieras de los clientes particulares y comercios de **la** División de Banca Comercial y del Banco en general.

Se estructura en siete servicios:

- Servicio de Medios de Pago
- Servicio de Ahorro Tradicional y Activos Financieros
- Servicio de Crédito a Particulares
- Servicio de Planes a **Largo** Plazo y Seguros
- Servicio de **Valores**
- Servicio de Coordinación, **PYMES** y Comercio Exterior
- Servicio de Acción Comercial

5. NOMBRAMIENTOS

DIRECTOR DE LA DIVISION
DIRECTOR ADJUNTO DE LA DIVISION
DIRECTOR DEL AREA DE A CORUÑA
DIRECTOR DEL AREA DE VIGO
DIRECTOR DEL AREA DE SANTIAGO
DIRECTOR DEL AREA DE LEON
DIRECTOR DEL DPTO. DE RIESGOS
DIRECTOR DEL DPTO. DE MARKETING
JEFE DE LA OFICINA DEL DIRECTOR DE DIVISION
COORDINADOR DE OFICINAS DE REPRESENTACION

AREA DE LA CORUÑA

DIRECTOR ZONA CORUÑA-PLAZA
DIRECTOR ZONA CORUÑA-COMARCA
DIRECTOR ZONA LUGO-COMARCA
DIRECTOR ZONA LUGO-NORTE
DIRECTOR ZONA BERGANTIÑOS
DIRECTOR ZONA FERROL

AREA DE VIGO

DIRECTOR ZONA VIGO-PLAZA
DIRECTOR ZONA VIGO-COMARCA
DIRECTOR ZONA PONTEVEDRA
DIRECTOR ZONA AROUSA-SUR

AREA DE SANTIAGO

DIRECTOR ZONA SANTIAGO
DIRECTOR ZONA OURENSE
DIRECTOR ZONA XINZO
DIRECTOR ZONA MONFORTE
DIRECTOR ZONA DE BARBANZA
DIRECTOR ZONA DE CARBALLINO

AREA DE LEON

DIRECTOR ZONA ASTURIAS
DIRECTOR ZONA LEON
DIRECTOR ZONA BIERZO

DEPARTAMENTO DE RIESGOS

JEFE DEL SERV. DE ANALISIS Y EVALUACION DE RIESGOS
JEFE DEL SERVICIO DE SEGUIMIENTO DE RIESGOS

DEPARTAMENTO DE MARKETING

JEFE DEL SERVICIO DE ACCION COMERCIAL
JEFE DEL SERVICIO DE MEDIOS DE PAGO
JEFE DEL SERVICIO DE AHORRO TRADICIONAL Y
ACTIVOS FINANCIEROS
JEFE DEL SERVICIO DE PLANES L/PLAZO Y SEGUROS

B. JAIME CRESPO VARELA
D. FERNANDO DIAZ FERNANDEZ
D. JOSE FARINA VARELA
D. ANTONIO SANCHEZ SUAREZ
D. EMILIO SANCHEZ SANCHEZ
D. JOSE LUIS FRAGUAS LAVANDEIRA
D. FERNANDO DIAZ FERNANDEZ
D. RAFAEL BOTAS DIAZ
D. JOSE LUIS CRESPO DIAZ
D. CARLOS P. FRANQUEIRA NUNEZ

D. JOSE RAMON ALVAREZ FERNANDEZ
D. ANTONIO JACOME GOMEZ
D. JOSE GONZALEZ FREIRE
D. JESUS LOPEZ MONTESINOS
D. VICTOR MANUEL LOPEZ LAGO
(pendiente)

D. MIGUEL ANGEL YEBRA VARELA
D. JUAN MANUEL NAVEIRO MASCATO
D. MANUEL JOSE LARROSA LEMA
D. ELADIO CREGO FREIJIDO

D. JAIME ALLER LOPEZ
D. MIGUEL GARCIA CENDAN
D. ISAAC VILA RODRIGUEZ
D. JOSE LUIS GONZALEZ QUEIPO
(pendiente)
(pendiente)

D. VICENTE RUBIO MEDERIZ
D. UBALDO VALVERDE VALVERDE
D. ESTEBAN PRADA VIDAL

D. JOSE GARCIA PARDO
D. LORENZO MENE ESTEVEZ

D. RAMON TENREIRO GONZALEZ
D. CELER RIVAS ESTEVEZ
D. JUAN BABIO FERNANDEZ

D. JUAN BOUZA SANTIAGO



6. PUESTA EN MARCHA


Se procede **así** a formalizar **la** estructura de esta División, y los nombramientos realizados hasta el momento de los responsables de Unidades **Organizativas** que dependen directamente del Director de División, Directores de **Áreas** y de Departamentos.

Los restantes **nombramientos** les serán **comunicados** oportunamente.

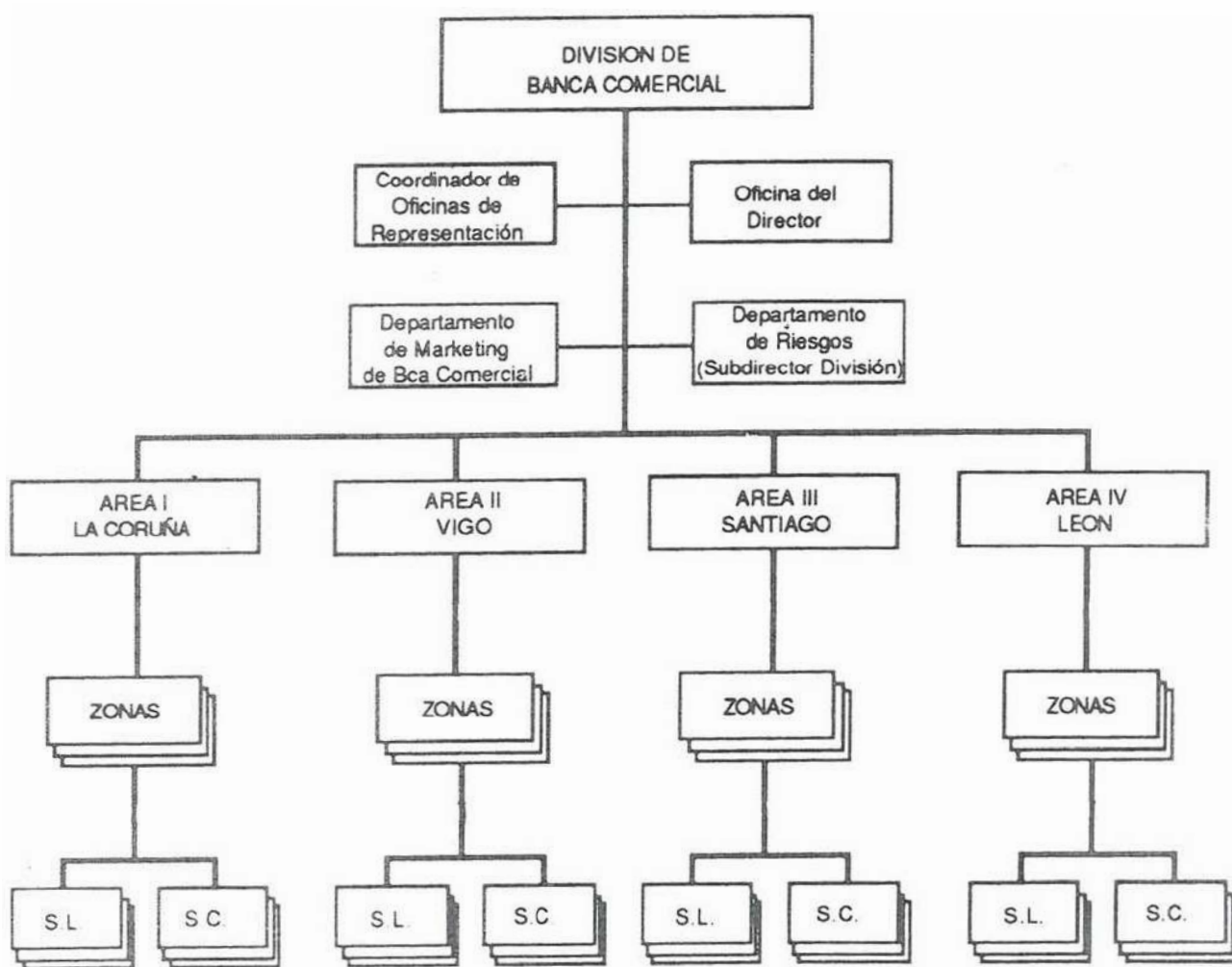
La eficacia de esta circular es, con **carácter general**, la **de su fecha de publicación**. La **Dirección de la División** les **indicará** en cada caso el momento en **que** los cambios concretos se **hagan operativos, en función** del desarrollo de **las** distintas fases del Plan de Implantación **que** finaliza en Diciembre del presente ejercicio.

El **contenido** de la presente **debe** ser difundido a **todo** el personal.

BANCO PASTOR



Consejero-Delegado



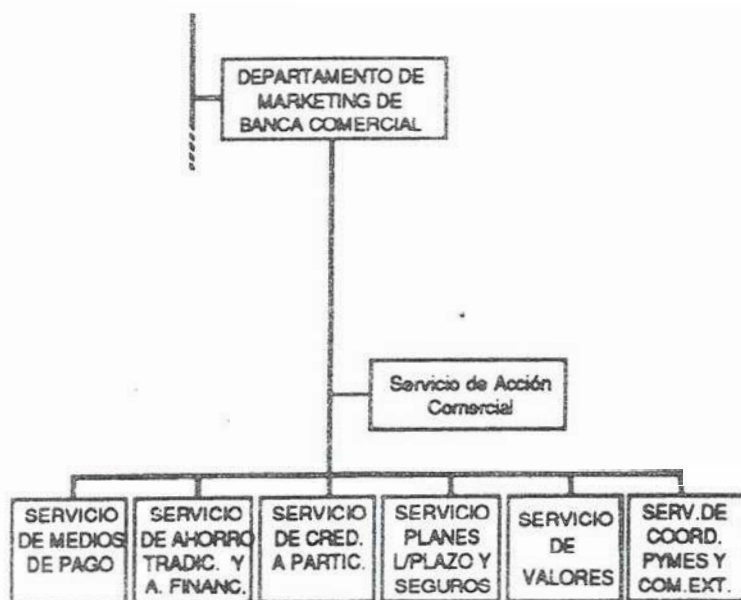


Banco Pastor

Consejero-Delegado

Circular núm. 7.837
Anexo - Hoja núm. 2

Sigue BANCA COMERCIAL



La Asociación de Empresarias de La Coruña promueve unos encuentros en torno a la pequeña y mediana empresa

La Coruña (Redacción). Entre el 4 y el 5 de mayo se desarrollarán en el pazo de Mariñán unas jornadas sobre la pequeña y la mediana empresa, promovidas por la Asociación de Empresarias de La Coruña y en las que participarán expertos en distintos ámbitos.

Estos encuentros permitirán a las empresarias establecer contactos con profesionales de primer orden que examinarán en sus ponencias cuáles son las estrategias de desarrollo, de diversificación y de alianzas que permitirán responder al desafío del Mercado Único, y qué circuitos de distribución serán más capaces de ganar la batalla de la competición.

La primera ponencia de las jornadas correrá a cargo del profesor Antonio Grandío Dopico,

quien hablará en tomo a «La transformación del sistema financiero español y su incidencia en las Pymes»; luego, el inspector de finanzas Luis Morato Miguel disertará en tomo a la fiscalidad de la Pyme, mientras que Luis Pier Mesejo, experto en comercio exterior, expondrá posteriormente su ponencia sobre la financiación de las inversiones en el exterior. Por último, intervendrá el arquitecto Ramón Tenreiro González, cuyo ponencia versará sobre la importancia y tratamiento del marketing.

El día 5, finalmente, el economista Alejandro Vasallo Rapela expondrá algunas consideraciones sobre la pequeña y la mediana empresa en el marco de la Comunidad Económica Europea. Los encuentros finalizarán con una comida en el mismo pazo de Mariñán.



CONFEDERACION ESPAÑOLA DE CAJAS DE AHORROS

Alcalá, 27 - 28014 Madrid - Tel.: 522 44 44

COMISION DE MARKETING DE CAJAS DE AHORROS
ACTA DE LA REUNION DEL DIA 1 DE DICIEMBRE DE 1992

D. ENRIQUE CASTELLO MUÑOZ
C.E.C.A.

D. SALVADOR PEREZ MERIDA
UNICAJA

D. JOSE LUIS RUBIO GRACIA
IBERCAJA

D. RAMON TENREIRO GLEZ-LLANOS
CAJA GRAL. DE CANARIAS

D. JOSE VILLAESCUSA CARRANZA
CAJA DE AHORROS DE SANTANDER

D. VICENTE RODERO HERNANDEZ
CAJA DE AHORROS DE SALAMANCA Y
SORIA

D. JOSE LUIS LOPEZ GARCIA
CAJA DE AHORROS DE GUADALAJARA

D. FELIX SERRANO ALDA
CAJA DE AHORROS DE CATALUÑA

D. MIGUEL SACRISTAN ESTEBAN
CAJA DE AHORROS DE SABADELL

D. ANTONIO LLOP DE VILLALONGA
CAJA DE AHORROS DE GALICIA

D. JOAQUIN CANOVAS PAEZ
CAJA DE MURCIA

D. JESUS SANCHO-TELLO GRAU
BANCAJA

D. VICENTE ELEJALDE VERISTAIN
CAJA VITAL

D^a MARIA JOSE MARTIN PEINADOR
C.E.C.A.

D. JOSE ANTONIO AGUILLO MANZANOS
E.S.C.A.

D. JOSE MIGUEL DE FRUTOS
E.S.C.A.

D. JOSE MANUEL LOZANO AGUDO
C.E.C.A.

En Madrid, en la sede social de la Confederación Española de Cajas de Ahorro, calle Alcalá, nº 27, a las 11 horas del día 1 de diciembre de 1992, se reunió la Comisión de Marketing de Cajas de Ahorro, presidida por D. Enrique Castelló Muñoz.

Excusan su asistencia: Sr. Gutierrez Quesada (El Monte) Sr. Juliá Ribot (Caja de Baleares), Sr. Navarro Caballero (Caja de Navarra), Sr. Hernández Lázaro (Caja de Rioja), Sr. Muriel Caso (Caja de Extremadura), Sr. Mayo Gordo (Caja de Asturias) y Sr. Bartolomé Lopez (Caja Madrid).

En primer lugar, y en nombre de todos los miembros de la Comisión, el Sr. Castelló Muñoz, hace constar en Acta el agradecimiento de todos a la Caja de Cataluña por la excepcional organización de la pasada Convención.

Asimismo se da la bienvenida al Sr. Villaescusa, de Caja de Ahorro de Santander y Cantabria, que sustituye al Sr. Montaraz.


I. APROBACION DEL ACTA DE LA REUNION ANTERIOR.

Sometida el Acta a la consideración de los miembros de la Comisión, se aprueba por unanimidad.

II. PROYECTOS OFRECIDOS POR EL AREA DE MARKETING.

La Sra. Martín Peinador informa de las actividades realizadas por el Departamento de Investigación Comercial desde la última reunión y que se resumen a continuación:

Base de Datos de Clientes: Se comentan una serie de aspectos técnicos relacionados con el equipo necesario para poder trabajar con la Base de Datos de Clientes. Se explica que el lenguaje escogido ha sido el SQL, y no el Oracle o cualquier otro, por su flexibilidad para poder comunicarse con los distintos sistemas informáticos.

	DIVISION SISTEMAS Y SERVICIOS	CONSEJO ADMINIS- TRACION
	DEPARTAMENTO ORGANIZACION	
ASUNTO 0.2. MANUAL DE FUNCIONES DEL JEFE DEL ORGANO STAFF PLANIFICACION Y MARKETING ESTRAT.		FECHA

1. FUNCION GENERAL BASICA

Responsabilizarse de la realización de los estudios encaminados a proponer los objetivos comerciales de la Entidad y los estudios de marketing destinados a planificar las estrategias adecuadas para la consecución de dichos objetivos, así como de proyectar y dirigir las acciones publicitarias acordes con los mismos.

2. RESPONSABILIDAD Y DEPENDENCIA

Es responsable ante la Dirección General y depende directamente de ella.

3. PERSONAL QUE QUEDA BATO SU RESPONSABILIDAD

El personal que, en cada momento, esté asignado a este Organo Staff.

4. SUSTITUCION

En caso de enfermedad o ausencia transitoria, será sustituido por la persona que designe la Dirección General.

5. REQUERIMIENTOS MINIMOS

Formación adecuada al puesto que ocupa.

. Experiencia en puestos de responsabilidad.

6. FUNCIONES DIRECTIVAS

1. Preocuparse especialmente de orientar su gestión dentro de una óptica comercial, haciendo que todo el personal a su cargo tenga en cada momento plena conciencia de los objetivos de la Entidad en general y del Organo Staff en particular, procurando cuidar la "Imagen de Entidad" que el Organo Staff asume en los contactos con la clientela.
2. Apreciar los problemas globalmente y con mentalidad de Entidad, evitando las visiones individualistas del Organo Staff.
3. Coordinar con los responsables de otros Estamentos de la Entidad, aquellas cuestiones que lleven consigo implicaciones o interrelaciones con los mismos.
4. Mantener permanentemente una preparación adecuada al puesto que ocupa.

5. Estar al tanto de las posibles desviaciones que se produzcan en el Organo Staff, buscar las causas, averiguar su origen y poner los medios para remediarlas, informando de las mismas a los Estamentos superiores, si fuera preciso.
6. Responsabilizarse de sus cometidos con independencia de la categoría laboral.
7. Colaborar en la elaboración y difusión de las políticas, objetivos y presupuestos de la Entidad.
8. Realizar las funciones que le encomienden los Estamentos superiores de la Entidad.
9. Coordinar la ejecución de los distintos trabajos que le sean encomendados, **responsabilizándose** de los mismos.
10. Delegar funciones específicas de su cargo en sus inmediatos inferiores, pero conservando **la responsabilidad** de la delegación.
11. Controlar al personal del Organo **Staff**, valorando su trabajo, **fijándole** metas, manteniendo su moral alta y consiguiendo del mismo la formación de un grupo humano integrado en la empresa.
12. Colaborar en la selección del personal adecuado para el buen funcionamiento del Organo Staff.
13. Disponer los cambios de puesto de trabajo del personal del Organo Staff, con vistas a una mayor funcionalidad y productividad, sin sobrepasar el ámbito de sus atribuciones ni lesionar los derechos laborales de los **afectados**.
14. Ocuparse de la formación **permanente** del personal a su cargo, procurando que asistan periódicamente a cursos de formación y reciclaje.
15. Estar al tanto de las incidencias de carácter laboral que se produzcan en el Organo Staff o le afecten, **informando** de las mismas, si fuera necesario, a la Jefatura de Recursos Humanos **y/u** otros Estamentos superiores, a fin de tomar las medidas correctoras oportunas, bien mediante su intervención o la de los Estamentos competentes.
16. Canalizar de la forma adecuada la **información** que llegue al Organo Staff o emane de él, tanto en sentido ascendente como descendente.
17. Solicitar del Jefe de la División de Sistemas y Servicios, el estudio de las cargas de trabajo del Organo Staff para establecer las posibles variaciones en la plantilla, así como el estudio del funcionamiento administrativo y de los procedimientos, colaborando en dichos estudios con el Departamento de Organización.

18. Colaborar en la implantación de los controles pertinentes sobre los trabajos del Organo Staff y en la elaboración de las actas de Auditoría, comentándolas con el personal a su cargo para subsanar las deficiencias e incidencias que detecten los Auditores.
19. Asistir a las reuniones del Comité de **Dirección**, exponiendo los programas, proyectos, estudios y presupuestos del Organo Staff y ejecutando las decisiones que le afecten.
20. Redactar los proyectos de circulares que se elaboren en el Organo **Staff**, remitiéndolas al Departamento de Organización para que las extienda definitivamente, las registre y las difunda a toda la red.
21. Ratificar el cuadro anual de vacaciones del personal a su cargo.
22. Promover reuniones con el personal bajo su cargo, a fin de fijar los criterios a seguir en la política del Organo Staff y fomentar la cooperación intergrupos.
23. Dar la adecuada publicidad a las normas establecidas y **vigilar** su cumplimiento.
24. Elaborar el presupuesto general del Organo Staff.
25. Firmar la correspondencia que se origine en el Organo Staff, así como aquella otra para la que expresamente haya sido autorizado por la Dirección General.
26. Apremiar los problemas globalmente y con mentalidad de Entidad, evitando las visiones individualistas.
27. Evitar plantear conflictos de competencia con otros Estamento~de la Entidad.
28. Vigilar la marcha de las distintas actividades del Organo Staff en orden a la consecución **de sus** objetivos, analizando las consecuencias de las desviaciones y potenciando las actividades cuya evolución no sea satisfactoria,
29. Vigilar la eficacia administrativa del Organo Staff, prestando especial atención a la actualización de los temas de su competencia, así como a la óptima atención a los clientes, procurando que sea lo **más** detallada, rápida y puntual posible, evitando demoras debidas a **desconocimiento** o dispersión de las fuentes de información.
30. informar al personal bajo su cargo de la política general de la Entidad.
31. Supervisar la documentación que llega al Organo Staff o se origina **en él**, así como su archivo.
32. Evitar que **se** planteen conflictos de competencia entre **el** personal a **su** cargo.

33. **Vigilar** y resolver las necesidades de medios materiales y humanos del Organó **Staff**.

7. FUNCIONES EJECUTIVAS

1. Proyectar y dirigir los estudios económicos y de mercado que faciliten a los Organos directivos el establecimiento de los presupuestos y objetivos a corto y medio plazo de **la Entidad**.
2. Facilitar a los Organos directivos información y análisis estadísticos periódicos que permitan hacer un seguimiento de la situación y variaciones del mercado y tomar las decisiones y medidas adecuadas para adaptarse a sus tendencias y coyunturas.
3. Utilizando todo tipo de técnicas de marketing, proyectar y dirigir los estudios que **permitan conocer** la situación, opiniones, corrientes, tendencias, necesidades, demandas y comportamientos del mercado y de la competencia.
4. Proyectar y dirigir los estudios que permitan conocer y hacer un seguimiento de la valoración y respuesta **del** mercado a nuestra Entidad, nuestros productos y servicios, nuestra red comercial y nuestras actividades en general.
5. Proyectar y dirigir los estudios que permitan conocer y hacer un seguimiento de la valoración y r spuesta del mercado con respecto a otras entidades de crédito, sus productos, servicios, actividades, etc.
6. Proyectar y dirigir los estudios que permitan conocer la posible evolución cuantitativa y cualitativa del mercado con respecto a nuestra Entidad y con respecto a la competencia.
7. Proyectar y dirigir los estudios que permitan conocer rápidamente el impacto que sobre el mercado puedan tener las políticas económicas, presupuestarias y financieras del país, así como la incorporación a nuestro mercado de otras instituciones financieras nacionales o extranjeras.
8. Proyectar, dirigir y supervisar las campañas publicitarias y promocionales que se elaboren, en orden a la consecución de los objetivos generales.
9. Proyectar, dirigir y supervisar las campañas **promocionales** o publicitarias específicas de ámbito limitado (sectorial, geográfico, etc.).
10. Analizar y valorar los resultados de todo tipo de campañas publicitarias y promocionales.
11. Estar al tanto de las acciones publicitarias de la competencia y analizar sus resultados e impacto en el mercado, a fin de poder poder contrarrestar sus efectos negativos saliendo al paso con nuestras propias campañas.

12. Ocuparse de los contactos con el Departamento de ~~Publici-~~dad de la CECA, a fin de coordinar las campañas de ámbito común a todas las Cajas.
13. Colaborar estrechamente con la División Comercial en el **establecimiento** de las estrategias y planes de acción y seguimiento adecuados para ejecutar las decisiones que, basadas en los estudios de este Organó Staff, tomen los Organos directivos.
14. Propiciar el cumplimiento de los distintos planes, programas y presupuestos fijados, ejecutando, impulsando, supervisando y coordinando las acciones pertinentes para ello, proponiendo **y/o** aplicando asimismo, las medidas correctoras que se consideren oportunas.
15. Asesorar a los Organos de Gobierno, la División Comercial y a toda la red en general, en todas las materias de su competencia.
16. Controlar los gastos y, en general, supervisar la contabilización que se genere como consecuencia de las actividades del Organó Staff.

Price Waterhouse

22 de de Julio 1992

Sr. D. Ramón Tenreiro
Jefe del Dept. de Planificación y Marketing Estratégico
CAJA GENERAL DE AHORROS DE CANARIAS
Plaza del Patriotismo, s/n
38002 Santa Cruz de Tenerife

Estimado amigo,

Agradezco mucho tu generosa cooperación en la fase preliminar del estudio de Price Waterhouse sobre el futuro de la distribución bancaria.

Una vez concluida esta etapa de prospección, hemos elegido, coma propuesta temática, "CONVERTIR LA OFICINA BANCARIA EN UN EFECTIVO PUNTO DE VENTA".

En el índice que se adjunta se indican los epígrafes principales sobre los que estamos trabajando. El enfoque, como sabes, es pensar en la evolución de la distribución bancaria para la próxima década. El método de investigación que emplearemos incluirá la realización de entrevistas en profundidad con expertos en marketing y otros directivos del sector, tarea en la que tu colaboración nos resultaría, nuevamente, muy valiosa.

Los participantes en este panel son, en principio, los que aparecen en la lista adjunta. Deseamos que veáis compensada vuestra participación con acceso privilegiado a los resultados del estudio, que os podríamos presentar gratuitamente una vez finalizado el trabajo.

Nos pondremos en contacto contigo, en breve plazo, para comentar el siguiente paso. Expresándote otra vez mi gratitud, te envío un cordial saludo.

Pedro Castañeda
Socio

Price Waterhouse

13 de Enero 1993

Sr. D. Ramón Tenreiro
Jefe del Dept. de Planificación y Marketing Estratégico
CAJA GENERAL DE AHORROS DE CANARIAS
Plaza del Patriotismo, s/n
38002 SANTA CRUZ DE TENERIFE

Estimado amigo:

En los últimos meses hemos contado con tu colaboración en el estudio de Price Waterhouse sobre distribución bancaria: "Cómo Convertir la Oficina en un Eficiente Punto de Venta".

Ahora hemos concluido prácticamente el proyecto y deseamos poder presentarte como primicia los resultados, en una reunión conjunta con los demás colaboradores de la banca y cajas españolas, donde esperamos tener ocasión de comentar los resultados y obtener así conclusiones adicionales.

Para ello, te convocamos a una reunión en nuestras oficinas de Castellana, 43, Madrid, el próximo día 10 de Febrero a las 12:30 horas, con el siguiente orden del día:

1. Presentación de los resultados del estudio en España y en Europa.
2. Comentarios de los asistentes a la reunión.
3. Conclusiones.

En esta reunión tendremos mucho gusto en entregarte una copia del estudio y deseamos, a modo de agradecimiento por vuestra colaboración, invitaros a continuación a un almuerzo en nuestras oficinas, al que espero pueda asistir nuestro Presidente, Miguel Fernández de Pinedo, por lo que la reunión terminará hacia las 16:00h. La lista de personas convocadas aparece en hoja adjunta.

Te agradecería tu confirmación.

Un cordial saludo,

Pedro Castañeda
"ocio"



INVITADOS A LA REUNION DE 10/2/93

BANESTO	Enrique Ayuso José Martín Guirado	Director Calidad Servicio Director de Redes
BANCO CENTRAL HISPANO	Emilio Antón Suanzes	Subdirector General
BANCO PASTOR	Juan Babío Fernández Rafael Botas	Jefe Acción Comercial División Banca Comercial
BANCO ZARAGOZANO	Ricardo González Santander	Director de Marketing
BANCO BILBAO VIZCAYA	Juan Bengoechea Miguel Angel Ferrer	Director Estudios Financieros Investigación y Estrategia
CAIXA CATALUÑA	Miguel Perdiguer Andrés	Jefe Planificación y Productos
CAJA GENERAL CANARIAS	Ramón Tenreiro	Jefe Planificación y Marketing Estratégica
CAJA MADRID	Antonio Medina Esteban Bartolomé	Director Estudios y Planificación Director Planificación Comercial
CITIBANK ESPAÑA	José B. Castells	Vice Presidente

Segovia, 30 de marzo de 2000

Señor Don Enrique Quintanilla
Director de Recursos Humanos
Casa

Estimado Enrique:

Siento comunicarte el cese de mi relación laboral con Caja Segovia a partir del 1 de abril de 2000.

En esa fecha iniciaré una nueva faceta profesional, a través de una sociedad denominada Ramón Tenreiro & Asociados S.L. cuyo objeto social principal es la consultoría en marketing. De capital 100% mío y de mi familia, inicialmente, se encargará por cuenta de terceros, de lanzar una nueva línea de negocio dirigido a clientes particulares a través de entidades financieras y otras empresas con grandes bases de datos en el ámbito europeo. Esta unidad de negocio se está constituyendo en estos momentos, a través de un joint venture, en el que el socio principal es el Club Internacional del Libro.

En un principio, y al menos hasta el verano, mantendré mi residencia en Segovia por lo que me pongo a disposición de la caja en aquello que se me solicite para facilitar mi sustitución. A medio plazo, dadas las perspectivas de desarrollo de mi empresa, me imagino, lamentablemente, tendré que dejar esta maravillosa y querida ciudad de Segovia.

Quiero hacerte explícito mi agradecimiento a Caja Segovia, entidad en la que he encontrado excelentes profesionales, que me ha dado la oportunidad de continuar desarrollando mi labor profesional, haber encontrado nuevos amigos, y a la que tengo por orgullo haberle dedicado una parte importante de mi vida.

Quedo a tu disposición. Un cordial saludo.

Atentamente,



Ramón Tenreiro
Director de Marketing

ENRIQUE QUINTANILLA HERRERO, DIRECTOR DE RECURSOS HUMANOS DE LA CAJA DE AHORROS Y MONTE DE PIEDAD DE SEGOVIA.

CERTIFICA:

Que D . RAMÓN TENREIRO GONZÁLEZ- LLANOS, ha pertenecido a la plantilla de esta Entidad desde el día 9 de enero de 1.996 hasta el día 31 de marzo de 2.000, desempeñando el puesto de Director de Márketing.

Que durante su permanencia en Caja Segovia, el Sr. Tenreiro ha desarrollado las funciones derivadas de su puesto a plena satisfacción de la Entidad, causando baja a petición propia,

Y para que conste, a petición del interesado, se extiende la presente certificación en Segovia, a tres de abril de dos mil.





NORTE

noticias

Nº 275

20 DE NOVIEMBRE DE 2001

CUARTA ÉPOCA

AÑO 12

EDICIÓN TRES CANTOS

PERIÓDICO LOCAL DE INFORMACIÓN GENERAL

Redacción, Administración y Publicidad: Literatos, 21, Local • 28760 Tres Cantos • Tel: 918 06 22 85 Fax: 918 06 22 86 • Distribución GRATUITA • D. L. M-40388-1990

Ricardo Velasco dimite como concejal

Con una breve nota, el gobierno TCU-PP explicó la dimisión del concejal popular Ricardo Velasco, responsable de Empleo y vicepresidente de la Empresa Municipal de Servicios (EMS), presentada el pasado 12 de noviembre por registro. Velasco dijo renunciar a su acta por los últimos hechos ocurridos en la Empresa Municipal, de los que se sentía responsable: "No he podido soportar el hecho de no pagar a los trabajadores, algo que les prometí. He faltado a mi palabra y por eso me voy. No pagar sus salarios me ha imposibilitado dimitir".

La dimisión de Velasco se ha explicado como la prueba de que el gobierno depura responsabilidades por el hecho de que la EMS no tuviera dinero en octubre para pagar los salarios a sus trescientos trabajadores.

CESE Y PLAN DE VIABILIDAD

La alcaldesa no dio a conocer la dimisión del edil durante la rueda de prensa del 13 de noviembre a pesar de que estuvo hablando de las últimas noticias en torno a la crisis de la EMS. Durante esa rueda de prensa, De la Posa explicó las primeras medidas tomadas para reflotar a la EMS cuyas arcas estaban a cero en la última semana de octubre. La alcaldesa explicó que en el consejo de administración se decidió crear al gerente y dotar de facultades a un consejero para que haga un plan de viabilidad que reflote la empresa. El consejero elegido para este trabajo es el popular Ramón Terreiro, que realizará una auditoría sobre la gestión del caso. Según la alcaldesa, "con el comité de empresa, se va a preparar un plan de viabilidad". Asimismo se contratará a una empresa consultora, cuyo nombre

no se ha facilitado a la prensa, para ayudar en la realización del Plan.

Asimismo, María de la Posa, tranquilizó a los trabajadores sobre su principal preocupación: cobrar sus salarios. Reconoció que "evidentemente no ha habido una buena gestión de la EMS, ahora estamos poniendo todo nuestro esfuerzo". Por ello, en el consejo de Administración se propuso inyectar dinero a la EMS para pagar las nóminas de octubre, que fueron cobradas a mediados de noviembre. Según la alcaldesa, se necesitan 40 millones de pesetas para pagar los salarios y la Seguridad Social. La alcaldesa fue más lejos: "Como trabajadora, sé la importancia de encontrarse la nómina a final de mes. Por eso, nuestro primer y principal objetivo ha sido pagar las nóminas y después buscar soluciones a la situación interna de la EMS". X



M^a Luisa Cuesta
su óptica de confianza
continúa, como siempre,
mirando por su ojos

T

C - TITULOS Y CERTIFICADOS

Do Angel RIPA ARAMENDIA, secretario General del Instituto de Empresa, con domicilio en Madrid, calle María de **Molina**, 13- y 15.

CERTIFICA:

Que D. **Ramón TENREIRO GONZALEZ-LLANOS**, ha realizado en este **Instituto** el Curso MASTER EN GERENCIA - DE EMPRESAS (MBA), habiendo obtenido el título **MASTER**, con la calificación final de A- (MERITO).

Que las áreas más importantes impartidas a lo largo **del** Programa así como las calificaciones **obtenidas en** las mismas han sido las siguientes:

Comportamiento Humano (B); Decisiones de Explotación (A-); contabilidad Financiera (B); Política de Empresa I (A); Sistemas de Costes (B); Estructura y Organización (B+); Entorno Económico (C); PLANES (B+); Dirección de las operaciones (B-);- Dirección Comercial (A-); Política de Empresa II (A-); Marco Jurídico (B+); Control de Gestión -- (B-); 1er. Examen (A-); 2º Examen (A-) y 3er. -- Examen (B+).

Y para que conste y surta **los** efectos que al interesado **pu**dieran **convenir**, **f**irmo y **s**ello el presente certificado **en Madrid** a uno de **Abril** de mil novecientos ochenta y siete.

Fdo: **Angel RIPA ARAMENDIA**
SECRETARIO GENERAL





Juan Carlos I, Rey de España,

y en su nombre el

Ministro de Educación y Ciencia

Considerando que, conforme a las disposiciones y circunstancias prevenidas por la actual legislación,

Don Ramón María Tenreiro González-Llanos

nacido el día 2 de noviembre de 1958, en El Ferrol (La Coruña),

ha hecho constar su suficiencia en la Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Madrid,

el día 21 de diciembre de 1984, con la calificación de APROBADO,

expide el presente

TITULO DE ARQUITECTO

Especialidad: Edificación

que faculta al interesado para ejercer la profesión y disfrutar los derechos que a este grado le otorgan las disposiciones vigentes

El interesado,

Por el señor Ministro:
La Secretaria de Estado
de Universidades e Investigación,

Dado en Madrid, a 26 de febrero de 1985

El Jefe de la Sección,

Registro especial de la Sección de Títulos, número 189





ENGLISH LANGUAGE INSTITUTE

Awards To

Ramon Maria Carlos Tenreiro Gonzalez-Llanos

Certificate at the Advanced Level

With attendance from October 24, 2011 to April 27, 2012

A handwritten signature in blue ink, reading 'Scott S. Stevenson'.

Director, English Language Institute

A handwritten signature in blue ink, reading 'Sam Apple'.

Provost, University of Delaware

A handwritten signature in blue ink, reading 'Ruth W. Han'.

President, University of Delaware



TÜVRheinland®
CERT
ISO 9001

CENTRO
DE ESTUDIOS
ESPECIALIZADOS

Samicro

Por el presente Diploma certificamos que:

D. Ramón Tenreiro González-LLanos

ha realizado con aprovechamiento el Curso de:

Diseño Web

de **120** horas de duración.

En **A Coruña**, a **23 de Julio** de **2.013**

El Director

El Profesor

El Alumno

Autodesk*
Authorized Training Center
Authorized Certification Center

Microsoft® IT Academy
Program Member

Microsoft
Office
Specialist
Authorized Training Center

cype

Presto

PEARSON
VUE
VUE® CENTRE

PROMETRIC

Curso DISEÑO WEB

Duración: 120 Horas

Contenido:

- *Lenguaje de marcas de hipertexto HTML 5 y Hojas de estilo en cascada CSS3*
- *Edición de páginas web Dreamweaver CS6*
- *Animación de sitios web Flash CS6*
- *Técnicas avanzadas en Flash Actionscript 3.0*



This certificate is awarded to

Ramón Tenreiro González -Llanos



for completing
the Google **Analytics Academy** course

Digital Analytics Fundamentals

October 2013



An Introduction to Interactive Programming in Python

Rice University

STUDENT NAME

Ramon Tenreiro González-Llanos

GRADE

95.5%

COMPLETION DATE

July 6th 2013

NOTES

Student has earned a certificate with distinction.

COURSE DETAILS

Instructors: Joe Warren, Scott Rixner, John Greiner, Stephen Wong

Duration of course: 9 weeks

Time commitment: 7-10 hours/week

Description:

This course is designed to help students with very little or no computing background learn the basic language of choice, Python, is an easy-to learn, high-level computer language that is used in many To make learning Python easy, we have developed a new browser-based programming environmer Python simple. These applications will involve windows whose contents are graphical and respond

The primary method for learning the course material will be to work through multiple "mini-projects" projects will include building fun games such as Pong, Blackjack, and Asteroids. When you've finis professional programmer, but we think that you will learn a lot about programming in Python and ha

Syllabus:

Our course syllabus can be seen at www.codeskulptor.org/coursera/interactivepython.html.



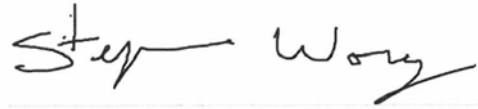
Joe Warren
Professor Dept. of Computer Science Rice
University



Scott Rixner
Professor Dept. of Computer Science Rice
University



John Greiner
Lecturer Dept. of Computer Science Rice
University



Stephen Wong
Lecturer Dept. of Computer Science Rice
University

This Course Record Represents...

IDENTITY VERIFICATION WITH SIGNATURE TRACK

While enrolled in this course, this student voluntarily participated in identity verification measures that provided photo identification and created a keystroke **profile** at the time of course registration, and a keystroke analysis when submitting graded work. Coursera has verified the identity of the student as a

[Learn more about Signature Track and Identity Verification.](#) →

DISTINCTION

The student's performance in this course met the standard for Distinction as defined by the course's

Distinction Grading Policy

The final grade was based on a weighted combination of one-third of the quiz scores and ~~two-thirds~~ receive a Statement of Accomplishment with Distinction, your final grade should be greater than or

Coursera empowers people to improve their lives, the lives of their families, and the communities they live in with education.

© 2014 Coursera Inc. All rights reserved.

COMPANY

About
People
Leadership
Careers

FRIENDS

Partners
Community
Programs
Developers

Syllabus:

MODULE ONE: Branding

Weeks 1 - 3

1. Marketing Strategy and Brand Positioning
2. Customer Decision Making and the Role of Brand
3. Brand Communications and Repositioning

MODULE TWO: Customer Centricity

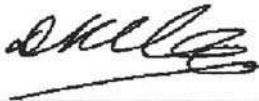
Weeks 4 - 6

1. Establishing Competitive Advantage through Customer Centricity
2. How Can Customer Centricity be Profitable?
3. Vocabulary of Customer Centricity and Customer Relationship Management (CRM)

MODULE THREE: Go to Market Strategies

Weeks 7 - 9

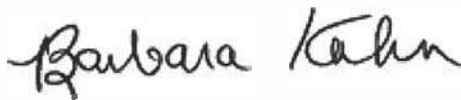
1. Omni-Channel Strategy and Online-Offline Interaction
2. How to Find Lead Users and Facilitate Influence and Contagion
3. Social Targeting, Social Advertising and Persuasion



David R. Bell, Professor of Marketing



Peter Fader, Professor of Marketing and
Co-Director of the Wharton Customer Analytics Initiative



Barbara E. Kahn, Professor of Marketing and
Director, Jay H. Baker Retailing Center

This Course Record Represents...

IDENTITY VERIFICATION WITH SIGNATURE TRACK

While enrolled in this course, this student voluntarily participated in identity verification measures that provided photo identification and created a keystroke profile at the time of course registration, and completed a keystroke analysis when submitting graded work. Coursera has verified the identity of the student as

[Learn more about Signature Track and Identity Verification.](#) →

Developing Innovative Ideas for New Companies: The I

University of Maryland, College Park

STUDENT NAME

Ramon Tenreiro González-Llanos

GRADE

96.2%

COMPLETION DATE

December 3rd 2013

NOTES

Student has earned a certificate with distinction.

COURSE DETAILS

Instructor: Dr. James V. Green

Duration of course: 6 weeks

Time commitment: 5-7 hours/week

Description:

#1 Entrepreneurship Course on Coursera*

#5 Overall Business Course on Coursera*

**CourseTalk's "Top Rated" MOOCs (May, 2014)*

This course assists aspiring entrepreneurs in developing great ideas into great companies. With **str** **venture creation**, and challenging economic times presenting the necessity for many to make their c and act on innovative business opportunities is ever present.

Using **proven content**, **methods**, and models for new **venture** opportunity assessment and analysis, entrepreneurial mindset and develop their functional skill sets to see and act entrepreneurially. The **financial** capital to launch the firm, are examined as well. Our goal is to demystify the startup process on innovative opportunities now, and in the future.

With this course, students experience a sampling of the ideas and techniques explored in the Unive **Entrepreneurship**.

Syllabus:

Week One: Entrepreneurial Perspective

Welcome
Course overview
What is entrepreneurship?
Who is an entrepreneur?
Entrepreneurship, creativity, and innovation
The world's most innovative companies
Types of innovations
Entrepreneurs and strategic decisions
The opportunity analysis canvas

Week Two: Entrepreneurial Mindset, Motivations and Behaviors

Entrepreneurial mindset
Entrepreneurial motivations
Entrepreneurial behaviors
Risk taking in entrepreneurial decision-making
Risk, uncertainty, and stakeholder involvement

Week Three: Industry Understanding

Knowledge conditions
Demand conditions
Industry lifecycle
Industry structure
Competitive advantage
Learning curve
Complementary assets
Reputation effects

Week Four: Customer Understanding

Macro changes that increase new venture opportunities
Exploring real market needs
Satisfying real market needs
Strategic positioning
Strategic planning

Week Five: Business Modeling

Value innovation
Opportunity identification
Introduction to business models
The business model canvas
Partnerships
Outsourcing

Week Six: Business Planning

Defining the business plan
Authoring the business plan
Sales forecasting
Managing the sales pipeline
Developing the marketing mix
Pricing
Building financial statements
Sources of financial capital
Final thoughts



Dr. James V. Green
Maryland Technology Enterprise Institute
University of Maryland

This Course Record Represents...

IDENTITY VERIFICATION WITH SIGNATURE TRACK

While **enrolled** in this course, this student voluntarily participated in identity verification measures that provided photo identification and created a keystroke profile at the time of course registration, and completed a keystroke analysis when submitting graded work. Coursera has verified the identity of the student as

[Learn more about Signature Track and Identity Verification.](#) →

DISTINCTION

The student's performance in this course met the standard for Distinction as defined by the course instructor.

Distinction Grading Policy

The final grade is based on nine individual assignments: entrepreneurial mindset (15%), entrepreneurial

analysis (15%), industry analysis (15%), business model canvas (10%), financial analysis (8%), business plan (8%), and customer surveys (4%). To receive a Statement of Accomplishment with Distinction, you have to obtain 90% or more.

Coursera empowers people to improve their lives, the lives of their families, and the communities they live in with education.

© 2014 Coursera Inc. All rights reserved

COMPANY

- About
- People
- Leadership
- Careers

FRIENDS

- Partners
- Community
- Programs
- Developers

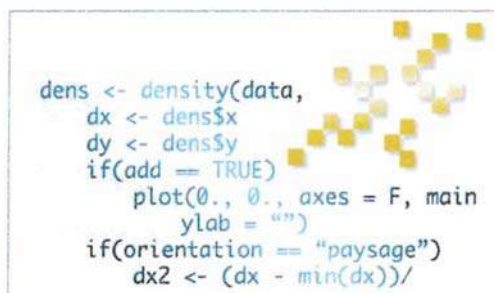
NOVEMBER 19, 2013

Statement of Accomplishment

WITH DISTINCTION

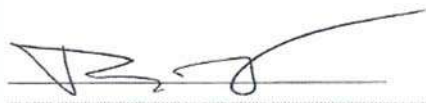
RAMÓN TENREIRO

HAS SUCCESSFULLY COMPLETED THE JOHNS HOPKINS UNIVERSITY'S OFFERING OF



Computing for Data Analysis

In this course students learn programming in R, reading data into R, creating data graphics, accessing and installing R packages, writing R functions, debugging, and organizing and commenting R code.



ROGER D. PENG, PHD
ASSOCIATE PROFESSOR OF BIOSTATISTICS
JOHNS HOPKINS BLOOMBERG SCHOOL OF PUBLIC
HEALTH

PLEASE NOTE: THE ONLINE OFFERING OF THIS CLASS DOES NOT REFLECT THE ENTIRE CURRICULUM OFFERED TO STUDENTS ENROLLED AT THE JOHNS HOPKINS UNIVERSITY. THIS STATEMENT DOES NOT AFFIRM THAT THIS STUDENT WAS ENROLLED AS A STUDENT AT THE JOHNS HOPKINS UNIVERSITY IN ANY WAY. IT DOES NOT CONFER A JOHNS HOPKINS UNIVERSITY GRADE; IT DOES NOT CONFER JOHNS HOPKINS UNIVERSITY CREDIT; IT DOES NOT CONFER A JOHNS HOPKINS UNIVERSITY DEGREE; AND IT DOES NOT VERIFY THE IDENTITY OF THE STUDENT.

SEPTEMBER 23, 2013

Online Course Statement of Accomplishment

WITH DISTINCTION

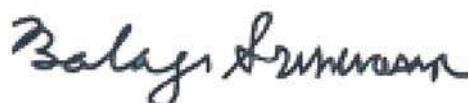
RAMÓN TENREIRO

HAS SUCCESSFULLY COMPLETED A FREE ONLINE OFFERING OF THE FOLLOWING COURSE
PROVIDED BY STANFORD UNIVERSITY THROUGH COURSERA INC.

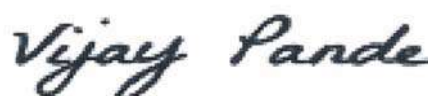
```
$ startup
INIT: Entering runlevel: 3
Checking for market size: [ OK ]
Selecting mobile HTML5 target: [ OK ]
Scheduling available time: [ OK ]
Checking for OS prerequisites: [ OK ]
Freeing unused disk space: [ OK ]
Setting up .gitconfig: [ OK ]
Bringing up node.js REPL: [ OK ]
Beginning software engineering: [ OK ]
```

Startup Engineering

This introductory course teaches engineering, design, and marketing in the context of mobile web development. Final projects are apps that are entered into a student leaderboard competition.



BALAJI S. SRINIVASAN
DEPARTMENTS OF STATISTICS AND COMPUTER SCIENCE
STANFORD UNIVERSITY



VIJAY PANDE
DEPARTMENTS OF CHEMISTRY AND (BY COURTESY)
COMPUTER SCIENCE AND STRUCTURAL BIOLOGY
STANFORD UNIVERSITY

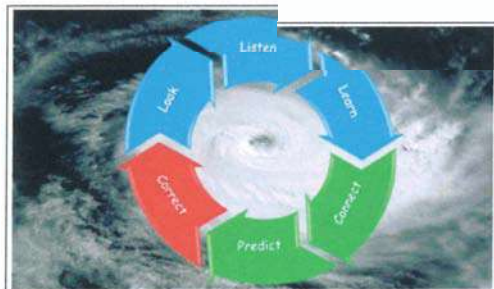
PLEASE NOTE: SOME ONLINE COURSES MAY DRAW ON MATERIAL FROM COURSES TAUGHT ON CAMPUS BUT THEY ARE NOT EQUIVALENT TO ON-CAMPUS COURSES. THIS STATEMENT DOES NOT AFFIRM THAT THIS STUDENT WAS ENROLLED AS A STUDENT AT STANFORD UNIVERSITY IN ANY WAY. IT DOES NOT CONFER A STANFORD UNIVERSITY GRADE, COURSE CREDIT OR DEGREE, AND IT DOES NOT VERIFY THE IDENTITY OF THE STUDENT.

DECEMBER 02, 2013

Statement of Accomplishment

RAMÓN TENREIRO

HAS COMPLETED



Web Intelligence and Big Data

This course is about building 'web-intelligence' applications using machine-learning and parallel map-reduce programming to analyze 'big data' such as arising from social media or genomics.

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Gautam Shroff", with a horizontal line underneath.

DR. GAUTAM SHROFF
VICE PRESIDENT & CHIEF SCIENTIST
TCS INNOVATION LABS
TATA CONSULTANCY SERVICES

PLEASE NOTE: THE ONLINE OFFERING OF THIS CLASS DOES NOT CONFER A GRADE, AND DOES NOT VERIFY THE IDENTITY OF THE STUDENT.

otorga certificado a:

Ramón Tenreiro González-Lanos

por su participación en el Curso

"Técnicas de Negociación"

desarrollado durante los días 13 y 14 de Noviembre de 2002

(16 horas de duración presenciales)