



“ESPERO QUE O EMPRESARIADO LOCAL APOSTE POLA CIDADE”

XOSÉ SÁNCHEZ BUGALLO, ALCALDE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA



LOS SERVICIOS DEL CLUB

ÁREA DE EMPRESA

El área de empresas constituye el eje principal de actividad del Club Financiero de Santiago (CFS), siendo sus instalaciones el escenario de la mayor parte de los actos que se desarrollan en su interior.

Se trata de una zona diseñada para cubrir las necesidades de las empresas accionistas en materia de espacios para la celebración de reuniones.

El Club cuenta con instalaciones propias (aula de formación, dos salas de reuniones y una sala de talleres) y espacios de uso compartido.

Aula de formación

La sede del CFS, ubicada en el edificio Quercus, dispone de un aula de formación especialmente diseñada y acondicionada para la organización de jornadas de formación, certámenes, proyecciones, etc. Tiene un aforo de 80 personas y cuenta con mobiliario propio que los miembros del Club podrán colocar y utilizar de la forma más conveniente para cada evento.

Sala de reuniones

Las instalaciones del CFS cuentan con dos salas de reuniones que pueden modelarse según las necesidades del

socio, bien sea para reuniones, grupos de trabajo o presentaciones.

Sala de talleres

El Club tiene también una pequeña sala destinada a la realización de talleres de ocio con capacidad para albergar a doce personas. Este espacio está ideado para el desarrollo de talleres de cocina, degustaciones, catas de vino, etc

DÓNDE ESTAMOS



Rúa Letonia, 2
Polígono Costa Vella
15.707
Santiago de Compostela

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

www.clubfinancierodesantiago.com
info@clubfinancierodesantiago.com

Espacios compartidos

Para completar la oferta de instalaciones, el CFS permite a los socios la posibilidad de emplear los espacios propios del edificio Quercus en condiciones muy ventajosas. Todos ellos están equipados con los medios técnicos y audiovisuales precisos para el correcto desarrollo de diferentes actividades empresariales. Quercus cuenta con una sala de exposiciones (aforo de 120 personas) y con salas de reuniones y conferencias.

ÁREA DE RESTAURACIÓN

El Club también dispone de un área de hostelería, con cafetería y restaurante, ofreciendo así a sus socios el marco adecuado para la celebración de comidas de trabajo, ya sea en la zona general o en los comedores privados. Estos están a disposición de los socios para un mínimo de 4 personas y un máximo de 25, de lunes a viernes, previa reserva con 24 horas de antelación.

ÁREA SOCIAL

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

| | CUOTA | SALAS GRATUITAS | COMEDOR PRIVADO | SALAS CFS |
|----------------------------|----------|-----------------|-----------------|-----------|
| Accionistas - socio | 60,00 € | 1 mes | 1 / mes | |
| Accionistas - socio | 90,00 € | | 4 / mes | Dto. 20% |
| Abonado | 120,00 € | 1 mes | 1 / mes | |
| Abonado | 150,00 € | | 4 / mes | Dto. 20% |

| | CAPACIDAD | ½ DIA | 1 DIA |
|---------------------|-----------|-------|-------|
| Aula | 70 | 70€ | 150€ |
| Sala taller | 12 | 25€ | 50€ |
| Sala consejo | 10 | 30€ | 60€ |

Estamos de moda

No es casualidad que todos tengamos algún amigo o familiar que vaya a hacer el Camino de Santiago, que venga a pasar una semana o temporada a Galicia. Desde hace siglos Compostela es una ciudad de acogida, abierta como pocas al visitante, acostumbrada como casi ninguna a recibir a gentes de todas partes del mundo, pero creo que ahora estamos en un momento especialmente dulce: "estamos de moda". Tenemos en el horizonte el Xacobeo 2021, que puede ser un nuevo punto de inflexión para la consolidación definitiva de Galicia como un polo de atracción turística internacional y para mostrar al mundo el músculo económico que tiene nuestra tierra. Pero también es cierto que nuestra estructura económica se ha ido desarrollando determinada por nuestra gran capacidad de atraer a visitantes de todo el mundo: el comercio y la hostelería han resultado fundamentales en el pasado y lo siguen siendo en el día a día de sus habitantes.

Estos dos sectores, con sus aciertos, muchos, y sus errores, que alguno ha habido, continúan catalizando la actividad económica de Compostela, además de su condición última de capital de Galicia. Potenciarlos es un deber bastante evidente, y redefinirlos y adaptarlos a los nuevos tiempos es un reto que conviene no retrasar más de la cuenta.

El desafío es que, partiendo de dos sectores tan afianzados, la experiencia en Santiago de Compostela sea diferente y más completa. Una apuesta razonable sería la del turismo de calidad y de lujo, mundialmente en auge, y del que deberíamos saber favorecerlos. El telón de fondo



José María Fernández Fernández
Propietario de Joyería Jael y vicesecretario del CFS

lo tenemos, y no uno cualquiera, sino uno con el que difícilmente pueden competir otros lugares: una zona vieja bien conservada, una catedral y unos monumentos sobresalientes e inolvidables para quien se detiene ante ellos, y una historia muy conocida en el ámbito internacional. En nuestras manos está también saber aprovechar el motor de Santiago para mostrar al mundo el resto de Galicia.

Desde hace siglos Compostela es una ciudad de acogida, abierta como pocas al visitante

En el caso del comercio creo que aún está parcialmente pendiente el reto de la diferenciación, la apuesta por la calidad. Cada vez son más, por ejemplo, las tiendas de recuerdos "diferentes", que van más allá de las piezas anecdóticas y más o menos globalizadas. ¿Qué mejor souvenir de Santiago puede llevarse alguien que una pieza de artesanía, una muestra de nuestra excelente gastronomía, una parte de Galicia realizada con esmero y dedicación? Por fortuna, este tipo de establecimientos comerciales están prosperando y comienzan a demostrar que pueden llegar incluso a revitalizar calles un tanto alejadas del circuito más concurrido de la alameda.

El paso del tiempo y el propio mer-

cado han ido definiendo claramente las zonas comerciales de Compostela. Ahora es el momento de detenerse a pensar cómo potenciar las habilidades de cada zona y conseguir, así, que el turista medio haga algo más que pasear por la zona vieja y marcharse. Una oferta comercial potente y atractiva, combinada con la programación cultural y el conocimiento de otras maravillas como la Cidade da Cultura, o tesoros como la Colegiata de Sar, A Rocha Vella o el monasterio de Conxo, podrían servir para prolongar las estancias, una asignatura pendiente desde hace demasiados años.

En el caso del comercio creo que aún está parcialmente pendiente el reto de la diferenciación

En lo que se refiere a la gastronomía, Santiago de Compostela es, sin ningún género de dudas, uno de los lugares en los que mejor se come. Sin embargo, los establecimientos de alto nivel no son probablemente los más favorecidos en el imaginario colectivo. Es el momento de superar complejos y apoyarlos abiertamente, pues en cualquier ciudad son este tipo de lugares los que sirven de referente para el resto de iniciativas y de atractivo para el tipo de turista que, en mi opinión, más puede aportar a nuestra ciudad.

Porque Compostela tiene mucho más de lo que la mayor parte de los visitantes se imaginan. Piedra, arte e historia son, sin duda, sus atractivos más evidentes. Pero no lo es menos ese relato con más de un milenio de trayectoria que nos hace conocidos en prácticamente todo el mundo. Démosles a los foráneos la ocasión de conocerlo y el incentivo para quedarse el tiempo suficiente para apreciarlo, porque lograrán conocer mejor no solo Compostela, sino al pueblo gallego en su conjunto.



Xosé Sánchez Bugallo en su proclamación como alcalde de Santiago de Compostela

XOSÉ SÁNCHEZ BUGALLO | ALCALDE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA

“É fundamental conectar as áreas empresariais de Santiago entre si e coas grandes vías de comunicación”

Xosé Sánchez Bugallo (1954) chega plétorico á Alcaldía. Coñecedor profundo da cidade e con grande experiencia na xestión, está disposto a liderar os retos que se presentan, entre eles o próximo Ano Santo e a chegada do AVE. Ilusión e traballo para darlle unha volta a Santiago, e reforzar o seu liderado no tecido económico de Galicia. Preocúpalle o turismo, que “está descontrolado”, e quere apostar pola cultura e as novas tecnoloxías apoiándose na Universidade como proposta de futuro. Lavacolla tamén formou parte da conversa e considera que seguirá crescendo,

outra cousa será a definición dunha política aeroportuaria coordinada. De todos estes asuntos falou. E en todos eles foi categórico.

— A pregunta é case obrigada. Feliz por volver a dirixir a cidade?

— Por suposto. Feliz e emocionado, pero tamén moi preocupado e responsabilizado.

— Agardaba a victoria ou colleuno por sorpresa?

— Sabía que podía gañar e esperaba gañar.

— O seu mandato comprende o vindeiro Ano Santo, no 2021. Un reto para a cidade.

— Un reto e unha oportunidade. Temos que planificar programas e desenvolver todas as accións necesarias para garantir o seu éxito e, sobre todo, aproveitalo co obxectivo de impulsar o futuro.

— Cre que está a cidade de Santiago de Compostela preparada para dar resposta profesional á gran demanda de visitantes que sempre atrae o Camiño?

— Temos que estalo. Non hai opción

alternativa.

— Santiago é un polo económico de primeira magnitude en Galicia. Que reforzará no seu mandato para que a cidade sexa máis eficiente?

— Queremos que Santiago amplíe e diversifique a súa base económica. A aposta pola revisión do modelo turístico, pola creación e captación de empresas no ámbito industrial, tecnolóxico, da biomedicina... e pola cultura como actividade económica, ten que centrar os nosos esforzos.

— As empresas demandan máis solo industrial e unha mellor intercomunicación entre os polígonos industriais.

— Certo. Como tamén o é que a propiedade do solo industrial para investimentos está en mans da Xunta de Galicia, excepto a parte privada. É necesario revisar e corrixir a política da Xunta de Galicia en relación ao solo industrial. Temos un magnífico exemplo no norte de Portugal. O solo ten que ser un instrumento moi importante á hora de captar investimentos e de facilitar a creación de empresas. Esa debe ser a súa finalidade, e non outra.

— O enlace orbital foi unha demanda solicitada desde o Club Financieiro de Santiago á que posteriormente se uniron outros colectivos. Será realizable agora?

— Está aprobada e espero que pronto sexa unha realidade. E tamén o denominado "orbitaliño". É funda-

— “Espero que o empresariado cosmopostelán aposte por Santiago e participe activamente na configuración do proxecto de cidade”



— “Queremos que Santiago diversifique a súa base económica e que sexa unha cidade boa para vivir e con oportunidades para traballar”

mental conectar as áreas empresariais entre si e coas grandes vías de comunicación: a N 550, a AP 9 e a autovía de Lugo.

— Sen dúbida, a chegada do AVE tamén suporá unha modificación para Santiago. E porase en servizo a estación intermodal.

— Espero que a chegada do AVE sexa unha realidade no ano 2021. Pero, desgraciadamente, non poderemos contar aínda nesa data coa estación intermodal que Santiago necesita. Teremos que organizarnos co que teñamos e traballar para conseguir o que necesitamos.

— Os aeroportos son un tema de debate constante. Que perspectivas presenta Lavacolla?

— Boas. Vai seguir crescendo aínda que non podemos saber con exactitude o grao de afectación pola chegada do AVE. Desgraciadamente son pesimista sobre as posibilida-

des de definir unha política aeroportuaria non condicionada por intereses locais. Teremos que competir.

— Non podemos obviar o debate sobre a unión cos concellos de Teo e Ames.

— Ese tema non é realista a día de hoxe. Onde temos que avanzar é na coordinación entre os concellos da área de Santiago e na posta en marcha de iniciativas comúns.

— Sobre que eixos pivotará o seu programa? Ou se o prefire, sobre que modelo de cidade traballará?

— Queremos unha cidade boa para vivir e con oportunidades para traballar. Temos que protexer e coidar a cidade histórica porque é un enorme capital para as xeracións vindeiras. E apostar pola cultura e as novas tecnoloxías, apoiándonos na Universidade de Santiago de Compostela como proposta de futuro.

— Díganos aspectos positivos e negativos de Santiago.

— Temos unha cidade singular, espléndida, cun enorme prestixio e unha boa universidade.

A parte negativa é que temos un turismo descontrolado, unha Administración ineficiente e unha sociedade excesivamente conformista.

— Como resolverá o negativo?

— Definindo un novo modelo turístico e pódoo en marcha, modernizando e simplificando a Administración, promovendo e facilitando a creación de iniciativas emprendedoras e ofrecendo e pedindo á sociedade implicación, participación e colaboración.

— Que espera do empresariado cosmopostelán para un gran proxecto de cidade?

— O mesmo que da sociedade no seu conxunto. Que crea en Santiago, que aposte por Santiago, que participe activamente na configuración do proxecto de cidade e sexa esixente con todos e consigo tamén.

LAS ACTIVIDADES DEL CLUB



Victor Magariño, director del Programa de Transformación Digital de ESADE, durante una de sus clases en la sede del Club Financiero de Santiago

ESADE explica las claves de la transformación digital en Santiago

El Financiero de Santiago acogió en sus instalaciones el curso de Transformación Digital de ESADE (Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresa), una de las mejores *business school* a nivel global. El CFS siempre ha apostado por facilitar a los empresarios y directivos gallegos una oferta formativa de primer nivel sin necesidad de desplazarse a Madrid o Barcelona.

Víctor Magariño, del programa, fue el encargado de dirigir este curso que se desarrolló durante los meses de mayo y junio. El principal objetivo del mismo era entender el nuevo mundo digital, los nuevos actores y por qué estamos inmersos en él. Además, los asistentes adquirieron una visión realista, objetiva y completa del marketing digital, sobre el que Magariño afirmó que “todavía queda mucho trabajo por hacer, sobre todo en

lo básico, en el marketing en buscadores, en el SEO y en el SEM”. Trabajar en estos campos evitaría la situación actual en la que “la inmensa mayoría de los negocios ni siquiera aparecen en las búsquedas que realizan los usuarios sobre su producto o servicio”.

Por otra parte, también se puso el foco en las últimas novedades a nivel legal, que afectan fundamentalmente a temas de protección de datos y seguridad de la información. Víctor Magariño destacó que en este ámbito es necesario cumplir con los tres principios fundamentales que recoge la nueva directiva europea GDPR: “saber dónde tengo la información, quién puede acceder a ella, bajo qué premisas y qué permisos, y mantener el debido registro de toda la actividad referida a esta información”.

A título personal Magariño recomendó acumular el mínimo de información

necesaria porque “es riesgo de fugas, de robos, de multas, etc”. Por ello, recomendó los sistemas que faciliten la información *on the spot*, esto es, “datos efímeros y sin identificar personas concretas. El tráfico de usuarios, de visitas recurrentes, el tiempo medio de estancia o los mapas de calor son ejemplos de datos *on the spot*”.

Imagen digital

En cuanto a las claves para mantener una buena imagen digital, el responsable del curso las resumió en tres: tener una buena imagen ‘no digital’, tener claro cuál es el objetivo que se persigue estando en medios digitales (reconocimiento de marca, posicionamiento, reputación, transacciones) y, por último, una buena ejecución del plan de comunicación y una correcta utilización de soportes y mensajes.

Normas claras, estables y seguras para luchar contra el fraude fiscal

El contribuyente... ¿ciudadano o súbdito? es una de las próximas conferencias que el Club Financiero de Santiago ofrecerá a todos sus accionistas. En esta ocasión la ponencia correrá a cargo de Javier Gómez Taboada, abogado tributarista, socio de Maio Legal y responsable de estudios de la Asociación Española de Asesores Fiscales (Aedaf). El objetivo de esta jornada será trasladar a los empresarios y directivos importantes reflexiones sobre la degradación de la condición cívica del contribuyente en su relación con la administración tributaria.

El abogado tributarista Javier Gómez habla de una "tormenta perfecta" en la que el contribuyente está desamparado frente a la administración tributaria y esa "tormenta" se sostiene en tres pilares. "El primero es el poder legislativo, que le ha dado a la administración tributaria unos derechos y prerrogativas -como la autotutela, del todo desmedida en el ámbito impositivo- que han debilitado la situación del contribuyente, que hoy es menos ciudadano y más súbdito". El segundo es el poder ejecutivo "que funciona como un acelerador de la recaudación a favor de las crecientes necesidades del ya elefantiásico estado de bienestar" y, por último, el

poder judicial "que es el vigilante, pero que no funciona como sería deseable porque su reacción es lenta y costosa", sentencia Gómez Taboada.

Así pues, el Ministerio de Hacienda reconoce que "la administración tributaria está dotada de poderes y facultades exorbitantes". Aun así, la Agencia Tributaria pierde ante la justicia el 50 % de los pleitos que plantea el contribuyente. Este porcentaje asciende hasta el 84 % en el caso de la Axencia Tributaria de Galicia (ATRIGA). Estas cifras tan elevadas son consecuencia, en opinión de Javier Gómez, del afán recaudatorio de la Administración: "No todo vale para recaudar y para luchar contra el fraude fiscal; el fin no justifica los medios. En un estado de derecho las formas son tan importantes como el fondo".

Fraude fiscal

Una labor compleja a la que se enfrenta la administración tributaria es combatir el fraude fiscal con pleno respeto al derecho y sin caer en el afán recaudatorio. Así, salvando las obvias distancias entre ambos escenarios, se podría decir que "al igual que si el terrorismo lo combatiésemos con grupos actuando al margen de la ley, no lo combatiríamos, lo avivaríamos. Si el fraude fiscal lo combates



Javier Gómez Taboada es abogado tributarista y socio de Maio Legal.

Se licenció en Derecho por la Universidad de Salamanca y realizó un Máster en Asesoría Fiscal en el Instituto Empresa. También es miembro del Colegio de Abogados y de la Asociación de Asesores Fiscales (AEDAF).

con métodos legalmente cuestionables, lo que consigues es alentar el fraude", reflexiona Javier Gómez. "El Ministerio presume de unos resultados de la lucha contra el fraude cada vez más elevados. Lo cuestionable es si un país donde cada vez hay más fraude va bien o va mal. No creo que unos datos anti-fraude cada vez mayores sean motivo de orgullo. Las herramientas para evitar el fraude son unas normas claras, estables y seguras".

El CFS hace balance de actividades y acuerda nuevos nombramientos

El Club Financiero de Santiago celebró su Junta Anual de Accionistas en la que se aprobaron las cuentas y la gestión realizada por el Consejo de Administración. Este último ha acordado el nombramiento de Rosa Blanca Rodríguez Guitérrez, administradora solidaria de Espina & Delfín, como vicepresidenta del Consejo. En la reunión anual se informó a la Junta General de Accionistas de este nuevo nombramiento.





Amiocar cuenta con más de 118 puestos de trabajo directos y una facturación superior a los 68 millones de euros

CASOS DE ÉXITO | GRUPO AMIOCAR

Sólida aceleración

“El primer mes tuvimos tres entradas de taller, hoy atendemos una media de 25 coches diarios”. Esta puede ser una de las fotos del exitoso camino recorrido por el Grupo Amiocar en palabras de su director general, Carlos Agrelo. Asentado en el polígono de Costa Vella desde 1993, inició su andadura como concesionario oficial de BMW y en los últimos años amplió su presencia para atender A Coruña y Ferrol a través de Novomóvil, y Lugo con la firma Lugauto.

Con una facturación de 68 millones de euros y 118 puestos de trabajo directos, el Grupo Amiocar se asienta sobre seis mil metros cuadrados donde distribuye las marcas BMW, Mini y Motorrad, la versión motociclista de la marca alemana. La empresa nace por iniciativa de Carlos Agrelo que, después de trabajar en la sede de BMW Ibérica, decide emprender su propio negocio al observar las potencialidades de la capital de Galicia. “La elección de estos terrenos fue una decisión del presidente de BMW Ibérica en aquella época. Se hizo en función de la futura expansión de la ciudad y fue un acierto

absoluto. Recuerdo que durante bastantes años estuvimos entregando coches de alta gama en una pista de tierra porque los accesos no estaban asfaltados”.

El trabajo bien hecho y la penetración en el mercado fueron algunos de los motivos que los condujeron a ser elegidos el mejor concesionario de España de la firma bávara en los años 2011 y 2012. “Se han dejado de hacer estas distinciones desde hace varios años, pero sí podemos decir con mucho orgullo que somos el segundo concesionario más antiguo de BMW en España”.

La formación permanente es uno de los grandes retos a los que está sometido el sector. La principal partida económica se la lleva el área de formación, dice Carlos Agrelo, que afirma que en la sede central de la marca, en Baviera, trabajan 18.000 ingenieros en el área de I+D+i “porque la mejora tecnológica y las patentes son el desafío constante y nuestra principal fuente de negocio”.

Proveedor de vehículos de grandes empresas de Galicia entre las que se encuentran Inditex, Estrella de Galicia o Frinsa, el responsable de Amiocar asegura que no

existe un cliente en concreto porque la marca ofrece un amplio catálogo que intenta satisfacer a todos los sectores. También ha variado la forma de adquirir un vehículo: “Es raro pagarlo al contado. El cliente prefiere las nuevas modalidades de *renting*, *leasing* o la propia de BMW, *Select*. Y los meses en los que el público está más predispuesto a comprar son mayo, junio y diciembre. El comienzo del verano y las ofertas de los concesionarios marcan esta tendencia de compra.

El futuro lo ve “con optimismo moderado, siempre y cuando no se adopten posturas controvertidas, como la demonización del gasoil, que alejan al potencial cliente”. También es partidario de las ayudas a la renovación del parque automovilístico porque “cerca del 80 % de los coches que circulan por España tienen más de diez años”.

Y para terminar, asegura que en un futuro, dentro de 40 años, habrá espacio para que convivan todas las fuentes de energía. “Cada una tendrá su espacio”. Por cierto, en Santiago circulan 12.000 BMW y el coche estrella de la marca, es decir, el que más se vende actualmente, es el X1.