



“LAS EMPRESAS FAMILIARES SALVAMOS EL EMPLEO EN LA CRISIS”

EL PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN GALLEGA DE LA EMPRESA FAMILIAR, VÍCTOR NOGUEIRA, ABOGA POR LA SUPRESIÓN DEL IMPUESTO DE SUCESIONES Y PATRIMONIO



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

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

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

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€

El auge de los activos alternativos

El atractivo del sector inmobiliario español es creciente. Los indicadores macroeconómicos ponen de relieve la salud de nuestra economía y esto, unido a unas prometedoras perspectivas futuras, hace que se esté recuperando la confianza del inversor. En la actualidad, todavía la mayor parte de ellos se decantan por activos core, de gran calidad y con largos periodos de maduración y rentabilidades estables. No obstante, los activos tradicionales más atractivos se están agotando y, a consecuencia de ello, presentan precios inaccesibles para muchos inversores. Esto ocurre especialmente en aquellos inmuebles situados en las zonas prime de las principales ciudades.

Sin embargo, este escenario no implica en absoluto el fin de las oportunidades en nuestro sector. Existen otras posibilidades igualmente provechosas en mercados secundarios, actualmente al alza, que ofrecen rentabilidades mucho más atractivas siendo igualmente dinámicos, competentes y viables.

Por otro lado, las cambiantes necesidades de la población y la evolución del mercado inmobiliario han puesto de relieve la importancia de otros nichos, como los denominados activos alternativos, que cuentan con mejores retornos garantizados. Muchos de ellos conforman igualmente inversiones muy seguras al no presentar gran volatilidad.

Dentro de los activos alternativos, uno de los que presenta un mayor potencial es el de las residencias de estudiantes. Tan solo el año pasado el promedio de matriculados en la universidad española se elevó en más de 10.000 alumnos, estimándose que una cuarta parte de ellos residen fuera de casa. El continuado incremento estudiantil no hace sino agravar el problema del número



Sandra Daza
Directora general de GESVALT

insuficiente de plazas disponibles en residencias.

Los inversores privados han identificado esta situación como una interesante oportunidad de inversión en este tipo de activos, pues se trata de un segmento atractivo y seguro. Además, teniendo en cuenta que, al menos por el momento, existe menos competencia que en otros sectores más tradicionales, los retornos son bastante atractivos, partiendo de aproximadamente un 6 % en localizaciones prime y activos de calidad.

El incremento del interés del inversor en las residencias de estudiantes queda patente en el aumento de más del 3 % en el número de plazas a lo largo del año, lo que supone 2.390 nuevas camas repartidas por todo el país. Asimismo, el volumen de negocio asociado a estos activos se ha incrementado en un 3,5 % hasta llegar a los 455 millones de euros.

Un segundo tipo de activos de gran relevancia es el de las residencias de la tercera edad, que se encuentra en desarrollo desde hace ya algunos años y esperamos se consolide en los próximos ejercicios. España cuenta con una de las poblaciones más envejecidas a nivel mundial y una de las tasas de fe-

cundidad más bajas.

Hasta hace apenas dos años, la gestión de este tipo de residencias estaba muy fragmentada, con muchos operadores locales pequeños, escasamente profesionalizados y con poco reconocimiento fuera de nuestro país. Hoy en día, esta situación va revertiéndose, pero las cinco principales empresas no llegan todavía a alcanzar el 20 % de la cuota de mercado. La buena coyuntura económica, que ha incrementado el grado de ocupación de los centros disponibles y ha permitido a los operadores aumentar ligeramente los precios de los servicios, ha logrado que la facturación

aumente aproximadamente un 2,5 %, hasta superar los 4.000 millones de euros.

Actualmente, su rentabilidad se encuentra muy ligada tanto a su tipo de gestión como a la localización y la disponibilidad de plazas de la zona,

que varía considerablemente según las regiones. Destacan especialmente las zonas más turísticas. Las residencias ubicadas en zonas prime obtienen unos retornos que se sitúan en torno al 6 % mientras que, cuando operan en mercados secundarios, la rentabilidad esperada oscila entre el 6,5 % y el 7 %.

Gesvalt también considera muy interesantes las estaciones de servicio, un sector actualmente en auge que, por sí solo, constituye alrededor del 2,5 % del PIB.

En definitiva, ante la escasez de activos tradicionales, los inversores no deben perder de vista nuevas vías de inversión en activos alternativos que, aun en sectores de poco riesgo y volatilidad, pueden ofrecer retornos muy interesantes si se lleva a cabo una gestión especializada con el apoyo de expertos en la materia.

Los servicios relacionados con la tercera edad son otro de los activos en alza y con mayor retorno

La inversión en residencias de estudiantes presenta un alto potencial



Víctor Nogueira es el presidente del Grupo Nogar, integrado por once compañías que operan en diferentes sectores estratégicos

VÍCTOR NOGUEIRA | PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN GALLEGA DE LA EMPRESA FAMILIAR

“Somos el mayor empleador de Galicia”

Víctor Nogueira (Santiago, 1957) cumplió en mayo su primer año al frente de la Asociación Gallega de la Empresa Familiar, entidad que integra a las 55 principales compañías gallegas. Nogueira desarrolló toda su carrera profesional en el grupo empresarial familiar Nogar, del que es presidente, y que engloba a once compañías de vocación internacional, centradas en el sector logístico, comercial, inmobiliario y energético.

— ¿Qué balance hace de su primer año al frente de la Asociación?

— Ha sido un año intenso pero muy positivo. Hemos puesto en marcha diferentes iniciativas que han permitido acercar más la empresa familiar a la sociedad gallega. Por ejemplo, el ciclo de charlas que hemos impartido a través de las Cátedras de Em-

presa Familiar en las tres universidades gallegas y el IESIDE. Gracias a esto, grandes empresarios gallegos han pasado por las aulas para relatar su experiencia en temas como la internacionalización, el valor de marca o la digitalización.

— ¿Cuál es el impacto económico y social de las empresas familiares en Galicia?

— Más del 90 % de las empresas asentadas en Galicia son familiares. Solo este dato muestra ya su relevancia a nivel económico y social. Aportamos el 85 % del VAB empresarial de Galicia y proporcionamos el 83,3 % del empleo privado de nuestra comunidad, lo que se traduce en más de 390.000 empleos. Sin duda, podemos afirmar que somos el mayor empleador de Galicia.

— ¿Qué diferencia el modelo de empresa familiar del resto del tejido empresarial?

— Las empresas familiares ponemos el foco en el largo plazo con proyectos que traspasan generaciones. Contamos con bases sólidas pero a su vez flexibles, lo que nos permite adaptarnos a los cambios que se van produciendo en la sociedad. Y todo con una fuerte vinculación a nuestro territorio en base a un objetivo muy claro: crear riqueza y empleo. Como nos gusta decir, somos las empresas que viven aquí y que siempre vamos a vivir en Galicia; somos las empresas que mejor reflejan la realidad social.

— El relevo generacional es uno de los mayores problemas en la gestión de las empresas familiares, ¿cómo

afrontarlo con garantías?

— Evidentemente, lo primero es planificar esa sucesión con la debida antelación. Pero también es fundamental que la Administración contribuya a facilitar el trámite, con una fiscalidad que posibilite el cambio generacional sin penalizaciones para la empresa.

— ¿Hay datos sobre cuántas generaciones superan la gestión familiar? ¿Es difícil sobrevivir a la tercera generación?

— Existen datos de la Red de Cátedras de Empresa Familiar que reflejan que la media de edad de las compañías que superan la tercera generación es superior a las no familiares: 33 años frente a 12 años. Este hecho muestra que es fundamental planificar y organizar bien el proceso de sucesión y que, además, debe tomarse como una clara oportunidad para que las empresas salgan reforzadas. Por ello, las compañías tienen que ser conscientes de la necesidad de anticiparse al cambio generacional.

— ¿Las empresas familiares resistieron mejor la crisis?

— Así es. La empresa familiar ha superado mucho mejor estos años difíciles. Hemos mantenido el empleo y hemos sabido adaptarnos muy bien al nuevo escenario apostando por la internacionalización, la innovación y las nuevas generaciones. Ya lo he dicho en muchas ocasiones: hemos sido los salvadores en los momentos más complicados.

— ¿Sigue siendo alta la creación de este tipo de compañías?

— En Galicia seguimos siendo los primeros. Pero creemos esencial transmitir, sobre todo a los más jóvenes, la necesidad de atreverse a tener ideas, generar proyectos y emprenderlos. Así es como han nacido muchas de las empresas que hoy mismo lideran los mercados a nivel nacional e internacional.

— ¿Cuáles son los principales retos



— “Es esencial que apostemos ya por los jóvenes; ellos son el futuro de nuestras empresas”

de futuro para las empresas familiares gallegas?

— Algo esencial es que debemos apostar por los jóvenes desde ya. Ellos son el futuro de nuestras empresas y de la sociedad gallega. Tenemos que seguir trabajando para conseguir un importante cambio en la educación española. Además, hay que seguir manteniendo como objetivos prioritarios la internacionalización de las compañías, la transformación digital y la I+D+i.

— ¿Qué presencia tienen las empresas familiares en el comercio exterior?

— Hoy en día más del 90 % de las empresas familiares de la Asociación están internacionalizadas. Compañías de diferentes sectores son hoy líderes en mercados de Europa, América y Asia. Las empresas familiares somos las que mejor nos adaptamos a los cambios y por eso nos hemos convertido también en compañías globales.

— ¿Cree que Galicia necesita un cambio en la cultura empresarial?

¿Empresas más grandes o tecnológicas que ofrezcan oportunidades de trabajo para los jóvenes formados en las universidades?

— En Galicia necesitamos que las empresas ganen dimensión. Las empresas más grandes han apostado por la innovación, la transformación digital y el talento. Debemos transmitir a las pymes esta misma cultura empresarial para que crezcan y se fortalezcan, asegurando así su continuidad.

— ¿Ha vuelto a fluir el crédito?

— Sí, es una realidad que la financiación está fluyendo. De todas formas, es cierto que sería importante que continúen mejorándose las condiciones para acceder a ella. Esto es clave para el crecimiento de las pymes y también para fomentar el emprendimiento.

— ¿Qué mejoras fiscales a nivel autonómico considera necesarias para mejorar la competitividad?

— Desde la Asociación Gallega de la Empresa Familiar creemos necesaria una adecuación del marco fiscal de los impuestos de Sucesiones y Patrimonio para que no supongan una barrera en el desarrollo de las compañías familiares. La reforma e incluso la supresión de estos impuestos sería muy positiva para Galicia. Es una necesidad hacer de nuestra comunidad una zona mucho más atractiva para la inversión y el desarrollo de empresas y empresarios.

— ¿Qué papel desempeña la Asociación frente a las diferentes administraciones?

— El sector público y la empresa privada tienen que seguir trabajando juntos. Desde la Asociación nos esforzamos por trasladar a la Administración las necesidades de la empresa familiar gallega y las medidas, que, a nuestro entender, son necesarias para fortalecer y dar continuidad al tejido productivo gallego. Así lo hemos hecho en nuestros dieciocho años de trayectoria y así lo seguiremos haciendo.

LAS ACTIVIDADES DEL CLUB



El Informe de Coyuntura Económica (ICE) fue presentado en el Concello de Ribeira por tres de sus autores: Vázquez Taín, María Bastida y Maite Cancelo

La pesca y la industria, motores económicos del Barbanza

El Informe de Coyuntura Económica (ICE), elaborado conjuntamente por el Club Financiero de Santiago y el Club Financiero Atlántico, fue presentado a administraciones y empresas de la comarca del Barbanza en un acto celebrado en el Concello de Ribeira que estuvo presidido por el alcalde de la localidad, Manuel Ruiz.

Tres de los autores del informe, Miguel Vázquez Taín, Maite Cancelo y María Bastida, fueron los responsables de desgranar los principales datos a nivel comarcal extraídos del documento. El estudio económico realizado pone de manifiesto el importante peso del sector pesquero e industrial en toda la franja norte de Arousa. “El sector industrial representa en la comarca un 24 % del VAB, cifra que está muy por encima del objetivo marcado por el Gobierno gallego de alcanzar el 20 % en la comuni-

dad”, reconoció el economista Vázquez Taín, quien también destacó el peso de la pesca y el turismo en la zona de los cuatro municipios objeto de análisis: Rianxo, Ribeira, Boiro y A Pobra.

No obstante, Vázquez Taín alertó de que, al igual que ocurre en el resto de Galicia, el 98 % de las empresas barbanzanas son pymes que tienen menos de diez trabajadores en plantilla. Asimismo, consideró que la “fuerte dependencia del sector conservero es una fortaleza, pero conlleva riesgos”. En este sentido, Taín señaló que es necesario “diversificar la industria y desarrollar nuevas actividades económicas basadas en los recursos de la comarca”. Así, detalló que la gran riqueza forestal de la comarca, con un 73 % de superficie arbolada, podría convertirse en un “elemento dinamizador y generar grandes oportunidades en el futuro, al igual que

el sector turístico, con un fuerte potencial en la zona”.

Buenos datos demográficos

Al contrario de lo que sucede en el conjunto de la comunidad gallega, los datos demográficos en la zona del Barbanza son positivos, liderando la concentración y el crecimiento de la población. De este modo, el problema del envejecimiento tampoco es tan acusado en los concellos barbanzanos ya que más del 14 % de la población es menor de 16 años y solo el 20 % es mayor de 64, frente al 24,3 % de la media gallega o el 23,7 % de la media provincial.

También en el mercado laboral el comportamiento de la comarca es mejor que el del resto de la provincia. Si entre 2010 y el 2017 el paro descendió un 15 % en A Coruña, en Barbanza lo hizo en algo más de un 18 %.



La jornada estuvo organizada por Markea (Asociación Galega de Marketing)

El éxito de la estrategia de marketing del Obradoiro

Daniel Agra, director de Marketing del club de baloncesto Monbus Obradoiro, fue protagonista de una sesión formativa organizada por Markea, Asociación Galega de Marketing, en las instalaciones del Club Financiero de Santiago el pasado mes de mayo.

En su intervención, Agra reveló las mejores estrategias para activar los patrocinios en el mundo del deporte. El experto relató que más del 53 % de los ingresos del Monbus Obradoiro se generan mediante patrocinios privados, esenciales para la viabilidad del club. Por ello, explicó que es vital detallar a las empresas cuál es el retorno de inversión gracias a la visibilidad del patrocinio. En este sentido, Agra argumentó que el valor publicitario equivalente de

la marca Monbus Obradoiro supera los 4,5 millones de euros. “El impacto económico que genera el equipo en la ciudad de Santiago es superior a los 3,4 millones de euros”, añadió el experto en marketing.

Asimismo, afirmó que el club es un gran vehículo de comunicación para las marcas, configurándose como un canal diferente para que las empresas se vinculen y lleguen a los más de 40.000 seguidores del equipo.

“Generamos eventos exclusivos para las más de 300 compañías que integran el Club de Empresas Obradoiro, en los que buscamos que se conozcan y generen sinergias entre ellas. En definitiva, actuaciones comerciales que permiten a las marcas fidelizar clientes”, concluyó Agra.

Charla de Pati Blanco en el CFS

El próximo lunes, 18 de junio, Pati Blanco, director de Comunicación y Relaciones Institucionales de El Corte Inglés Galicia, participará en una jornada formativa organizada por Markea y el Club Financiero.

La ponencia, que lleva por título “La

evolución de la experiencia de compra: nuevos formatos”, se centrará en la estrategia de marketing implantada por El Corte Inglés en base a los nuevos canales de compra y a la creación de líneas de negocio relacionadas con la gastronomía y la alimentación.



El club celebra su junta de accionistas el próximo 28 de junio

El consejo de administración del Club Financiero de Santiago convoca a los accionistas a junta general ordinaria y extraordinaria, que tendrá lugar en Santiago, en el edificio Quercus, en el polígono de Costa Vella, a las 17.00 horas del día 28 de junio en primera convocatoria y, en su caso, al día siguiente, en el mismo lugar y a la misma hora, en segunda convocatoria, para tratar el siguiente orden del día:

Primero.- Examen y aprobación, si procede, de las cuentas anuales correspondientes al ejercicio 2017, así como de la propuesta de aplicación del resultado.

Segundo.- Aprobación, si procede, de la gestión del consejo de administración durante el ejercicio 2017.

Tercero.- Delegación en el consejo de administración de la facultad de ejecutar el acuerdo a adoptar en la propia Junta de aumentar el capital social, de conformidad con lo establecido en el artículo 297 de la Ley de Sociedades de Capital.

Cuarto.- Lectura y, en su caso, aprobación del acta de la reunión

A partir de la presente convocatoria, cualquier accionista podrá examinar en el domicilio social los documentos que han de ser sometidos a la aprobación de la junta general, así como obtener de la sociedad, de forma inmediata y gratuita, ejemplares de dichos documentos.



José Sierra, presidente de honor de Urovesa, asumió las riendas de la Cámara de Comercio el pasado abril

JOSÉ SIERRA | PRESIDENTE DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO

Nuevo rumbo en la Cámara

José Sierra (Viveiro, 1941), fundador de Urovesa y presidente de honor de la compañía, se enfrenta a un nuevo reto profesional. Tras su exitosa gestión al frente de Uro Vehículos Especiales durante más de treinta años en los que consiguió convertir la empresa en líder de su sector y situarla en treinta países de cuatro continentes, toma ahora las riendas de la Cámara de Comercio de Santiago de Compostela con el objetivo de revitalizar la entidad y afianzar su base económica.

El empresario santiagués tiene por delante una difícil misión, ya que debe poner en valor nuevamente el trabajo que desempeñan las cámaras, entidades que en los últimos años han sufrido un importante desprestigio a nivel estatal.

Sierra explica que la decisión de liderar la organización cameral estuvo motivada por el apoyo que recibió de la Cámara cuando Urovesa se internacionalizó. “En mi caso particular, me he animado a incorporarme a este proyec-

to para devolver, de alguna manera, el apoyo de la institución a mi empresa cuando tuvimos que salir al exterior”.

Se refiere a los primeros pasos que, en los años 80, dio Urovesa para internacionalizarse, buscando abrir mercados, en especial en Latinoamérica, de la mano de los planes de la Cámara para el fomento de las exportaciones en Galicia.

Arraigo en la ciudad

El presidente de honor de Urovesa apunta que el nuevo equipo de gobierno llega con “ganas, ilusión y empeño” para diseñar un proyecto revitalizador que continúe prestando servicios a las empresas de los 32 ayuntamientos de la demarcación, que se corresponde con la mitad sur de la provincia coruñesa, abarcando 36.000 empresas y autónomos.

El comité ejecutivo está formado por José Luis Antuña (director general de Feiraco y de Cooperativas Lácteas Unidas) y José Carballo (director general

de Finsa), como vicepresidentes primero y segundo, respectivamente; Juan Carlos Carneiro (Abanca) como tesorero; y, como vocales, Francisco Negreira (director general de Galuresa), Jorge Lorenzo (secretario general corporativo de Televés) y María Pais (*controller* de Logrosa Soluciones, Grupo Quatrum).

Además de destacar y agradecer el “buen trabajo” del equipo anterior, que permaneció veinte años en la presidencia bajo el mandato de Jesús Asorey, Sierra pone de manifiesto que la Cámara jugó un papel “decisivo” en la ciudad al impulsar numerosas iniciativas y mejoras como la puesta en marcha de la Oficina de Tráfico, el servicio de extinción de incendios en el aeropuerto de Lavacolla o el Registro Mercantil.

El nuevo presidente de la Cámara apuesta por seguir manteniendo vigentes los programas que han definido la organización en estos años: de formación, de apoyo al empleo, de exportación y de impulso al emprendimiento a través de su vivero de empresas.