

TRIBUNA

La empresa familiar andaluza ante el futuro

Baldomero Moreno Mantecón

Presidente de la Asociación Andaluza de la Empresa Familiar

Ayer se cumplió el séptimo aniversario de la fundación por parte de un grupo de empresarios andaluces de la Asociación Andaluza de la Empresa Familiar (AAEF); para completar el mapa a nivel estatal de Asociaciones Territoriales vinculadas al Instituto de la Empresa Familiar (IEF) en 2001 faltaban Andalucía y Extremadura.

El primer paso lo dieron veintitrés familias empresarias de varias provincias andaluzas; hoy son ochenta y seis las empresas asociadas, de diferentes tamaños, ciclos generacionales y sectores, provenientes de las ocho provincias andaluzas, Ceuta y Melilla, con una facturación agregada de más de 6.500 millones de euros, lo que equivale a un 5,6% del Producto Interior Bruto de nuestra región.

La AAEF es hoy la tercera Asociación Territorial de España en número de socios, la primera en producción académica y nuestra



Acto de constitución de la AAEF, con su primera presidenta, Joaquina Martínez de Salazar, y el director general del Instituto Familiar, Fernando Casado

red de Cátedras de Empresa Familiar, con siete operativas, es con diferencia la más importante de nuestro país.

Nuestras obras de teatro sobre la temática de la empresa familiar se están representando con notable éxito fuera de Andalucía en colaboración con el IEF y su red de Asociaciones Territoriales, ayudando a reflexionar sobre su futuro a cientos de familias empresarias

que se sienten identificadas con los diferentes personajes de nuestros montajes teatrales de producción propia.

Dentro de nuestra labor por la mejora del marco jurídico-fiscal de la empresa familiar y gracias a la receptividad de la administración pública andaluza a nuestras propuestas, Andalucía figura ya a la cabeza en cuanto a bonificaciones de la base imponible del Im-

puesto de Sucesiones (98%) y de ayudas para la realización de Protocolos Familiares (18.000 euros).

Pero nos queda aún mucho por aprender y por hacer en beneficio del fortalecimiento de la empresa familiar andaluza y de su continuidad en el tiempo, lo que constituye en definitiva nuestro último objetivo fundacional y nuestra razón de ser como asociación sin ánimo de lucro.

Primero, romper lo que en la AAEF llamamos el paradigma del 30/20/10: en España, menos del 30% de las empresas que se consideran familiares cuentan con un Protocolo Familiar; menos del 20% tiene un Consejo de Administración profesionalizado y menos de un 10% dispone de un Consejo de Familia realmente operativo.

Después, seguir trabajando con la Consejería de Economía y Hacienda para ampliar al Impuesto de Donaciones las mismas mejoras que hemos conseguido en Su-

cesiones, ya que el incentivar la donación de parte de la propiedad de la empresa de padres a hijos en vida ayuda enormemente a facilitar el proceso de relevo generacional en la gestión, al compaginarlo con una transmisión progresiva de la propiedad.

“Frente a las 23 empresas iniciales de la AAEF, hoy son 86 que representan el 5,6% del PIB regional”

Finalmente, sería injusto en este séptimo aniversario concluir estas líneas sin agradecer a todos aquellos que nos han prestado todo este tiempo su valiosa colaboración, institucional, empresarial y personal, ayudando a convertir en realidad aquel ilusionante proyecto que presentamos a la sociedad civil andaluza hace ahora siete años.

AGRICULTURA

Vicasol amplía su campaña ante la demanda europea

A. GARCÍA. Almería

La cooperativa hortícola Vicasol, una de las más importantes del poniente almeriense, ha decidido ampliar su campaña a los doce meses de año para poder vender sus productos en julio y agosto.

Con esta decisión pretende evitar una merma de su competitividad en el mercado europeo, ya que en el periodo en el que estas empresas dejan de comercializar sus hortalizas los clientes del norte del continente suelen recurrir a otros distribuidores.

Habitualmente el periodo de producción y venta de los cultivos de primor se cierra a finales del mes de junio, y la nueva campaña se inicia en septiembre.

Ganar competitividad

Según afirman fuentes de Vicasol, seguirán vendiendo durante el periodo estival sus variedades de tomate y berenjena para “dar servicio a algunos clientes que así lo demandaban y que han demostrado una larga e importante fidelidad a esta empresa, al tiempo que exigen un estándar de calidad muy alto”.

En este sentido, la enseña apunta que “la suspensión de suministro suele

abrir la puerta a otros proveedores y le resta cuota de negocio al producto almeriense”.

Para que estos dos meses se siga comercializando, los agricultores que van a participar en la campaña de verano ya han realizado la siembra de berenjena mientras que el tomate que entonces se consumirá se encuentra actualmente en el semillero.

La compañía dice que la suspensión de suministro reduce su cuota de mercado

Estos dos productos darán paso a las primeras plantaciones de otoño, que se realizarán a finales del mes de junio y julio y que corresponden al pimiento y pepino.

Una de las peculiaridades es que para este ciclo veraniego se han seleccionado zonas de cultivo situadas a mayor altitud y, por ello, con temperaturas más suaves que garantizarán la calidad del producto. Vicasol tiene un sistema de producción integrada para garantizar la trazabilidad de sus cultivos.

“Mi ilusión es la empresa de ganadería y mi proyecto de olivar”

Enrique Ponce
Torero. Empresario agrícola y ganadero

CLIENTE DE LAS OFICINAS DE VILLACARRILLO Y NAVAS DE SAN JUAN, JAÉN

En 2007, CajaSur ha sido líder en Andalucía en financiación al sector agrícola y ganadero

La Caja de las Personas

CajaSur