

ECONOMÍA Y NEGOCIOS

La demanda de hortalizas españolas en la UE crece con fuerza

V. M., Madrid
La exportación de frutas y hortalizas en 2015 se ha elevado en España a cifras récord cercanas a los 13 millones de toneladas, lo que significa que el incremento de ventas al exterior con respecto al 2014 fue de entre el 5% y el 7%, según las primeras estimaciones de la Federación Española de Productores y Exportadores de Frutas y Hortalizas (Fepex). Se calcula que, en valor, las ventas superarán los 13.000 millones de euros, lo que supone un incremento del 10%.

José María Pozanco, director de Fepex, señala que el vector ruso supuso un efecto muy negativo para las operaciones del sector, ya que ese mercado significaba aproximadamente el 7% de las ventas. Pero se ha visto compensado por el incremento registrado en las exportaciones al resto de la Unión Europea, que se ha disparado, y donde, España comercializa más del 90% de sus producciones. Hasta septiembre de 2015, el aumento de venta comunitario fue generalizado en los principales compradores como Alemania, Reino Unido y Francia, con porcentajes de crecimiento superiores al 15%.

El responsable de la organización de productores y exportadores valora además muy positivamente que el pasado año se lograran incrementos en los precios medios de venta.

Junto a las producciones más importantes en volumen —como tomates, pimientos o frutas de hueso— destaca el crecimiento en la venta exterior de frutos rojos como endrinas, arándanos, frambuesas, grosellas, frambos o moras, para las que existe una demanda en aumento a buenos precios.

El sector de las frutas y hortalizas supone aproximadamente el 50% del empleo que genera la actividad agraria y casi el 40% del valor de la producción final agraria.

ALFONSO LÍBANO Presidente de European Family Businesses

“España está a la cola de Europa en educación”

MIGUEL ÁNGEL NOCEDA, Madrid
Alfonso Líbano Daurcila (Barcelona, 1954) proviene de una familia empresaria con larga trayectoria desde el siglo XIX, vinculada además desde los últimos 60 años a Coca-Cola. Es consejero delegado de Cobega, holding que controla Coca-Cola Iberian Partners. Miembro fundador del Instituto de la Empresa Familiar, acaba de alcanzar la presidencia de European Family Businesses (EFB), la federación europea de asociaciones de empresas familiares.

Pregunta. ¿Qué proyecto tiene para esta singladura?

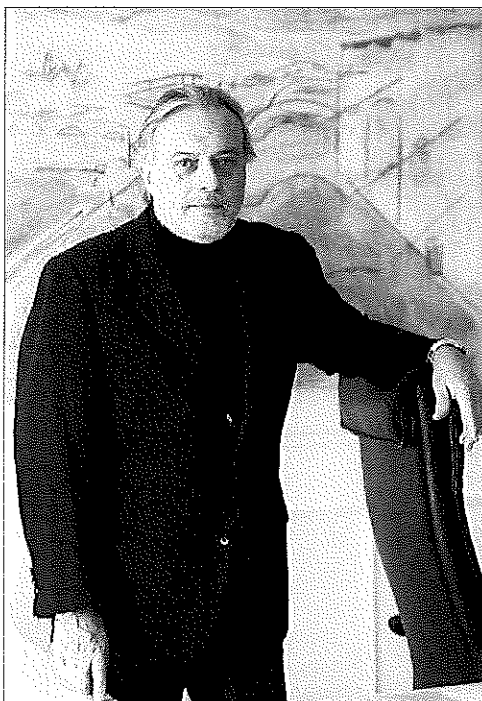
Respuesta. Los objetivos son representar a las empresas familiares de los 13 países de la asociación e intentar que estén los 28 de la UE. Además, que se reconozca el peso de la empresa familiar en la economía europea, lo que lleva a revisar la actual definición; mantener la transmisión de empresas como una prioridad; lograr un tratamiento fiscal para autofinanciación, penalizada tributariamente en comparación con el endeudamiento financiero, y desarrollar una educación empresarial que incluya a las empresas familiares.

P. ¿No cree que hasta ahora ha estado discriminada?

R. Cuando se sabe que supone el 60% del empleo no hay más remedio que concederle la importancia que tiene. Tras el Tratado de Lisboa, se le dio más peso. Logramos una definición de la empresa familiar, lo que fue una conquista, y que la Comisión Europea nos dedicara un presupuesto de 350.000 euros para analizar el peso que tiene. Ahora necesitamos un espaldarazo legislativo.

P. ¿Qué problemas arrastra?

R. El gran problema es que las empresas están poco capitalizadas. Se prima más prestar a una compañía y generar intereses que poner capital. La empresa familiar tiene muchos gravámenes (patrimonio, sociedades, renta y sucesiones), por lo que la constitución de capital es muy difícil. Lo peor que le puede pasar a un empresario es no tener dinero para



Alfonso Líbano, presidente de European Family Businesses. / SANTI BURCOS

“La crisis acabará cuando aumente la renta disponible de los ciudadanos”

“Una empresa no puede prosperar si no tiene tamaño para competir”

hacer una ampliación de capital.

P. Entre las empresas familiares, hay muchas muy pequeñas. ¿Se puede competir así?

R. Ese es otro gran problema. Una empresa no puede prosperar si no tiene un tamaño apropiado para competir. Tenemos que focalizar los esfuerzos en hacer las empresas de tamaño medio. Se trata de aclarar cómo hacemos que las empresas lleguen a globalizarse y competir y tengan una carga impositiva más baja que en EE UU y países emergentes. Hay que fomentar la inversión, cambiar el impuesto de patrimonio, y no fastidiar con el de sucesiones.

P. ¿En España también?

R. Efectivamente. Se ha hecho mucho esfuerzo, pero nos falta tamaño porque no hay ayuda para la capitalización, crecer y comprar empresas en el extranjero.

P. ¿Qué le han parecido las medidas del Gobierno del PP?

R. Yo creo que la productividad ha aumentado y que la reforma laboral ha sido positiva, aunque haya sido muy discutida.

P. ¿Por qué cree que no se desarrolla un marco fiscal europeo?

R. La cesión de soberanía es complicada y en materia fiscal requiere un acuerdo entre el Parlamento y el Consejo.

P. ¿Ha terminado la crisis?

R. Falta renta disponible y consumo. Necesitamos que la gente viva con más alegría. La crisis se acabará cuando aumente la renta disponible de los ciudadanos, en toda Europa.

P. Pero la reforma laboral a la que antes ha defendido, no ayuda mucho a ello, ¿no?

R. Esperamos que no tengamos que reformar más. Lo que tenemos que hacer es crear empleo y, para ello, la movilidad geográfica es fundamental. Y la educación también. España está a la cola de Europa en educación. Pasamos de un país en el que enseñaba la Iglesia a una educación laica con unos profesores poco remunerados y poco motivados. Y no sé si están bien preparados.

P. A usted le viene lo de la empresa familiar de generaciones.

R. Dentro de Coca-Cola estamos en la tercera generación. Pero nuestra familia tenía negocios de alimentación desde el siglo XIX. Mi abuelo, Santiago Daurcila, era importador de bacalao y viajaba al norte de Europa. Le dieron la concesión de Coca-Cola entre los ríos Llobregat y Besòs y lo primero que hizo fue salir a vender a Sabadell. Nosotros hemos hecho lo mismo, expandirnos en África, y consolidarnos en España, así como diversificar en productos como Nespresso y Cacaolat. Tenemos una organización de 7.000 empleados en 13 países.

P. Y han tenido algún conflicto como el de la fábrica de Fuenlabrada, en el que les echaron atrás el ajuste de empleo.

R. Cuando lo leamos dentro de 20 años no lo entenderemos. Ha sido muy triste, pero hemos seguido al pie de la letra todo lo que nos ha ordenado la Audiencia Nacional. No ha sido agradable. Pero prefiero no hablar demasiado, quedan cosas por resolver.

Las subvenciones impulsan el precio de la tierra de uso agrícola

VIDAL MATÉ, Madrid
Los precios de la tierra en 2014 experimentaron un incremento del 1,7% según la encuesta anual recién publicada por el Ministerio de Agricultura, que se basa en datos proporcionados por las comunidades autónomas.

Se rompe así la tendencia de los seis años anteriores, en los que se encañaban importantes bajadas. El precio medio de una hectárea de tierra para usos agrícolas se situó en 10.127 eu-

ros, si bien se trata de una media, ya que existen superficies de terreno cuyo valor no llega a las 3.000 euros, mientras otros cultivos superan actualmente los 200.000 euros por hectárea.

El aumento de precios que se vivió en 2014 es una de las consecuencias derivadas del acuerdo para el mantenimiento de las ayudas correspondientes a la reforma de la Política Agrícola Común (PAC), y que afectan muy directamente a grandes produc-

ciones como olivar y todos los cultivos herbáceos. Con este aumento se pone fin a un período de seis años de ligeras bajadas ligadas a las incertidumbres sobre el futuro de las ayudas.

La hectárea más cara

El precio medio de una hectárea de secano para labor, fundamentalmente en la producción de cultivos herbáceos como cereales, asciende a 6.622 euros, con un

incremento del 3,8%, mientras para la tierra de labor en regadío el precio medio es de 17.272 euros, con un incremento del 6,1%.

Por producciones, la tierra más cara corresponde a la hectárea de platanera en Canarias, con 208.000 euros, un precio que se ha mantenido por las ayudas comunitarias y la falta de más territorio para su cultivo. En segundo lugar, se hallan las producciones bajo plástico, donde el precio por hectárea es de 165.000 euros, con un incremento del 4,9% ante la evolución positiva en líneas generales de los mercados de hortalizas. En tercer lugar se sitúan las superficies de cítricos en regadío, con precios entre los 38.000 y los 42.000 euros por hectárea. En

este caso, el comportamiento de las cotizaciones en los últimos años es negativo, con bajadas en 2014 superiores al 7% en naranjas y mandarinas, mientras sube el terreno de los limones.

En la parte baja de los precios de la tierra se hallan los pastizales de secano, a unos 3.000 euros la hectárea. El precio medio de una hectárea de viñedo en secano es de unos 17.000 euros y de casi 33.000 si se trata de regadío. En el caso del olivar, el valor de una hectárea en secano es de algo más de 18.000 euros y de más de 41.000 euros en regadío. En conjunto, destacan las reducciones de los precios de los pastos ligados a las cabanías ganaderas en Galicia, Cantabria, País Vasco o Navarra