

JOSÉ LUIS CARRANZA Presidente de la Asociación Granadina de Empresa Familiar

«La unión de la familia es vital. El fundador tiene que saber escuchar»

GRANADA

M.P. Carranza nació en 1927, vendiendo menaje para el hogar en la céntrica Plaza de Bib Rambla en Granada. Actualmente, se dedica al equipamiento integral para la hostelería, con más de 18.000 referencias en stock y casi 40.000 sobre pedido al año, distribuyendo las primeras marcas tanto nacionales como internacionales líderes en el mercado. Con varias delega-

ciones repartidas en territorio español, hoy día la empresa cuenta con clientes de grandes cuentas de cadenas hoteleras, así como de restauración y franquicias de este sector. Hace dos años inauguró sus nuevas instalaciones, junto al río Darro, con 2.200 metros cuadrados de exposición, así como un "Cash and Carry" para ambos públicos, tanto para el hogar como el profesional de la hostelería. Una

empresa en constante evolución y expansión que ha ido pasando de padres a hijos y que ya hoy está en su cuarta generación.

—¿Cómo nace AGE Familiar (Asociación Granadina de Empresa Familiar) y quién la compone?

—En una comida surgió el tema de la importancia de la empresa familiar en la economía de nuestra provincia y que era fundamental darle continuidad. Solo el 1 o 2% de las empresas llegan a ser centenarias. En la segunda generación se pierden entre el 50 y el 60%. Así mismo, las empresas familiares representan el 57% del PIB español y en el caso de Andalucía el 80%. El empleo que sustentan suma el 92%. Por tanto, no tiene sentido que el fundador luche por levantar una empresa y que no se dé cuenta de que el cambio generacional puede avocar al fracaso su proyecto. Es fundamental que su proyecto continúe. La mayoría de las empresas desconocen las funciones de sucesión lo que genera inestabilidad. El gerente suele ser la voz que orquesta a todo su equipo y al fallecer se genera inseguridad y se pueden generar luchas de poder. Por eso, decidimos crear la asociación para ofrecer un buen asesoramiento. La Junta Directiva de esta asociación la forman conmigo Juan Carlos Gil García-Valdecasas de Gilauto y Carlos Navarro Santa-Olalla de Grupo Bib-Rambla, como vicepresidentes; Javier López y García de la Serrana como secretario; y los vocales María del Mar Moreno Hita de Talleres de Arte Moreno y César Penalva González de Penalva Alimentación (Nordwik).

—¿Qué meta persiguen?

—Trasladar a los empresarios que es vital gestionar la sucesión. La labor tiene que continuar con la familia o profesionalizarla con un gerente externo. Hay que intentar trasladar la necesidad de tomar medidas.

—¿El protocolo es la mejor herramienta?

—Sí, es un acuerdo de sucesión en la compañía que se va renovando cada año. Se elabora entre los miembros de la familia. Lo ideal es hacerlo fuera de la empresa, durante unos días de asueto con todos los miembros pero sin la familia política. La base es hablar del bienestar de cada uno de los miembros porque lo fundamental es que la familia se mantenga unida. Es una reunión para conocer la felicidad y bienestar de los componentes, trabajen o no en la empresa. Si nadie quiere continuar es el

momento de pensar en externalizar la gestión. La unión de la familia es vital, la empresa no puede ser un problema. El socio fundador tiene que saber escuchar. Hay que dejar paso a nuevas ideas a la vez que trasladamos nuestra experiencia. De hecho, es importante que los nietos se vayan sumando a estas reuniones. Muchos empresarios creemos que nos tiene que suceder un hijo pero no tiene porque ser siempre así. Una vez que la familia ha dilucidado el futuro y hay un acuerdo, el siguiente paso es acudir a profesionales como Hispacolex. Son miembros de la asociación y las primeras aportaciones son gratuitas.

—¿Cuántos socios forman parte de la asociación?

—Somos unos 300 miembros, aprovecho para decir que es totalmente gratuita. Hemos creado una página web y a través de correo se informa a todos los socios de los avances que se van produciendo. Lo último ha sido la noticia de la supresión del impuesto de sucesiones.

—Por su experiencia, si no se prepara la sucesión, la continuidad de la empresa se pone en peligro.

—Sí, el hecho de no tener clara la sucesión aboca al fracaso. Entre todos los miembros de la familia hay que buscar una solución. En Andalucía el 90% de las empresas son familiares. Si desde la asociación consiguiéramos que un 10% se diera cuenta de la riqueza que supone para Granada nos damos por satisfechos. Con el protocolo la continuidad de la familia y de la empresa se facilita. Como empresarios nuestra mayor aportación a la sociedad es divulgar esta herramienta para que todas las empresas, grandes o pequeñas, encaucen mejor su futuro.

—¿Cuáles son los objetivos que pretende la Asociación Granadina de Empresa Familiar?

—Esta Asociación tiene un carácter esencialmente económico y empresarial, nació con vocación de servicio, análisis, estudio y modernización de uno de los colectivos más importantes. Una asociación que es de adscripción gratuita para las empresas y cuyo objetivo fundamental es formar e informar sobre la realidad, necesidades y re-

querimientos de este segmento empresarial. Tenemos que tener en cuenta que la empresa familiar en España representa el 85% del total de las empresas existentes, la mayor parte de las empresas de la provincia son familiares y potenciar su desarrollo, estabilidad, relevo y continuidad, es apoyar, en términos globales, a la economía granadina.

El objetivo de esta asociación es ayudar a las empresas familiares a dotarse de herramientas e instrumentos para la gestión de las mismas y proporcionarles una imprescindible capacidad de sucesión con el objetivo de hacerlas sobrevivir generación tras generación. Existe un dicho que parece un tópico y no es tal, supongo que lo habrás oído en más de una ocasión: en las empresas familiares el 80% de ellas, el fundador la crea, la segunda generación la disfruta y la tercera la cierra. Podríamos decir que esto es lo que pasa realmente, que la segunda generación, no habiendo dejado por su creador bien marcada su sucesión, se encuentra con muchas dificultades, lo que provoca que la tercera cierre el negocio, si no lo ha echo antes la segunda. Por ello, uno de los objetivos de esta asociación, sin ningún ánimo de lucro, es buscar y defender la mejor fiscalidad posible para las empresas familiares, formar a los cuadros familiares, transmitir a la sociedad la enorme importancia que las mismas tienen en el territorio para la generación de riqueza y empleo. En definitiva, el papel de nuestra asociación es reforzar a las empresas familiares y dotarlas de herramientas eficaces para lograr su supervivencia, sobre todo en los momentos de relevo generacional, con el impulso de, por ejemplo, la elaboración de protocolos familiares y viabilidad en las sucesiones.

—El 80% del PIB en España es creado por empresas familiares, ¿qué apoyo concreto necesitan este tipo de empresas?

—En nuestro país existen cerca de tres millones de empresas, que proporcionan empleo a 14 millones de personas. Sin ellas no existiría el empresariado español, entre todas formamos el colectivo que más puestos de trabajo crea, sin contar que es el que más cotiza al estado y autonomías, por ello la importancia de su continuidad. El apoyo, entre otros, debe venir de nuestros políticos, muchos de ellos ya son conscientes de ello, y que se den cuenta que deben ayudarnos en todos los sentidos como con una

«Somos unos 300 miembros en la asociación, que es gratuita»



Los empresarios se han unido bajo el paraguas de AGE. IDEAL



José Luis Carranza es la tercera generación. IDEAL

Origen de Carranza

Nació en Granada en 1960 y siendo muy joven se incorporó al negocio de artículos de regalo y listas de boda que disponían sus padres, 'Bazar Casa Carranza' empresa que data de 1927 y que fundó su abuelo en

el centro de Granada, en Plaza Bib-Rambla. En 1988 creó Carranza Hostelería, empresa dedicada a la distribución y equipamiento integral de este gremio. Es administrador único de Carranza Hostelería; Heca Inversiones; y Hecamar; consejero delegado de Desing Desert y

Desing Poland; exconsejero de Parque Metropolitano, socio fundador de Ditema, de Profitegra, de la Plataforma logística del sur de España y del Grupo Hoalve, recientemente ha sido nombrado presidente de la Asociación Granadina de la Empresa Familiar.

reducción o finalización de impuestos en las sucesiones; dando facilidades en la nueva creación de empresas, ayudas en la sucesión de las mismas, o sea todo lo que hoy es un drama cuando alguien crea una empresa familiar o fallece el creador de la misma y no puede continuar su descendencia con la empresa. Debemos ser conscientes de que, siendo el verdadero motor de este país la empresa familiar, hay múltiples posibilidades que tenemos que trasladar y conseguir.

Las empresas familiares suponen el 85% de las sociedades

—¿Cuál es el punto débil de la empresa familiar? ¿Y el fuerte?

—Yo creo que el punto más débil es que el fundador, aún estando plenamente en activo, no haya planificado y actuado con total transparencia con y en su familia en su sucesión. Para ello existe el protocolo familiar y estamos seguros de que, realizándolo en tiempo y forma, se consigue, además de su continuidad, un importante ahorro en cuestión de fiscalidad, siendo este uno de los principales puntos débiles. El fuerte está claro, el gran número de empresas familiares existentes y eso que solo el 1% son centenarias y sobreviven. Hay que tener en cuenta que son empresas familiares las que se crean continuamente con nuevas ideas y desarrollo.

—¿Cuál es la principal causa del fracaso de las empresas familiares?

—El problema, según mi punto de vista, somos nosotros, los empresarios, que creemos que vamos a durar siempre y, en muchos casos, no dejamos que actúen nuestros hijos. Por supuesto, los empresarios familiares se han hecho a sí mismos, aunque en mi caso nosotros con mis hijos ya somos la cuarta generación. Lo normal es que el sucesor envejezca, la empresa quede, aunque no me gusta decirlo, obsoleta y cuando falta la cabeza

nadie sabe quién es el que dirige ni qué rumbo hay que tomar. Así se entra automáticamente y sin quererlo en un conflicto de intereses y lo que es peor de todo, se quiebra por intereses económicos un valor tan importante como es la familia, todo porque el fundador no ha decidido —siempre tiene la excusa de la falta de tiempo o de no haber analizado con anterioridad cuál de sus hijos o incluso un externo— quien pueda dirigir y llevar con buen fin esa empresa en la que se ha dejado toda su vida.

—¿Cómo ha cambiado Carranza Hostelería desde que en el año 1927 se fundara? Nadie puede negar que lo que ha tenido que pasar no ha debido ser fácil (Guerra Civil, postguerra, varias crisis económicas...) ¿Cuál es el secreto?

—Carranza Hostelería se inicia con mi abuelo Eduardo como fundador, al que siguió mi padre Antonio y ahora yo. Hasta la fecha han pasado muchos años, la empresa de ser una cristalería de vidrio plano, a la que la guerra le hizo el daño más grande que le puede hacer a una empresa: retirar material por el ejército y no cobrarlo. Mi abuela Rosario, viendo las dificultades que tenía mi abuelo puso una tienda de complementos de menaje en su propia casa en Plaza Bib-Rambla, cerca del antiguo mercado de San Agustín. Mi padre llegó a ser almacenista de Andalucía de firmas como Duralex o San Ignacio, entre otras —recuerdas aquellas ollas

marrones que se desconchaban—; implantó una tienda de regalos y listas de boda. Mi padre, cuando me incorporé a la empresa, supo creer en mí para iniciar el camino en un mercado totalmente diferente, aunque también todo se inició con el menaje, el sector de la hostelería, introduciendo maquinaria profesional y realizando instalaciones completas e integrales (desde un palillo de dientes, menaje en todas sus variedades, mobiliario, climatización, hasta la maquinaria más sofisticada, mediante distribuciones realizadas en nuestro departamento de proyectos). Hoy día podemos acondicionar cualquier negocio en este gremio llave en mano, incluida obra y decoración. Además, tenemos cinco delegaciones por todo el territorio nacional, que han sido fruto de un gran trabajo y esfuerzo de toda mi familia. Tanto las generaciones anteriores como las futuras, estamos muy orgullosos de nuestra empresa, que lleva nuestro apellido Carranza.

—Por último, ¿qué le diría a los empresarios familiares para animarles a asociarse a AGE Familiar?

—Espero que entiendan la importancia de esta Asociación, que los que estamos ahora detrás de ella en su inicio, somos empresarios que actuamos sin ningún ánimo de lucro. Que es necesario que estemos unidos para defender este gran colectivo y que nosotros no trabajamos por ser o pertenecer, sino por ideales que enriquecerán a Granada. De su afiliación —no me canso de decir que es totalmente gratuita gracias a nuestros patrocinadores— depende que lo podamos conseguir. Invito a todo este segmento de empresarios que se afilien a través nuestra web www.agefamiliar.org.

Miembros de la Junta Directiva de AGE Granada

VICEPRESIDENTE 1º: JUAN CARLOS GIL GARCÍA-VALDECASAS. DIRECTOR FINANCIERO GILAUTO

«El motivo que me impulsó a la creación de la Asociación fue el que a través de ella se fortaleciera el entramado empresarial existente de empresas familiares en Granada, siendo este uno de los pilares fundamentales de la economía granadina, y a la vez que sirva como puente de establecimiento de relaciones tanto con la Administración como entre ellas mismas».



Juan Carlos Gil. ARCHIVO

VICEPRESIDENTE 2º: CARLOS NAVARRO SANTA-OLALLA. DIRECTOR GENERAL GRUPO SANTA-OLALLA

«El convencimiento de que era, y es, necesario dar la importancia que merece a la empresa familiar dentro del tejido empresarial así como profundizar en aquellas cuestiones propias de este tipo de empresas, organización, sucesión, resolución de conflictos entre sus socios, etc.»



Carlos Navarro. ARCHIVO

SECRETARIO: JAVIER LÓPEZ Y GARCÍA DE LA SERRANA. DIRECTOR GENERAL HISPACOLEX BUFETE JURÍDICO

«AGE Familiar es un lugar de encuentro de nuestro empresario granadino en el que intercambiar experiencias, posibilitar acciones formativas específicas y contribuir al desarrollo de las empresas familiares de la provincia».



Javier López. ARCHIVO

ESPERANZA MORENO HITA. DIRECTORA DE COMUNICACIÓN TALLERES DE ARTE MORENO.

«Estar asociados nos permite a las empresas familiares disponer de un foro en el que compartir nuestras experiencias con el resto de miembros cuyos intereses y preocupaciones son similares, ya que los mercados siempre están en movimiento y esto hace que surjan nuevos retos, nuevas propuestas, nuevos problemas y nuevas soluciones».



Esperanza Moreno. ARCHIVO

CÉSAR PENALVA GONZÁLEZ. DIRECTOR COMERCIAL HELADOS NORDWIK Y PALETTAS.

«Ser una empresa de cuarta generación no es una suerte, es una responsabilidad. Nos sentimos comprometidos a la hora de compartir nuestra experiencia con otras empresas familiares».



César Penalva. ARCHIVO