



▶ 30 Noviembre, 2023

JULIO PÉREZ
 Vigo

La inmensa mayoría de las empresas en Galicia, más del 92%, son familiares y su ciclo vital está condicionado por el relevo en el timón. Nacen, crecen, se reproducen y el salto de la primera a la segunda generación firma a menudo su acta de defunción. Por eso hay tanta diferencia en la distribución de las compañías en la comunidad en función de su longevidad. El 18% tiene menos de 5 años; otro 18% lleva en el mercado entre 6 y 10; el 28% supera la década y está a las puertas de su vigésimo aniversario; el 24% está entre los 21 y los 30 años; y, a partir de ahí, justo cuando suele darse el cambio en las riendas a los nuevos directivos, los porcentajes se desploman. El 8,6% de las empresas gallegas tiene entre 31 y 40 años; el 1,4% está en la horquilla de los 41 a los 50; el 0,3% se sitúa entre los 51 y los 60; y solo el 0,2% supera los 60 años, según la radiografía elaborada por el Instituto de Censores Jurados de Cuentas de Galicia (ICJCE Galicia) a partir de las bases de datos del Ardán de Zona Franca de Vigo y con la colaboración de la Asociación Gallega de Empresa Familiar (Agef) y Punto GA Comunicación. Son compañías ya de tercera generación, las abuelas del tejido productivo regional, que se han hecho mayores gracias a la filosofía de la sostenibilidad económica.

Como en la demografía poblacional, Galicia destaca en la edad de sus empresas. Tienen 15,5 años de media frente a los 10,8 del total del Estado. La comunidad está mucho más cerca de la media de la UE (19,6 años) que del resto de España (10,8 años), de Portugal (13,8 años) o Alemania (13,3 años). El informe bebe de los datos de 46.575 sociedades mercantiles constituidas entre 1901 y 2021 y, a diferencia de lo que pueda pensarse, “su distribución es muy llamativa porque más de 25.000 no están en las seis ciudades más pobladas de la comunidad”, apuntó Andrés Lucendo, coordinador del estudio y vicepresidente de ICJCE Galicia, durante la presentación ayer.

Menos del 1% de las empresas con sede aquí facturan más de 50 millones de euros, el umbral oficial para ser consideradas grandes. La longevidad varía en función del sector. A la cabeza de la edad media están los negocios de rocas y minerales (22,7 años), el naval (20,1 años), la industria auxiliar (18,8 años), la pesca (18 años) y la automoción y equipos de

Las empresas gallegas que huyen de rentabilidades disparadas y con crecimiento sostenido duran más

La gran criba llega a partir de los 20 años por el salto a la segunda generación // Las de más de 60 años no son las de mayores ventas



Andrés Lucendo, Enrique González, Ana Mejías y José Bernardo Silveira, ayer / MARTA G. BREA

Distribución de las empresas de Galicia por tramo de edad

Hasta 5 años	18,45%	▬
6-10	18,57%	▬
11-20	28,32%	▬
21-30	24,11%	▬
31-40	8,59%	▬
41-50	1,42%	▬
51-60	0,33%	▬
60 o más	0,19%	▬

Fuente: ICJCE Galicia - Informe Ardán

transporte (17,9 años), “aquellos sectores –remarca Lucendo– más tradicionales”. Del otro lado están el turismo, los viajes y el ocio (12,5 años de edad media) y la salud y asistencia social (13,5 años).

Las empresas más antiguas afloran un mayor peso del empleo indefinido. Las de menos de 5 años, por ejemplo, acumulan un 29% de trabajadores eventuales, mientras que en las de 60 años en adelante la

temporalidad baja al 11%. Seis de cada diez puestos de trabajo en Galicia se concentran en firmas con más de dos décadas de trayectoria y el 81% de todos los contratos indefinidos. Este mismo grupo reúne el 73% de la facturación.

A pesar de su clara resiliencia, las de tercera generación no destacan, precisamente, por su tamaño ni por su rentabilidad. Dos tercios de los negocios con más de 60 años en Gali-

cia no llegan a ese umbral de los 50 millones de ventas anuales y dos de cada diez, incluso, facturan menos de un millón. “No son las más rentables. Son rentables, pero operan con un margen más sostenible, más paciente, más cercano a la durabilidad que al corto plazo”, explicó Enrique González, presidente de ICJCE Galicia, por “la conexión emocional con el negocio y el compromiso con la comunidad local”. Se antepone la prudencia y la reputación al beneficio rápido y, de hecho, casi el 60% pasan por una auditoría.

“Somos un motor de riqueza y empleo que perdura generación tras generación”, alabó José Bernardo Silveira, presidente de la Agef, con una llamada a la reflexión frente al mantra de “crecer por crecer”. “No tiene sentido”, defendió. “En un entorno como el actual, de tipos de interés elevados, si has tenido un crecimiento apalancado vas a tener un problema –añadió Silveira–. El paradigma actual debe ser un crecimiento sostenible”.