

GALICIA

Vanguard concentra sus ventas en Carolina Herrera

MALETAS Y BOLSOS/ A pesar de la competencia asiática conserva su negocio de origen como fabricante y la marca propia. El 80% de su producción es para STL.

Javier de Francisco. Ourense
Pese a sus cinco décadas de historia, prestigio y posicionamiento entre los mayores fabricantes españoles en los años dorados del sector, la empresa ourensana Maletas Vanguard también ha necesitado dar un giro radical a su plan de negocio. Bajo su marca propia llegó a producir más de 50.000 juegos de maletas al año (150.000 unidades), pero el volumen actual no supera el millar por la avalancha asiática de producto.

“Aunque los asiáticos solo están en la línea baja-media, el cliente compara precios y te deja fuera del mercado. Por eso, sin el respaldo de una marca fuerte detrás no sería posible continuar”, asegura Senén Iglesias Arce, CEO y segunda generación de Vanguard. “Somos el único fabricante español que queda en el mercado; los demás han cerrado o se han convertido en importadores”, señala.

Con su marca propia, Vanguard está presente en tiendas multimarca de todo el país, en especial en la zona norte. Además, cuenta con dos establecimientos en propiedad en Ourense. Pero el fuerte de su actividad está en las producciones para firmas textiles de primer nivel. Su cliente principal es Lonia Textil, que genera el 80% de sus ingresos. Se encarga de la fabricación de maletas, bolsos



Vanguard produce un millar de juegos de maletas anualmente.

y baúles de Carolina Herrera. También cuenta entre sus clientes con otras marcas de prestigio, entre ellas Loewe, que recurre a la fábrica de Loiro (Ourense) cada vez que lanza una nueva colección de maletas y bolsos de viaje. Para El Caballo llegó a producir un 15% anual, pero en su nueva etapa la firma sevillana no mantiene relación con el proveedor ourensano.

En los últimos años, sin embargo, han crecido los pedidos procedentes de jóvenes diseñadores, aunque son encargos puntuales y de volumen limitado. Y también ha diversificado con segmentos

Su facturación supera el millón de euros, volumen que espera mantener en los próximos años

Entre sus clientes tiene otras marcas de moda de prestigio, como Loewe

Maletas para la T4, El Prat y Palma

Entre los pedidos más voluminosos destacan miles de maletas para homologar la parte final del SATE (Sistema Automático de Transporte de Equipajes) en aeropuertos. Para T4 llegó a enviar 80.000 unidades, para la ampliación de El Prat unas 5.000 y para la del Aeropuerto de Palma de Mallorca más de dos mil, la mitad de ellas este año y la otra mitad en 2017.

como la fabricación de fundas para instrumentos musicales o fundas de jamoneros.

En exportación, su referente es la distribuidora Nathan Baume, una de las empresas de marroquinería con mayor red comercial en Bélgica, y que además comercializa los diseños gallegos en Francia, Luxemburgo y Holanda.

Maletas Vanguard facturó en 2017 más de un millón de euros y su objetivo para los próximos años es conservar la dimensión actual. La fábrica conserva 25 empleados, si bien en su época de mayor dinamismo (hasta los años 90) llegó a superar el medio centenar.

Acebron hace frente a la competencia con el mecanizado digital para mejorar eficiencia

Lorena Palleiro. A Coruña
Acebron Group ha dado su primer paso en la implantación de herramientas digitales que le están permitiendo ganar eficiencia en su proceso productivo y en su planificación. La compañía, formada por cuatro sociedades (Mecace, Acesan, Acemetal y Acecal), ha invertido 85.000 euros en la introducción de un nuevo software que permite comunicar a las máquinas de sus cuatro centros de trabajo con las oficinas técnicas y en la creación de un sistema de

producción automatizado que recoge la información de las plantas a través de códigos de barras en tiempo real.

El proyecto, dentro de la agrupación Industria 4.0 gestionados por Asime, ha contado con una subvención del Igape del 38% de la cantidad invertida. La directora finan-

Ha introducido un software de comunicación entre sus plantas y oficina técnica

ciera y comercial del grupo de As Pontes, Rebeca Acebrón, asegura que cuenta con un plan de mejoras en el mecanizado 4.0 a tres años, cuyo presupuesto cerrarán en unos meses, con la digitalización de los planos para la eliminación del papel y la recogida de información en tiempo real.

El siguiente proyecto es digitalizar planos para eliminar papel y recoger información en tiempo real

La compañía pretende mejorar su competitividad ante la importante competencia de precios. Sus ingresos internacionales fueron el 26% del total, en línea con años anteriores. Destaca Francia, a donde envió equipos de filtración de agua para la industria nuclear, y las ventas en España tienen como destino final países como Colombia o Inglaterra. Acebrón espera cerrar nuevos proyectos con el objetivo puesto en volver a crecer en facturación, hasta los 12 millones de euros.

OPINIÓN

Javier Gómez Taboada

Xacobeo: ¿Llegan las vacas flacas?

A cabo de asistir al XIV Congreso Tributario, celebrado en León, bajo la batuta del CGPJ y de la Asociación Española de Asesores Fiscales. Durante los debates, un Magistrado del Tribunal Supremo advirtió: “Cuando oigo hablar de seguridad jurídica, me pongo a temblar”. Los incentivos fiscales para la promoción de acontecimientos de excepcional interés público traen origen de los fastos de 1992: las Olimpiadas y la Expo. Desde entonces, muchas han sido las efemérides acreedoras de esas sustanciales desgravaciones, pero, como tantas veces pasa en “Españistán”, el asunto crece y crece hasta que explota...

No otra cosa es lo aquí acontecido: desde sus orígenes, se “vendió” que esos jugosos créditos fiscales tomarían como base el coste total del soporte en el que se incluyera el “logo”. Pensemos, así, en latas, briks, bolsas o cartonajes; en todos esos supuestos, la desgravación fiscal partía de considerar el gasto total del envase, incluyendo el coste de la incorporación gráfica del “logo” oficial.

Pero, el tiempo pasó y la desgravación creció, y desde la Administración tributaria se empezó a argumentar que el incentivo del 15% de ese gasto habría de ceñirse al específico coste de plasmar el “logo” en los envases y/o embalajes. Es evidente que, con esa lectura, el escenario cambia sensiblemente. Tras algunas idas y venidas, el pasado verano el Supremo sentenció (con el voto discrepante de tres magistrados) que la desgravación se ciñe al gasto incurrido para plasmar el “logo” divulgativo de la efeméride, nada más. Y así, una vez “allanado el terreno” por la Justicia, llegó el turno del Ejecutivo que –mediante una reciente resolución de la Dirección General de Tributos, y siempre en aras de “dotar de la necesaria seguridad jurídica” el incentivo– ratifica que “en ningún caso debe formar parte de la base de la deducción el coste de producción del soporte al que se incorpora el contenido publicitario”. Y aunque la resolución señala que esta regla será de aplicación a los gastos que se produzcan “después de esta resolución”, lo cierto es que aquella sentencia estival (referida a los ejercicios 2006 a 2009) ya había desbaratado esa pretendida irretroactividad que el Ministerio de Hacienda dice garantizar en su resolución. Norma Duval no es magistrada del Supremo pero, hace apenas unos días, definió magistralmente la ausencia de seguridad jurídica: “De repente, no es así, sino de otra manera, y se aplica retroactivamente”. Así las cosas, que la Xunta se agarre los machos, pues la difusión mediática del Xacobeo 2021 corre serio riesgo. Y, si no, al tiempo.

Socio Área Tributaria MAIO Legal

Organiza la segunda edición en Vigo

II CONGRESO GALLEGO DE COMPLIANCE En la jornada se analizarán aspectos claves como los beneficios empresariales de adoptar políticas de *compliance*, control legal interno en las empresas, los requisitos de un programa de prevención de riesgos legales o áreas de riesgo (corrupción, blanqueo de capitales y riesgos tributarios). Intervendrán directivos y responsables del área de *Compliance* de empresas como Pérez Rumbao, Inveravante, Navantia o Nueva Pescanova. Organizado por Cremades & Calvo-Sotelo Abogados y QualityNova Consultores, tendrá lugar el próximo día 29 en el Círculo de Empresarios de Galicia en Vigo.

Participa en la Sial China 2018

ANFACO-CECOPESCA La organización de fabricantes de conservas de pescados y mariscos está participando en la feria de Shanghái dentro del Pabellón Español y también lo hacen empresas como Conservas del Noroeste, Conservas La Brújula, Hijos de Carlos Albo y Aceites Abril. El año pasado España comercializó a China un total de 9.474 toneladas de pescados y mariscos valoradas en 36,8 millones de euros y la producción gallega representa el 80% de esas ventas. En la feria participan 3.400 empresas internacionales.