
Comunicado de Prensa

Fecha: Miércoles, 15 de octubre de 2014

Contactos Miriam Arrocha, PwC InterAméricas
Tel: +507 206 9232
e-mail: miriam.arrocha@pa.pwc.com

Michelle Muñoz, PwC InterAméricas
Tel: +507 206 9200 ext. 1501
e-mail: michelle.munoz@pa.pwc.com

Páginas 4

Encuesta de PwC sobre empresas familiares muestra la necesidad de 'profesionalizar' a la familia, así como al negocio

- *Las empresas familiares siguen siendo un segmento dinámico y flexible.*
- *Sin embargo, la competencia es más intensa, las presiones de precios son cada vez mayores y la velocidad del cambio se acelera.*
- *La sucesión es más peligrosa que nunca, solo el 16% que afirma tener un proceso de sucesión robusta.*

Las empresas familiares deben adaptarse más rápido, innovar más rápido y ser más profesionales en la forma como dirigen sus operaciones si quieren seguir teniendo éxito. Estos son solo algunos de los resultados de la última encuesta de PwC a 2,378 ejecutivos de empresas familiares en más de 40 países en todo el mundo.

El informe, titulado **Muy de cerca y profesional: el factor familia**, es la séptima encuesta de PwC de empresas familiares a nivel mundial, que este año abarca más empresas y mercados que nunca.

En general, la encuesta de este año indica que -a pesar de un entorno económico difícil, con presiones alrededor de la escasez de competencias, innovación y gobernanza- las empresas familiares se mantienen dinámicas y resistentes. De hecho, estas representan el 70%-90% del PIB mundial, y son un barómetro eficaz de la salud de la economía.

Un hallazgo interesante de la encuesta de este año es que la necesidad de profesionalizar el negocio está ganando terreno como una preocupación clave para las empresas familiares, impulsadas por una tormenta casi perfecta por la presión de la competencia, los costos y las megatendencias globales. Difícil fue registrado el 2012, pero este año el 40% de los encuestados está de acuerdo en que esto es un desafío para los próximos cinco años. Y tiene que ir acompañado de un enfoque igualmente riguroso para la profesionalización de la familia.

Henrik Steinbrecher, líder de Red del Mercado Medio, dice: "Está claro que hay nuevos desafíos; la economía es un lugar más frío y difícil para la empresa familiar, la competencia es más intensa, la presión sobre los precios está creciendo y la velocidad del cambio continúa acelerándose. En este clima, las empresas familiares aceptan que tendrán que adaptarse más rápidamente, innovar antes, y llegar a ser mucho más profesionales en la forma como dirigen sus operaciones".

Más competitiva, más volátil

En general, las empresas familiares están en buena forma, con 65% que reporta un crecimiento en los últimos 12 meses, y el 70% en espera de un crecimiento sostenido en cinco años. El 15% está buscando un crecimiento agresivo, en comparación con el 12% en 2012. Las ambiciones de crecimiento son particularmente fuertes en China (57%), Oriente Medio (40%) y la India (40%).

Sin embargo, el número de encuestados aprensivos acerca de su capacidad para contratar personal experto en los siguientes 12 meses ha aumentado del 43% en 2012 al 49% hoy en día. Y la proporción que cita la situación económica general como un desafío en el próximo año se ha incrementado ligeramente desde el 60% en 2012 al 63% en 2014.

La 'realidad' está ganando sobre el 'corazón'

Las empresas familiares se han vuelto mucho más realistas desde la encuesta de 2012. Las prioridades que citan son permanecer en el negocio y mejorar la rentabilidad. Luego vienen los factores que van a hacer que esto suceda, con temas del "corazón" de la familia y la comunidad que vienen mucho más abajo.

Hace dos años, el 70% de los encuestados sintió un fuerte sentido de responsabilidad de apoyar las iniciativas de la comunidad; ese número se redujo a 59% este año. Steinbrecher dice: "Cuando nos fijamos en las entrevistas en detalle, está claro que muchas empresas familiares sienten que han aportado su 'granito de arena' para apoyar a la comunidad durante la recesión mediante la protección de puestos de trabajo".

¿Diversificar para sobrevivir?

La encuesta de este año muestra que el 68% de las empresas familiares está exportando, con ventas en el extranjero que representan aproximadamente una cuarta parte de la facturación para todos los encuestados. Alrededor de tres cuartas partes de los encuestados esperan ser exportadores dentro de cinco años, y predicen que esto representará un tercio de todas las ventas. Los ambiciosos con mayor proyección internacional son aquellos que impulsan el crecimiento agresivo, con una facturación de más de 100 millones de dólares, y con base en los sectores manufacturero y agrícola. Geográficamente, los más ambiciosos son los de Europa del Este, los países BRIC, y el cuarteto MINT (México, Indonesia, Nigeria y Turquía).

Pero pocas empresas esperan exportar a un número significativamente mayor de países, cuando la mayoría tiende a pegarse a los países vecinos o con el mismo idioma y una cultura similar. "Esto sugiere que o bien carecen de las habilidades o la confianza de penetrar en nuevas regiones (muchos probablemente tendrían que contratar talento externo para cerrar esa brecha), y bien pueden estar perdiendo nuevas fuentes de crecimiento como resultado", dice Steinbrecher.



Lo digital es imperativo

En la Encuesta Global de CEO de este año de PwC, el 81% de los encuestados citó los avances tecnológicos como una de las tres principales tendencias mundiales con más probabilidades de transformar su negocio en los siguientes cinco años. Y las empresas familiares reconocen igualmente el creciente impacto de las tecnologías digitales; el 79% coloca esto en las tres principales tendencias.

Un elevado 72% de los encuestados de empresas familiares acepta que tendrán que adaptar la forma como operan externamente, y organizarse internamente para explotar las oportunidades completas de la tecnología digital y evitar ser superados por los competidores más avanzados. Las puntuaciones más altas de entender el potencial comercial de la tecnología digital son los mercados en crecimiento de Rumanía (80%), China (77%), y Kenia, India y Malasia con el 69%. Las puntuaciones más bajas vinieron de Irlanda (45%), el Reino Unido (45%) y Canadá (38%).

La profesionalización de la empresa

Entonces, ¿qué significa “profesionalizar el negocio” para la empresa familiar? Se trata de dar estructura y disciplina a la visión y a la energía tan a menudo exhibida por la empresa familiar emprendedora. Esto las ayuda a innovar mejor, diversificar de manera más eficaz, exportar más y crecer más rápido.

La profesionalización de la familia

Pero conseguir que el negocio tenga una base profesional no es en sí suficiente; tiene que ir acompañado de un enfoque igualmente riguroso para la profesionalización de la familia. Esto significa, por ejemplo, poner en marcha procesos que regulen cómo la familia interactúa con el negocio, incluyendo el establecimiento de una infraestructura para la toma de decisiones y canales formales de comunicación. Estos serán esenciales en momentos de tensión o conflicto. Se trata de proteger los intereses familiares y salvaguardar la supervivencia de la empresa.

El éxito de la sucesión

En ninguna parte es este enfoque profesional más importante que cuando se trata del tema de la sucesión. Demasiadas empresas familiares todavía no han comprendido plenamente este tema potencialmente destructivo. El 53% dice que tiene planes de sucesión en marcha para algunos, si no todos los puestos de alto rango, pero solo el 30% de estos "planes" está debidamente documentado. Solo el 16% dice que tiene un proceso de sucesión robusto.

Steinbrecher advierte: "Un plan que no está escrito no es un plan; es solo una idea. Y este es un tema que las empresas familiares deben abordar con el mismo compromiso y energía con los que se dedican a la profesionalización de otros aspectos del negocio. Porque sin un plan, toda la empresa está en juego".

Notas:

1. La encuesta sobre empresas familiares 2014 de PwC abarca empresas familiares con un volumen de negocios de US \$5 millones - US \$1billón en más de 40 países. Las entrevistas con altos ejecutivos de 2,848 empresas se llevaron a cabo entre el 29 de abril y el 29 de agosto. Para propósitos de información se incluyeron las respuestas de 2,378 encuestados.



2. El informe sobre los resultados de la encuesta sobre empresas familiares, **Muy de cerca y profesional: el factor familia**, se puede descargar en www.pwc.com/familybusinesssurvey.

Sobre PwC

Las firmas PwC ayudan a las organizaciones e individuos a crear el valor que están buscando. Somos una red de firmas con más de 184,000 personas en 157 países, comprometidos en brindar calidad en servicios de auditoría, impuestos y consultoría. Díganos qué es importante para usted y encuentre más información visitándonos en www.pwc.com/interamericas.

PwC se refiere a la red de PwC y/o una o más de sus firmas miembros, cada una de las cuales es una entidad legalmente separada. Ver www.pwc.com/structure para más detalles.