

Encuesta de Empresas Familiares 2016



Resultados para Perú



Contenido del informe

Temas	Página
Contexto de la Encuesta de Empresas Familiares 2016	3
Perfil de las empresas encuestadas en Perú	5
Principales conclusiones para Perú	7
Resultados más importantes:	
Desempeño y desafíos de la organización	9
Internacionalización	16
Lo que diferencia a las empresas familiares	19
Participación familiar y planeamiento de sucesión	22
Personas que no son parte de la familia que trabajan en empresas familiares	29
Digitalización	31
Igualdad de género	34
Legado	36
Apéndice: Perfil de las empresas encuestadas a nivel mundial	38

Acerca de la Encuesta de Empresas Familiares

La encuesta de empresas familiares es un sondeo de mercado a nivel mundial realizado a los encargados de tomar decisiones en estas compañías dentro de territorios clave para PwC. El objetivo de este sondeo es tener una idea de cuáles son los factores importantes hoy en día para este tipo de organización.

2,802

encuestas
semiestructuradas
realizadas a quienes
toman las decisiones
en empresas
familiares con
ingresos de \$5m o
más.



Encuestas en el
idioma local, en su
mayoría telefónicas,
de aproximadamente
32 minutos. Algunas
también realizadas en
línea o en persona con
PwC.



Encuestas realizadas
entre el 9 de mayo y
el 19 de agosto de
2016



En **50**
países

En este periodo se llevaron a cabo 71 encuestas en Perú.

2,802 encuestas realizadas en 50 mercados

Europa Occidental

Austria = 48	Grecia = 34	España = 25
Bélgica = 61	Irlanda = 102	Suecia = 97
Dinamarca = 1	Italia = 138	Suiza = 132
Finlandia = 54	Malta = 75	Turquía = 82
Francia = 18	Holanda = 71	Reino Unido = 100
Alemania = 102	Portugal = 4	

América del Norte

Canadá = 74
EE.UU = 160

Europa del Este

Polonia = 20
Rumania = 68
Rusia = 48

América Latina

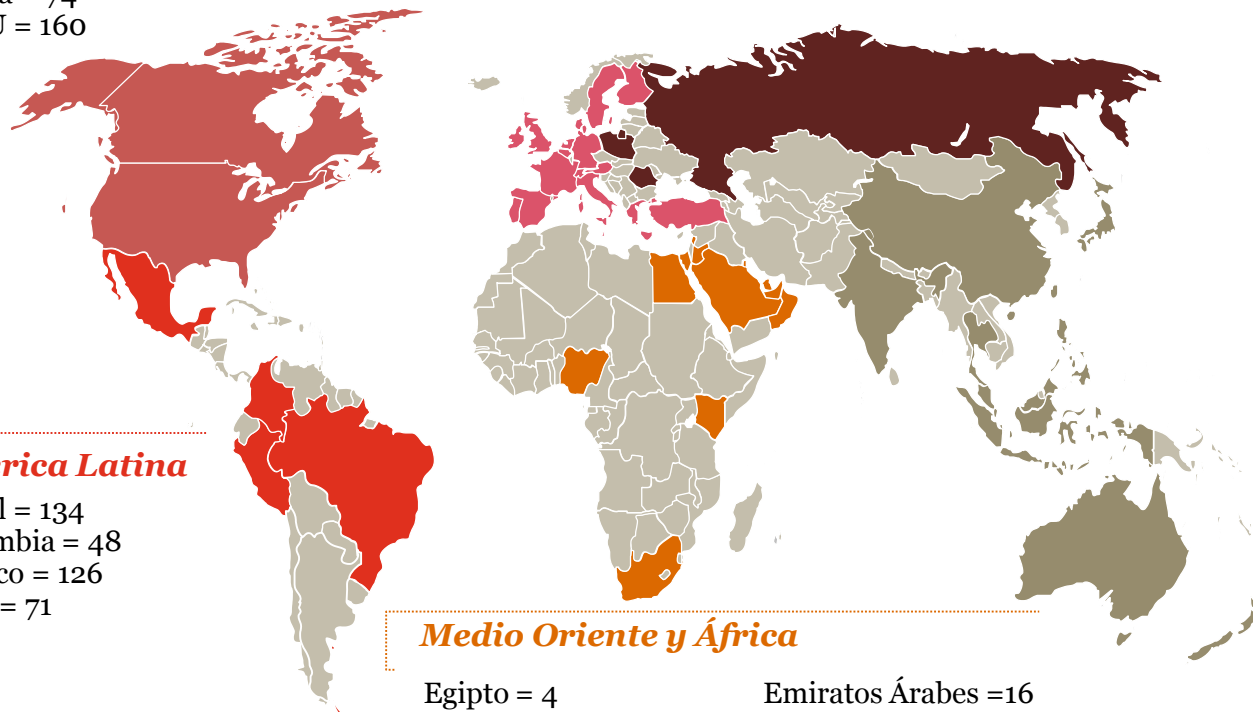
Brasil = 134
Colombia = 48
México = 126
Perú = 71

Asia y El Pacífico

Australia = 121
China = 48
Fiji = 8
Hong Kong = 52
India = 102
Indonesia = 36
Japón = 51
Malasia = 48
Nueva Zelanda = 71
Filipinas = 5
Singapur = 60
Taiwan = 79
Tailandia = 2

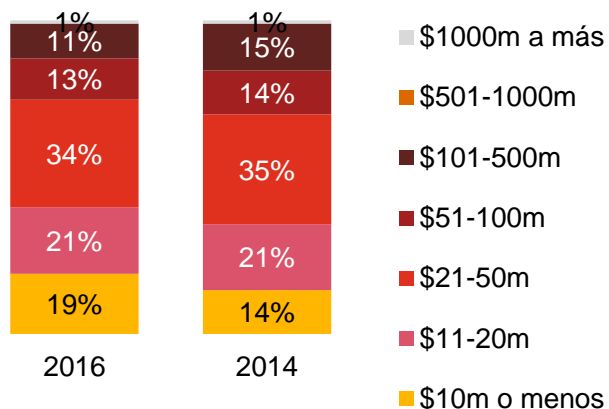
Medio Oriente y África

Egipto = 4	Emiratos Árabes = 16
Kuwait = 1	Kenia = 62
Jordania = 2	Nigeria = 2
Líbano = 1	Sudáfrica = 130
Omán = 1	
Catar = 1	
Arabia Saudita = 6	

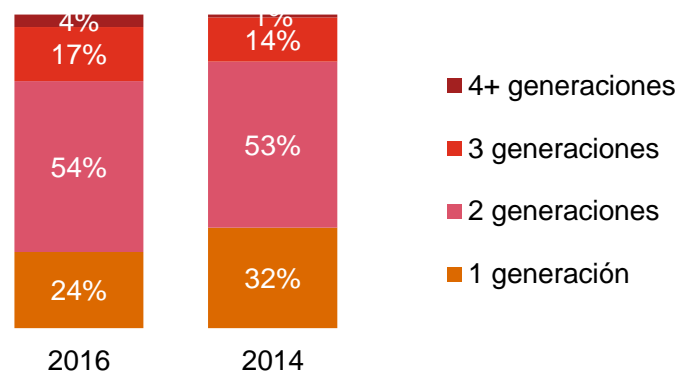


Encuesta de Empresas Familiares Perfil de las compañías en Perú – ¿Qué empresas participaron?

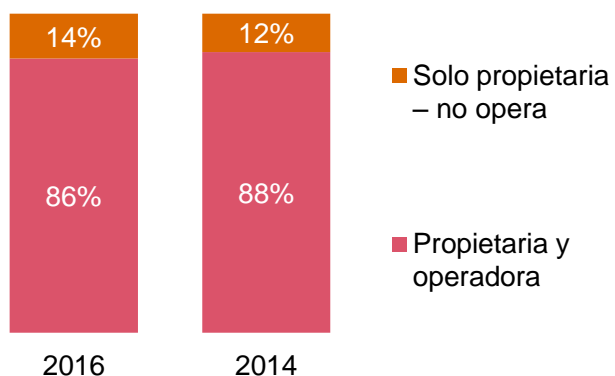
Ingresos de la empresa por ventas (US\$)



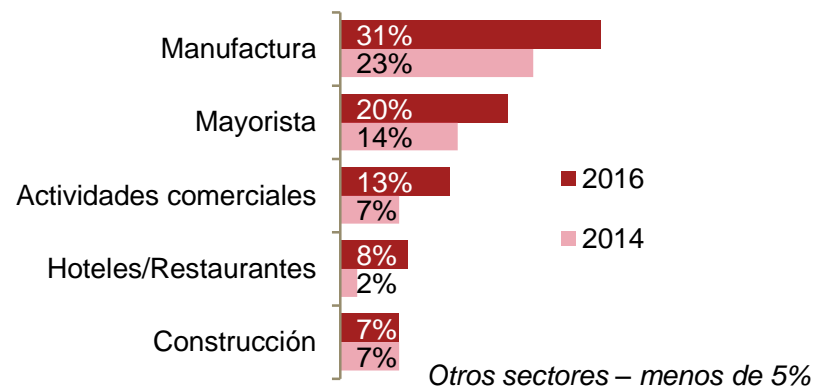
Número de generaciones en la empresa



Rol de la familia en la empresa

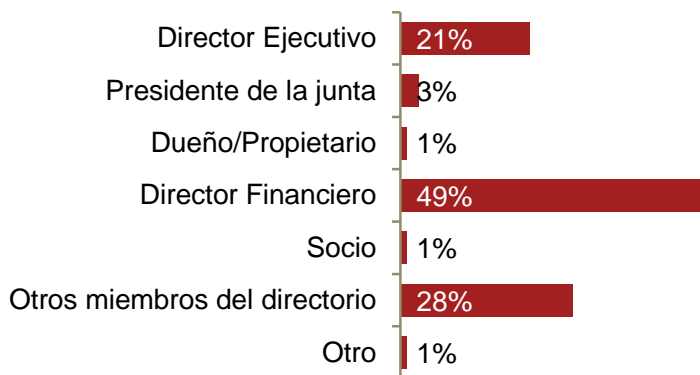


Sector



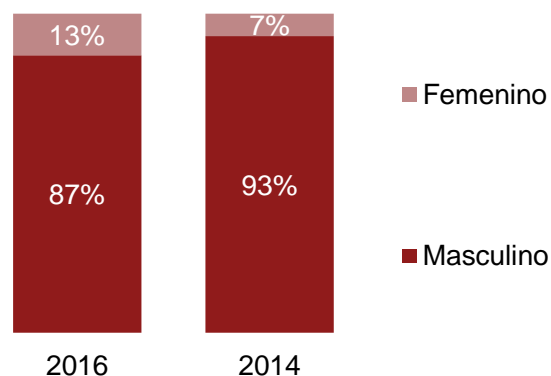
Encuesta sobre Empresas Familiares Perfil de encuestados en Perú – ¿A quiénes encuestamos?

* Posición laboral actual

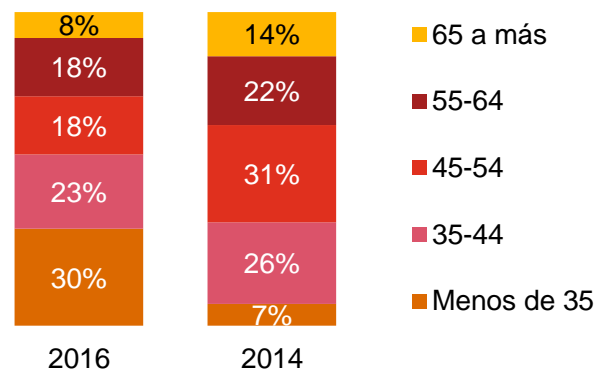


* Pregunta modificada con relación a 2014; comparaciones no son posibles.

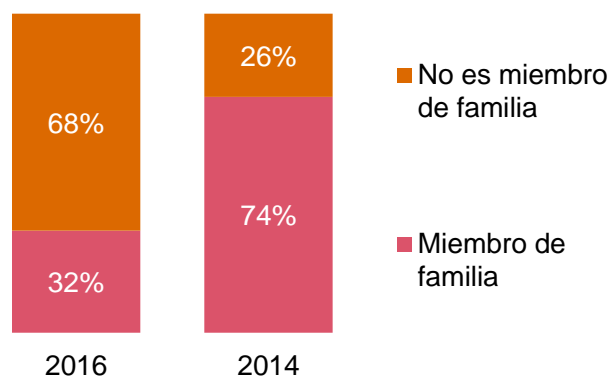
Género



Edad



Miembro de familia



Principales conclusiones para Perú

1

Las empresas familiares peruanas han experimentado una caída en su desempeño durante el último año fiscal. Únicamente un 58% de ellas tuvo un crecimiento en sus ventas en ese periodo (comparado con un 68% que dijo haber crecido en 2014), mientras que un 21% redujo sus ventas. Sin embargo, estos hechos no son completamente incongruentes con el panorama global, en el que 64% de empresas familiares creció mientras que el 20% se redujo. De cualquier manera, las empresas familiares peruanas son optimistas ya que 81% de ellas espera un crecimiento para los próximos 5 años.

2

Las empresas familiares peruanas que esperan crecer en un 10% o más, dependerán más de un financiamiento externo (83%) que de su propio capital (71%); en su mayoría, préstamos bancarios. Este crecimiento se logrará principalmente mediante su desarrollo en mercados existentes (90%), pero muchos (64%) anticipan también una expansión a nuevos mercados y sectores. Las empresas familiares en Perú tienden a exportar menos que el promedio a nivel mundial (49% vs. 70%). No obstante, se prevé que las ventas al extranjero crecerán de 15% a 23% en los próximos cinco años.

3

Al igual que ocurre en otros países, se espera que las condiciones del mercado y las políticas y regulaciones del Gobierno sean elementos importantes a los que las empresas familiares en Perú deban enfrentarse durante los próximos doce meses. Sin embargo, en este mercado, la competencia y las tasas de interés son preocupaciones constantes. Los mayores desafíos para los próximos cinco años incluyen innovación, competencia y estabilidad en el mercado, siendo este último un mayor reto en Perú que a nivel mundial, al lado de la corrupción.

Al igual que en el promedio de países a nivel mundial, asegurar el buen futuro de la empresa a largo plazo es, con un alto margen, el objetivo más importante para los próximos cinco años, seguido de una mejora en el rendimiento y de la certeza de seguir disfrutando del trabajo. Operar el negocio de manera profesional es también un objetivo primordial para estas empresas; mucho más importante en Perú que en otros países.

Principales conclusiones para Perú

4

Las empresas familiares en Perú sienten que tienen ciertas ventajas sobre las empresas no familiares. La mayoría de ellas piensa que lo que las diferencia de las últimas es una cultura y unos valores más fuertes, un enfoque más emprendedor y una definición de éxito diferente, basada en más que únicamente ganancias. A pesar de esto, muchos de estos negocios piensan que deben esforzarse más para reclutar y mantener un mejor personal.

5

La gran mayoría de empresas familiares en Perú (96%) cuenta con al menos un procedimiento para lidiar con conflictos de familia; una cantidad un tanto mayor que el promedio mundial. Particularmente en este país, este tipo de organizaciones tiene acuerdos entre los accionistas, asambleas familiares y evaluación del desempeño. Tres quintas partes (59%) de ellas planean pasar el derecho de propiedad, pero no el manejo, a la siguiente generación; un número notablemente mayor que el promedio global y más alto que en 2014. Ninguna de la compañías encuestadas en 2016 planea vender el negocio u ofrecer acciones; una disminución de 16% desde 2014.

6

Las empresas peruanas familiares reconocen la importancia de la digitalización. La mayoría (69%) cree que ya la ha integrado a su cultura de negocios y una cantidad casi igual (58%) afirma que entiende los beneficios tangibles de esto y tiene un plan para medirlos. No obstante, menos de la mitad (45%) piensa que está preparada para lidiar con problemas de esta índole, una cifra que va de acuerdo con el promedio a nivel mundial.

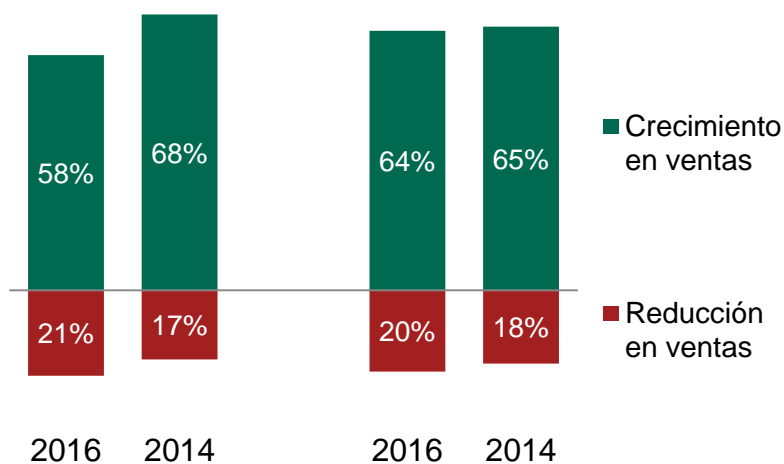
Desempeño y desafíos de la organización

Esta sección ofrece un resumen sobre el crecimiento de la empresa familiar, cómo este es financiado, la diversificación y los aspectos y desafíos principales que estos negocios deberán afrontar durante los próximos cinco años.

1

En comparación con las empresas familiares en Perú entrevistadas en 2014, un número menor asegura haber tenido un alza en sus ventas durante 2016. A pesar de esto, se estima que los próximos cinco años serán buenos y la mayoría anticipa un crecimiento estable.

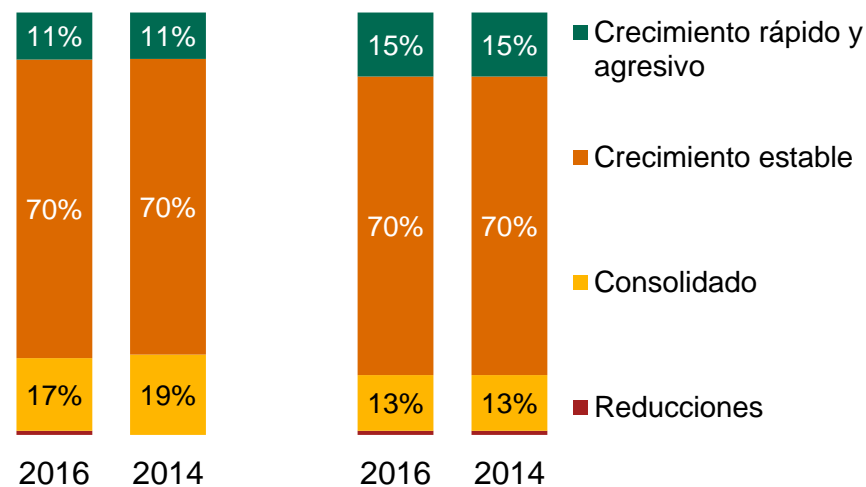
Crecimiento durante el último año fiscal



Perú

A nivel mundial

Objetivo de crecimiento para los próximos cinco años



Perú

A nivel mundial

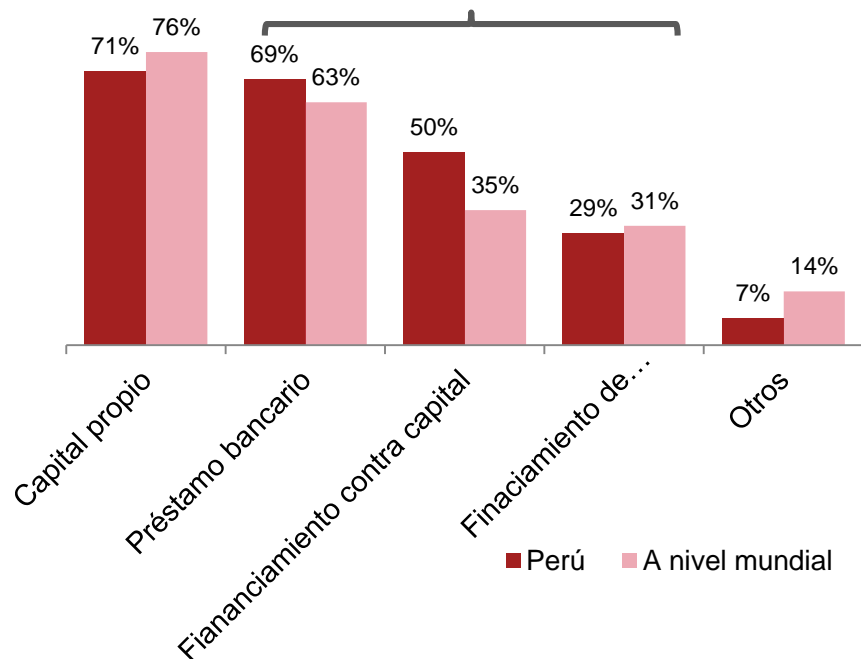
Pregunta 1. Durante el último año fiscal, ¿qué diría que ocurrió con sus ventas?

Pregunta 2a. ¿Cuál de las siguientes opciones describe mejor su objetivo de crecimiento para los próximos cinco años??

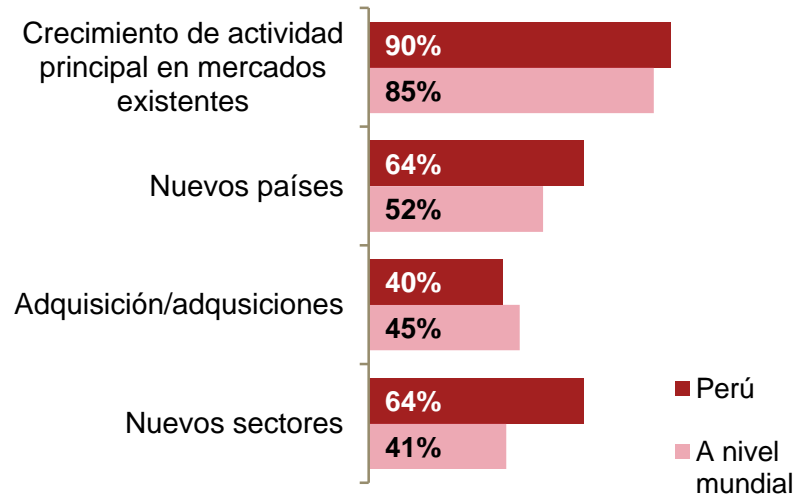
Las compañías que proyectan un crecimiento anual de 10% a más para los próximos cinco años, lo harán apoyándose fuertemente en financiamiento externo, en su mayoría, préstamos bancarios, que en su propio capital. Lo más probable es que este crecimiento se dé en los mercados en que estas empresas ya están posicionadas, pero muchas anticipan una expansión a nuevos sectores.

Planificación de crecimiento de 10% a más

Financiamiento externo:
Perú: 83%
A nivel mundial: 78%



Agentes que jugarán un papel importante en el crecimiento de 10% a más



Pregunta 3c. Mencionó que espera crecer en un xx% al año durante los próximos cinco años, ¿cuál es su plan de financiamiento?

Pregunta 3e. ¿Cuál de los siguientes agentes considera que son clave para este crecimiento?

En Perú, las condiciones del mercado y las políticas de Gobierno, al igual que en el promedio de países a nivel mundial, son componentes clave en el desempeño de las empresas familiares. La competencia y las tasas de interés son también factores importantes.

*** Factores principales a los que el Perú deberá hacer frente en los próximos doce meses**



Los tres factores más importantes a nivel mundial:

- *Condiciones del mercado.*
- *Reclutamiento de personal capacitado.*
- *Políticas, regulaciones y legislaciones del Gobierno / Gasto público.*

* *Pregunta modificada con relación a 2014; comparaciones no son posibles.*

Pregunta 2d. ¿Cuáles cree que serán los tres factores o desafíos INTERNOS y/o EXTERNOS más importantes que afectarán a su compañía durante los próximos doce meses? Pregunta abierta.

Fuente: todos los encuestados de Perú (2016: n=71)

Los desafíos más importantes a los que tendrán que enfrentarse las empresas familiares durante los próximos cinco años son: innovación, competencia e inestabilidad del mercado. Siendo este último un mayor problema en Perú que en el promedio a nivel mundial, al igual que la corrupción.



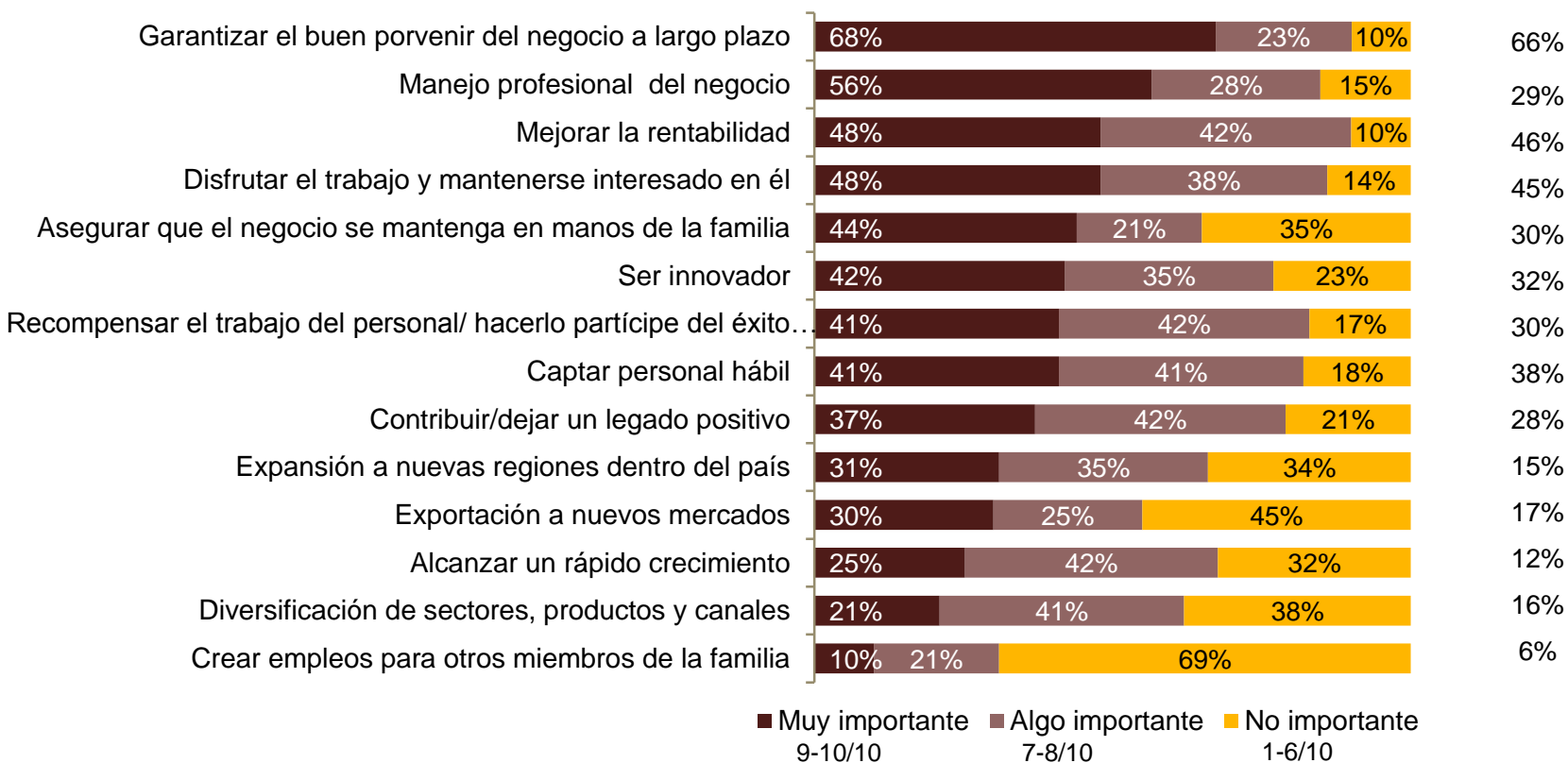
Pregunta 3a. En una escala del 1 al 5, ¿qué nivel de desafío representan para su negocio los siguientes factores para los próximos cinco años? Donde 5 es 'Un gran desafío' y 1 es 'Un desafío menor'.

Fuente: todos los encuestados en Perú (2016: n=71; 2014: n=81), todos los encuestados a nivel mundial (2016: n=2802)

El objetivo más importante de las empresas familiares en Perú, al igual que el promedio a nivel mundial, es garantizar un buen futuro para el negocio a largo plazo, seguido de una mejora en el rendimiento y de la certeza de mantenerse comprometidas con su trabajo.

*** Importancia de metas personales y profesionales para los próximos cinco años.**

Considerado “muy importante” a nivel mundial”



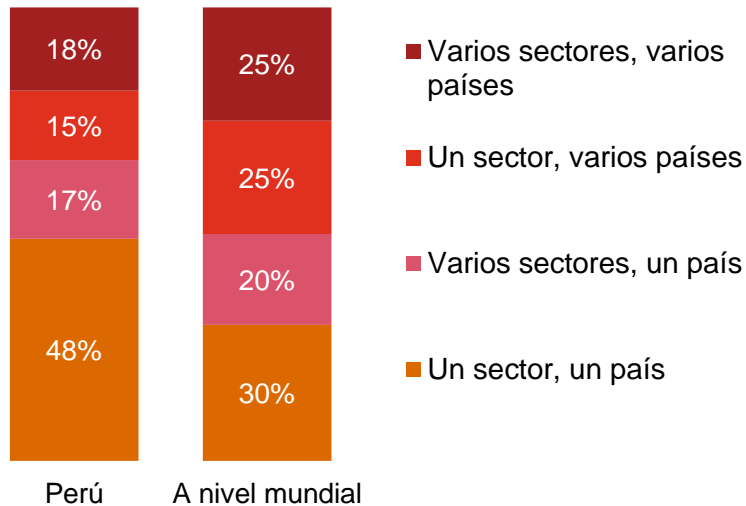
* Pregunta modificada con relación a 2014; comparaciones no son posibles.

Pregunta 3b2. De la siguiente lista de posibles metas personales y profesionales, ¿podría calificarlas del 1 al 10, siendo 10 ‘Muy importante’ y 1 ‘Poco importante’ para su compañía para los próximos cinco años?

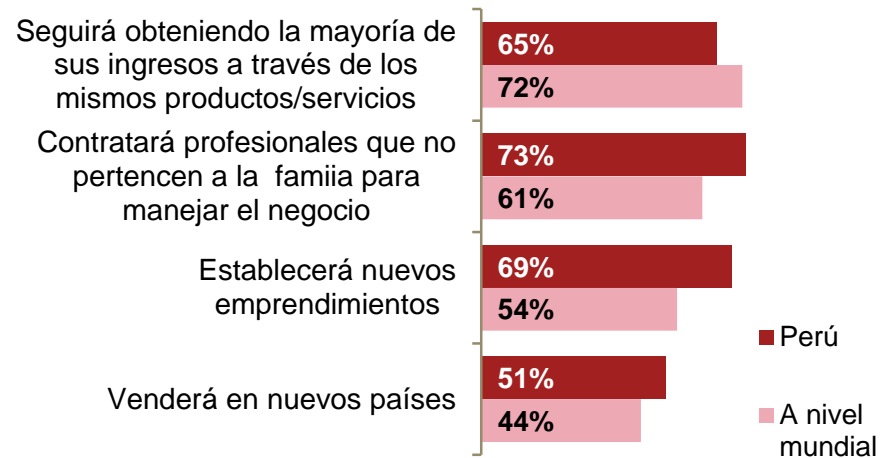
Fuente: todos los encuestados (2016: Perú=71, total=2802)

La mayoría de empresas familiares en Perú piensa que en los próximos cinco años seguirá dependiendo fuertemente de su actividad actual. Sin embargo, por los menos el mismo número de empresas planean realizar cambios importantes al contratar personal que no pertenece a la familia o buscando nuevos emprendimientos.

Diversificación actual del negocio



Dirección del negocio en los próximos cinco años



Pregunta 7. ¿Cuál de las siguientes combinaciones describe mejor la diversificación de su empresa?

Pregunta 3d. En una escala del 1 al 5, donde 5 es 'Muy probable' y 1 es 'Improbable', ¿de manera realista, cuáles son las probabilidades de que los siguientes escenarios tengan lugar en su empresa en los próximos cinco años?

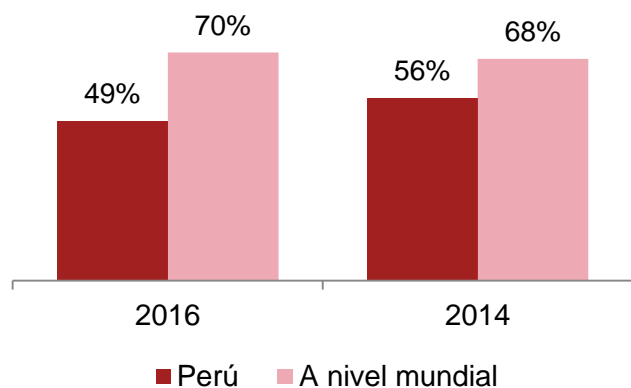
Fuente: todos los encuestados (2016: Perú=71, total=2802)

Internacionalización

Esta sección ofrece un resumen de las importaciones actuales y las de los próximos cinco años, y los factores a tomar en cuenta al elegir a qué países exportar.

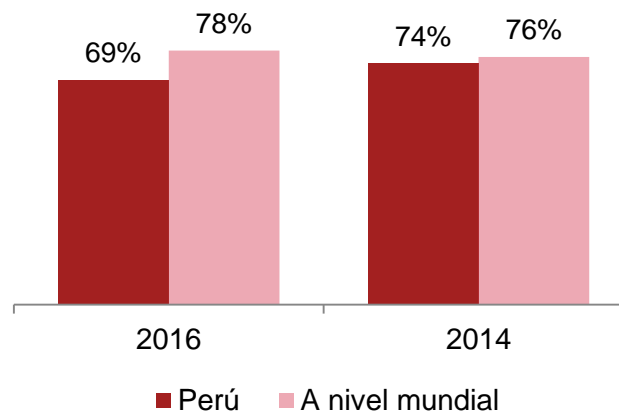
Las ventas al exterior realizadas por las empresas familiares peruanas están por debajo del promedio a nivel mundial; solo alrededor de la mitad de ellas exporta sus bienes/servicios. Para los próximos cinco años, muchas piensan que estarán realizando esta actividad, lo que incrementaría estas ventas del 15% al 23%. Un alto número de los actuales exportadores planea intensificar este aspecto de su negocio.

Ventas al extranjero actualmente



Las ventas al extranjero representan un promedio de 15% de los ingresos en Perú. Este promedio incluye las ventas realizadas por todos los negocios, incluso aquellos que no exportan.

Ventas al extranjero en los próximos cinco años



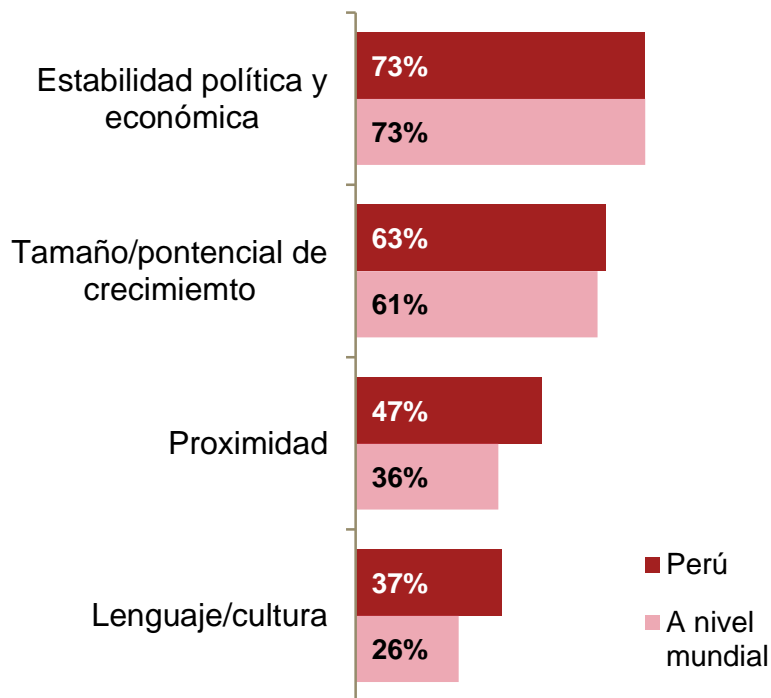
Se estima que las ventas al extranjero representarán, en promedio, un 23% de ingresos en Perú en los próximos cinco años. Este promedio incluye aquellas empresas que no planean exportar en este periodo de tiempo.

Pregunta 4a. En la actualidad, ¿aproximadamente qué porcentaje de sus ventas de bienes y/o servicios se realiza en el extranjero? Pregunta 4b. ¿Aproximadamente qué porcentaje de sus ventas de bienes y/o servicios estima se realizará en el extranjero en los próximos cinco años?

Fuente: todos los encuestados (2016: Perú=71, total=2802, 2014: Perú=81, total=2378)

El aspecto que más se tiene en cuenta al escoger nuevos mercados para exportar es la estabilidad política y económica del país, seguido por el tamaño de dichos mercados y su potencial de crecimiento.

Factores importantes al escoger nuevos mercados para exportación



Pregunta 5a. ¿Qué tan importantes serán los siguientes factores cuando escoja mercados nuevos o mercados ya existentes para exportar sus bienes/servicios en los próximos cinco años? Por favor utilice una escala del 1 al 5, donde 5 es 'Muy importante' y 1 es 'Poco importante'.

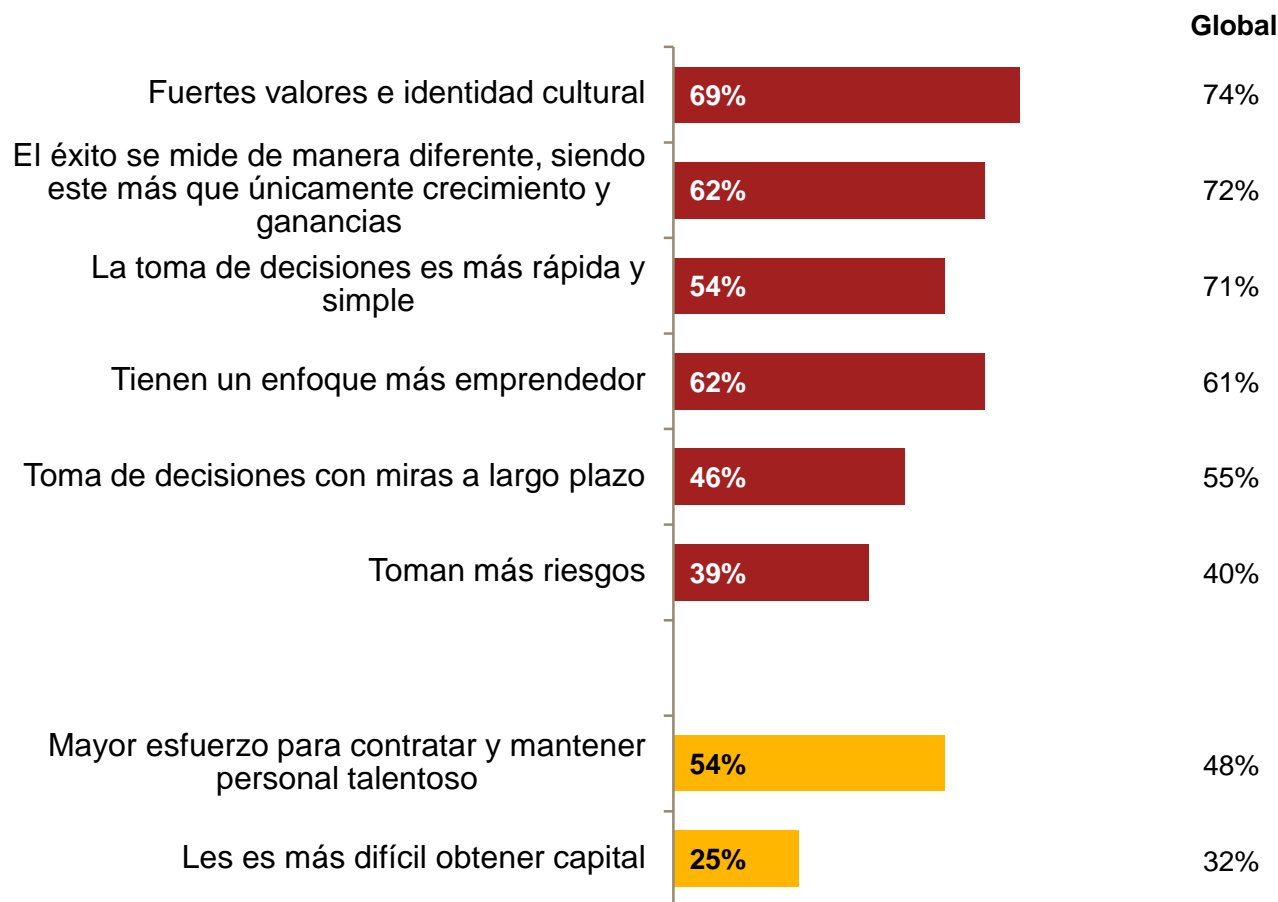
Fuente: todos los encuestados (2016: Perú=71, total=2802)

¿Qué es lo que hace diferente a las empresas familiares?

Esta sección ofrece un resumen sobre las fortalezas y las debilidades de una empresa familiar, y cómo esta se diferencia de una empresa no familiar.

Las empresas familiares en Perú consideran que los aspectos que las diferencian de las empresas que no son familiares son sus valores y una fuerte identidad cultural, su propia definición de 'éxito' (un factor menos fuerte en Perú comparado con el promedio a nivel mundial) y un enfoque emprendedor.

Cómo se diferencian las empresa familiares de las que no lo son - % de acuerdo a las declaraciones en Perú.

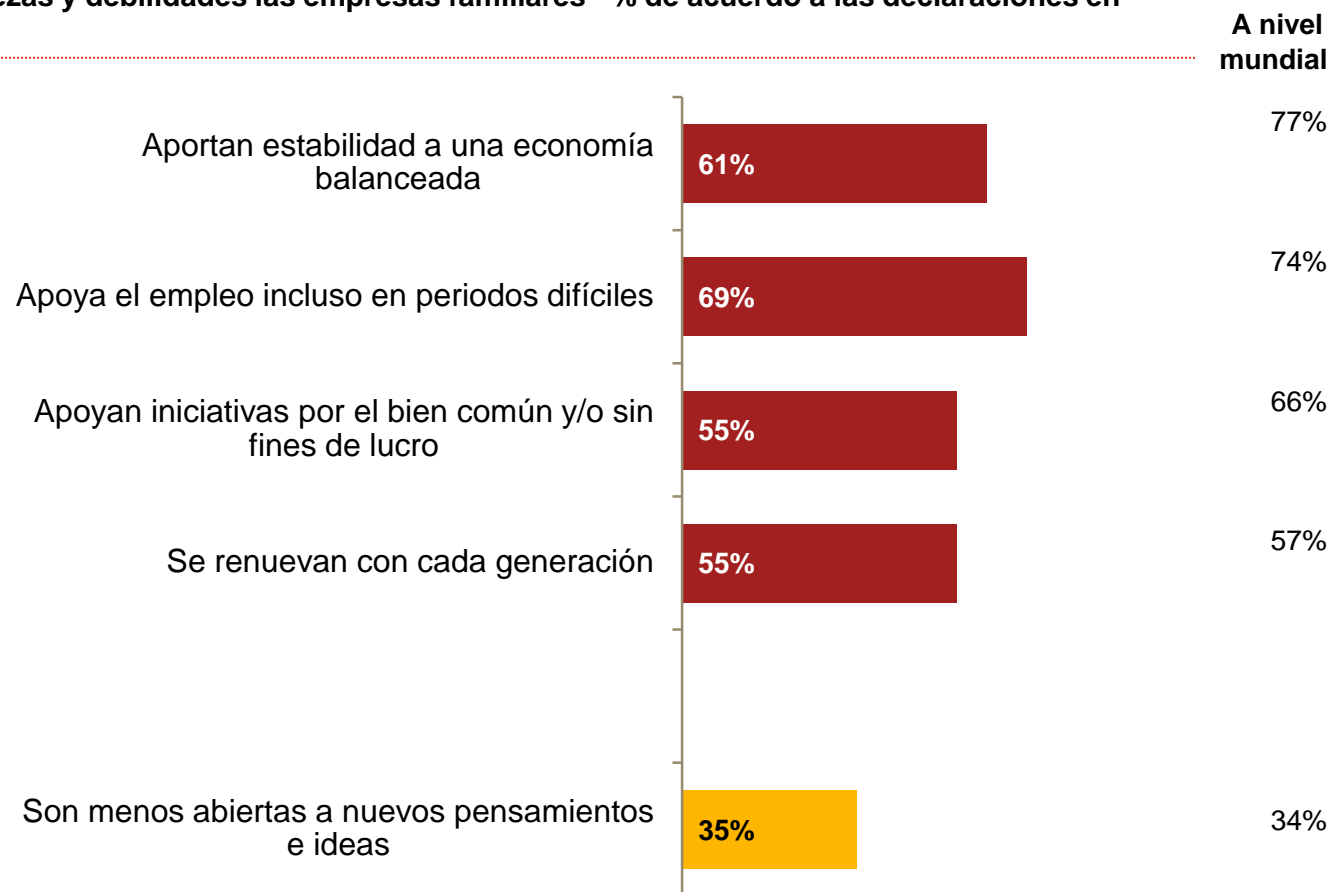


Pregunta 9. ¿Está de acuerdo con los siguiente enunciados? Por favor utilizar una escala del 1 al 5, donde 5 es 'Completamente de acuerdo' y 1 es 'Completamente en desacuerdo'.

Fuente: todos los encuestados (2016: Perú=71, total=2802)

La gran mayoría de empresas familiares en el Perú sostiene que no deja de lado a sus empleados, incluso en momentos difíciles. Sin embargo, tienden a pensar, en menor proporción que el promedio a nivel mundial, que no aportan estabilidad a la economía.

Fortalezas y debilidades las empresas familiares - % de acuerdo a las declaraciones en Perú



Pregunta 8. ¿Está de acuerdo con los siguiente enunciados? Por favor utilizar una escala del 1 al 5, donde 5 es 'Completamente de acuerdo' y 1 es 'Completamente en desacuerdo'.

Fuente: todos los encuestados (2016: Perú=71, total=2802)

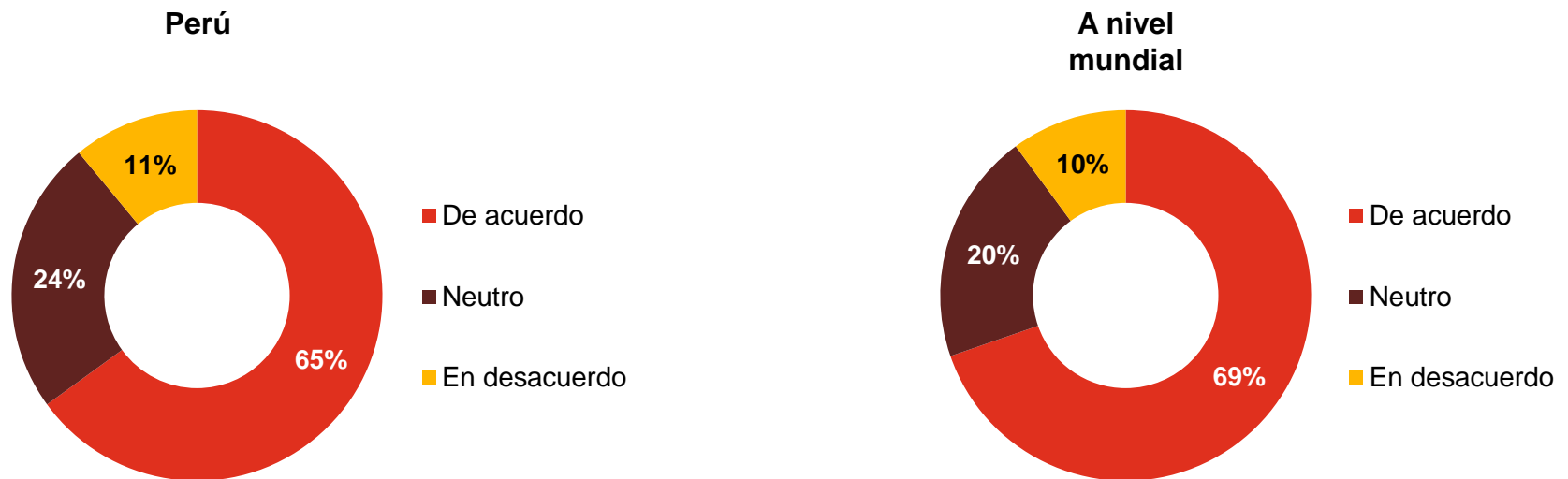
Participación familiar y planeamiento de la sucesión

Esta sección ofrece un resumen de temas relacionados con la sucesión, la participación de las siguientes generaciones en el negocio familiar, el uso de 'family offices', los conflictos familiares y los planes a futuro.

Aproximadamente cada dos de tres empresas familiares en Perú, al igual que el promedio a nivel mundial, aseguran que la familia y las estrategias de negocio están completamente alineadas. Solo un 11% admite que existen desbalances entre ambos.

Alineamiento entre la familia y el negocio

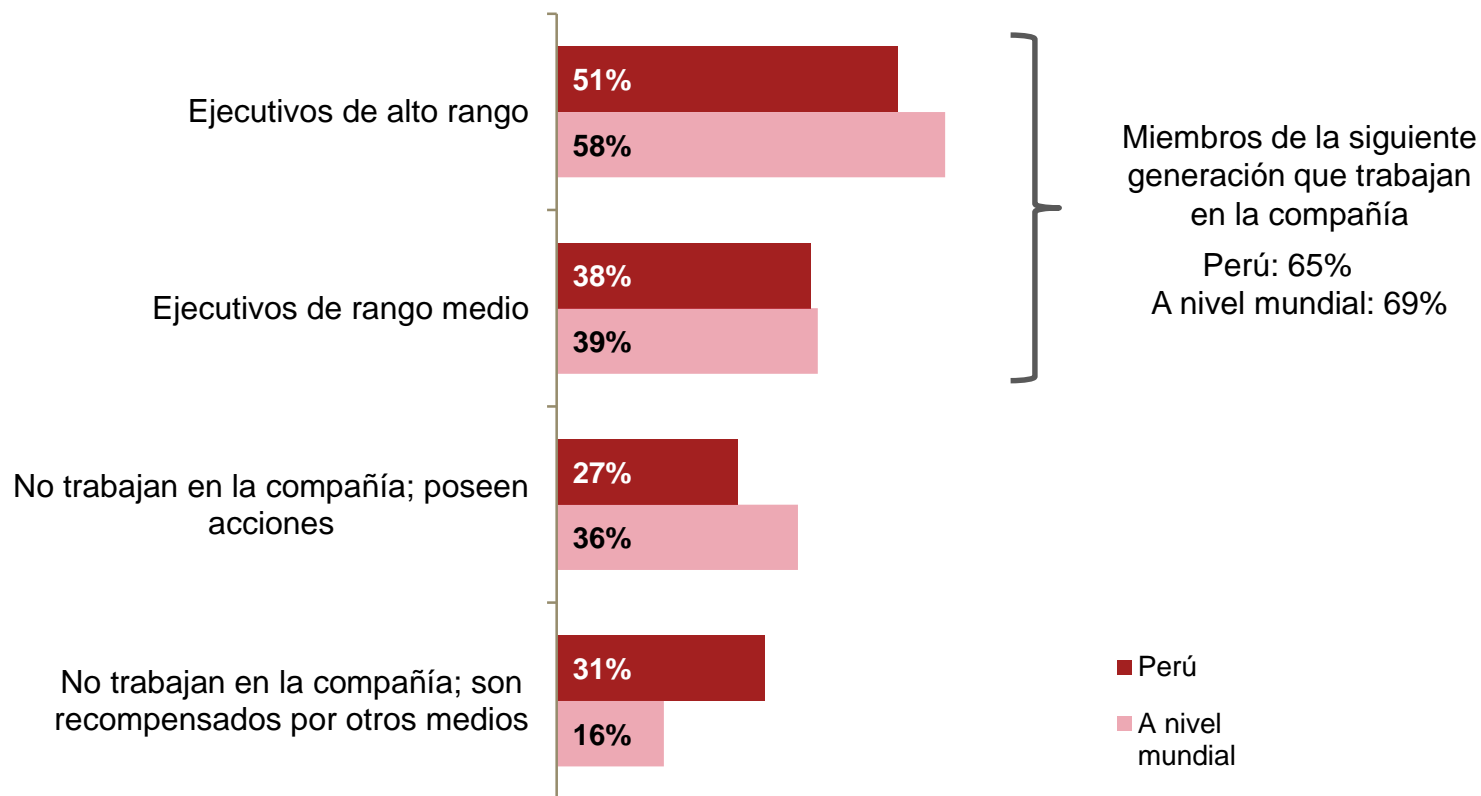
“Las estrategias familiares y las del negocio están completamente alineadas”



Pregunta 8. ¿Está de acuerdo con los siguientes enunciados? Por favor utilizar una escala del 1 al 5, donde 5 es 'Completamente de acuerdo' y 1 es 'Completamente en desacuerdo'.

En casi dos de cada tres empresas familiares en Perú, miembros de la familia de la siguiente generación trabajan en el negocio, de igual manera que en el promedio a nivel mundial.

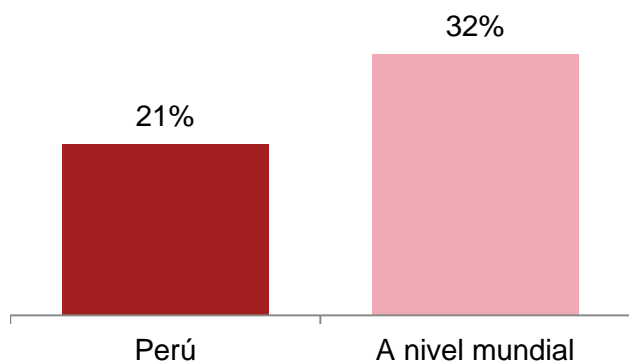
Puestos en los que participan miembros de la siguiente generación



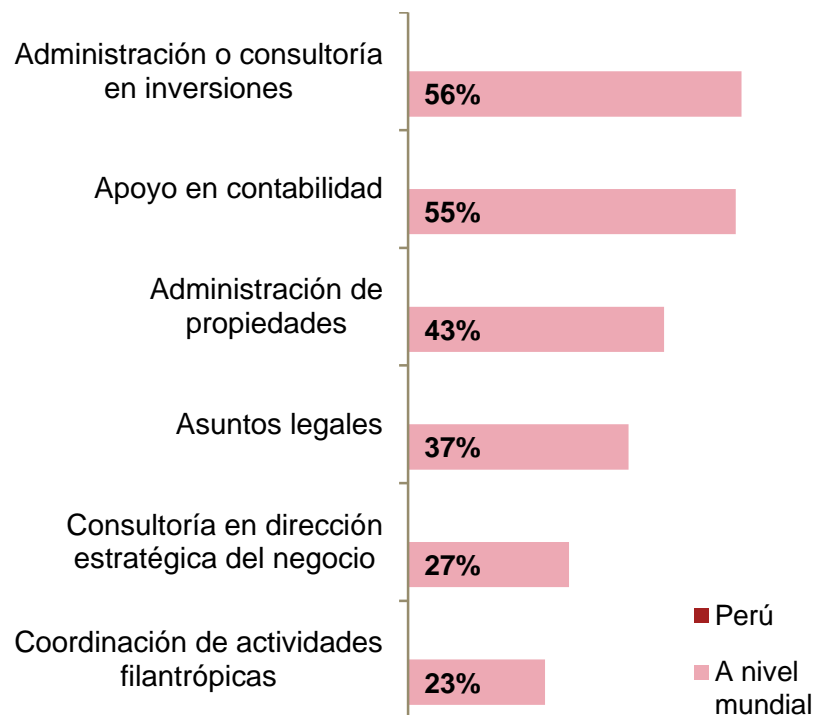
Pregunta 12b. ¿Cuántos miembros de su familia de la próxima generación (si hay alguno) trabajan actualmente en la compañía familiar, incluido/a usted?

Alrededor de una en cinco empresas familiares en Perú contrata una 'family office'; número por debajo del promedio a nivel mundial.

Contratación de una 'family office'



Rubros administrados por la 'family office'



No es posible mostrar resultados para Perú ya que la muestra no es significativa.

Pregunta 18a. ¿Terceriza el manejo de asuntos financieros y/o personales de su familia, por ejemplo, a una 'family office'?

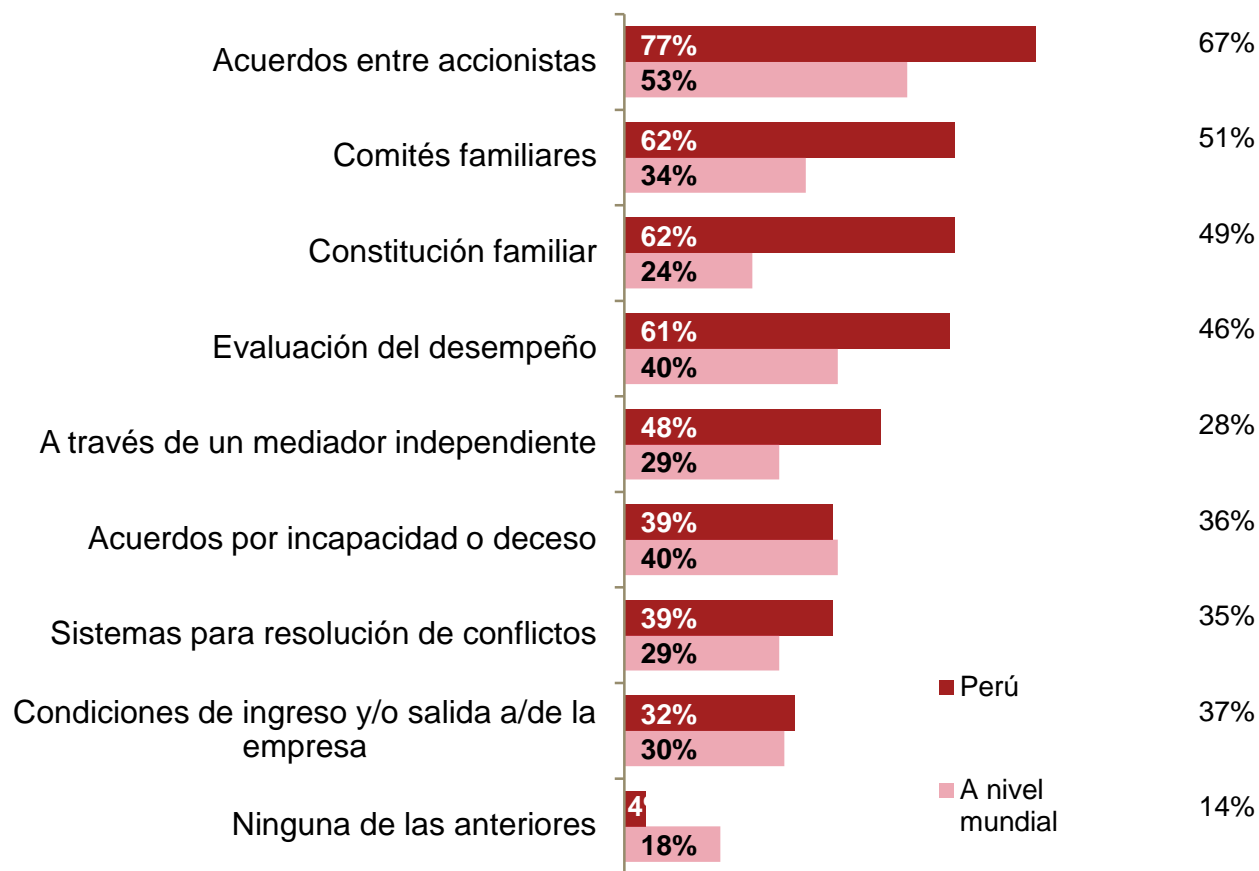
Pregunta 18b. ¿Cuáles de estos asuntos son actualmente administrados por una tercera persona o compañía, como por ejemplo, una 'family office'?

Fuente: todos los encuestados (2016: Perú=71, total=2802), usuarios de 'family offices' (Perú=15, total=886)

Durante este año, las empresas familiares en Perú tienden a tener, en mayor medida que el promedio a nivel mundial y que en 2014, diversos procedimientos o sistemas para lidiar con conflictos de familia, lo que demuestra que reconocen la necesidad de minimizar riesgos en esta área.

Procedimientos para lidiar con conflictos familiares

Perú 2014

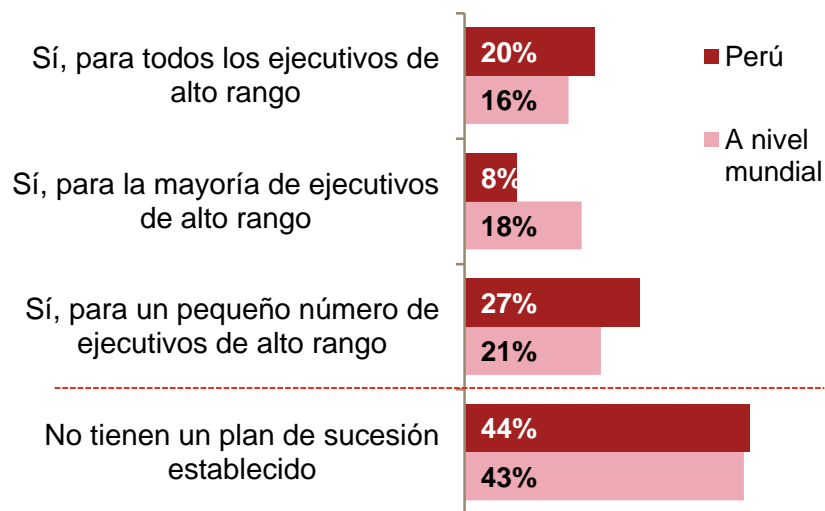


Pregunta 13. ¿Cuál de las siguientes políticas o procedimientos ha establecido su compañía para lidiar con algún conflicto que pudiese surgir entre los miembros de la familia?

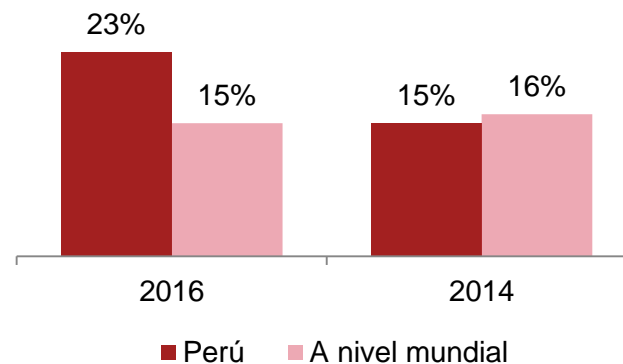
Fuente: todos los encuestados en Perú (2016: n=71; 2014: n=81), todos los encuestados a nivel mundial (2016: n=2802)

Alrededor de una en cada dos empresas familiares en Perú cuenta con un plan de sucesión ya establecido. Solo una de cada cuatro considera que dicho plan es sólido, está documentado y ha sido comunicado. Esta es, sin duda, una cifra más alta que el promedio a nivel mundial.

Tienen un plan de sucesión establecido



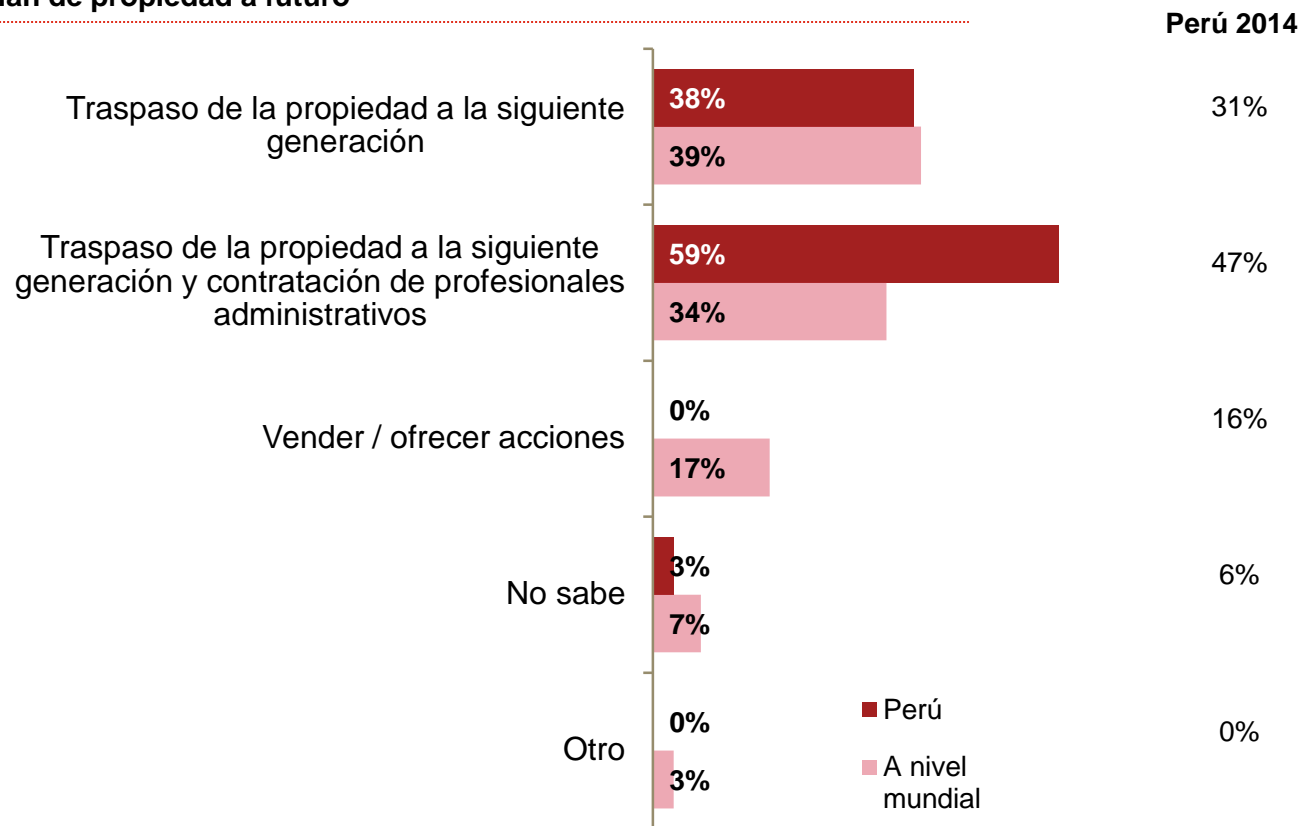
Tienen un plan de sucesión sólido que está documentado y ha sido comunicado



Pregunta 14a. ¿Su compañía cuenta con un plan de sucesión para los puestos más importantes? Pregunta 14b. ¿Dicho plan es sólido, está documentado y ha sido comunicado, o no es un plan formal?

Tres de cada cinco empresas familiares en Perú planean pasar la propiedad de la compañía a la siguiente generación, mas no su manejo. Este es un número bastante más alto que el promedio a nivel mundial y que también representa un incremento desde 2014. Ninguna de las compañías encuestadas este año planea vender el negocio u ofrecer sus acciones; una caída de 16% desde 2014.

Plan de propiedad a futuro



Pregunta 15b. ¿Qué tipo de cambios podría anticipar para los próximos cinco años o un plazo más largo para su compañía?

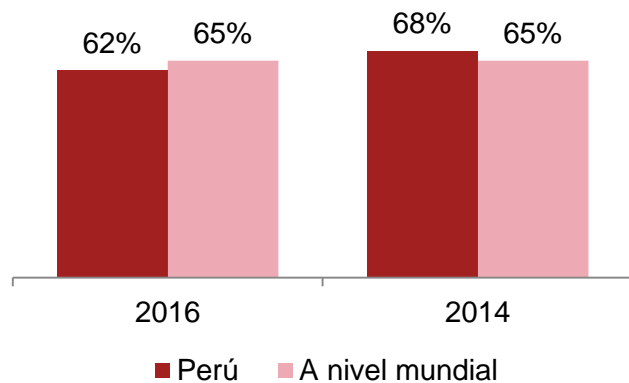
Fuente: todos los encuestados en Perú (2016: n=71; 2014: n=81), todos los encuestados a nivel mundial (2016: n=2802)

Personas que no son miembros de la familia que trabajan en una empresa familiar

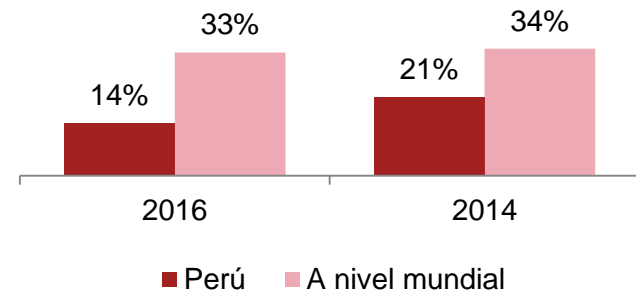
Esta sección ofrece un resumen acerca del grado de participación dentro de una empresa familiar de una persona que no es miembro de la familia.

Casi dos de cada tres empresas familiares en Perú cuentan con una persona que no es miembro de la familia en su directorio. Un número mucho menor comparte la propiedad de la empresa con personas que no son miembros de la familia; 14% comparado con un promedio de 33% a nivel mundial.

Compañías en cuyo directorio participan personas que no son miembros de la familia



Compañías con accionistas que no son miembros de la familia



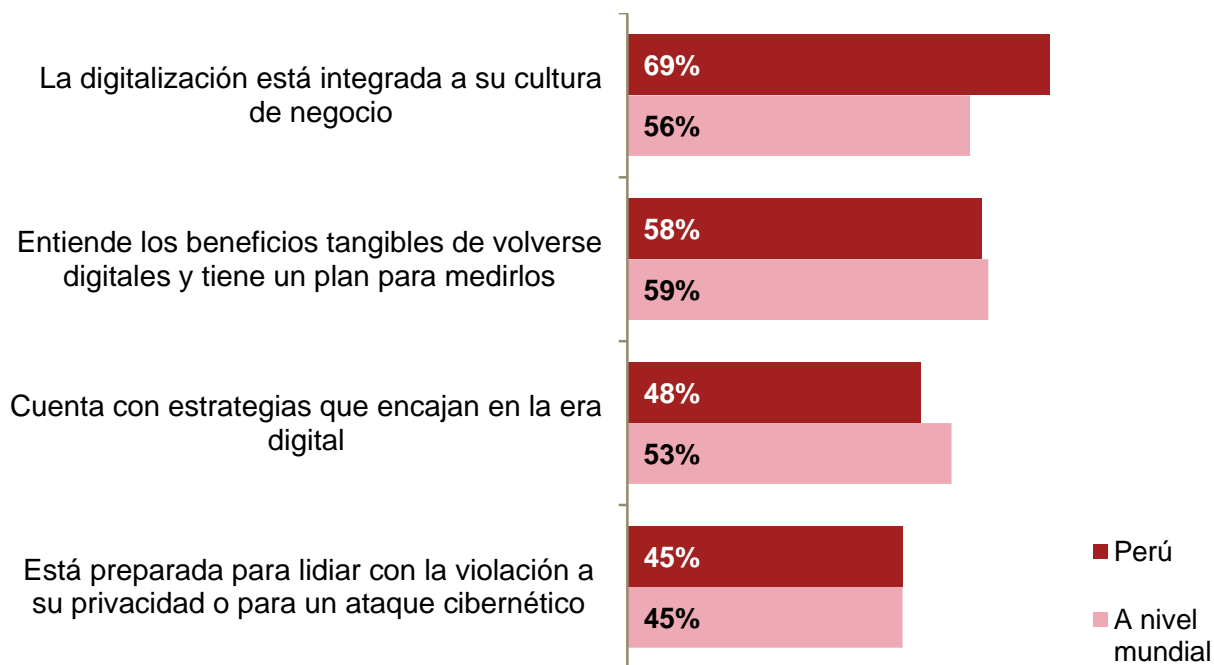
Pregunta 6a. ¿El directorio de la compañía cuenta con algún miembro que no es parte de la familia? Pregunta 6b. ¿Alguna persona que no es miembro de la familia, que trabaja o no en la empresa (incluyendo capital privado de terceros u otras instituciones financieras), es dueño de acciones?

Digitalización

Esta sección ofrece un resumen acerca de la importancia de la digitalización y cómo se percibe la vulnerabilidad de la empresa familiar frente a problemas que pudieran presentarse.

La mayoría de empresas familiares en Perú reconoce la importancia de la digitalización y son más propensas que el promedio mundial a pensar que la han integrado a su cultura de negocio.

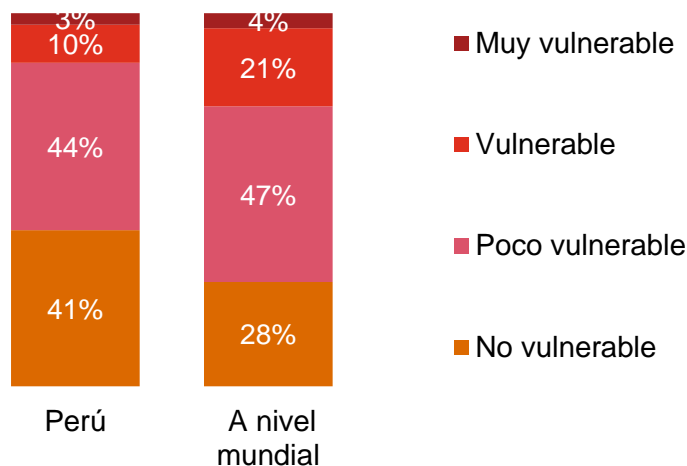
Cómo la empresa está preparada para afrontar la era de la digitalización



Pregunta 19a. ¿Está de acuerdo con los siguiente enunciados? Por favor utilizar una escala del 1 al 5, donde 5 es 'Completamente de acuerdo' y 1 es 'Completamente en desacuerdo'.

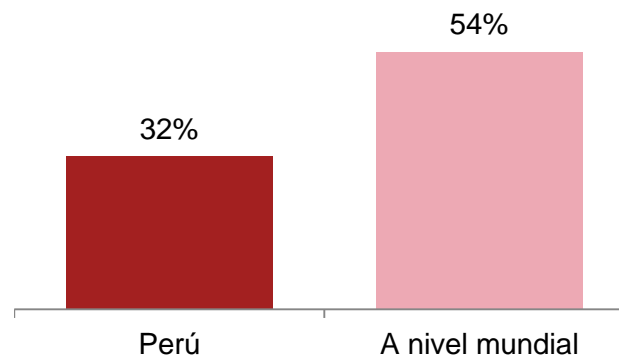
Las empresas familiares en Perú se sienten menos vulnerables que el promedio mundial ante problemas informáticos; son también notablemente menos propensas a discutir estos problemas a nivel de directorio.

Vulnerabilidad de la empresa ante problemas tecnológicos



Reconocimiento de la amenaza de problemas tecnológicos a nivel del directorio

Porcentaje de compañías que discuten problemas tecnológicos a nivel del directorio



Pregunta 19c. ¿Hasta qué grado siente que su compañía es vulnerable a problemas de índole tecnológico a corto y mediano plazo? Pregunta 19d. ¿Es la amenaza de problemas tecnológicos un tema que se discute a nivel de directorio?

Igualdad de género

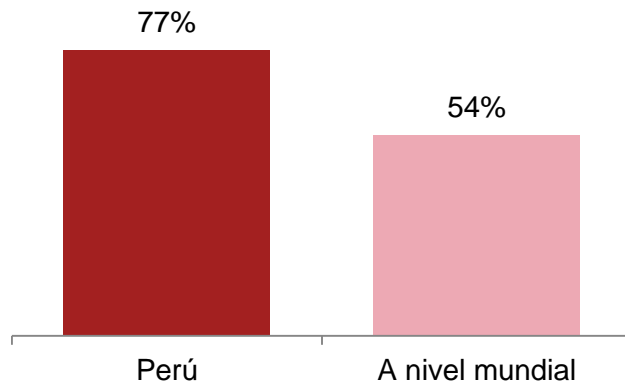
Esta sección ofrece un resumen acerca de prácticas relacionadas a la igualdad de género y en qué nivel se considera el sexo de las personas de las siguientes generaciones para posiciones de liderazgo.



Más de tres cuartos de empresas familiares en Perú aseguran realizar prácticas relacionadas con la igualdad de género, una cifra bastante más alta que el promedio mundial.

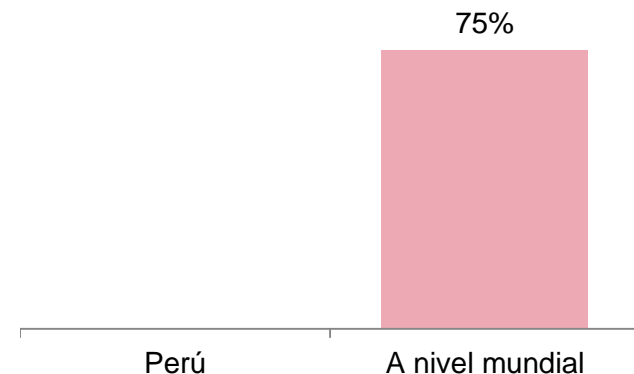
Prácticas relacionadas con la igualdad de género

La empresa posee políticas de igualdad de género



Próximas generaciones que se harán cargo de la compañía (entre aquellas que serán traspasadas a la siguiente generación en los próximos cinco años)

La empresa considera hombres y mujeres de la siguiente generación de igual manera para puestos de liderazgo



No es posible mostrar resultados para Perú ya que la muestra no es significativa.

Pregunta 8/Pregunta 18c. ¿Está de acuerdo con los siguiente enunciados? Por favor utilizar una escala del 1 al 5, donde 5 es 'Completamente de acuerdo' y 1 es 'Completamente en desacuerdo'.

Fuente: todos los encuestados (2016: Perú=71, total=2802), todas las empresas con planes de traspaso a la próxima generación (2016: Perú=6, total=219)

Legado

Esta sección ofrece un resumen sobre las expectativas de un legado perdurable en el tiempo.



La responsabilidad social empresarial es un tema de gran importancia para los líderes de las empresas familiares en Perú al momento de discutir sobre su legado. La mayoría menciona algún tipo de contribución, ya sea a través de la creación de empleo, educación, apoyo en proyectos especiales o de caridad, fundaciones, etc.

Expectativas sobre un legado perdurable

Para la familia/comunidad

- Contribución a través de proyectos sociales relacionados con alimentación, educación o implementación de una fundación o un fondo con fines caritativos.
- Apoyo continuo a la comunidad a través de la creación de empleo y entrenamiento constante.
- Ser responsable con el medio ambiente.

Para la empresa

- Dejar una organización sólida y profesionalmente establecida.
- Organización suficientemente estable y productiva para comprometerse en la creación de empleos y de proyectos de carácter social.
- Estar en buenas condiciones para seguir creciendo a través de aprendizaje constante y de un manejo estructurado, entre otros.

“Contribuir al bienestar de los empleados para continuar creando trabajo en el campo en el que se desarrolla la empresa y apoyar a la comunidad con programas en educación.”
(2 generaciones, Perú)

“Traspasar la compañía a las próximas generaciones, ser un líder en la industria y cooperar con el desarrollo del país.”
(1 generación, Perú)

“La compañía espera llegar a los 100 años y aspira a participar más en responsabilidad social, no solo con los miembros de la familia y los empleados, también con la comunidad. Actualmente, respalda a trabajadores y a organizaciones no gubernamentales a través de servicios y de proyectos interesantes.”
(3 generaciones, Perú)

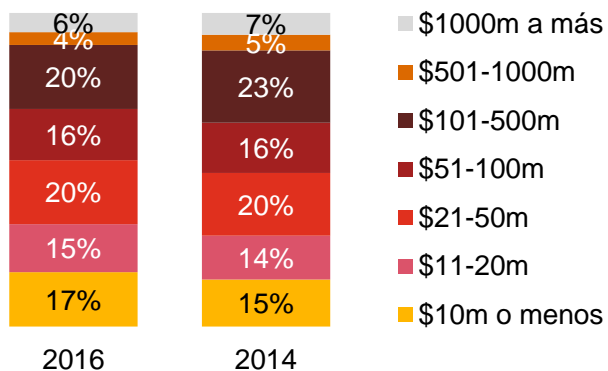
“Nos gustaría implementar un proyecto de educación para ayudar a capacitar a personas en desventaja y tal vez para que nuestros empleados mejoren sus propias capacidades.”
(2 generaciones, Perú)

*Apéndice 1:
Contexto de la encuesta*

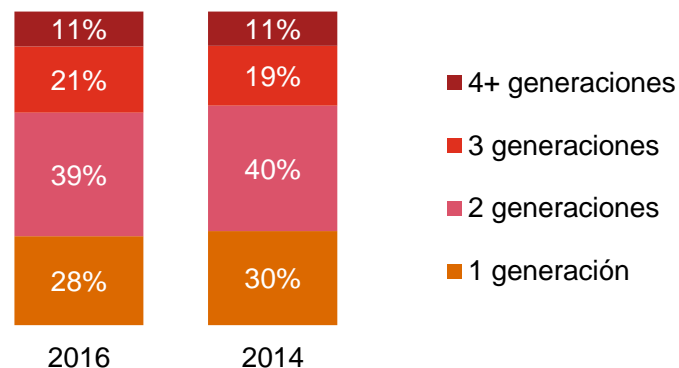
A1

Encuesta de Empresa Familiar Perfil de compañías a nivel mundial – Qué tipo de compañías fueron incluidas

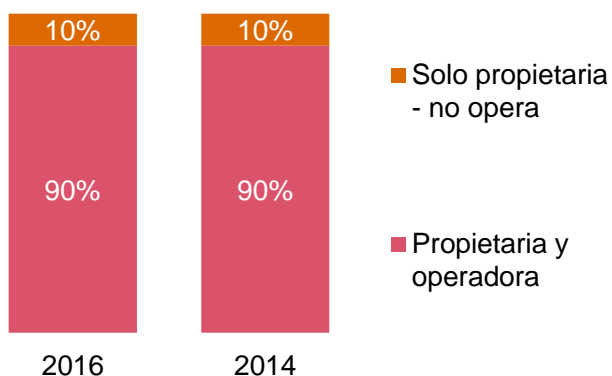
Ingresos de la empresa por ventas (US\$)



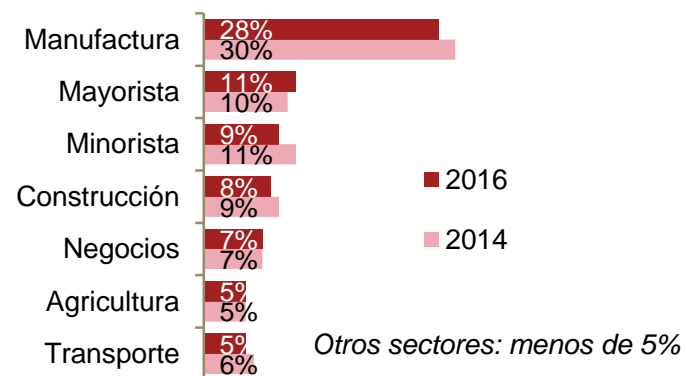
Número de generaciones en la empresa



Rol de la familia en la empresa

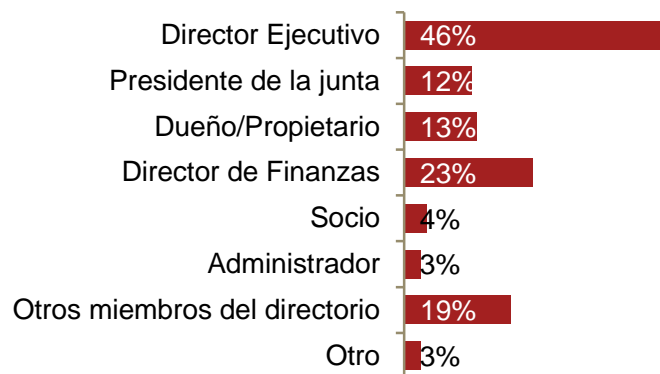


Sector de actividad de la empresa



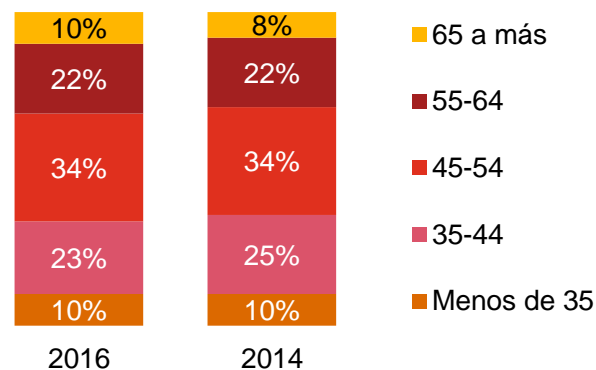
Encuesta sobre Empresa Familiar Perfil de encuestados a nivel mundial– ¿A quiénes encuestamos?

* Posición actual

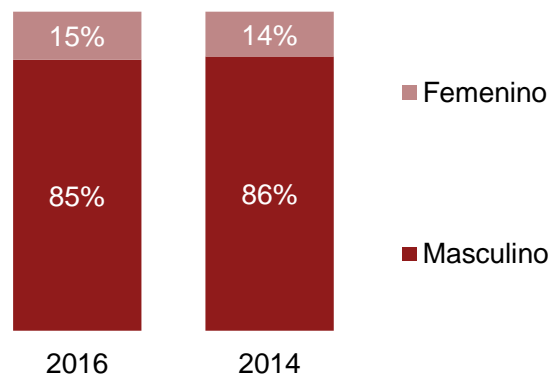


* Pregunta modificada con relación a 2014; comparaciones no son posibles.

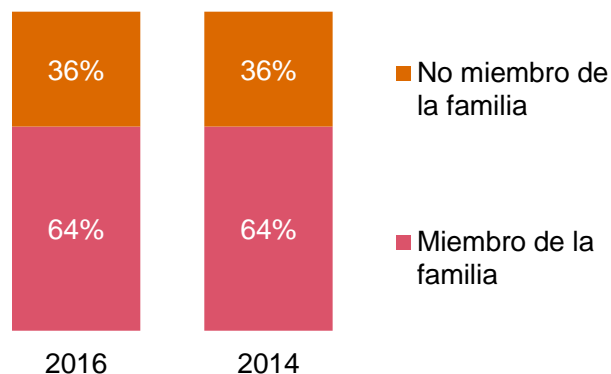
Edad



Género



Miembros de la familia



¿Tiene alguna consulta?

Para mayor información, por favor contactar a:

Miguel Puga

Socio

miguel.puga@pe.pwc.com