Observatorio de la Empresa Familiar

CÁTEDRA empresa familiar mare nostrum|UM-UPCT

UNIVERSIDAD DE MURCIA

Universidad Politécnica de Cartagena

asociación murciana Amefmur de la empresa familiar

CaixaBank

FUNDACIÓN CAJAMURCIA

Red de Cátedras de Empresa Familiar

INSTITUTO DE LA EMPRESA FAMILIAR

Barómetro de la Empresa Familiar de la Región de Murcia

CONTINUIDAD

24

2024

Presentación

El propósito del Barómetro de la Empresa Familiar de la Región de Murcia es **conocer y transmitir las sensaciones, planteamientos y opiniones de los empresarios familiares sobre la situación económica y empresarial**. El Barómetro pretende ser el instrumento que: a) facilite al tejido empresarial información sobre el contexto económico, a través de estadísticas de las principales instituciones económicas y de las opiniones de las propias empresas; b) analice el planteamiento y preocupaciones estratégicas de las empresas familiares; c) muestre la gestión del componente familiar en la empresa; y d) examine prácticas de mejora de la profesionalización.

El Barómetro nº24 estrena un nuevo formato orientado a facilitar su consulta directamente en pantalla. Se habilita un menú de navegación en la parte superior que permite desplazarse cómodamente por los contenidos donde se ha reforzado el componente visual.

Además del **Índice de Confianza de la Empresa Familiar (ICEF),** en este número se introduce el **Índice de Confianza en el Entorno (ICEN)** que mide el atractivo del entorno para el desarrollo de la actividad empresarial; favorablemente destaca la financiación y disponibilidad de energía y materias primas; negativamente, la burocracia y escasez de personal cualificado.

Monográficamente este número se dedica a la **continuidad**, se profundiza en el análisis de las alternativas de profesionalización, sucesión o discontinuidad; valorando específicamente las razones para la discontinuidad de la empresa.

Como siempre, queremos agradecer el apoyo institucional que garantiza la continuidad de esta iniciativa pionera de la *Cátedra de Empresa Familiar Mare Nostrum* y de *Amefmur*. El respaldo de *CaixaBank* y la *Fundación Cajamurcia* permite que **los responsables económicos, los empresarios, en general, y los familiares, en particular, dispongan de información vital para su toma de decisiones**.

Por último, ***D. Mariano Nicolás, fundador del Restaurante El Churra,*** comparte su visión sobre la situación de las empresas familiares ante el escenario actual, a la vez que reflexiona sobre la influencia de la familia en sectores como la hostelería y los retos que deben afrontar las empresas familiares.

Ángel Meroño. Director de la Cátedra de Empresa Familiar Mare Nostrum UM-UPCT

La opinión de los empresarios familiares

Encuesta a 110 empresas familiares en septiembre 2024

Barómetro
Observatorio de la Empresa Familiar

ÍNDICE

Contexto económico	Mundial España Región de Murcia
Metodología	Recogida de información Cuestionario Participantes
Perfil empresarial	Sector – Tamaño - Generación Gerente
Situación eco-empresarial	Evolución economía Situación empresarial Índice Confianza Empresa Familiar
Estrategia	Orientación estratégica Obstáculos Índice Confianza Entorno Factores clave
Familia	Objetivos Planificación Gobierno Corporativo
Continuidad	
Conclusiones	Situación eco-empresarial Estrategia Dimensión Familiar
Opinión Restaurante El Churra	

EQUIPO
Ángel L. Meroño Cerdán (Coordinador)
José Carlos Sánchez de la Vega
Antonio Duréndez Gómez-Guillamón
Juan Monreal Martínez

Edita
Cátedra Empresa Familiar Mare Nostrum UMU_UPCT
ISSN 2254-6286

Contexto Económico

Análisis sobre la evolución de las principales magnitudes económicas y sus previsiones. Este apartado busca proporcionar una visión clara y fundamentada de las tendencias globales. La comprensión del contexto económico es clave para interpretar los resultados de la encuesta y anticipar los retos y oportunidades que podrían afectar a las empresas en el futuro próximo.

ECONOMÍA MUNDIAL

ECONOMÍA ESPAÑOLA

ECONOMÍA DE LA REGIÓN DE MURCIA

Economía Mundial

	Previsión 2024	Resultado 2024	Previsión 2025
Economía Mundial	2,9%	3,2%	3,2%
Economías avanzadas	1,4%	1,8%	1,8%
Economías emergentes	4,0%	4,2%	4,2%
España	1,9%	2,9%	2,1%
*Región de Murcia**	*1,8%*	*3,4%*	*2,7%*

Fuente: FMI |*BBVA.

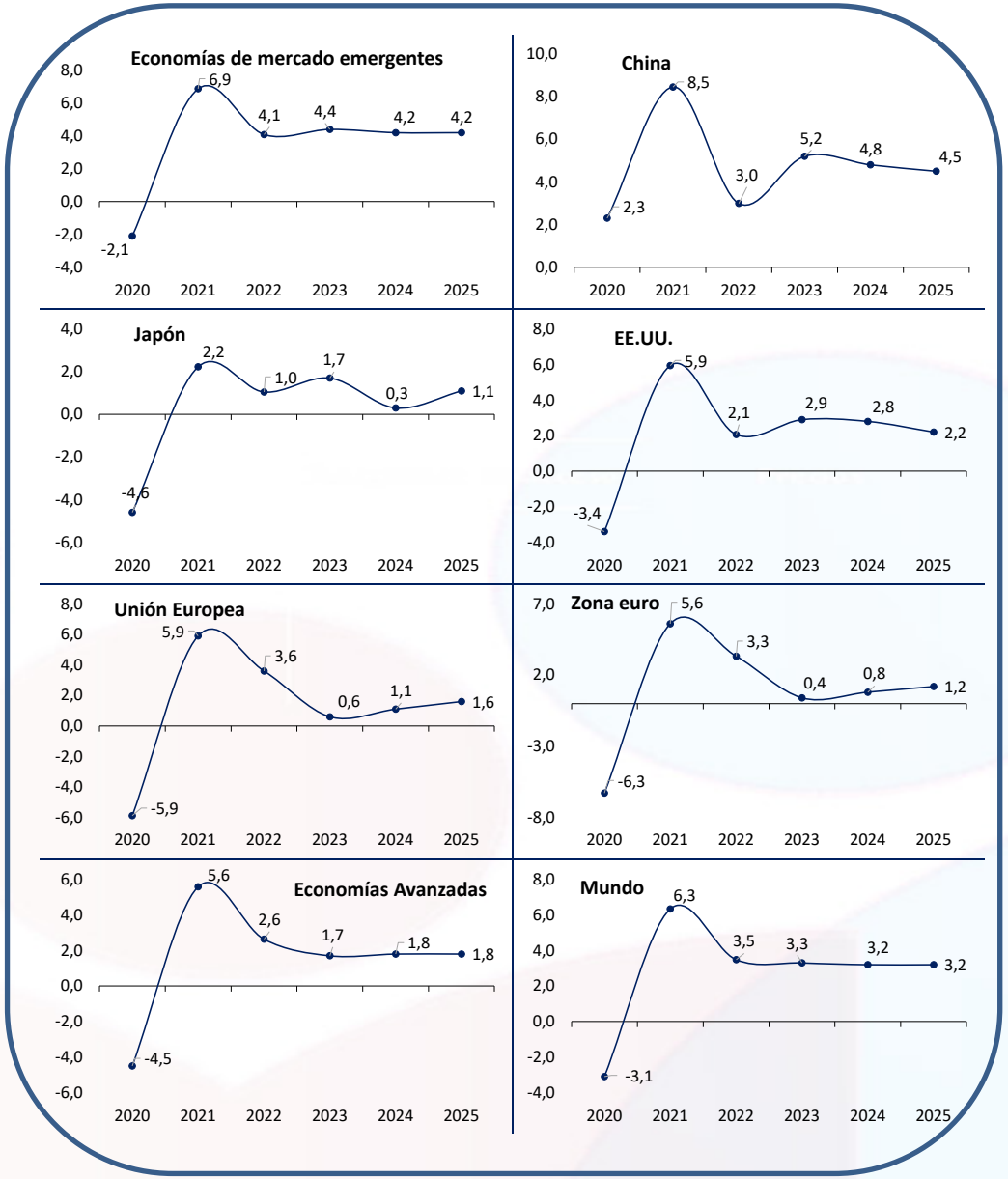
Crecimiento mundial estable

Las correcciones al alza de las previsiones de economías como la de EEUU han compensado las revisiones a la baja de los pronósticos relativos a otras economías avanzadas, en particular, de los mayores países europeos.

También en algunas economías en desarrollo, el crecimiento se prevé menos intenso, como consecuencia en muchos casos de la intensificación de los conflictos.

En la mayoría de los países, la inflación está controlada, allanándose el camino para la relajación de la política monetaria.

El pronóstico de crecimiento mundial a cinco años (3,1%), continúa siendo menor al promedio observado antes de la pandemia.



Fuente: FMI (octubre 2024).

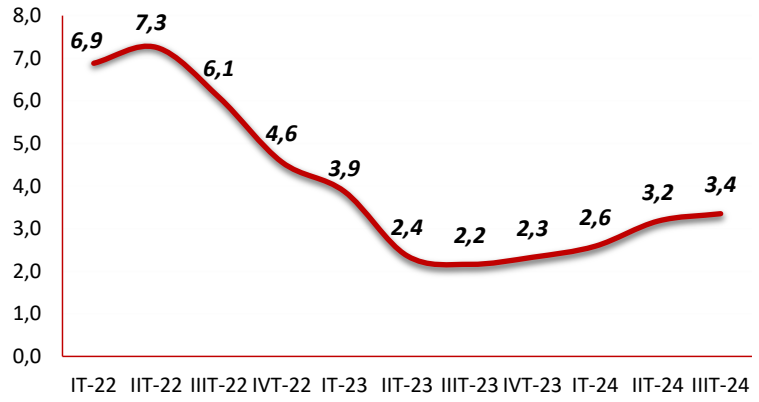
Economía España

El PIB nacional acelera su crecimiento en los tres primeros trimestres de 2024. En el tercer trimestre, todos los grandes sectores de actividad presentan tasas interanuales positivas.

El *sector primario* sigue siendo el más dinámico (7,5%). El VAB de las ramas *industriales* aumentó un 4,1% (4,6% la industria manufacturera), mientras que *Servicios* creció un 3,6%.

Por segundo trimestre consecutivo, la rama de *Construcción* es la que presenta una menor tasa (2,4%).

Producto interior bruto



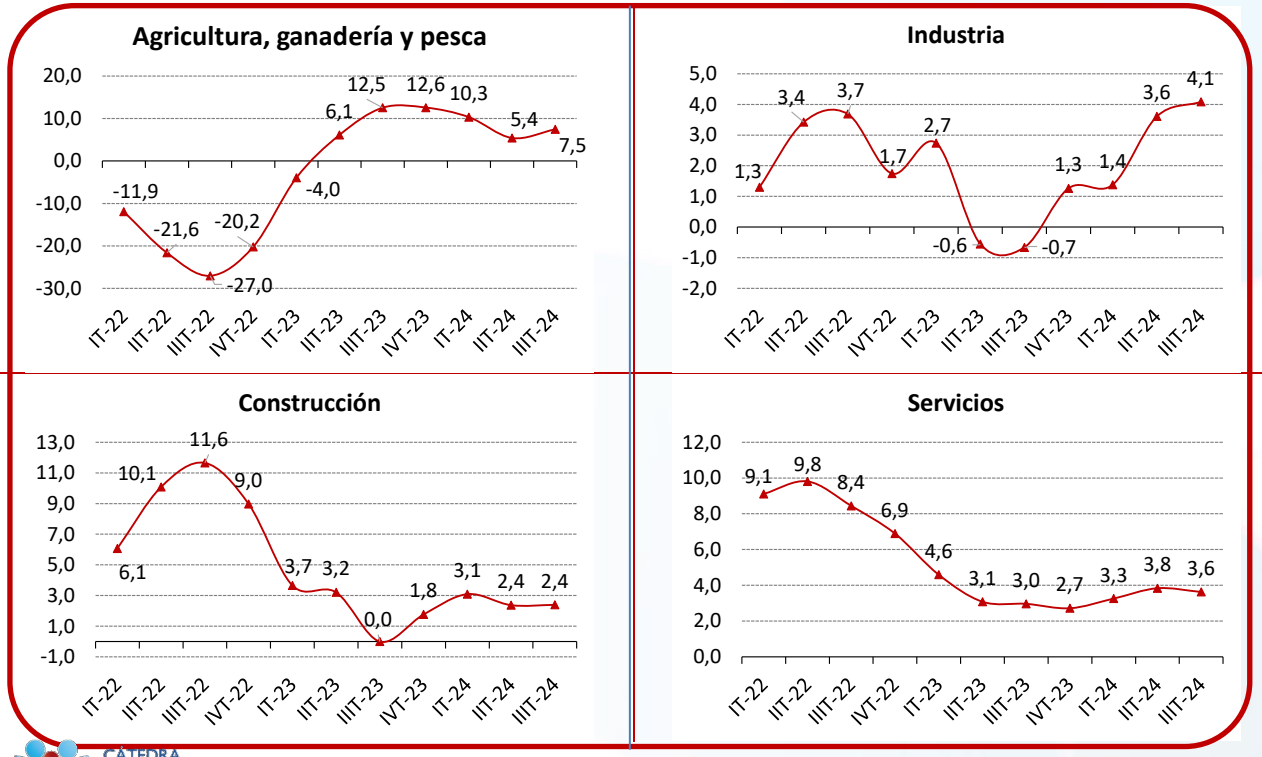
El gasto en *consumo final* aceleró cuatro décimas respecto al trimestre anterior (3,3% interanual; 2,8% el de los hogares y 4,7% el de Administraciones).

La *formación bruta de capital* mantiene su atonía, creciendo sólo un 0,8%.

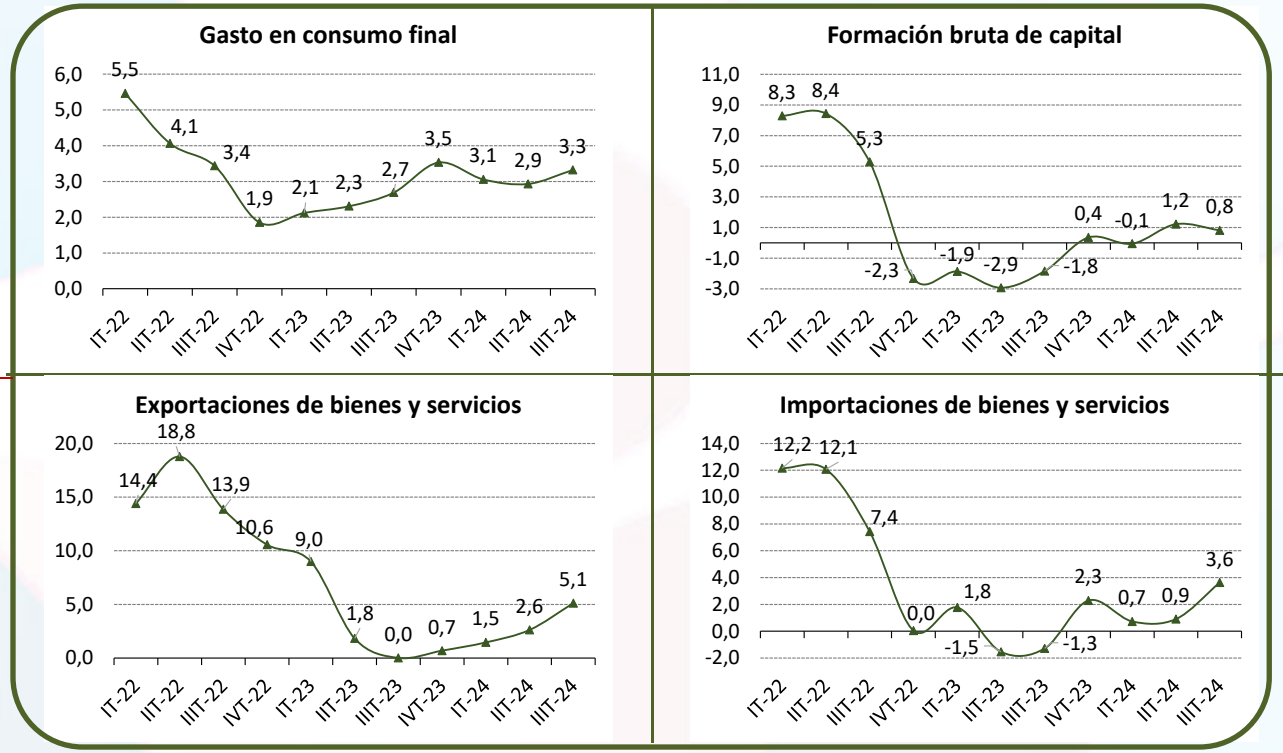
Las *exportaciones* presentaron una tasa interanual del 5,1%, mientras las *importaciones* registraron una variación del 3,6%.

En conjunto, la demanda nacional contribuyó con 2,7 puntos al crecimiento interanual del PIB, mientras la demanda externa aportó 0,7 puntos.

Evolución del PIB y sus componentes. Oferta. Tasas interanuales (%)



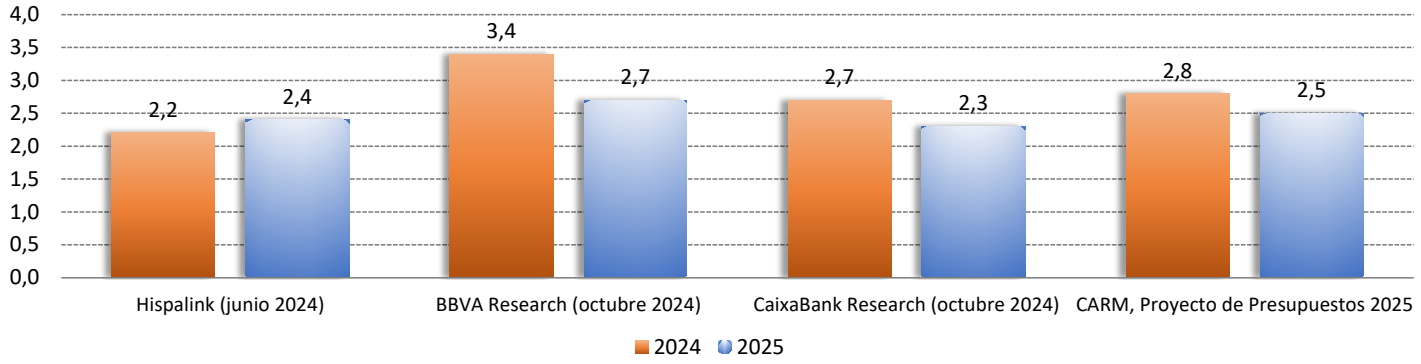
Evolución del PIB y sus componentes. Demanda. Tasas interanuales (%)



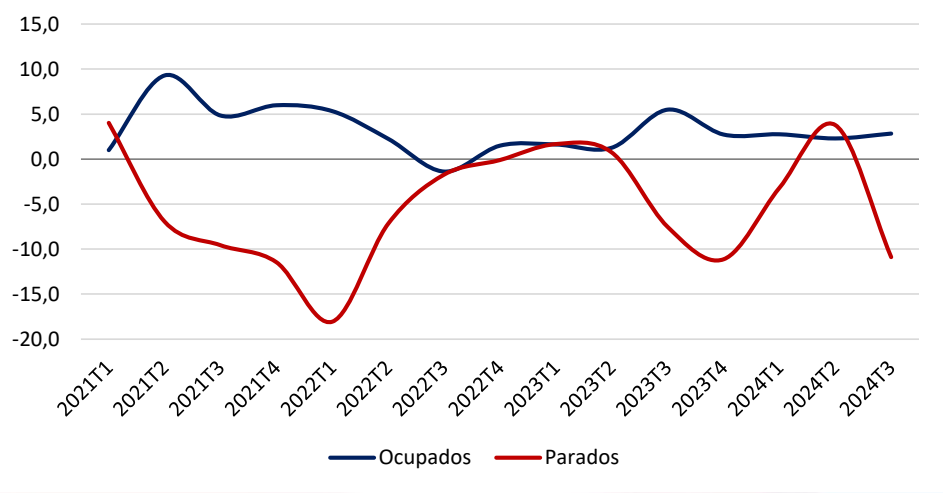
Economía Región de Murcia

Según las últimas previsiones, la Región de Murcia lidera el crecimiento por CCAA en 2024

Previsiones de crecimiento de la economía regional (var. interanual %).



Evolución del paro y la ocupación en la Región de Murcia (var. interanual %).



Fuente: INE (EPA).

El crecimiento del PIB regional se consolida en 2024, esperándose una suave desaceleración en 2025.

Según la AIReF, la Región de Murcia fue la Comunidad con mayor crecimiento interanual en el segundo trimestre del año (3,1%).

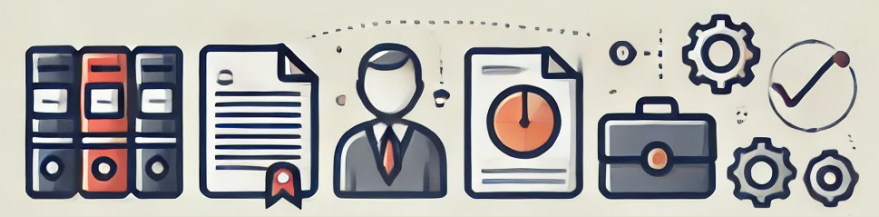
El gasto de las Administraciones Públicas y el buen comportamiento de las exportaciones (en los ocho primeros meses han crecido un 7,3% en volumen) sustentan el elevado crecimiento de la Región de Murcia.

También destaca la contribución positiva de los Servicios, en particular los turísticos (en el periodo enero-septiembre, los viajeros aumentaron un 5,7% y las pernoctaciones un 4,4%). Las ramas industriales se recuperan lentamente.

El mercado de trabajo regional se mantiene sólido.

La ocupación creció un 2,8% en tasa interanual en el tercer trimestre (1 punto más que en España) y el número de parados descendió casi un 11% (-4,9% en España).

Metodología



La sección de Metodología detalla el proceso seguido para la recolección de información. Incluimos una descripción del cuestionario empleado. Además, se presenta un listado de los participantes que colaboraron en la encuesta, lo que permite una mayor transparencia y credibilidad en los resultados presentados. Esta metodología asegura que los datos recopilados sean fiables y reflejen de manera fidedigna las percepciones y realidades del sector empresarial.

RECOGIDA DE INFORMACIÓN

CUESTIONARIO

PARTICIPANTES

Recogida de información y números anteriores

Empresa Familiar
Las Empresas Familiares se definen por la participación de una o varias familias en la propiedad y gestión, no obstante, su principal rasgo es su vocación de permanencia por lo que resultan esenciales en la generación de riqueza y empleo. En este estudio se emplea el criterio de autopercepción, están invitadas a participar las empresas que se consideren familiares.

Recogida de información
Cuestionario electrónico durante el mes de septiembre de 2024. La muestra son 110 empresas familiares representativas del tejido económico regional donde buena parte están asociadas a Amefmur.

Estructura de la encuesta
Parte fija:
- evolución y perspectivas económico-empresariales
- planteamiento estratégico
- dimensión familiar.

Parte monográfica: análisis de cuestiones específicas relevantes, normalmente con componente coyuntural. Histórico en tabla adjunta.

Número	Parte Monográfica	Entrevista
1 (2008)	Fiscal	D. José Mª Tortosa
2 (2009)	Financiación	D. Juan V Dávalos
3 (1S 2010)	Demanda	D. Francisco Marín
4 (2S 2010)	Mercado Laboral	D. Miguel Lloret
5 (1S 2011)	Confianza Empresarial	D. Tomás Fuertes
6 (2S 2011)	Medidas salida crisis	D. José Mª Albarracín
7 (1S 2012)	Carácter familiar	D. José Fuertes
8 (2S 2012)	Innovación	D. José Martínez
9 (1S 2013)	Formación	D. José J Peñalver
10 (2S 2013)	Estrategia	Dª. Isabel Sánchez
11 (1S 2014)	TICs	D. José A Planes
12 (2S 2014)	Internacionalización	D. Franco Cerdán
13 (1S 2015)	Entorno	D. Emilio Restoy
14 (2S 2015)	Crecimiento	Dª. Marian Cascales
15 (1S 2016)	Mujer y dirección	Dª. Nuria Sánchez
16 (2S 2016)	Ser empresa familiar	D. Juan Monreal
17 (2017)	Sucesión	D. Raúl Colucho
18 (2018)	Imagen	D. José Ángel Díaz
19 (2019)	Implicación familiar	D. Antonio López
20 (2020)	Crisis Covid-19: impacto y respuesta	D. José Mª Tortosa
21 (2021)	Sostenibilidad	D. José Mª Martínez
22 (2022)	Universidad y Empresa	D. Eduardo y D. Pedro Saura
23 (2023)	Escasez personal cualificado	D. Miguel Ángel López
24 (2024)	**Continuidad**	**D. Mariano Nicolás**

Cuestionario

Perfil Empresa

P0a. ¿A qué sector pertenece su empresa?

❍ Industria ❍ Construcción ❍ Comercio ❍ Servicios

P0b. Sobre su empresa:

Año fundación _____ Número empleados _____

P0c. El actual gerente de la empresa es:

El fundador ❍ Sí ❍ No | Miembro familia propietaria ❍ Sí ❍ No | Hombre ❍ Sí ❍ No | Edad ___

P0d. % propiedad familiar__ |% familiares en equipo directivo __ | % mujeres en equipo directivo __

Parte GENERAL: PERCEPCIÓN DE LA SITUACIÓN ECONÓMICA Y EMPRESARIAL

P1. En su opinión, ¿cómo es la situación de las siguientes variables?

	ÚLTIMO AÑO			PRÓXIMO AÑO		
Economía	Ha empeorado	Sigue igual	Ha mejorado	Empeorará	Seguirá igual	Mejorará
Española	❍	❍	❍	❍	❍	❍
Región de Murcia	❍	❍	❍	❍	❍	❍
Sector	❍	❍	❍	❍	❍	❍
Empresa	❍	❍	❍	❍	❍	❍

P2. En su opinión, ¿cuál ha sido la evolución en su empresa en las siguientes variables?

	ÚLTIMO AÑO			PRÓXIMO AÑO		
	Ha disminuido	Sigue igual	Ha aumentado	Disminuirá	Seguirá igual	Aumentará
Cifra de negocios	❍	❍	❍	❍	❍	❍
Número de trabajadores	❍	❍	❍	❍	❍	❍
Precio de venta	❍	❍	❍	❍	❍	❍
Inversiones realizadas	❍	❍	❍	❍	❍	❍
Exportaciones	❍	❍	❍	❍	❍	❍

P3. ¿En qué medida los siguientes elementos de su entorno obstaculizan su actividad empresarial?

	Nada				Mucho
Situación económica (inflación, tipos de interés, demanda…)	❍	❍	❍	❍	❍
Infraestructuras (transporte, tecnológicas…)	❍	❍	❍	❍	❍
Burocracia y obligaciones legales	❍	❍	❍	❍	❍
Estabilidad política y seguridad	❍	❍	❍	❍	❍
Escasez de personal cualificado	❍	❍	❍	❍	❍
Dificultades de financiación	❍	❍	❍	❍	❍
Disponibilidad de energía y materias primas	❍	❍	❍	❍	❍
Presión competitiva	❍	❍	❍	❍	❍

P4. En el ÚLTIMO AÑO ¿qué factores han sido fundamentales en el diseño de la estrategia de la empresa? (marque las opciones que estime convenientes)

- ❍ Calidad y atención al cliente
- ❍ Acceso a nuevos mercados/sectores
- ❍ Lanzamiento nuevos productos
- ❍ Agilidad de procedimientos
- ❍ Cualificación y motivación del personal
- ❍ Organización de responsabilidades
- ❍ Instalaciones y equipamiento
- ❍ Relación y colaboración externas
- ❍ Control de costes
- ❍ Adaptación al entorno

Parte GENERAL: DIMENSIÓN FAMILIAR

P5. En su concepto de éxito, ¿qué importancia tienen los siguientes factores? (1 a 10)

	Importancia
Rentabilidad	
Crecimiento (empleados, ventas…)	
Continuidad para la transmisión generacional	
Contribución a la sociedad (empleo, innovación, progreso, sostenibilidad)	
Satisfacción personal (autonomía, logro, poder, seguridad, reconocimiento)	

P6. Díganos si su empresa ha adoptado los siguientes instrumentos:

	Sí	En proceso de implantación	No
Plan Estratégico de la empresa	❍	❍	❍
Plan de Sucesión	❍	❍	❍
Consejo de Administración	❍	❍	❍
Protocolo Familiar	❍	❍	❍

P7. ¿Qué planteamiento de gobierno corporativo tiene para los próximos 2-3 años?

	Nada				Mucho
Incorporar externos a la propiedad	❍	❍	❍	❍	❍
Incorporar externos a la dirección	❍	❍	❍	❍	❍
Transmisión generacional	❍	❍	❍	❍	❍
Venta total o parcial	❍	❍	❍	❍	❍
Cierre	❍	❍	❍	❍	❍

P7t En caso de transmisión generacional, ¿qué relación familiar tiene la persona en la que recaerá la dirección?

- ❍ No familiar
- ❍ Hijo
- ❍ Hijastro
- ❍ Sobrino
- ❍ Yerno/Nuera
- ❍ Nieto
- ❍ Otro
- ❍ No está decidido aún

P7a. En caso de posible discontinuidad, ¿qué importancia tienen los siguientes aspectos?

	Nada				Mucho
Falta de rentabilidad	❍	❍	❍	❍	❍
Oportunidades de venta	❍	❍	❍	❍	❍
Falta de relevo	❍	❍	❍	❍	❍
Dedicación a otros proyectos	❍	❍	❍	❍	❍
Cansancio (burocracia, impuestos…)	❍	❍	❍	❍	❍

P8. ¿En qué generación se encuentra la empresa? ❍ Primera ❍ Segunda ❍ Tercera o posterior

P9. Para el PRÓXIMO AÑO ¿qué cuestiones claves de cualquier ámbito cree que serán determinantes en la evolución de su negocio familiar? _____

Empresas participantes

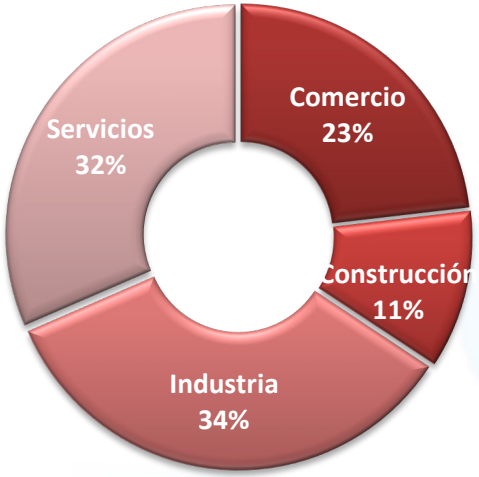
- 2 VECES MARKETING, S.L.
- AGROQUIMICOS LOS TRIVINOS S.L.
- AGROQUMICOS LUCAS S.L.
- AGROSOLMEN, S.L.
- ANIS FLOR DE MURCIA S.L.
- ANÓNIMO
- ANTONIO GONZALEZ BERENGUER S.A.
- ANTONIO MUNOZ BAENAS S.L.
- ARCKITOURE S.L.
- AREAS CONSULTORES MURCIA S.L.
- ARENISCAS ROSAL S.A.
- ARIDOS Y PREFABRICADOS BARINAS S.L.
- AROMAIBERICA SERRANA S.L.
- AUTOCARES IBEROCAR S.A.
- AVICOLA LEVANTINA S.A.
- BALNEARIO DE ARCHENA S.A.
- BELMONTE BUS S.L.
- BSA MEDIADORES S.L.L.
- BODEGAS MARTINEZ HERRERO S.L.
- CARAMELOS CERDAN S.L.
- CARPINTERIA DE MADERA SAN JAVIER S.L.
- CASA EL ALIAS, S.L.
- CONESA FERNANDEZ S.L.
- CONSERVAS ALGUAZAS, S.L.
- CONSTRUCCIONES PEREZ SAURA S.L.
- CONSULTORES T. PACHECO, S.L.L.
- CONTENEDORES ASTESA S.L.
- CRISTALERIA Y ALUMINIOS FELIPE JIMENEZ DIAZ S.L.
- DESTILERIAS MUNOZ GALVEZ S.A.
- DISTRIBUCIONES MARIA DEL CARMEN SANTOS, S.L.
- DISTRIBUCIONES ROLLMUR S.L.
- DISTRICAM LICORES S.L.
- DOSCADESA 2.000 S.L.
- EMBUTIDOS ARTESANOS CALENTEJO S.COOP.
- ESENCIAS MARTINEZ LOZANO S.A.
- ESTRUCTURAS METALICAS LOYMA S.L.
- EXPLOTACIONES HOTELERAS EL CHURRA S.L.
- EXPLOTACIONES LLAMAS FERNANDEZ SL
- FEJIMA S.A.
- FLORENCIANO S.L.
- FONDEAL S.L.
- FRUTAS LOAR S.L.
- FUNDIRMETAL AMANDO S.L.
- GAMOPLAST S.L.
- GENERAL IBERICA DE EXTINTORES S.A.
- GESPROGA SOLUCIONES S.L.
- GREYPE S.L.
- GRUPO ALJEMA REOLSA S.L.U.
- GRUPO ALMAGRO MUR S.L.
- GRUPO EMPRESARIAL MONTIEL Y GARCIA, S.L.
- GRUPO EMPRESARIAL RELESA S.L.
- HERMANOS ESCAMEZ SANCHEZ, S.L.
- HIDRAULICAS CARTHAGO S.L.
- HIJOS DE ANTONIO MARTINEZ PEREZ C.B.
- HIJOS DE TOMAS CAMPOS S.L.
- HIMAR ACEROS, S.L.
- HISPANO LUSA DE MAQUINARIA S.L.
- HOGAR HOTEL DIAZ S.L.
- HORTAMED S.L.
- IBERLUKA S.L.
- INDUSTRIAS VILECAR S.L.
- INGENIERIA ELECTROMECANICA MURCIANAS.L.
- INMUEBLES EN ARRENDAMIENTO JOSEFINA GARCIA
- INSTALACIONES BALSAS SANCHEZ S.L.
- INSUR PROTECCION VEGETAL S.A.
- JUAN JOSE ALBARRACIN S.A.
- JUMSAL S.A.
- LA CASA DEL PINTOR TU CASA SL
- LA NINA DEL SUR S.L.
- LEGUMBRE LA FUENSANTICA S.A.
- LISERINOX S.L.L.
- LUIS SANCHEZ GARCIA E HIJAS S.L.
- MANEX PUBLICIDAD S.L.
- MAQHERSAN S.L.
- MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS DEL SURESTE S.A.
- MAQUINARIA Y RECAMBIOS DE LEVANTE S.L.
- MARMOLES Y CONSTRUCCIONES MURCIA S.L.
- MARVER COMUNICACION GRAFICA S.L.
- MECANICAS BOLEA S.A.
- METALMECANICAS HERJIMAR S.L.
- MUEBLES SAN JOSE S.L.
- MUEBLES YUGAR S.L.
- NAUTICA ASTILLEROS CARRASCO, C.B.
- OMARE S.L.
- ORTOPEDIA MOLINENSE, S.L.
- PACO VILLASCUSA, S.L.
- PALEC ECOLOGICO S.L.
- PASCAMOR S.L.
- PERSIMASTER S.L.
- PINTURAS ALBER S.L.
- PINTURAS HERMANOS RIZAOS S.L.
- PLASTICOS DEL SEGURA S.L.
- PREFABRIC. FUENTE ALAMO PEDRO GARCIA PINTADO S.L.
- PREFABRICADOS DE HORMIGONES MONTALBAN Y RODRIGUEZ, S.A.
- PRIMAFRIO S.L.
- PROMOCIONES TESY S.A.
- RECICLAJES DE MOLINA S.L.
- REGIBEL Y JCS REDES S.L.
- REPUESTOS MURCIA S.L.
- REVESTIMIENTOS TODOPLAS S.L.
- ROBERT POCKLIGTON S.L.
- SDAD COOP OMBLANCAS
- SEBASTIAN PEREZ S.L.
- SOLYSAL S.L.
- SONIDO 2000 S.L.
- SUMINISTROS OTON S.A.
- TALLERES GOMARIZ S.A.
- TRANSPORTES ATANASIO MOLINA TOMAS S.L.
- TRATAMIENTOS DUROS S.L.
- ULTRACONGELADOS AZARBE S.A.
- YECLAGRAFIC S.L.

Descripción de la muestra

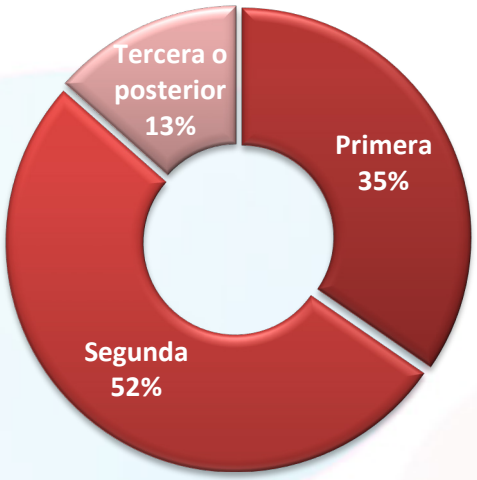
Se describe el perfil empresarial de las empresas participantes. En concreto, sector económico, tamaño de la empresa, generación al frente de la dirección y sexo del gerente. Esta información permite contextualizar los resultados y entender mejor las distintas perspectivas aportadas por una muestra diversa y representativa del tejido empresarial.

SECTOR | TAMAÑO | GENERACIÓN | GERENTE

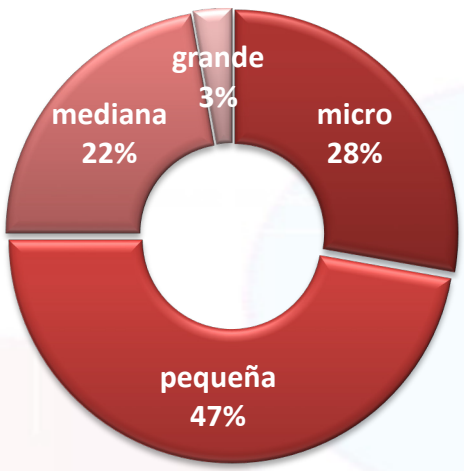
Descripción de la muestra



Sector



Generación



Tamaño

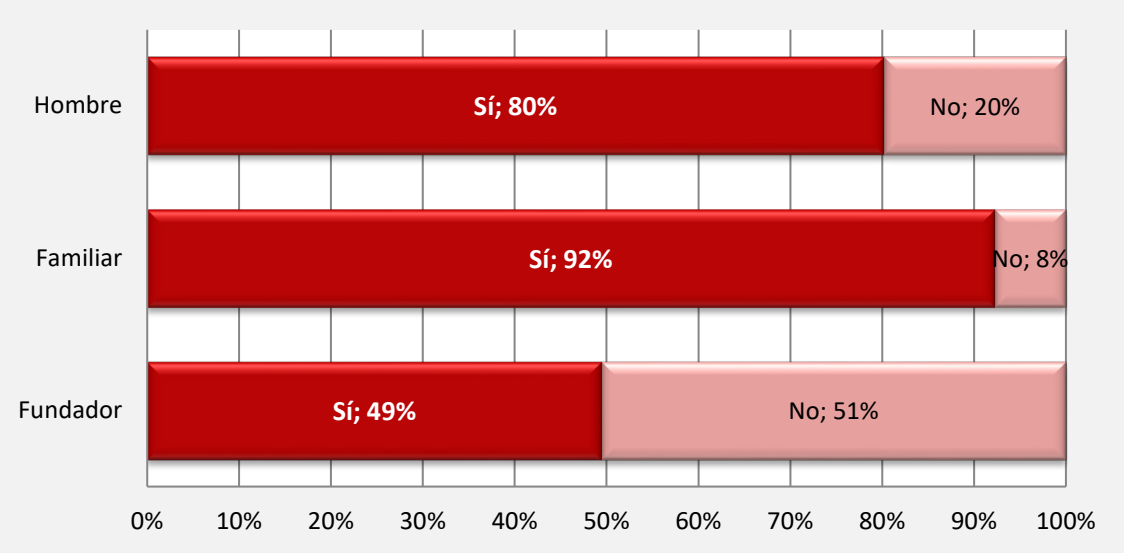
Empresas industriales (34%), en segunda generación (52%) de tamaño pequeño (10 a 49 empleados) (47%)

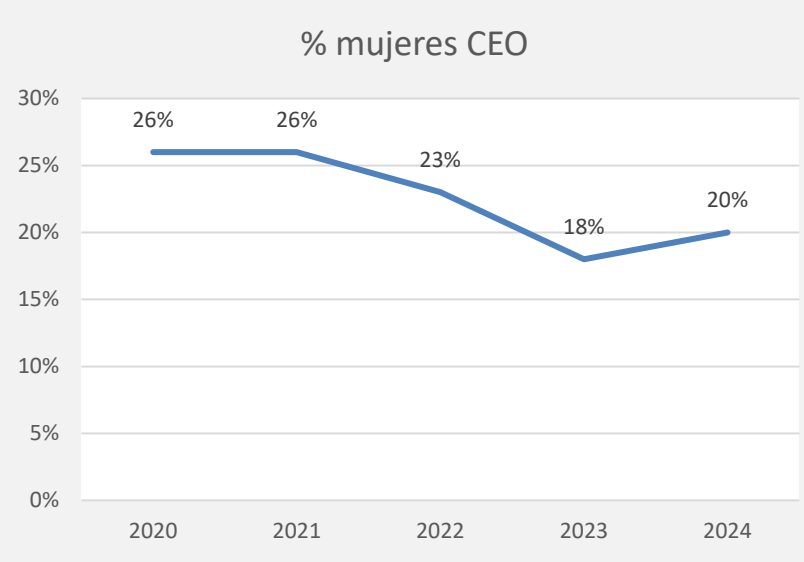
Descripción de la muestra

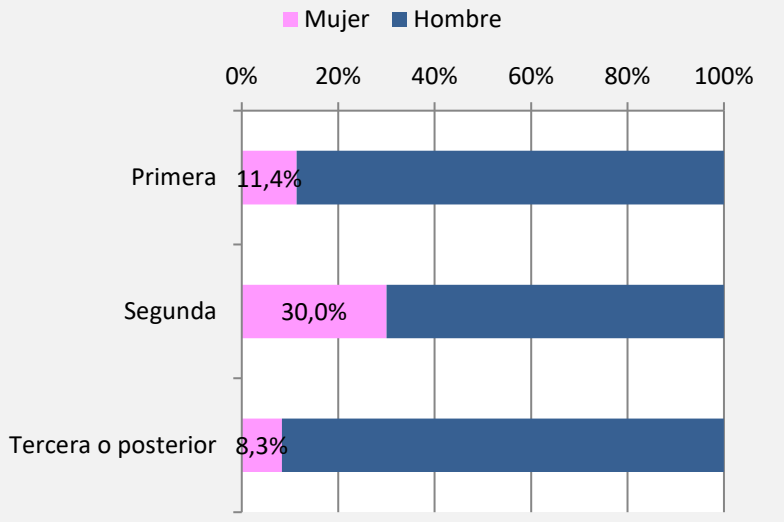
Dirigidas por hombres (80%), pertenecientes a la familia (92%) distribuido casi por igual entre fundadores (49%) y sucesores (51%)

La mayor proporción de empresas familiares dirigidas por mujeres tiene lugar en las empresas en segunda generación (30%)

CEO







Situación económico-empresarial

Empleo de saldos (diferencia entre aumento y disminución, por tanto, variando de -100 a +100) para valorar la percepción de la evolución el último año y expectativas para el siguiente sobre:

- Situación económica (nacional, regional y de la empresa)
- Situación de la empresa (ventas, empleo, inversiones, precios y exportaciones)

Elaboración del Índice de Confianza Empresarial (ICEF) como promedio de la evolución y perspectivas de las variables empresariales.

ECONOMÍA

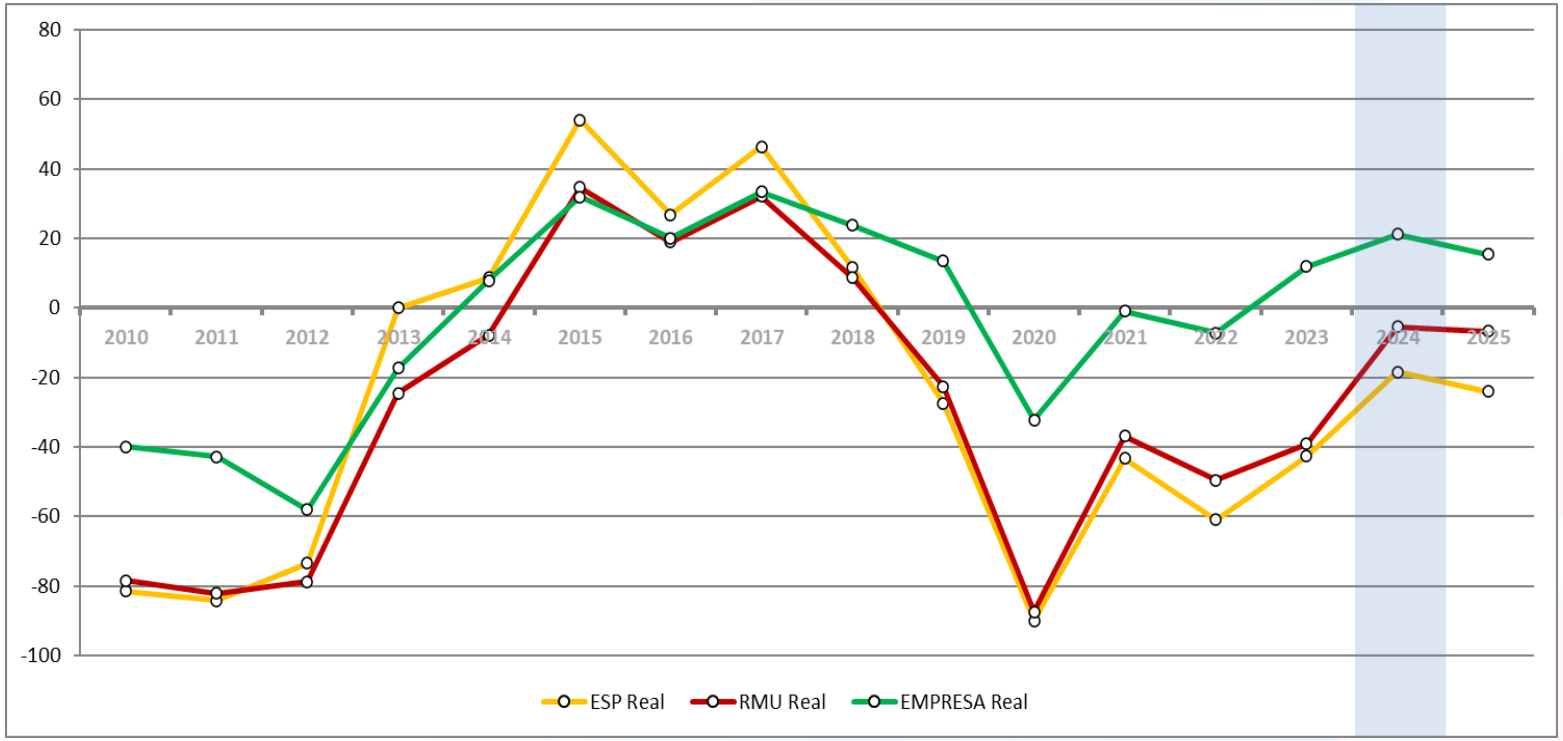
EMPRESA

ICEF

Evolución de la situación económica

	Ha empeorado	Sigue igual	Ha mejorado	Saldos Netos	Δ anual	Expectativa
Economía Española	38,9%	40,7%	20,4%	**-18,5%**	**24**	-24,0%
Economía Murcia	28,4%	48,6%	22,9%	**-5,5%**	**33,6**	-6,7%
Economía Sector	33,3%	46,3%	20,4%	**-13,0%**	**14,3**	-15,5%
Economía Empresa	16,5%	45,9%	37,6%	**21,1%**	**9,3**	15,4%

Aun con saldos negativos, se ha producido una importante mejora en la percepción de la situación económica, especialmente en la R. Murcia. Las expectativas para el próximo año apenas suponen una variación. La opinión sobre la propia empresa sigue siendo positiva.

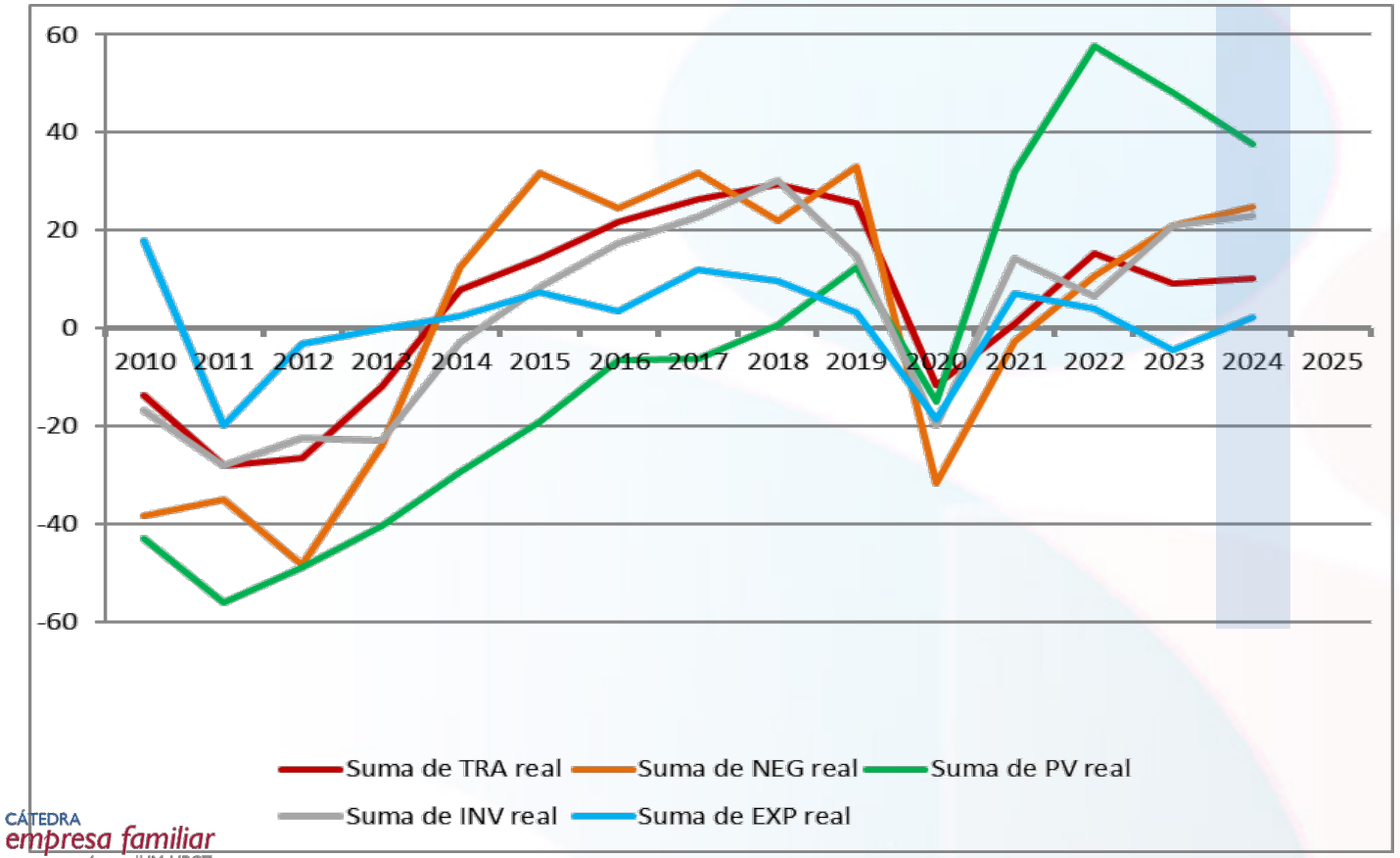


Situación 2024
España: **-18,5** (↑24) mejor 20,4%
Mu: **-5,5** (↑33,6) mejor 22,9%
Empresa: **21,1** (↑9,3) mejor 37,6%

Perspectivas 2025
España: **-24** (↓6) mejor 17%
Mu: **-6,7** (↓1) mejor 20%
Empresa: **15,4** (↓6) mejor 32%

Evolución de la actividad empresarial (1)

	Ha empeorado	Sigue igual	Ha mejorado	Saldos Netos	Δ anual	Expectativa
Cifra de negocios	24,8%	25,7%	49,5%	**24,8%**	**3,9**	28,4%
Nº Trabajadores	13,8%	62,4%	23,9%	**10,1%**	**1**	14,6%
Precio de venta	12,3%	37,7%	50,0%	**37,7%**	**-10,5**	27,7%
Inversiones realizadas	10,2%	56,5%	33,3%	**23,1%**	**2,2**	23,8%
Exportaciones	13,5%	70,8%	15,6%	**2,1%**	**6,6**	12,2%



Todas las variables con saldos positivos con ligeros crecimientos respecto al pasado año, excepto los precios de venta que disminuyen su incremento.

Mejor comportamiento (excepto precios):

- cifra de negocios (24,8 puntos), con 49,5% empresas aumentando sus ventas en 2024
- Inversiones (23,1 puntos), 33,3% de empresas aumentando sus inversiones

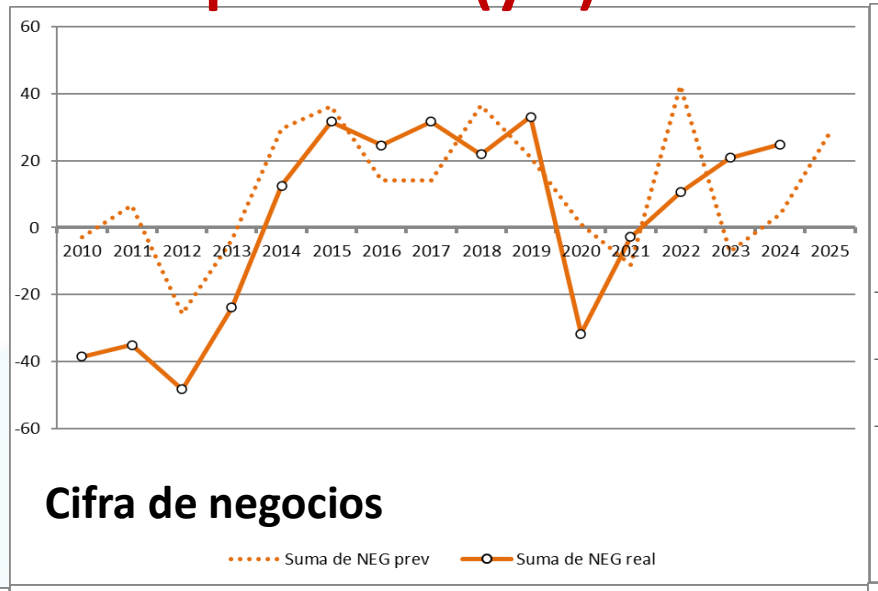
Respecto a las **expectativas**:

- mejora de 10 puntos en exportaciones
- Mejora 4,5 puntos en empleo y 3,6 puntos en ventas
- Estabilidad inversiones
- Descenso en precios (10 p)

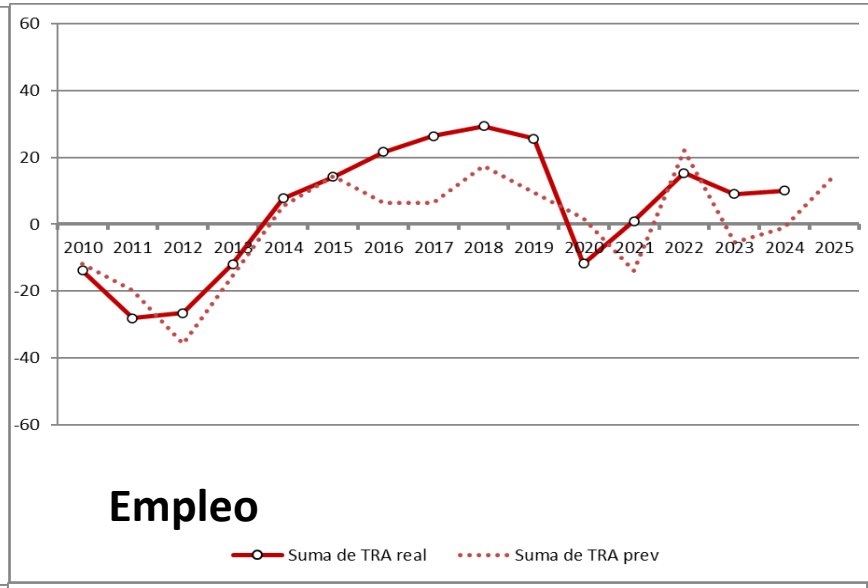
Evolución de la actividad empresarial (y 2)

Representación de la evolución de cada variable en los últimos años. En línea discontinua se superpone la previsión para cada año realizada el año anterior.

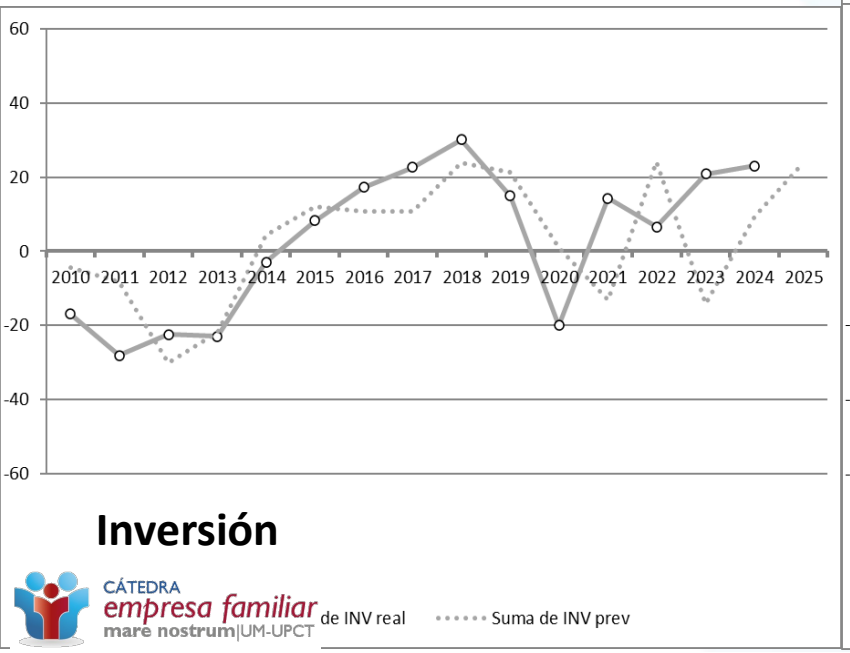
En 2023 y 2024 los saldos reales superan claramente a las previsiones en cifra de negocios, empleo e inversiones.



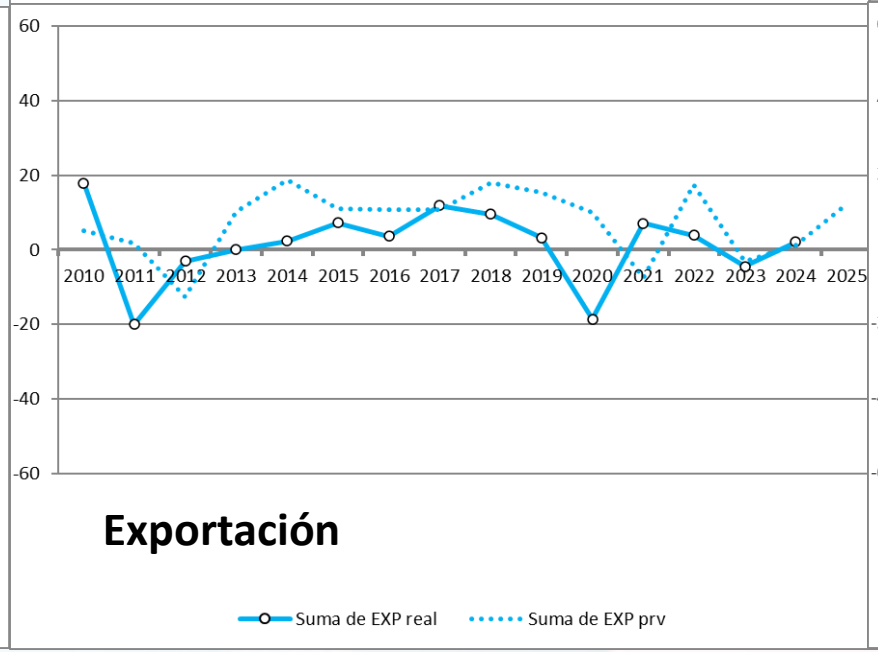
Cifra de negocios



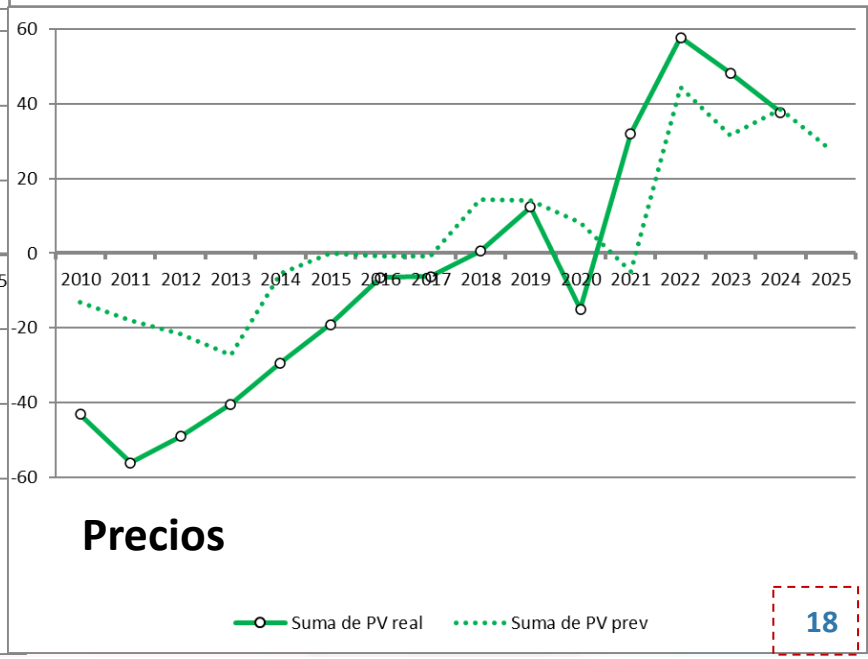
Empleo



Inversión



Exportación



Precios

Índice de Confianza Empresa Familiar

El Indicador de Confianza Empresaria Familiar (ICEF) mide de forma regular el pulso de la actividad económica a través de los valores reales y las expectativas previstas en la cifra de negocio, número de trabajadores e inversiones realizadas.

Este indicador varía entre ±100 puntos. De forma que valores positivos indican avances en la actividad de la empresa, mientras que datos negativos señalan un retroceso en la misma.

En 2024 experimenta una subida de 10,2 puntos situándose en 20,8 puntos y acercándose a valores previos a la pandemia y a la situación en 2016.

El mejor comportamiento se produce en las expectativas.

Planteamiento estratégico

Examen de los principales desafíos del entorno que perciben las empresas y las estrategias que adoptan para enfrentarlos, así como los factores que consideran clave para el próximo año.

Este análisis permite identificar las prioridades y enfoques predominantes en la planificación empresarial, ofreciendo una visión sobre cómo las organizaciones se preparan para adaptarse y prosperar en un entorno en constante cambio.

ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA

OBSTÁCULOS

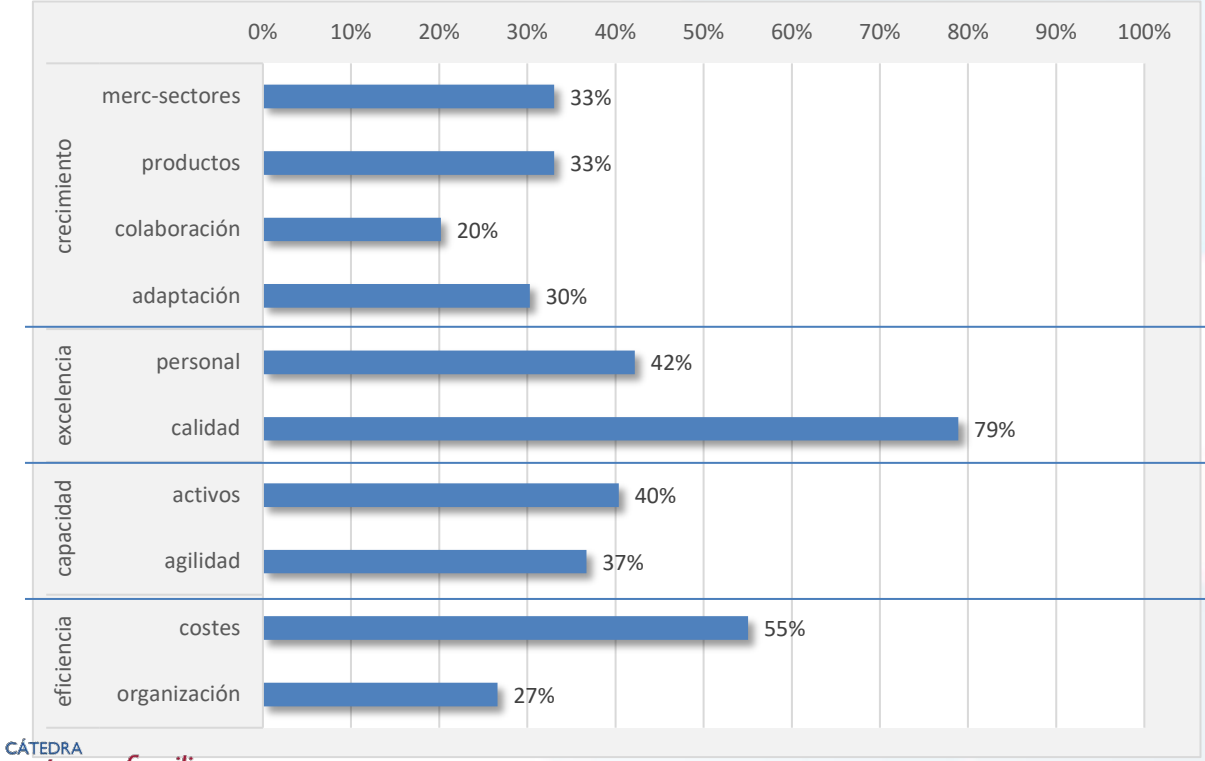
ICEN

FACTORES CLAVE

Orientación estratégica

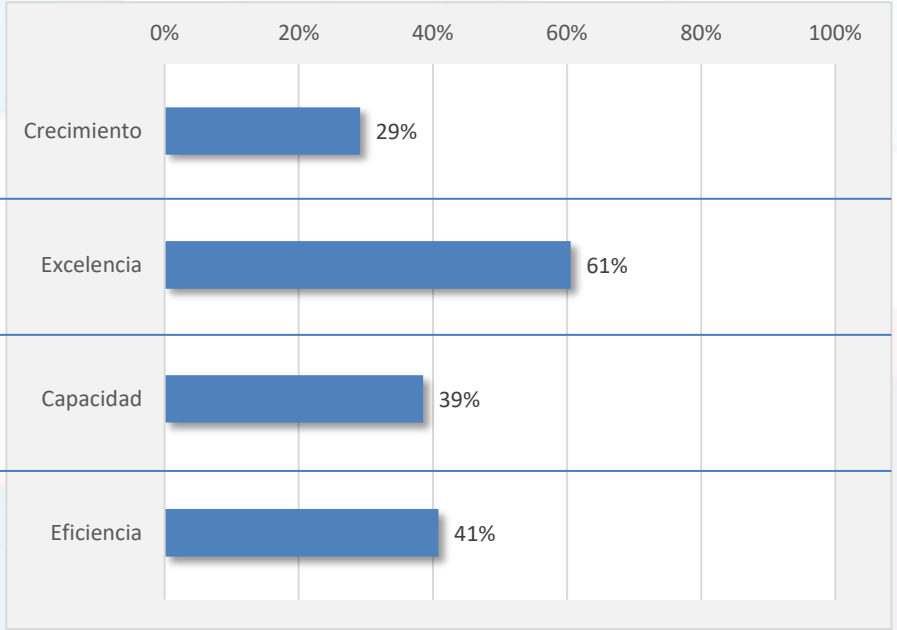
A partir de los factores fundamentales sobre los que se ha basado su estrategia el último año, se han identificado las 4 orientaciones estratégicas:

1. **Crecimiento**: acceso a nuevos mercados y/o sectores; lanzamiento de nuevos productos; relación y colaboración externas; y, adaptación al entorno.
2. **Excelencia**: cualificación y motivación del personal; y, calidad y atención al cliente.
3. **Capacidad**: instalaciones y equipamiento; y, agilidad de procedimientos.
4. **Eficiencia**: control de costes; y, organización de responsabilidades.

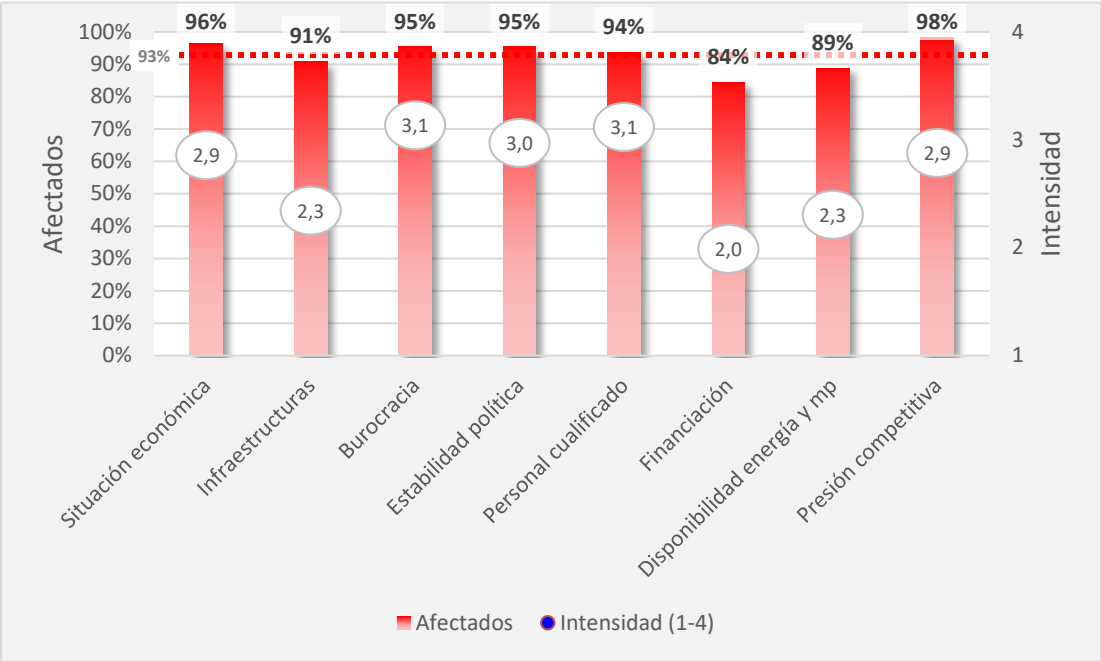


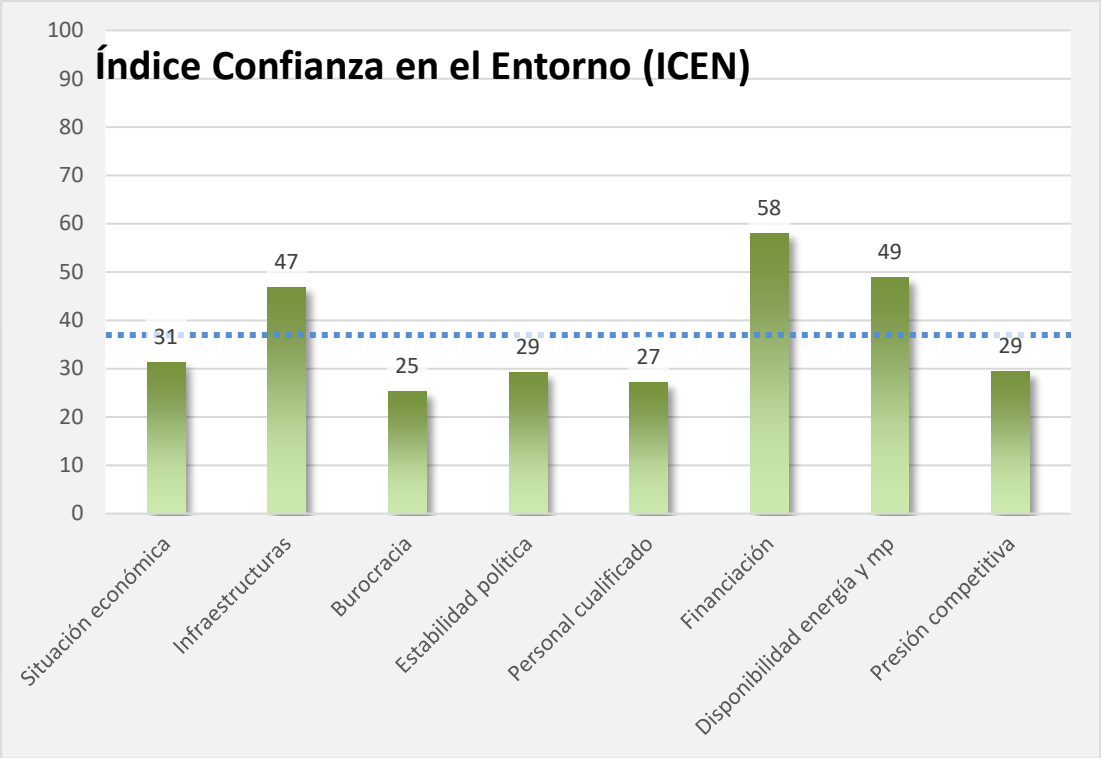
Las empresas familiares murcianas apuestan mayoritariamente por la calidad (79%) que junto con su preocupación por el personal (42%), convierte en **orientación estratégica principal la excelencia.**

Asimismo, destaca el control de costes (55%) llevando a la orientación por **la eficiencia en la segunda más importante**.



Obstáculos - ICEN





A excepción de la financiación, el resto de los elementos afecta prácticamente **a más del 90% de las empresas limitando su actividad.** Destaca la **presión competitiva** (98%) y la adversa situación económica (96%).

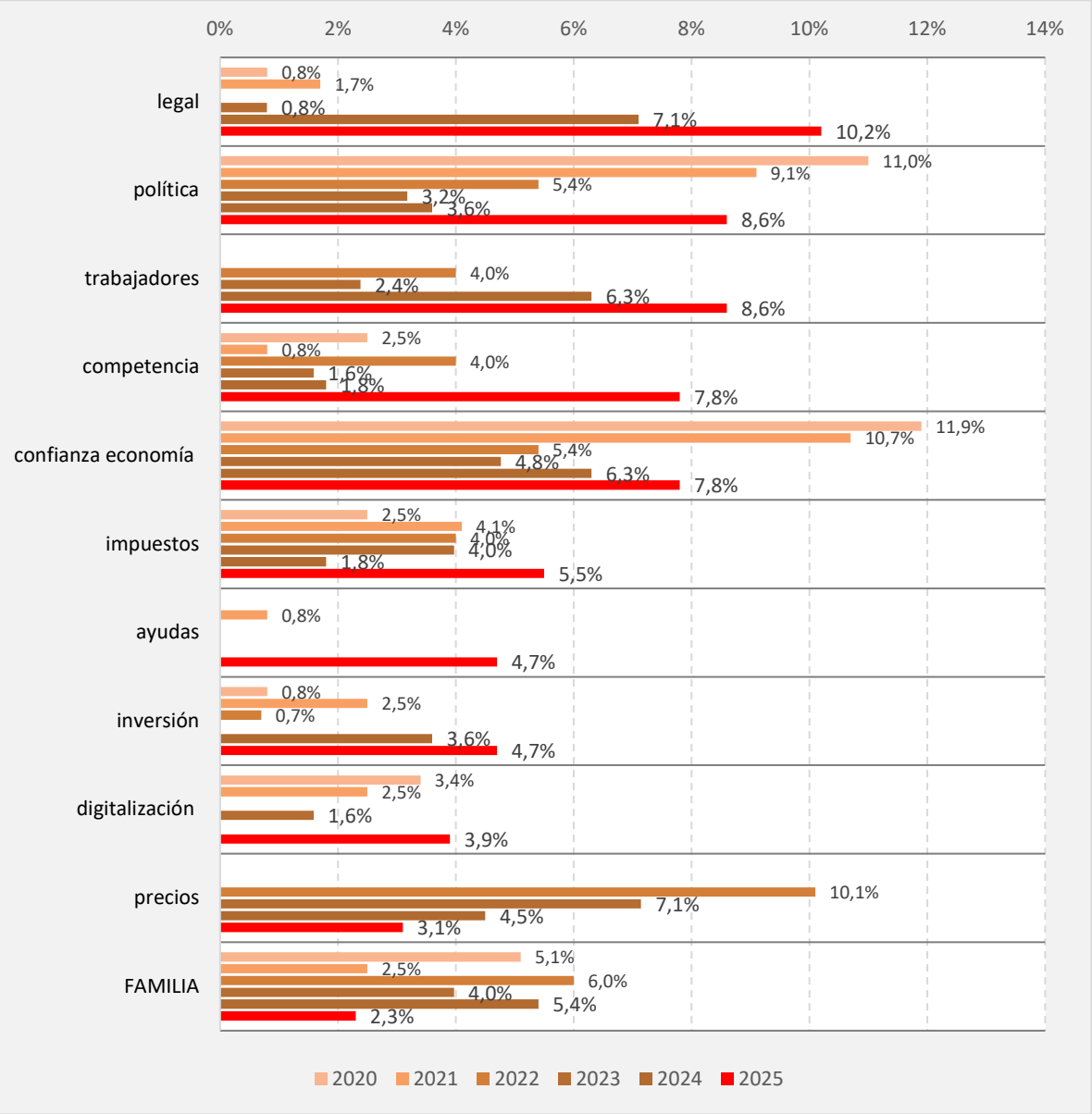
De las empresas afectadas por cada factor, la mayor intensidad se produce en la **escasez de personal cualificado y la burocracia** (3,1 sobre 4 en ambos casos), seguido de la estabilidad política (3).

El ICEN (0 a 100) considera la medida en que cada factor resulta atractivo (o no es un obstáculo) para el desarrollo de la actividad empresarial.

Globalmente para 2024 alcanza el valor de 37.

+ favorable	- favorable
(58) Financiación	(25) Burocracia
(49) Disponibilidad materias primas y energía	(27) Personal cualificado
(47) Infraestructuras	(29) Estabilidad política | Presión competitiva

¿Cuestiones claves para el próximo año?



Como resultado de la codificación de las respuestas a esta pregunta abierta emergen las siguientes preocupaciones principales:

1) **Factor Legal** (10,2% de las menciones), los encuestados hacen referencia al exceso de burocracia y la presión regulatoria.
2) **Factor Político** (8,6%), demandan estabilidad política, criterios claros y apoyo a las empresas. Segunda subida anual más acusada (5 puntos)
3) **Trabajadores** (8,6%), muestran su preocupación por la cualificación, absentismo y compromiso.
4) **Competencia** (7,8%), inquietud ante la competencia fuera de la EU, la desleal, también la online. Subida anual más acusada (6 puntos).
5) **Confianza economía** (7,8%), evolución del entorno económico, fundamentalmente mundial.
6) **Impuestos** (5,5%), presión fiscal.
7) **Ayudas** (4,7%), concesión y tramitación de ayudas. Tercera subida anual (4,7 puntos)
8) **Inversión** (4,7%) para aumentar la capacidad productiva.
9) **Digitalización** (3,9%), cuarta subida anual (3,9 puntos).

Dimensión familiar

La sección de Dimensión Familiar aborda aspectos específicos de las empresas familiares participantes en la encuesta. Se exploran los objetivos que persiguen los empresarios familiares, las herramientas de planificación empresarial y familiar que emplean, y los planteamientos de gobierno corporativo que proyectan para los próximos años. Este análisis incluye la profesionalización y la continuidad de la empresa, elementos clave para asegurar la estabilidad y el éxito de las futuras generaciones.

OBJETIVOS

PLANIFICACIÓN

GOBIERNO CORPORATIVO

Objetivos

El análisis factorial revela dos orientaciones:

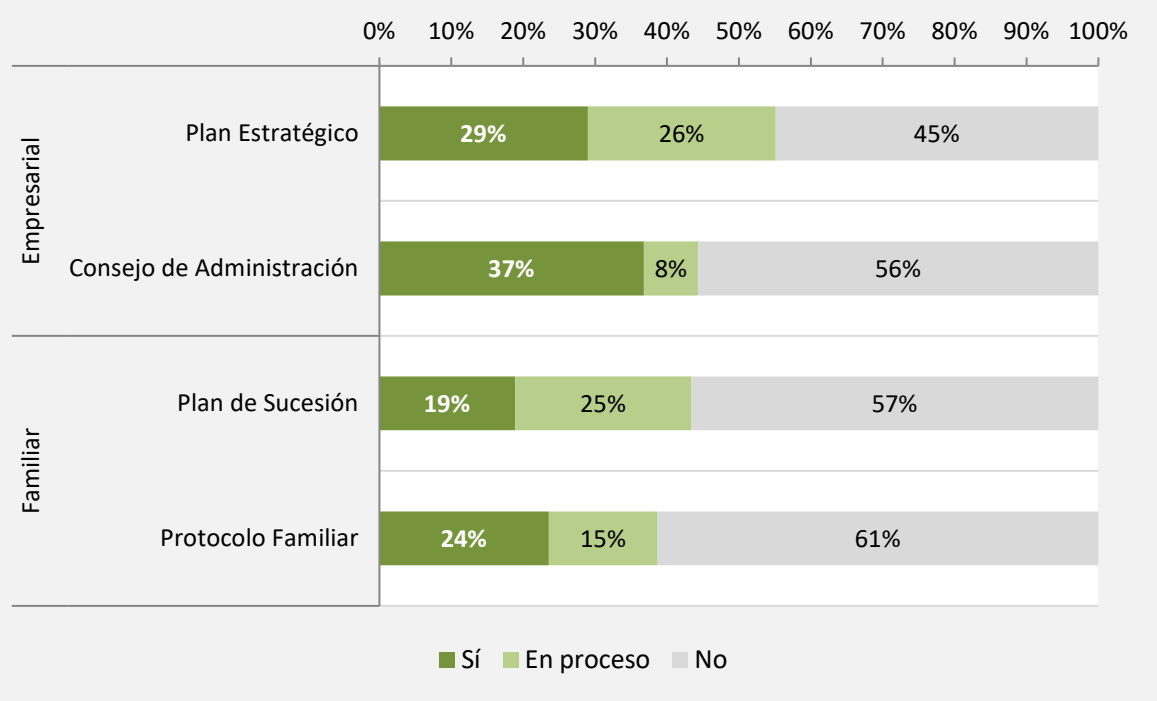
1. **Sostenibilidad**: existe una relación entre la continuidad para la transmisión generacional; la contribución a la sociedad en términos de creación de empleo, innovación y progreso; y el crecimiento, aumento de empleados y ventas.
2. **Factor directivo**: la satisfacción personal en términos de autonomía, logro, poder, seguridad y reconocimiento está asociada a la rentabilidad empresarial.

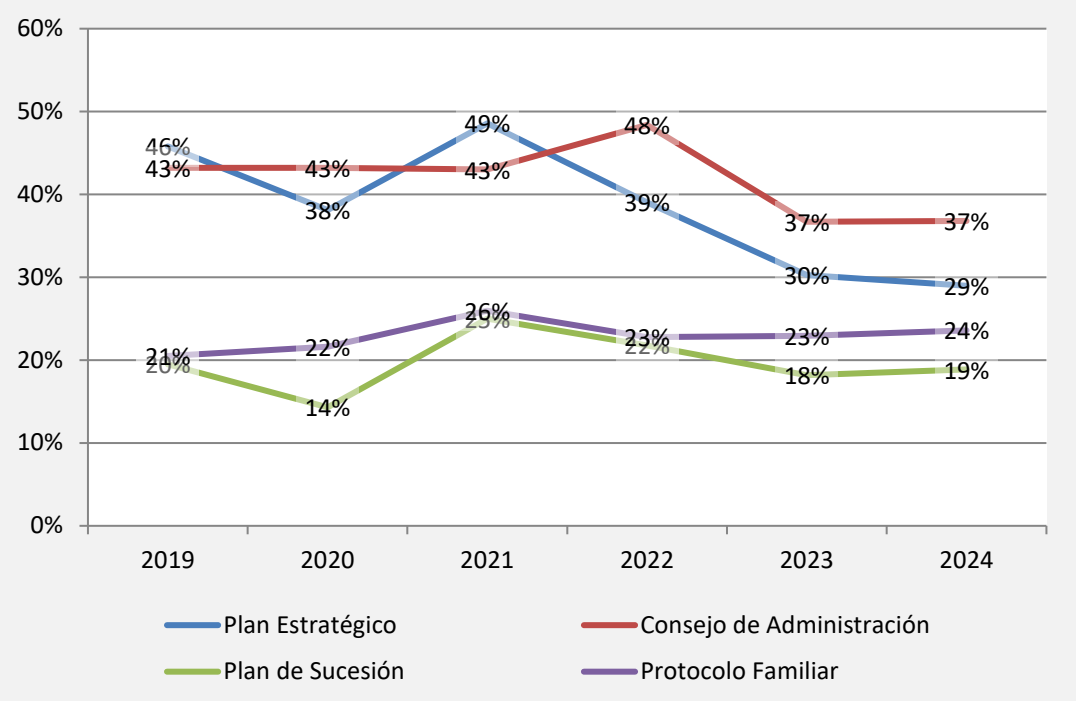
Preguntados sobre los principales objetivos perseguidos, todos ellos tienen una importancia elevada (7,9 de media).

A nivel individual, la **rentabilidad** (8,7) destaca sobre el resto de factores. A nivel de orientación, el factor directivo asciende a 8,3 por 7,6 de sostenibilidad.

En su concepto de éxito, ¿qué importancia tienen los siguientes factores? (1 a 10)

Instrumentos de planificación





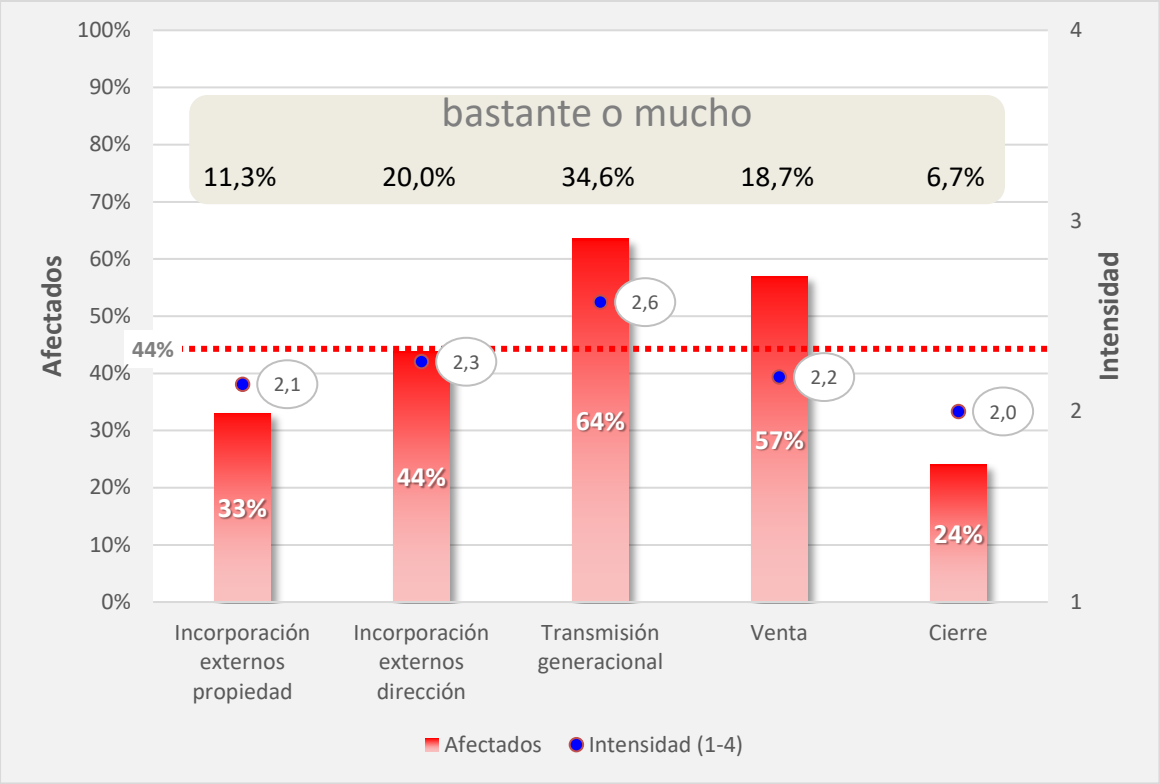
Planificación empresarial

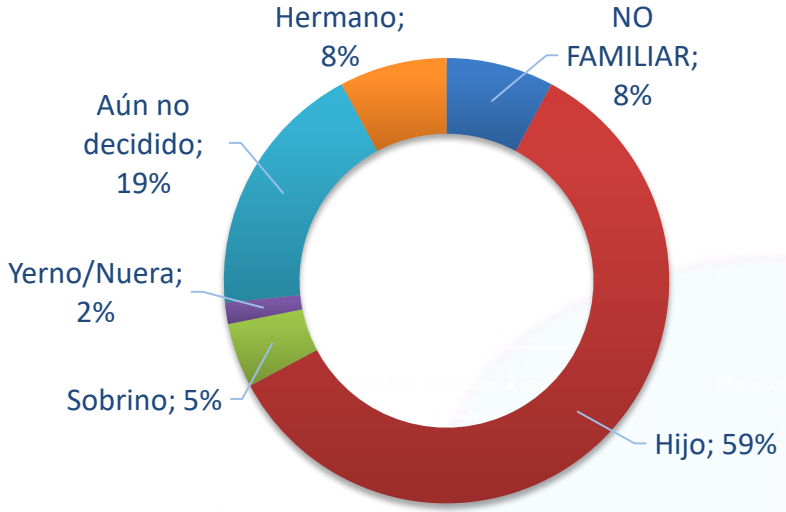
Sigue en descenso el número de empresas que cuentan con un plan estratégico (29%), mientras que se mantienen las que cuentan con Consejo de Administración (37%).

Planificación familiar

Permanece estable la proporción de empresas que cuentan con protocolo familiar (24%), así como aquellas con plan de sucesión (19%) que depende en gran medida del ciclo de vida generacional de la empresa.

Planteamiento de Gobierno Corporativo





Entre las empresas que se plantean la **transmisión generacional**, se ha preguntado sobre la relación familiar sobre la persona en la que recaería la dirección**. En el 59% de los casos se piensa en un hijo**. **Un 19% todavía no lo ha decidido.** A continuación, figura un hermano (8%), **un no familiar (8%)**. Finalmente, un sobrino (5%) o un yerno/nuera (2%).

También se incluyeron otras opciones, como hijastros o nietos, que no han sido seleccionadas.

En el planteamiento, en alguna medida, de las diferentes opciones de profesionalización externa (en propiedad y dirección) y de continuidad (transmisión generacional, venta o cierre) destaca **la transmisión generacional (64%)** y la venta (57%).

Atendiendo a la *intensidad del planteamiento* en una escala de 1=poco, 2=algo, 3=bastante a 4=mucho, sigue siendo la más importante **la transmisión generacional (2,6)**, situándose a continuación la **incorporación de externos a la dirección (2,3).**

En términos de bastante o mucho, la transmisión generacional alcanzaría el 34,6%; la incorporación externos a la dirección, el 20%; y la venta, 18,7%.

PARTE MONOGRÁFICA

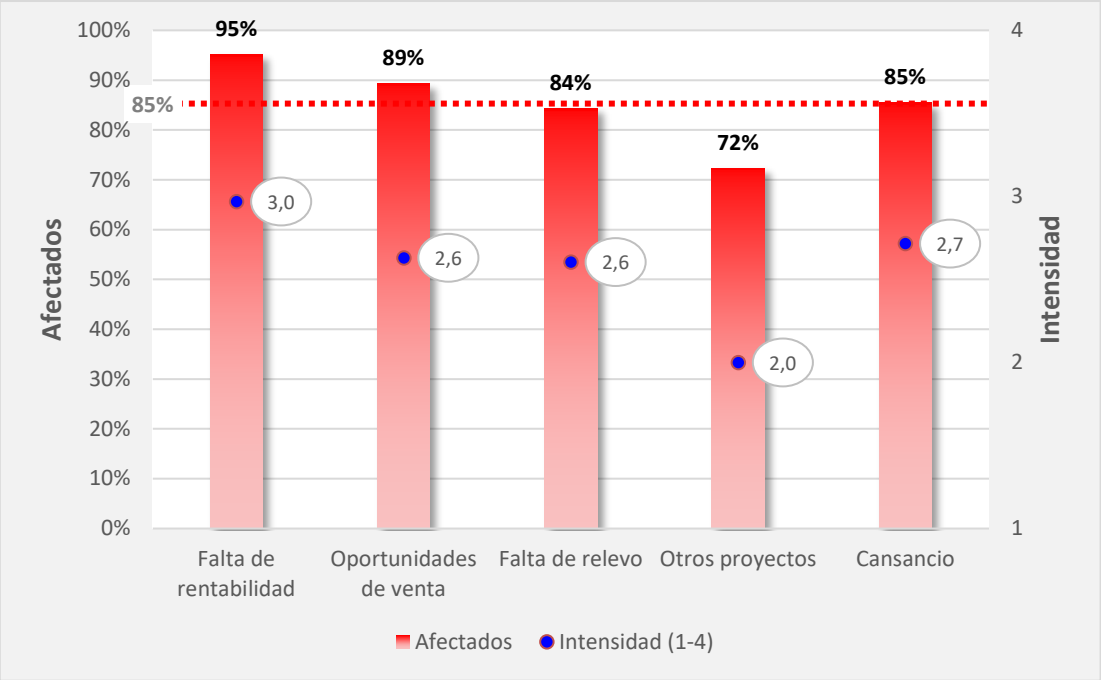
CONTINUIDAD

Se muestra la importancia de distintos motivos que podrían llevar a las empresas familiares a considerar la venta o el cierre de sus operaciones. Se examinan las percepciones de los empresarios respecto a factores como la falta de sucesión, la rentabilidad, las condiciones del mercado y otros elementos personales que influyen en la continuidad del negocio.

Este análisis ayuda a entender las preocupaciones y prioridades que podrían marcar el futuro de las empresas familiares.

Motivos para la discontinuidad

En caso de posible discontinuidad, ¿qué importancia tienen los siguientes aspectos?



La discontinuidad de la empresa familiar puede suponer el cierre de la empresa o simplemente la pérdida de control por la familia propietaria, ya sea por la incorporación de nuevos propietarios o la absorción por otra empresa.

La **falta de rentabilidad (95%),** claramente, es la principal razón para discontinuar la empresa familiar. Seguida por las **oportunidades de venta (89%).** En un tercer escalón se situaría el **cansancio (burocracia, impuestos….) (85%) y la falta de relevo (84%).** La dedicación a otros proyectos (72%) figura en último lugar.

DISCONTINUIDAD SEGÚN PLANTEAMIENTO DE CONTINUIDAD

Hemos profundizado en la importancia de cada uno de los motivos según si la empresa se plantea vender o cerrar.

A continuación, detallamos los casos donde se producen diferencias significativas.

	Rentabilidad	Oportunidad venta	Falta de relevo	Otros proyectos	Cansancio
Venta	✓ 88% vs 100%	✓ 79% vs 97%		✓ 59% vs 82%	✓ 71% vs 95%
Cierre					✓ 80% vs 100%

Empresas que se plantean VENDER (frente a las que no)

Rentabilidad: 100% de los casos (frente al 88%)

Oportunidades venta: 97% (frente a 79%)

Cansancio: 95% (frente a 71%)

Dedicación a otros proyectos: 82% (frente 59%)

Empresas que se plantean CERRAR (frente a las que no)

Cansancio: 100% (frente a 80%)

Conclusiones

Contexto económico: crecimiento de la economía española por encima de la media con protagonismo del sector primario. La economía regional ocupa las primeras posiciones, buen comportamiento de las exportaciones.

Mejora en la percepción económica: La encuesta a empresarios familiares muestra una notable mejora en la percepción de la situación económica, especialmente en la Región de Murcia.

Incremento en ventas, inversiones y empleo: En 2024, el 49,5% de las empresas familiares aumentaron sus ventas, un 33,3% incrementó sus inversiones y un 23,9% amplió sus plantillas. El ÍCEF sube 10,2 puntos situándose en 20,8, acercándose a los niveles de 2017

Planificación empresarial y familiar: Solo el 29% de las empresas tienen un plan estratégico, y el 37% cuenta con un Consejo de Administración. La proporción con protocolo familiar y plan de sucesión se mantiene estable en 24% y 19% respectivamente.

Orientación estratégica: Las empresas apuestan por la excelencia, en términos de calidad (79%) y talento (42%), seguida por la eficiencia mediante el control de costes (55%).

Obstáculos estratégicos: La escasez de personal cualificado, la burocracia y la estabilidad política son percibidos como los principales retos para las empresas familiares.

Transmisión generacional y profesionalización: La transmisión generacional es la prioridad (35%), seguida por la incorporación externa a la dirección (20%) y la venta (19%).

Planes de sucesión: Entre las empresas que consideran la transmisión generacional, el 59% planea que un hijo tome la dirección, mientras que un 19% aún no ha decidido al sucesor.

Razones para discontinuar la empresa: La falta de rentabilidad es la principal razón (95%), seguida por oportunidades de venta (89%), cansancio por la burocracia e impuestos (85%), y falta de relevo (84%).

Entrevista

D. Mariano Nicolás, fundador Restaurante El Churra

Hoteles y Restaurante El Churra

Fundada en 1955 como un pequeño merendero en plena huerta de Murcia, la compañía ha evolucionado hasta convertirse en un icono del sector hotelero y gastronómico de la Región.

La empresa, de carácter familiar y con valores transmitidos de generación en generación, se distingue por su vocación de servicio y la búsqueda constante de la calidad.

1. ¿Qué supone para su empresa familiar recibir un reconocimiento como el premio Herentia?

Todos los reconocimientos y premios son importantes y hacen ilusión, pero este es especial porque me toca en la base y cimientos de mi vida, que es la familia. Empecé con mis padres el camino de la hostelería y el comercio, continué con mi mujer y ahora acompaño a mis hijos en este proyecto que es ir mejorando cada día como empresa y como familia.

2. ¿Cómo cree que ha contribuido el carácter familiar para el desarrollo y evolución de su empresa en el sector de la restauración?

Sin duda ha sido esencial. Si mi familia no hubiera querido continuar con el negocio familiar este hubiera cerrado hace ya unos años, ya que siempre he querido diferenciarme en el mercado por el trato cercano y familiar, sin jerarquías. A este punto y ya jubilado, no hubiera sido posible si mis hijos no hubieran tomado el relevo y continuado con la empresa.

3. ¿Cuáles serían los principales retos que deben afrontar las empresas para la continuidad de sus negocios?

Cada día es un nuevo reto. Los clientes son cada vez más exigentes, piden calidad y servicio, piden atención, se miden muchos parámetros que antiguamente no se tenía en cuenta o eran menos valorados. Nuestro reto es que cada día sea mejor que el anterior, hacer las cosas bien, de corazón; cuidar y mimar lo que tenemos y ofrecérselo así a nuestros clientes.

4. Para terminar, quisiéramos conocer su opinión sobre el futuro de la empresa familiar.

A la empresa familiar les auguro un buen futuro, creo que son la base de una sociedad que está cambiando y ellas también deben cambiar, pero adaptándose a los nuevos tiempos sin perder sus orígenes, aquellos que hacen que una empresa solo sea un negocio o sea tu proyecto ilusionante de vida.

Barómetro
Observatorio de la Empresa Familiar

Contexto económico
Mundial
España
Región de Murcia

Metodología
Recogida de información
Cuestionario
Participantes

Perfil empresarial
Sector – Tamaño - Generación
Gerente

Situación eco-empresarial
Evolución economía
Situación empresarial
Índice Confianza Empresa Familiar

Estrategia
Orientación estratégica
Obstáculos Índice Confianza Entorno
Factores clave

Familia
Objetivos
Planificación
Gobierno Corporativo

Continuidad

Conclusiones
Situación eco-empresarial
Estrategia
Dimensión Familiar

Opinión Restaurante El Churra

24

CONTINUIDAD EMPRESA FAMILIAR