

Las Empresas

Fami



Empresarios

**Generan el 75 %
del PBI**



Sin embargo, la mayor parte de este tipo de empresas no llega a la segunda generación debido a una insuficiente preparación de la descendencia para la gestión y al descontento en el reparto de las acciones.



El 75 % del Producto Bruto Interno (PBI) del país es generado por empresas familiares, que a su vez constituyen el 90 % de las empresas que existen en el país, de acuerdo a un reciente estudio de la consultora PricewaterhouseCoopers (PwC). Estos resultados y diversas anécdotas de empresarios líderes del país se expusieron en el seminario “Claves Para el Éxito de las Empresas Familiares,” organizado por CEN-TRUM Católica Graduate Business School y la Asociación de Empresas Familiares del Perú (AEF).

El estudio “Visión y Necesidades de las Empresas Familiares en el Perú,” realizado en enero, señala que el 50 % de las empresas familiares medianas están o piensan profesionalizarse, mientras que el 30 % tiene un protocolo familiar y solo un 10 % posee un plan estratégico. Una de cada 10 empresas de este tipo en el mundo llega a la tercera generación, pero en el caso peruano, esta cifra se ubica muy por debajo.

Samuel Dyer Ampudia, presidente de la Asociación de Empresas Familiares (AEF), explica que este hecho no

solo es malo para la familia, porque está perdiendo el patrimonio de su empresa, sino para el país, porque en el Perú esa cifra está en 20 %; es decir que de 10 empresas, menos de una pasa a la tercera generación.

“Esto es muy malo para el país porque estas empresas dan trabajo y generan PBI. Entonces, mientras más exitosas sean estas y no pasen de 10, solo uno sino tres a cinco empresas. Entonces se imaginan el movimiento económico que resolvería muchos problemas del empleo,” aseguró.

Uno de los principales problemas de las empresas familiares es el hecho de que cierran cuando el negocio pasa a la segunda generación, debido a que los fundadores no prepararon a sus sucesores.

En el Perú existen tres millones de personas que se dedican a actividades empresariales, según la AEF. El 30 % de las empresas tiene un protocolo familiar y solo un 10 % tiene plan estratégico.

Nuestra mente tiene la capacidad de hacer y de crear. "Pero tenemos que ponernos la última versión de Windows o de Apple. Si no hacemos eso, nos vamos a seguir quedando".

“A veces los padres (fundadores) mueren y no prepararon a los hijos en el manejo de la empresa. En otros casos, los herederos no perciben justicia, no están conformes con el reparto de las acciones,” dijo Dyer.

En tal sentido, consideró necesario que las empresas desarrollen planes a largo plazo y que la gestión de la empresa esté en manos de personal altamente calificado.

“Cada grupo familiar debe saber cómo quiere verse en el futuro. Nosotros somos inversionistas y nos preparamos para todo tipo de negocios,” dijo.

Dyer resaltó que la Asociación de Empresas Familiares busca apoyar a los pequeños y microempresarios para su crecimiento y formalización. “Las empresas no se crean a través de Decretos Supremos, y los que generan más empleo son los pequeños empresarios,” insistió.

El Cambio Viene de la Mente de los Peruanos

Ángel Añaños, presidente del Grupo Aje, reveló que la clave del éxito en los negocios ya está escrita, y



Foto: www.capital.com.pa

consiste en seguir el hilo pensamiento-emociones-acción. Él cree que en Perú ya está inoculada la inquietud, pero hace falta atreverse a tocar el éxito: “Necesitamos prepararnos más y aprender más. Japón, por ejemplo, no tiene minerales ni petróleo: su principal activo es la gente. Y en eso viene trabajando mucho tiempo.”

Para el empresario, nuestra mente tiene la capacidad de hacer y de crear. “Pero tenemos que ponernos la última versión de Windows o de Apple” -dijo metafóricamente. “Si no hacemos eso, nos vamos a seguir quedando.”

Añaños habló de la neurolingüística para asegurar que el comportamiento del ser humano hacia el éxito está condicionado por nuestra voluntad. “Nuestro cambio será el cambio de nuestro país. Y nuestra visión como empresa debe estar entre las mejores del mundo. Ese proceso llegará a nuestra generación y seguramente a la de nuestros hijos y para adelante,” acotó.

A su turno, Ricardo Briceño, presidente del directorio de Agrícola Don Ricardo, resaltó que la empresa familiar está en constante

preocupación, por lo que dejará a la siguiente generación, que más allá de un número de acciones, le está proporcionando un patrimonio. “Nos encontramos hoy en día con una gran cantidad de líderes familiares de primera generación que están a punto de traspasar el liderazgo y en una situación política y económica bastante expectante,” dijo.

Briceño explicó que las condiciones comerciales que atraviesa el país permiten llegar a más mercados, por

lo que se requiere de mayor competitividad y mejoras en la calidad.

Uno de los factores que impulsan este crecimiento empresarial es el mayor acceso al crédito por los emprendedores. Sin embargo, Briceño hizo notar que las barreras para la formalización aun son muy altas, por lo que debe haber medidas graduales para revertirlas. “A veces las multas de la Sunat y del Ministerio de Trabajo y Promoción del Empleo (MTPE) son mucho más altas que el capital de trabajo de una empresa pequeña. Adicionalmente, el costo del crédito que solicitan por ser informales es mayor debido al riesgo. El Estado debe acompañar a estas empresas,” demandó.

Ricardo Huancaruna, director gerente del Grupo Perales Huancaruna SAC (Perhusa), apuntó que en su caso el grupo que lidera busca a futuro descentralizar la producción de café, apuntando a la sierra y selva del Perú, desde la frontera de Ecuador hasta detrás del lago Titicaca, por los Valles de Sandia, no solo por su riqueza en café sino por los proyectos de Sierra Exportadora. ☛



Foto: www.amsen.com