



# Estudio de Caracterización de la Empresa Familiar en Canarias

2021



# **Estudio de Caracterización de la Empresa Familiar en Canarias**

**2021**



**Edita:**

Asociación Territorial de la Empresa Familiar de Canarias

**Dirección EFCA Canarias:**

Luis Delgado Peral

**Dirección Técnica:**

AM Research. Francisco Armas

**Trabajos de Campo:**

Investigación y Marketing Canarias S.L.

**Diseño y Maquetación:**

Makarográfica Tres, S.L.L.

**Impresión:**

Makarográfica Tres, S.L.L.

**Depósito Legal:**

TF 604-2021

## Presentación

Desde el momento de la creación de la Asociación de la Empresa Familiar de Canarias (EFCA) en junio de 1999, sus objetivos se han basado en la especial identidad de las empresas familiares. Para difundirla, para protegerla, para explicarla, para prevenirla. Esa identidad ha justificado la existencia de Asociaciones como la nuestra, auspiciadas en España por el Instituto de la Empresa Familiar, y volcadas en mejorar el funcionamiento de las empresas y sus familias propietarias a través del conocimiento de sus particularidades.

Y los estados de ese conocimiento, desde los primeros estudios publicados sobre la materia en 1961 no han parado de evolucionar y crecer. Lo cual ha permitido desarrollar modelos de gestión, acciones y formación específica que justifican la necesidad y razón de ser de nuestras Asociaciones y refuerzan el convencimiento sobre la idoneidad de la existencia de las estructuras y esfuerzos desarrollados en favor de nuestras empresas familiares.

Desde EFCA siempre se ha considerado esa “necesidad de saber” un pilar en los principios que vienen rigiendo la actividad de la asociación. Motivo por el cual ya en 2004 se elaboró el primer estudio sobre el perfil de las empresas familiares en nuestra región. Dicho estudio nos permitió, por un lado, cuantificar la presencia e impacto de las empresas familiares en la economía canaria; y por otro ahondar en las características propias de estas, en nuestro entorno próximo, y en el ámbito de actuación de la Asociación.

Y transcurridos 17 años, la realidad cambiante y dos crisis económicas por medio, de las que podríamos llamar estructurales, han dejado obsoletas las conclusiones y cifras obtenidas entonces.

Gracias a la propuesta de la presidenta de EFCA en el bienio 2017-2019, Dña. Carmen García Pascual, y a su desarrollo efectivo por mi antecesora, Dña. Alicia Martínón, y al trabajo de los miembros de las Juntas Directivas que han presidido, hoy podemos disponer de este nuevo informe.

Trabajo que nos va a permitir: 1º) Cuantificar de nuevo la presencia de las empresas familiares entre el tejido empresarial y, por ende, los impactos y efectos de su actividad y de cualquier política específica que les afecte; y 2º) Conocer en términos absolutos y comparativos el perfil de estas firmas, sus características y evolución en casi dos décadas.

Todo lo cual, además, constituye un diagnóstico sobre necesidades de actuación estratégica para EFCA y para cualquier otra organización que actúe sobre el ámbito empresarial y específicamente sobre las empresas familiares en Canarias, aprovechando los datos, metodología y resultados obtenidos.

Agradecemos a todos los profesionales responsables del estudio y especialmente a las empresas participantes que voluntariamente han facilitado generosamente la información requerida, su esfuerzo para poder disponer hoy de esta importante herramienta de información.

Canarias, septiembre de 2021

Manuel Valle Lopera  
Presidente



# Índice

<b>1. Introducción .....</b>	<b>9</b>
<b>2. Objetivos.....</b>	<b>13</b>
<b>3. Metodología.....</b>	<b>15</b>
3.1. Ficha Técnica.....	16
3.2. Descripción de la muestra .....	17
<b>4. Caracterización empresas: familiares vs. no familiares.....</b>	<b>19</b>
<b>5. Empresa familiar: organización y gobierno corporativo .....</b>	<b>25</b>
5.1. Participación en accionariado .....	25
5.2. Gobierno e igualdad .....	26
5.3. Generaciones en la empresa .....	29
5.4. Directivos sin vinculación familiar .....	32
5.5. Gestión: acceso a formación, ventajas fiscales y asignación salarios .....	34
<b>6. Empresa familiar: relaciones familia-empresa .....</b>	<b>43</b>
6.1. Tránsito generacional.....	43
6.2. Programa de sucesión .....	44
6.3. Protocolo familiar.....	47
6.4. Consejo de Familia.....	49
<b>7. Empresa familiar: valores y propósitos .....</b>	<b>51</b>
7.1. Importancia atribuida a la condición de empresa familiar .....	51
7.2. Valores de la empresa familiar.....	54
<b>8. Situación económica percibida empresas familiares vs. no familiares.....</b>	<b>57</b>
8.1. Expectativas a corto-medio plazo en la economía canaria.....	57
8.2. Perspectivas económicas para 2021.....	62
8.3. Impacto de la COVID-19 en la facturación-ventas en 2020 .....	65
8.4. Impacto de la COVID-19 en el empleo en 2020 .....	69
8.5. Medidas adoptadas frente a la COVID-19 .....	73
<b>9. Conclusiones .....</b>	<b>77</b>

## 1. Introducción

Tal como se ha expuesto en la presentación previa del presidente, este *Estudio de Caracterización de la Empresa Familiar en Canarias*, en su segunda edición, constituye una nueva iniciativa de la **Asociación Territorial de la Empresa Familiar de Canarias (EFCA)** para profundizar en el conocimiento de la realidad actual de las empresas familiares en Canarias.

Los objetivos han sido también descritos en las páginas precedentes de la misma presentación, pero además de constituir una mera –pero imprescindible– actualización del precedente de 2004, en el que se perseguía identificar las características diferenciales y un perfil básico, en esta ocasión se ha querido profundizar en determinados aspectos del gobierno, organización, relaciones familia–empresa y valores de las empresas familiares en Canarias, y en la reacción y perspectivas ante una coyuntura marcada por una crisis socioeconómica y sanitaria que marcará esta época.

Como es necesario cada vez que se trabaja con este tipo de empresas, y ante la ausencia de una definición legalmente establecida, se ha optado por aquella que considera que una empresa es familiar cuando su administración se encuentra en manos de una o más familias (por lo general menos de tres) que ejercen el control de la propiedad y el gobierno de la firma, con al menos un representante de la/s familia/s participando directamente en la gestión y/o gobierno de la empresa.

Definición que, además de ser universal en la literatura sobre negocios familiares, coincide con la usada en el primer estudio elaborado por EFCA, y con los del IEF, que pretender ser usados comparativamente en los resultados obtenidos.

Los rasgos diferenciales de las empresas familiares se pueden sintetizar, por tanto, en los siguientes:

- > La propiedad de la empresa se halla concentrada en un grupo familiar.
- > El grupo familiar participa en el gobierno y/o, en su caso, en la gestión de la empresa.

En cuanto a las fuentes de información, hemos encontramos un déficit significativo de datos estadísticos y macroeconómicos segregados para las empresas familiares, tanto los procedentes de la regulación mercantil como a través de fuentes secundarias como son los institutos estadísticos nacionales y territoriales, circunstancia que nos ha llevado a un planteamiento basado en fuentes primarias a partir de la selección de una muestra representativa de empresas canarias, constituidas en Sociedades Anónimas y en Sociedades de Responsabilidad Limitada, por agregaciones de actividad económica, según los datos de empresas inscritas en la Seguridad Social del **Instituto Canario de Estadística** (ISTAC) en el año 2020.

El universo de empresas de esta naturaleza se sitúa en los 27.334 registros, de las que se ha seleccionado una muestra representativa por sectores económicos e islas de 1.100, al objeto de su caracterización y diferenciación tomando como referencia el objetivo central del estudio, esto es, *determinar el peso de las empresas familiares en la economía canaria*.

La estructura del informe, tras la introducción, avanza en un segundo punto en el que se exponen los objetivos específicos de la investigación, antes de pasar al tercer epígrafe destinado a la metodología, con la presentación de la ficha técnica del estudio y la descripción de la muestra seleccionada.

Los resultados de la encuesta tendrán como marco comparativo la investigación de la EFCA de 2004, siempre atendiendo a aquellas variables que han resultado comunes en ambos estudios, así como con los resultados de investigaciones recientes centradas en la caracterización de la empresa familiar, tales como el Barómetro Europeo de la Empresa Familiar, el Observatorio de la Empresa Familiar o el informe "La empresa Familiar en España" (2015), que se realizan desde el Instituto de la Empresa Familiar (IEF).

El cuarto apartado del informe está destinado a la descripción de las características de las empresas consultadas y a la segmentación en empresas familiares y no familiares, aspecto que resultará fundamental para identificar las características diferenciales de ambos tipos de empresas en variable tales como la sectorialización, antigüedad, tamaño, facturación, etc.

Del apartado 5 al 7 nos centraremos en profundizar en el conocimiento de la organización y la gestión empresarial en las empresas familiares. Así, el apartado quinto trata de la organización y el gobierno de la empresa, a partir de aspectos tales como la participación accionarial de las familias; la generación en la que se encuentra la empresa y en la que se encuentra la generación que ejerce la dirección actual; la participación de la mujer en las distintas instancias de la organización; la presencia de cargos directivos relevantes que no pertenecen a la/s familia/s propietaria/s y la gestión de ventajas fiscales y la asignación de salarios en las empresas familiares.

El apartado 6 se centra en los instrumentos que articulan las relaciones familia-empresa, con aspectos tales como las previsiones de tránsito generacional; la existencia de un programa acordado para la sucesión; la existencia de protocolo familiar y consejo de familia.

Los valores y propósitos de la empresa familiar ocupan un espacio relevante en el apartado 7, abordando contenidos como el efecto (positivo o negativo) y la importancia atribuida a la condición de empresa familiar para la gestión y el gobierno de la empresa.

Por último, el apartado 8 trata de analizar las expectativas de los consultados sobre la situación económica y la percepción del impacto de la COVID-19 en la facturación-ventas y en el empleo, así como las medidas adoptadas para hacer frente a la situación económica derivada de la pandemia, todo ello a partir de un análisis comparado entre empresas familiares y no familiares.

El documento se cierra con un apartado destinado a las conclusiones, a modo de resumen descriptivo de la caracterización de las empresas y de las relaciones familia con estas y de su organización. Pensando, como se indica en los objetivos del trabajo, en el desarrollo de actuaciones concordantes con el diagnóstico que implica, y que se han de afrontar para la supervivencia y continuidad este tipo de negocios en nuestro entorno próximo.

## 2. Objetivos

El objetivo principal del estudio es conocer la caracterización y la evolución de los principales indicadores que refieren aspectos de las relaciones internas, gobierno y gestión de las empresas familiares con sede en Canarias y constituidas jurídicamente en Sociedades Anónimas y Sociedades de Responsabilidad Limitada.

De manera específica, adoptando la metodología del *Estudio de Caracterización de la Empresa Familiar en Canarias de 2004*, trataremos de analizar y describir la evolución de los siguientes indicadores:

1. La **tasa de participación** de la empresa familiar en la estructura empresarial de Canarias.
2. La **caracterización** de las empresas familiares a partir de variables tales como: sectores de actividad; número de trabajadores; año de fundación, nivel de facturación anual (referencia 2020) pertenencia a grupo empresarial, etc.
3. La **estructura de la propiedad y la organizacional** en las empresas familiares, a través de indicadores como el porcentaje del accionariado en propiedad familiar; generación en la que se encuentra la empresa y generación de la dirección actual; el porcentaje total de familiares y de mujeres en particular como accionistas, en el consejo de administración y con cargos ejecutivos, etc.
4. Las **relaciones familia-empresa**: a partir de variables tales como la previsión de un proceso de tránsito generacional; la existencia de programas acordados para la sucesión y la existencia de instrumentos reguladores y normativos para el gobierno de la empresa (protocolo familiar, consejo de familia).
5. Las **expectativas económicas** para 2021 de las empresas con análisis comparado entre empresas familiares y no familiares.
6. Los **efectos de la COVID-19** en la facturación-ventas y en el empleo en 2020 con análisis comparado entre empresas familiares y no familiares.
7. Las **medidas adoptadas** por las empresas familiares y no familiares para hacer frente a la situación económica derivada de la COVID-19.

### 3. Metodología

La metodología es la de un análisis cuantitativo mediante la administración telefónica asistida por ordenador (CATI) de una encuesta a una muestra representativa de administradores, propietarios, gerentes, socios, etc. de empresas con sede social en Canarias, inscritas en la Seguridad Social y constituidas jurídicamente como Sociedades Anónimas (SA) y Sociedades de Responsabilidad Limitada (SL).

La presentación de resultados estará apoyada por gráficas y tablas, donde remarcaremos tanto las tendencias en las respuestas obtenidas para el conjunto de la muestra (tendencia global), como las posibles variaciones a la tendencia global en función de características de la muestra tales como la naturaleza familiar vs. no familiar de la empresa; el sector de actividad; la sede social (isla); la antigüedad de la empresa y el tamaño (número de trabajadores).



Para una mayor comprensión de los resultados, en las tablas se remarca en color rojo las variaciones a la tendencia global que resulten significativas en función de las variables de segmentación indicadas, especialmente las relativas a la naturaleza o tipo de empresa (familiar vs. no familiar) y al sector de actividad en los que operan las empresas.

### 3.1. Ficha Técnica

<b>Procedimiento</b>	Entrevista telefónica asistida por ordenador (CATI), a partir de un cuestionario estructurado.
<b>Ámbito Geográfico</b>	Comunidad Autónoma de Canarias.
<b>Población objetivo</b>	Propietario/a o copropietario/a; Socio/s; Presidente/a o Vicepresidente/a; Consejero/a Delegado/a; Accionista; Gerente, interventor, administrador/a; Director/a General-Financiero/a; Apoderado/a; Personal cualificado de la administración de empresas constituidas en Sociedades Anónimas y Sociedades de Responsabilidad Limitada.
<b>Tamaño de la muestra</b>	1100 empresas.
<b>Error muestral</b>	El error máximo en la estimación de proporciones es de +/- 2.9% para el total de la muestra, bajo el supuesto de máxima indeterminación ( $p=q=0.5$ ) y para un nivel de confianza del 95%.
<b>Selección de la muestra</b>	Muestreo aleatorio estratificado con afijación proporcional por actividades económicas e islas y selección aleatoria de las empresas, con control del tipo de sociedad y rol de los respondientes (población objetivo) en las empresas.
<b>Trabajos de campo</b>	12 de abril al 14 de mayo de 2021
<b>Tratamiento datos</b>	Paquete estadístico SPSS
<b>Análisis de Datos</b>	Frecuencias marginales, análisis de medias y tabulaciones cruzadas (tablas de contingencias).
<b>Protección de Datos</b>	Reglamento (EU) 2016/679 de protección de datos y la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales.
<b>Calidad</b>	Procedimientos sujetos a la Norma UNE-ISO 20252:2019 para la investigación de mercados, social y de opinión.

### 3.2. Descripción de la muestra

DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA	n	%
<b>SECTOR</b>		
Agricultura, ganadería, silvicultura, pesca	29	2.6
Industrias extractivas y manufactureras	96	8.7
Construcción	128	11.6
Transportes y almacenamiento	44	4.0
Comercio	281	25.5
Hostelería: alojamientos turísticos	43	3.9
Hostelería: restauración	65	5.9
Servicios	414	37.6
<b>FORMA JURÍDICA</b>		
Sociedad Anónima - S.A.	82	7.5
Sociedad Responsabilidad Limitada - S.L.	1,018	92.5
<b>ISLA</b>		
Lanzarote	80	7.3
Fuerteventura	61	5.5
Gran Canaria	419	38.2
Tenerife	440	40.0
La Gomera	30	2.7
La Palma	50	4.5
El Hierro	20	1.8
<b>TOTAL</b>	<b>1,100</b>	<b>100.0</b>

La selección de la muestra responde a una distribución proporcional por sectores económicos e islas, según el registro de empresas canarias inscritas en la Seguridad Social en el cuarto trimestre de 2020 (ISTAC, 22 enero de 2021).

Las empresas del sector Servicios representan el 37.6% de la muestra, seguido por el Comercio con una representación del 25.5% y la Construcción con el 11.6%.

Con porcentajes de representación inferiores al 10.0% figuran sectores como las Industrias extractivas y manufactureras (8.7%); la Restauración (5.9%); Transportes

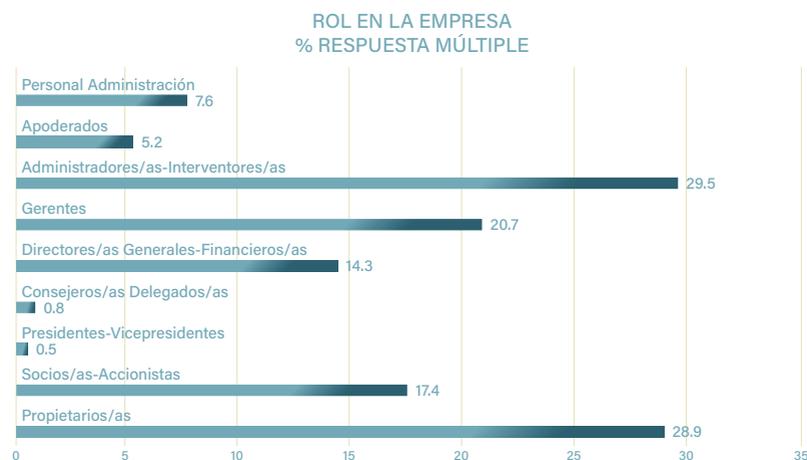
y almacenamiento (4.0%); Alojamientos turísticos (3.9%) y Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca (2.6%).

Por islas, como podemos observar en el cuadro, las capitalinas ostentan una representación en la muestra cercana al 80.0% de las empresas consultadas.

En base a la forma jurídica, el 92.5% de las empresas de la muestra están constituidas en Sociedades de Responsabilidad Limitada y un 7.5% en Sociedades Anónimas.

Según el rol de los respondientes a la encuesta, el 29.5% se declaran Administradores/as-Interventores/as; el 29.8% son propietarios/as; en el 20.7% de los casos han contestado los Gerentes; en un 17.4% se identifican como Socios/as-Accio-nistas; en el 14.3% son los Directores/as Generales y/o Financieros/as; en un 7.6% de los casos declaran ser personal responsable de la administración de la empresa; en el 5.2% son los Apoderados/as y con porcentajes inferiores al 1.0% los consultados responden a cargos como Consejeros/as Delegados/as y Presidentes/as-Vicepresidentes/as.

Gráfica 1: Rol del encuestado.

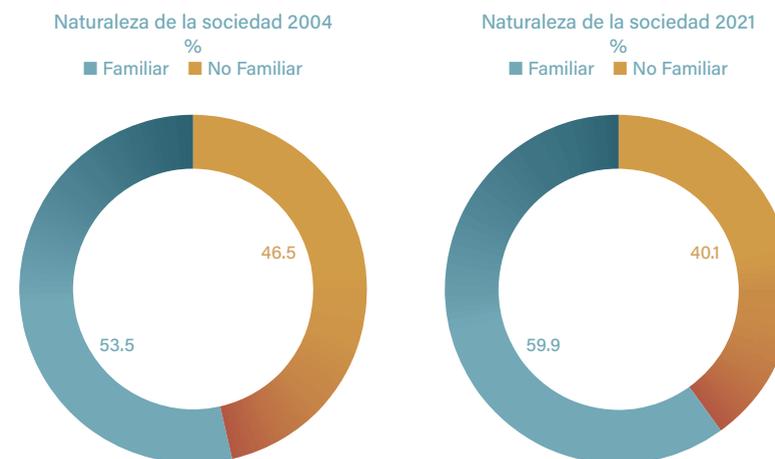


## 4. Caracterización empresas familiares vs. no familiares

*P. ¿Según la siguiente definición<sup>1</sup>, entiende usted que su empresa es una empresa familiar?*

En la presente edición de la encuesta, el **59.9% de los consultados declaran que sus empresas pueden ser consideradas familiares** (53.5% en 2004) por un 40.1% de los representantes que manifiestan no poseer las condiciones para ser consideradas como tales (46.5% en 2004). En conclusión, se produce una diferencia de 6,4 p.p. esto es un incremento en torno al 12.0% en la penetración de las sociedades familiares respecto a la tasa de participación obtenida en 2004.

Gráfica 2: Naturaleza de la sociedad.



1.- Sociedades en las que la administración se encuentra en manos de una o más familias (por lo general no más de tres) que ejercen el control de la propiedad y el gobierno de la misma, con al menos un representante de la/s familia/s participando directamente en la gestión y/o gobierno de la empresa.

Tabla 1.

SECTOR DE ACTIVIDAD	TIPO EMPRESA		TOTAL
	Familiar	No Familiar	
Agricultura, ganadería, selvicultura, pesca	3.8	0.9	2.6
Industrias extractivas y manufactureras	9.3	7.9	8.7
Construcción	12.3	10.7	11.6
Transportes y almacenamiento	3.5	4.8	4.0
Comercio	26.9	23.6	25.5
Hostelería: alojamientos turísticos	4.2	3.4	3.9
Hostelería: restauración	5.6	6.3	5.9
Servicios	34.4	42.4	37.6
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>CUOTA MUESTRA (%)</b>	<b>59.9</b>	<b>40.1</b>	<b>100.0</b>

La presencia de empresas familiares frente a las no familiares predomina en gran parte de los sectores económicos, con cierta relevancia en el sector primario (3.8%) y en el Comercio (26.9%) mientras que las sociedades no familiares sobresalen de manera más significativa en el sector de los Servicios (42.4%).

**P. ¿Cuál es el año de fundación de la empresa?**

Para el conjunto de las empresas entrevistadas, la media para el año de constitución se sitúa en 1997 con una mediana (Me) situada en 1999 esto es una antigüedad de 23 años (Me=21 años).

En el caso de **las sociedades familiares**, representan el 59.9 de la muestra el año de constitución se sitúa de media en 1995 (Me=1998), esto es **una antigüedad en torno a los 25 años** (Me=22 años).

Por su parte, las no familiares, con el 41.1% en la muestra, la constitución se sitúa en torno al año 2000 (Me=2001) con una antigüedad de 20 años (Me = 19 años).

La gráfica 3 muestra la distribución por intervalos de la antigüedad de las sociedades, con un 48.9% de las empresas familiares que declaran una antigüedad entre 11-25 años y un 39.9% que declaran tener más de 25 años desde su fundación.

Gráfica 3: Antigüedad por naturaleza de la Sociedad.



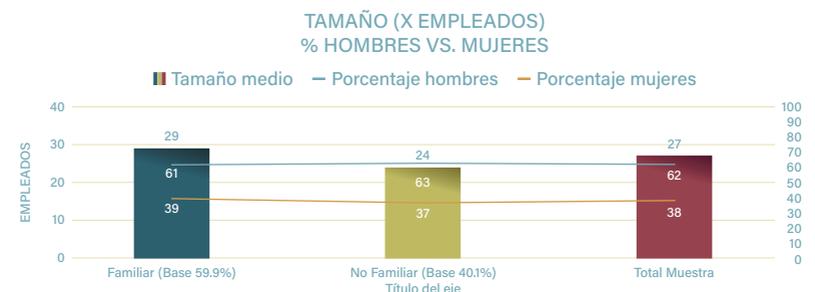
Por su parte, las empresas no familiares, en el 57.6% de los casos, declaran una antigüedad entre 11-25 años y en un 25.9% de los casos de más de 25 años.

En la edición de 2004 el 40.0% de las empresas encuestadas declaraban tener una antigüedad inferior a 11 años, cuando en la presente edición son en torno al 15.0% de las empresas.

**P. ¿Número de empleados? ¿Cuál es el porcentaje aproximado de trabajadores hombres y mujeres?**

La media de trabajadores para el conjunto de la muestra se sitúa en los 27 con enorme variabilidad en función del tipo de sociedad, así las SA presentan una media de 104 empleados (Me=25) y las SL una media de 21 empleados (Me=5).

Gráfica 4: Tamaño (media de empleados).



En base a la naturaleza de la sociedad, **las familiares registran un tamaño medio de 29 empleados** (Me=6) mientras que para las no familiares la media se sitúa en los 24 empleados (Me=5).

En cuanto al porcentaje de representación por sexos, observamos que la proporción es de 62.0% de hombres y un 38.0% de mujeres, sin que observemos diferencias significativas entre empresas familiares y no familiares.

El 68.4% de las empresas entrevistadas declaran tener en plantilla menos de 10 empleados; el 25.4% entre 10 y 49 empleados; el 5.0% entre 50 y 249 y el 1.3% declaran tener 250 o más empleados.

En función de la naturaleza, familiar o no familiar, no se aprecian variaciones significativas a esta tendencia.

En la edición de 2004 las sociedades familiares con menos de 10 trabajadores representaban en torno a un 53.0%; las de 10 a 49 trabajadores alrededor del 38.0%; las de 50 a 249 trabajadores el 5.5% y las de más de 250 trabajadores el 1.4%. **En la presente edición se produce un incremento del 28.7% de representación en el tejido empresarial de las empresas con plantillas inferiores a los 10 trabajadores** (microempresas).

Gráfica 5: Tamaño (empleados).



**P. ¿Cuál ha sido la facturación-ventas aproximadas de su empresa en el año 2020?**

El índice de respuestas a esta cuestión se sitúa en un 75.6% de los consultados (50.1% en 2004).

El 52.9% declaran ingresos inferiores a los 250.000 euros; el 16.3% señalan ingresos entre los 250.000 y 500.000 euros; el 12.7% entre 501.000-1.000.000 de euros y el 11.8% declaran ingresos en 2020 entre 1.001.00 y 3.000.000 de euros.

El 6.2% de los encuestados declaran ingresos superiores a los 3.000.000 de euros en 2020, porcentaje que aumenta ligeramente al 6.6% entre las empresas familiares.

Tabla 2.

FACTURACIÓN 2020 BASE 75.6%	TIPO EMPRESA		TOTAL
	Familiar	No Familiar	
<250.000 euros	50.4	56.9	52.9
250.000-500.000	16.7	15.7	16.3
501.000-1.000.000	14.2	10.4	12.7
1.001.000-3.000.000	12.1	11.3	11.8
3.001.000-5.000.000	2.3	3.1	2.6
5.001.000-10.000.000	2.3	1.9	2.2
10.001.000-15.000.000	0.6	0.3	0.5
15.001.000-25.000.000	0.4	0.3	0.4
25.001.000-50.000.000	0.8		0.5
>50.000.000	0.2		0.1
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>CUOTA MUESTRA (%)</b>	<b>59.9</b>	<b>40.1</b>	<b>100.0</b>

La facturación exterior o de exportación representa el 1.96% de las ventas a nivel global, porcentaje que aumenta ligeramente al 2.46% de media entre las empresas familiares y desciende al 1.22% entre las empresas no familiares.

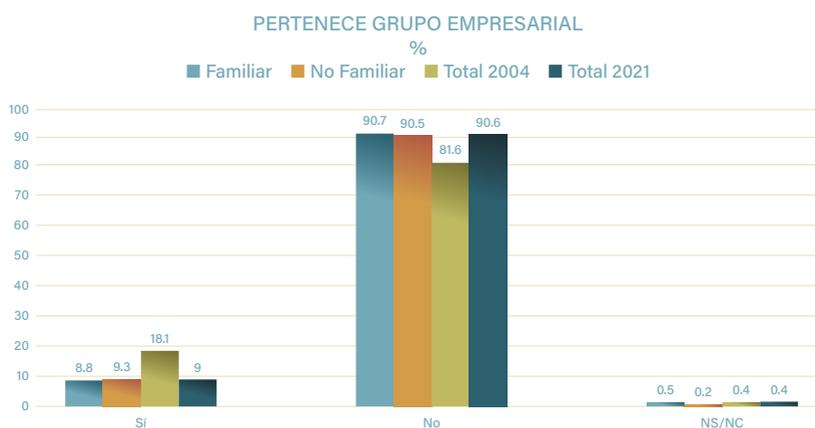
**P. ¿La empresa pertenece a un grupo empresarial?**

El 90.6% de las empresas declaran no pertenecer a grupo empresarial alguno (81.6% en 2004) frente al 9.0% que declaran pertenecer a un grupo de empresas (18.1% en 2004).

Entre las empresas familiares, el 59.9% de la muestra, el 90.7% declaran no pertenecer a grupo empresarial alguno mientras que el 8.8% si lo están.

Por su parte, entre las no familiares el 90.5% declaran no pertenecen a grupo empresarial frente al 9.3% que si pertenecen.

**Gráfica 6: Pertenencia a Grupo Empresarial.**



## 5. Empresa familiar: organización y gobierno corporativo

### 5.1. Participación en el accionariado

**P. ¿Qué porcentaje de participación tiene la familia o familias en la empresa actualmente?**

Tomando como base al 59.9% de las empresas que se declaran sociedades familiares, apreciamos que la participación en el accionariado se sitúa en una media del 91.59% (Me=100.0%).

Por sectores, apreciamos que con una participación significativamente superior a la global se sitúan las empresas del sector de Alojamientos turísticos (98.17%) y con índices ligeramente superiores a la media, están las empresas de Transportes (94.3%); Comercio (93.42%) y Agricultura, ganadería, pesca (92.04%).

Con índices de participación ligeramente inferiores al porcentaje global se sitúan las empresas de los sectores de la Restauración (87.94%) y la Construcción (89.81%).

Para el resto de sectores, la participación en el accionariado se sitúa con índices en torno al 91.59% global.

**Tabla 3.**

% PARTICIPACIÓN ACCIONARIADO BASE 59.9%	SECTOR								TOTAL
	Agricultura	Industria	Construcción	Transportes	Comercio	Turismo	Restauración	Servicios	
% Participación	92.04	90.36	89.81	94.30	93.42	98.17	87.94	90.57	91.59
CUOTA MUESTRA (%)	3.8	9.3	12.3	3.5	26.9	4.2	5.6	34.4	100.0

La tendencia general en participación en el accionariado permanece invariable al considerar la forma jurídica, sede social (isla), antigüedad y tamaño de las empresas familiares.

## 5.2. Gobierno-igualdad

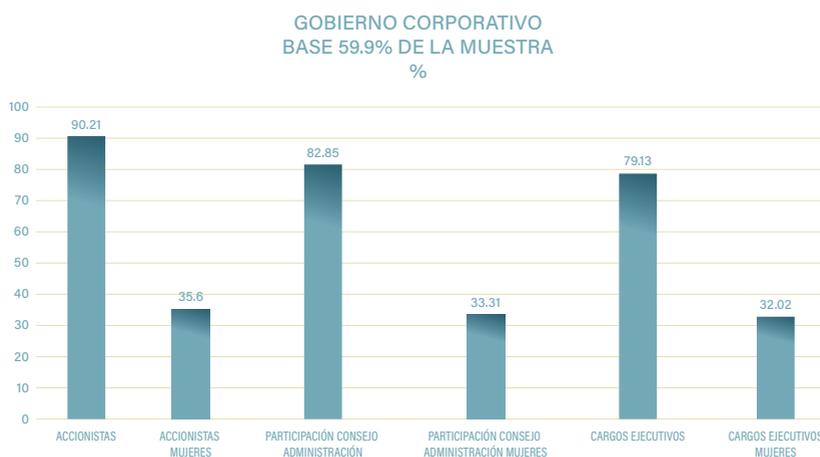
*P. ¿Qué porcentaje representan en la empresa los familiares (Accionistas / En el Consejo de Administración / Con Cargos Ejecutivos)?*

Los familiares accionistas ostentan una representación media del 90.21% en el accionariado de las empresas familiares consultadas (Me=100.0%), con una participación media del 35.6% de representantes familiares del sexo femenino (Me=40%).

El porcentaje de familiares con participación en el Consejo de Administración se sitúa en una media del 82.85% (Me=100.0%), con una participación del 33.31% familiares del sexo femenino (Me=25.0%) en este órgano de gobierno.

La presencia de familiares con cargos ejecutivos se sitúa en un porcentaje medio del 79.13% (Me=100.0%), con la presencia de un 32.02% de familiares del sexo femenino (Me=20.0%).

Gráfica 7: Gobierno corporativo.



La participación de las mujeres de la familia en el gobierno y la organización de las empresas no alcanza aún niveles de paridad, situándose por término medio,

tanto en el accionariado, como por la presencia en los Consejos de Administración y en cargos ejecutivos, en torno al 30.0% de participación en las organizaciones familiares.

Tal como muestra la tabla siguiente, la tendencia general presenta variaciones significativas cuando analizamos el comportamiento por sectores económicos, con actividades donde la presencia de las mujeres de la familia aumenta significativamente respecto al promedio, tal es el caso del sector de los Alojamientos turísticos (Turismo), la Agricultura, ganadería y pesca y del sector Transportes.

Por el contrario, la participación de las mujeres de la familia desciende significativamente en sectores como la Industria y la Construcción y ligeramente o en menor medida en el sector de la Hostelería-restauración.

Tabla 4.

% PARTICIPACIÓN FAMILIARES VS. MUJERES BASE 59.9%	SECTOR								TOTAL
	Agricultura	Industria	Construcción	Transportes	Comercio	Turismo	Restauración	Servicios	
% Accionistas	96.72	89.31	91.51	94.34	89.36	94.64	87.40	89.43	<b>90.21</b>
% Accionistas mujeres	<b>41.24</b>	<b>25.44</b>	<b>31.40</b>	<b>38.17</b>	39.00	<b>50.03</b>	<b>32.08</b>	35.10	<b>35.60</b>
% Consejo Adm.	86.72	83.00	78.86	86.95	82.12	75.89	86.75	84.18	<b>82.85</b>
% Consejo Adm. mujeres	<b>38.60</b>	<b>21.42</b>	<b>29.07</b>	<b>36.21</b>	36.59	<b>40.57</b>	<b>29.05</b>	34.40	<b>33.31</b>
% Cargos ejecutivos	75.92	78.73	73.34	78.82	78.01	66.21	81.70	84.35	<b>79.13</b>
% Cargos ejecutivos mujeres	<b>36.84</b>	<b>17.09</b>	<b>26.77</b>	<b>37.95</b>	34.27	<b>38.60</b>	<b>29.78</b>	34.57	<b>32.0</b>
CUOTA MUESTRA (%)	<b>3.8</b>	<b>9.3</b>	<b>12.3</b>	<b>3.5</b>	<b>26.9</b>	<b>4.2</b>	<b>5.6</b>	<b>34.4</b>	<b>100.0</b>

La participación de las mujeres en el accionariado y en los Consejos de Administración resulta más significativa en las empresas familiares constituidas en Sociedades Anónimas.

Atendiendo a la antigüedad de las empresas, apreciamos que la participación y presencia de las mujeres de la familia en las instancias de gobierno y organización

resultan ligeramente superiores al promedio global en aquellas con más de 25 años de constitución, sociedades con una representación del 39.9% de las empresas familiares consultadas.

No obstante, la mayor variabilidad respecto a la tendencia global se observa en las empresas con una antigüedad inferior a los cinco años, representan el 3.9% de la muestra, las cuales declaran una participación de la mujer superior al promedio en el accionariado y en los Consejos de Administración, mientras que desciende significativamente para el desempeño de cargos ejecutivos. Así, apreciamos que la participación de la mujer en el accionariado se sitúa en el 45.34% y en los Consejos en un 37.69% mientras que desciende al 24.34% en el desempeño de cargos ejecutivos.

Tabla 5.

% PARTICIPACIÓN FAMILIARES VS. MUJERES BASE 59.9%	ANTIGÜEDAD (AÑOS)				TOTAL
	<= 5	6-10	11-25	>25	
% Accionistas	89.00	90.41	93.14	86.70	<b>90.21</b>
% Accionistas mujeres	<b>45.34</b>	38.64	33.39	36.80	<b>35.60</b>
% Consejo Administración	83.38	83.33	85.65	79.27	<b>82.85</b>
% Consejo Adm. mujeres	<b>37.69</b>	35.00	31.93	34.27	<b>33.31</b>
% Cargos ejecutivos	68.84	81.06	81.68	76.68	<b>79.13</b>
% Cargos ejecutivos mujeres	<b>24.34</b>	<b>40.56</b>	29.89	33.82	<b>32.02</b>
<b>CUOTA MUESTRA (%)</b>	<b>3.9</b>	<b>7.3</b>	<b>48.9</b>	<b>39.9</b>	<b>100.0</b>

La participación de la mujer presenta variaciones en función del tamaño de las empresas. En las empresas familiares medianas (50-249 trabajadores), la participación de la mujer desciende respecto al promedio en la totalidad de las instancias mientras que, en las empresas con más de 250 trabajadores, la participación de la mujer se sitúa con índices moderadamente superiores al promedio global.

### 5.3. Generaciones en la empresa

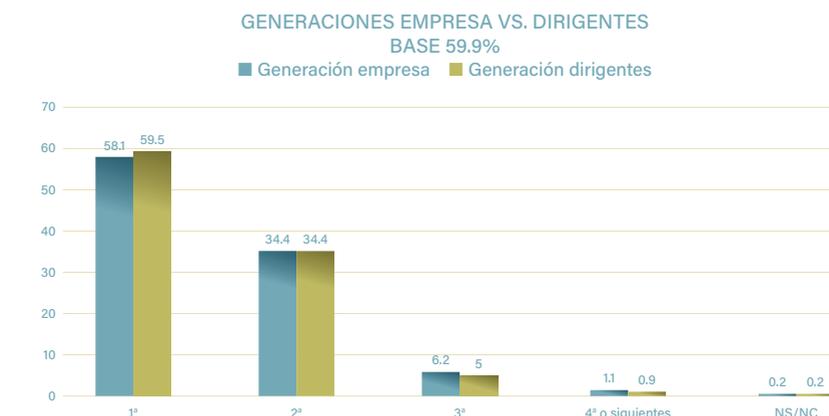
*P. ¿En qué generación se encuentra la empresa en estos momentos?  
¿Y los actuales dirigentes?*

**El 58.1% de las empresas familiares declaran encontrarse en la primera generación (69.9% en 2004); el 34.4% en segunda (26.5% en 2004); el 6.2% en tercera (3.4% en tercera o siguientes en 2004) y el 1.1% en cuarta generación o siguientes.**

En un análisis general, se aprecia un descenso de aproximadamente 12 p.p en la participación de empresas que se encuentran en la primera generación respecto a 2004, mientras que aumentan en torno a los 7 p.p y 4 p.p respectivamente la participación de empresas de segunda y tercera o siguientes generaciones.

La correlación entre la generación actual de dirigentes de las empresas familiares y la generación en la que se encuentra la empresa es máxima, sin que se presente variaciones apreciables, tal como muestra la gráfica 8.

Gráfica 8: Generaciones empresa vs. dirigentes.



La mayoría de las empresas se encuentran en primera generación, salvo las empresas del sector primario que, en un 48.0% de los casos, declaran encontrarse en su segunda generación, tanto a nivel de la empresa como de dirección.

De otra parte, observamos que un 13.1% de las empresas del sector Industrial declaran encontrarse en tercera o siguientes generaciones, con el 11.5% de la dirección actual pertenecientes a estas mismas generaciones.

En el sector Comercio, el 38.4% de las empresas se encuentran en segunda generación y en el sector de los Alojamientos turísticos, un 10.7% de las empresas se encuentran en tercera generación.

Gráfica 9: Generación empresa.

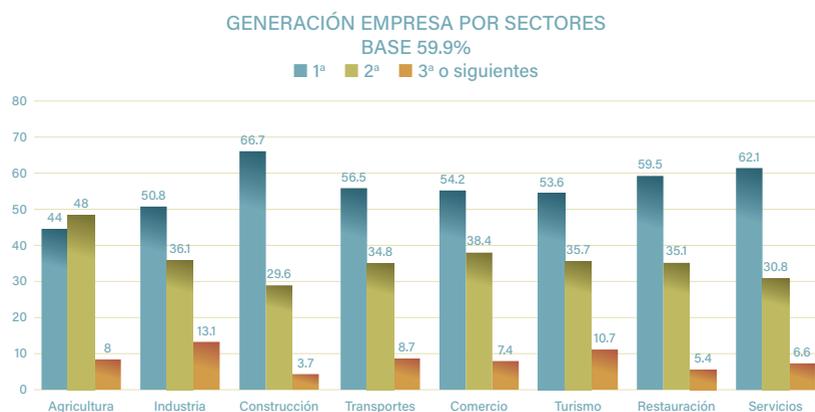


Tabla 6.

GENERACIÓN DIRIGENTES ACTUALES BASE 59.9%	SECTOR								TOTAL
	Agricultura	Industria	Construcción	Transportes	Comercio	Turismo	Restauración	Servicios	
Primera	44.0	55.7	65.4	60.9	56.5	53.6	56.8	63.4	59.5
Segunda	48.0	32.8	33.3	30.4	37.3	39.3	37.8	30.8	34.4
Tercera	8.0	8.2	1.2	8.7	5.6	7.1	5.4	4.0	5.0
Cuarta o siguientes		3.3			0.6			1.3	0.9
NS/NC								0.4	0.2
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>								
CUOTA MUESTRA (%)	3.8	9.3	12.3	3.5	26.9	4.2	5.6	34.4	100.0

Por islas, la mayoría de las empresas se encuentran en primera generación, destacando en este sentido el 76.9% de las empresas familiares de Fuerteventura y el 77.8% de La Gomera.

En tercera o siguiente generaciones, destacan el 11.4% de las empresas familiares en La Palma; el 9.1% en El Hierro y un 8.6% respectivamente en las islas de Lanzarote y Gran Canaria.

A este nivel insular, persiste una elevada correlación entre la generación de la empresa y la de sus dirigentes actuales.

En base a la antigüedad, observamos que en aquellas empresas como más de 25 años, representan el 39.9% de las familiares, el 50.6% y 12.6% respectivamente se encuentran en segunda y tercera o siguientes generaciones, con una elevada correlación respecto a la generación de la dirección actual.

De otra parte, apreciamos que a medida que aumenta el tamaño de las empresas se incrementa el porcentaje de empresa en tercera o siguientes generaciones, con un 22.3% entre las medianas empresas (50-249 trabajadores) y un 20.0% en las grandes empresas (> 250 trabajadores).

Tabla 7.

GENERACIÓN EMPRESA BASE 59.9%	ANTIGÜEDAD (AÑOS)				TOTAL
	<= 5	6-10	11-25	>25	
Primera	69.2	81.3	71.1	36.9	58.1
Segunda	26.9	14.6	24.8	50.6	34.4
Tercera	3.8	4.2	3.4	10.3	6.2
Cuarta o siguientes			0.3	2.3	1.1
NS/NC			0.3		0.2
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
CUOTA MUESTRA (%)	3.9	7.3	48.9	39.9	100.0

## 5.4. Directivos sin vinculación familiar

*P. ¿Cuenta la empresa con directivos relevantes que no son miembros de la/s familia/s que ostentan la mayoría?*

El 88.2% de las empresas familiares consultadas carecen de directivos que no tengan vinculación familiar alguna frente al 11.4% de las empresas que cuentan en sus plantillas con dirigentes relevantes sin vinculación con las familias propietarias.

El porcentaje de empresas familiares que cuentan con directivos sin vinculación aumenta significativamente respecto al promedio global en los sectores de los Alojamientos turísticos (32.1%); la Industria (18.0%) y los Transportes (17.4%).

Gráfica 10: Directivos sin vinculación familiar.



Las empresas familiares constituidas en SA cuentan en el 29.5% de los casos con directivos relevantes sin vinculación familiar alguna frente a un 10.1% de las empresas familiares constituidas en SL.

A medida que aumenta el tamaño de las empresas se incrementa la presencia de directivos sin vinculación familiar, con porcentajes en torno al 30.0% en las medianas y grandes empresas frente a un 7.0% de presencia en las microempresas.

Tabla 8.

DIRECTIVOS SIN VÍNCULO FAMILIAR BASE 59.9%	SECTOR								TOTAL
	Agricultura	Industria	Construcción	Transportes	Comercio	Turismo	Restauración	Servicios	
Sí	4.0	18.0	13.6	17.4	13.0	32.1	8.1	5.7	11.4
No	96.0	82.0	86.4	82.6	87.0	67.9	91.9	93.0	88.2
NS/NC								1.3	0.5
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
CUOTA MUESTRA (%)	3.8	9.3	12.3	3.5	26.9	4.2	5.6	34.4	100.0



## 5.5. Gestión en la empresa familiar

### P. ¿Ha recibido o recibe habitualmente información y/o formación específica en materia de empresa familiar?

El 81.8% de las empresas declaran no recibir información o formación alguna en materia de empresa familiar (79.1% en 2004) frente a un 15.3% que manifiestan recibir información de esta naturaleza (19.0% en 2004).

La proporción de empresas que acceden a información y/o formación experimenta un incremento sobre el global en empresas familiares de sectores como el primario (28.0%); Transportes y almacenamiento (26.1%) y Alojamientos turísticos (25.0%), a la vez que desciende considerablemente en la Restauración (8.1%) y en la Construcción (9.9%).

Gráfica 11: Acceso a información y/o formación específica en empresa familiar.

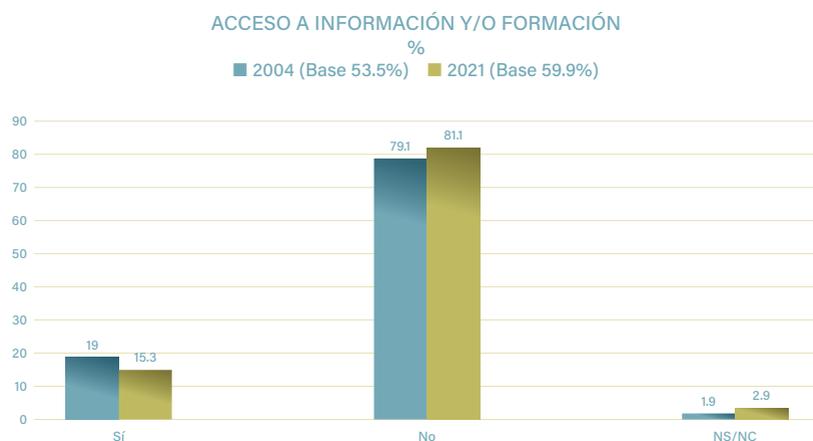


Tabla 9.

ACCESO A FORMACIÓN BASE 59.9%	SECTOR								TOTAL
	Agricultura	Industria	Construcción	Transportes	Comercio	Turismo	Restauración	Servicios	
Sí	28.0	18.0	9.9	26.1	13.6	25.0	8.1	15.4	15.3
No	64.0	78.7	86.4	69.6	85.3	60.7	91.9	82.4	81.8
NS/NC	8.0	3.3	3.7	4.3	1.1	14.3		2.2	2.9
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>								
<b>CUOTA MUESTRA (%)</b>	<b>3.8</b>	<b>9.3</b>	<b>12.3</b>	<b>3.5</b>	<b>26.9</b>	<b>4.2</b>	<b>5.6</b>	<b>34.4</b>	<b>100.0</b>

El acceso a información y/o formación experimenta un incremento entre las empresas familiares constituidas en SA hasta situarse en el 31.8% frente a las constituidas en SL que declaran acceder a contenidos de esta naturaleza en un 14.1%.

Por islas, las empresas familiares de Gran Canaria y Tenerife presentan porcentajes de acceso a formación en torno al global, esto es el 15.0%, mientras que las sociedades familiares de La Palma y El Hierro, aproximadamente en un 28.0% de los casos respectivamente, declaran recibir o haber recibido contenidos en materias relativas a la empresa familiar.

En base a la antigüedad, apreciamos que el 19.8% de las empresas con más de 25 años declaran recibir o haber recibido formación en la materia frente a tan sólo un 7.7% de las empresas familiares con menos de 5 años de actividad.

Por tamaño (número de trabajadores), en torno al 20.0% de las empresas entre 10-49 y con más de 250 trabajadores respectivamente declaran recibir o haber recibido formación en la materia.

Tabla 10.

ACCESO A FORMACIÓN BASE 59.9%	ANTIGÜEDAD (AÑOS)				TOTAL
	<= 5	6-10	11-25	>25	
Sí	7.7	14.6	12.4	19.8	15.3
No	92.3	79.2	84.8	77.6	81.8
NS/NC		6.3	2.8	2.7	2.9
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
CUOTA MUESTRA (%)	3.9	7.3	48.9	39.9	100.0

Tabla 11.

ACCESO A FORMACIÓN BASE 59.9%	EMPLEADOS				TOTAL
	<10	10-49	50-249	>250	
Sí	13.1	21.1	16.7	20.0	15.3
No	85.4	73.9	75.0	70.0	81.8
NS/NC	1.5	5.0	8.3	10.0	2.9
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
CUOTA MUESTRA (%)	68.6	24.4	5.5	1.5	100.0

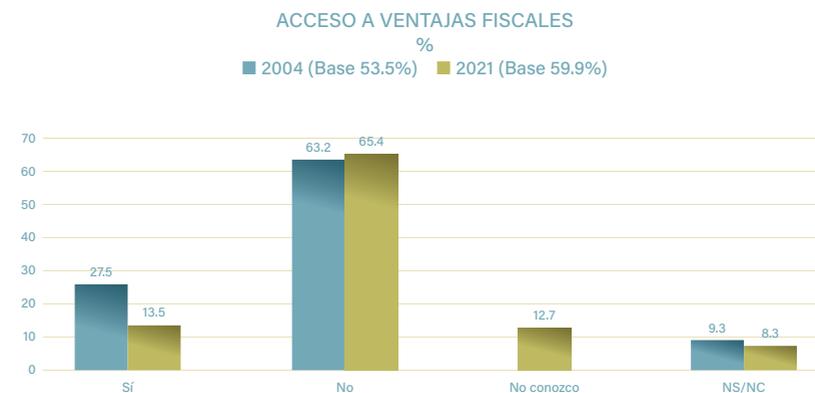
**P. ¿Se aprovechan las ventajas fiscales en materia de sucesiones que existen para las empresas familiares?**

La mayoría de los consultados, el 65.4% de las sociedades familiares, declaran no beneficiarse del ahorro que suponen las ventajas fiscales en materia de sucesiones y donaciones y patrimonio.

Por el contrario, el 13.5% declaran aprovechar estas ventajas fiscales, aunque observamos un descenso de 14 p.p en relación al comportamiento observado en la edición de 2004.

Por otra parte, apreciamos que el 12.7% de las empresas familiares manifiestan desconocer estas ventajas fiscales y el 8.3% (9.3% en 2004) no sabe/no contesta sobre este particular.

Gráfica 12: Acceso a ventajas fiscales.



Por sectores, apreciamos que, con independencia del sector, la mayoría de las empresas familiares declaran no beneficiarse de las ventajas de ahorro fiscal, ventajas que pueden resultar bastante importantes, tanto si se desea transmitir la titularidad de la sociedad a otra persona como a la hora de pagar el impuesto de patrimonio.

Un 21.4% de las empresas del sector de los Alojamientos turísticos y un 16.0% en el sector primario declaran aprovecharse de las ventajas fiscales.

De otra parte, se aprecia que el desconocimiento declarado se produce en mayor medida en las empresas de Restauración (18.9%) y Alojamientos turísticos (17.9%).

Tabla 12.

VENTAJAS FISCALES BASE 59.9%	SECTOR								TOTAL
	Agricultura	Industria	Construcción	Transportes	Comercio	Turismo	Restauración	Servicios	
Sí	16.0	13.1	7.4	8.7	15.3	21.4	8.1	14.5	13.5
No	64.0	63.9	71.6	69.6	63.8	46.4	67.6	66.5	65.4
No conocen	12.0	11.5	13.6	13.0	13.0	17.9	18.9	11.0	12.7
NS/NC	8.0	11.5	7.4	8.7	7.9	14.3	5.4	7.9	8.3
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>								
CUOTA MUESTRA (%)	3.8	9.3	12.3	3.5	26.9	4.2	5.6	34.4	100.0

En base al tipo de sociedad, el 25.0% de las empresas familiares constituidas en SA señalan aprovecharse de las ventajas fiscales frente a un 12.7% de las SL. El índice de desconocimiento de las ventajas en ambos tipos de sociedades ronda el 13.0%.

Por islas, en torno al 72.0% de las empresas familiares de La Gomera y El Hierro señalan no aprovecharse de las ventajas de ahorro fiscal; mientras que un 23.1% y un 9.6% de las empresas con sede en Fuerteventura y Lanzarote respectivamente se declaran desconocedoras de este tipo de ventajas fiscales.

A mayor antigüedad de las empresas se aprecia un incremento en la tasa de aprovechamiento de las ventajas fiscales. Así, las empresas con más de 25 años, en el 15.2% de los casos, declaran aprovecharse de las medidas de ahorro fiscal que facilita el Estado frente a un 7.7% de las empresas con cinco o menos años de antigüedad.

El 20.8% de las empresas con 6-10 años de antigüedad manifiestan desconocer este tipo de ventajas fiscales.

Tabla 13.

VENTAJAS FISCALES BASE 59.9%	ANTIGÜEDAD (AÑOS)				TOTAL
	<= 5	6-10	11-25	>25	
Sí	7.7	10.4	13.0	15.2	13.5
No	80.8	66.7	66.5	62.4	65.4
No conocen	7.7	20.8	10.9	14.1	12.7
NS/NC	3.8	2.1	9.6	8.4	8.3
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
CUOTA MUESTRA (%)	3.9	7.3	48.9	39.9	100.0

Las empresas con más de 250 trabajadores, representan el 1.5% en las empresas familiares, en el 40.0% de los casos declaran aprovechar las medidas de ahorro fiscal mientras que un 30.0% de este segmento de empresas declaran desconocer y/o no saber de este tipo de medidas. En el caso de las empresas de 50-249 trabajadores declaran aprovechar las medidas en un 16.7% de los casos y las de menos de 50 trabajadores sitúan el aprovechamiento en torno al 13.5% obtenido para el conjunto de la muestra.

*P. ¿En la fijación de salarios existe el mismo criterio para familiares que para no familiares?*

El 64.5% de las empresas familiares declaran seguir un criterio similar (64.7% en 2004) mientras que el 28.1% declaran un criterio diferente en la asignación de salarios para los trabajadores familiares y no familiares (29.7% en 2004).

Gráfica 13: Criterios asignación salarios.



Tabla 14.

SIMILAR CRITERIO EN FIJACIÓN SALARIOS BASE 59.9%	SECTOR								TOTAL
	Agricultura	Industria	Construcción	Transportes	Comercio	Turismo	Restauración	Servicios	
Sí	76.0	59.0	60.5	65.2	63.8	64.3	62.2	67.0	64.5
No	20.0	29.5	30.9	30.4	30.5	32.1	24.3	25.6	28.1
NS/NC	4.0	11.5	8.6	4.3	5.6	3.6	13.5	7.5	7.4
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
CUOTA MUESTRA (%)	3.8	9.3	12.3	3.5	26.9	4.2	5.6	34.4	100.0

Por sectores, observamos que en el 76.0% de las empresas familiares del sector primario se sigue un criterio similar mientras que para el 32.1% de las empresas del sector de los alojamientos turísticos el criterio de asignación de salarios es diferente.

En las empresas familiares constituidas en SA, en el 40.9% de los casos, se sigue un criterio diferencial a la hora de asignar salarios a los trabajadores familiares y no familiares frente a un 27.2% de las empresas constituidas en SL.

A medida que aumenta el tamaño de las empresas se produce un incremento porcentual en la consideración de criterios diferenciales en la asignación de salarios, producto, entre otros factores, de la mayor *profesionalización* de las grandes empresas. Así, podemos observar que en cuatro de cada diez empresas familiares con plantillas superiores a los 50 trabajadores se siguen criterios diferentes en la asignación de salarios a trabajadores familiares y no familiares.

Tabla 15.

SIMILAR CRITERIO EN FIJACIÓN SALARIOS BASE 59.9%	EMPLEADOS				TOTAL
	<10	10-49	50-249	>250	
Sí	67.5	62.1	41.7	50.0	64.5
No	26.1	29.8	41.7	40.0	28.1
NS/NC	6.4	8.1	16.7	10.0	7.4
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
CUOTA MUESTRA (%)	68.6	24.4	5.5	1.5	100.0

## 6. Empresa familiar: relaciones familia-empresa

### 6.1. Tránsito generacional

*P. ¿Tienen previsto en los próximos 5 años un proceso de tránsito generacional en la empresa?*

El 17.5% de las empresas familiares consultadas señalan tener previsto un proceso de tránsito generacional en los próximos años (19.0% en 2004) frente al 76.3% que manifiestan no tenerlo previsto (80.0% en 2004).

Gráfica 14: Proceso de tránsito generacional.

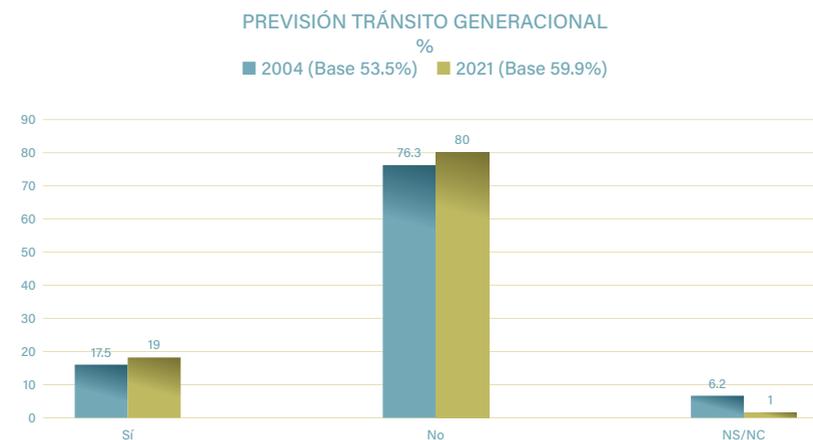


Tabla 16.

TRÁNSITO GENERACIONAL BASE 59.9%	SECTOR								TOTAL
	Agricultura	Industria	Construcción	Transportes	Comercio	Turismo	Restauración	Servicios	
Sí	12.0	18.0	18.5	21.7	20.3	32.1	18.9	12.8	17.5
No	76.0	77.0	76.5	73.9	75.1	60.7	70.3	80.2	76.3
NS/NC	12.0	4.9	4.9	4.3	4.5	7.1	10.8	7.0	6.2
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>								
CUOTA MUESTRA (%)	3.8	9.3	12.3	3.5	26.9	4.2	5.6	34.4	100.0

Por sectores, la previsión de tránsito generacional aumenta respecto a la media global en sectores como los Alojamientos turísticos (32.1%); los Transportes y almacenamiento (21.7%) y el Comercio (20.3%).

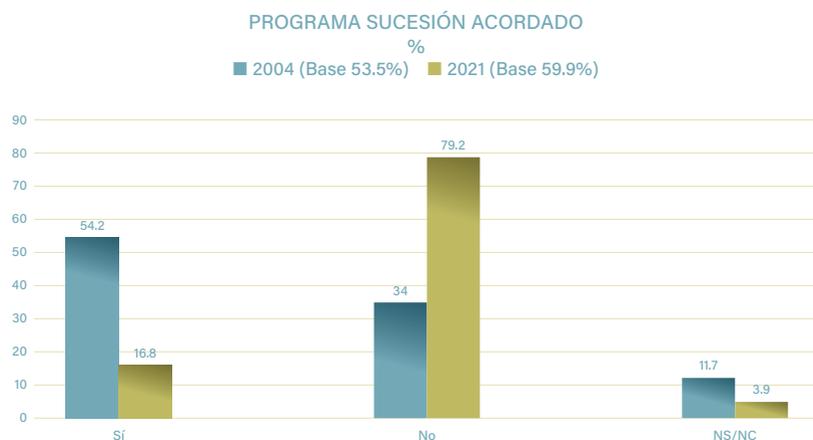
Por el contrario, las previsiones de tránsito generacional descienden en torno al 12.0%, para sectores como la Agricultura, ganadería y pesca y para los Servicios.

## 6.2. Programa de sucesión

### P. ¿En cualquier caso, existe algún programa acordado para la Sucesión de la empresa?

En esta cuestión se produce la mayor variabilidad de respuesta observada entre ambas ediciones de la encuesta. Así, en la presente edición, apreciamos que **el 16.8% de las empresas familiares, con independencia de encontrarse o no en un proceso de tránsito generacional, declaran disponer de un programa de sucesión acordado**, opción que en 2004 se situaba en el 54.2% de las empresas familiares consultadas.

Gráfica 15: Programa de sucesión acordado.



Las empresas familiares del sector Industrial, en el 32.8% de los casos, manifiestan disponer de un programa de sucesión acordado, así como un 18.5% de las empresas familiares del sector de la Construcción.

Los programas de sucesión están menos consolidados en sectores como los Transportes (4.3%) y la Restauración (10.8%).

Tabla 17.

PROGRAMA SUCESIÓN ACORDADO BASE 59.9%	SECTOR								TOTAL
	Agricultura	Industria	Construcción	Transportes	Comercio	Turismo	Restauración	Servicios	
Sí	16.0	32.8	18.5	4.3	13.0	14.3	10.8	17.6	16.8
No	76.0	65.6	76.5	87.0	80.8	82.1	86.5	80.6	79.2
NS/NC	8.0	1.6	4.9	8.7	6.2	3.6	2.7	1.8	3.9
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>								
<b>CUOTA MUESTRA (%)</b>	<b>3.8</b>	<b>9.3</b>	<b>12.3</b>	<b>3.5</b>	<b>26.9</b>	<b>4.2</b>	<b>5.6</b>	<b>34.4</b>	<b>100.0</b>

Los programas de sucesión están presentes proporcionalmente en mayor medida en las empresas familiares constituidas como SA (25.0%) que en las SL, donde el índice de penetración de los programas de sucesión se sitúa en torno al porcentaje global, con un 16.3%.

Por islas, los programas de sucesión obtienen índices de penetración desigual. Así, apreciamos que obtienen una penetración del 18.0% en las empresas familiares de Gran Canaria; un 14.6% en Tenerife; un 15.2% en Lanzarote; un 17.1% en La Palma; un 30.8% en Fuerteventura; un 22.2% en La Gomera y un 9.1% en El Hierro.

A medida que aumenta la antigüedad de las empresas familiares aumenta la penetración de los programas de sucesión acordados. Así, el índice de penetración se sitúa en el 20.5% entre las empresas con una antigüedad superior a los 25 años frente al 7.7% entre las empresas con antigüedad igual o inferior a los cinco años.

En base al tamaño de las empresas destacar que la penetración de los programas de sucesión se sitúa en un 30.6% en las empresas de 50-249 trabajadores, mientras que en el resto de las empresas agrupadas en función de esta variable se sitúa en torno al 16.8% global.

Tabla 18.

PROGRAMA SUCESIÓN ACORDADO BASE 59.9%	ANTIGÜEDAD (AÑOS)				TOTAL
	<= 5	6-10	11-25	>25	
Sí	7.7	8.3	15.8	20.5	16.8
No	92.3	89.6	81.4	73.4	79.2
NS/NC		2.1	2.8	6.1	3.9
TOTAL	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
CUOTA MUESTRA (%)	3.9	7.3	48.9	39.9	100.0

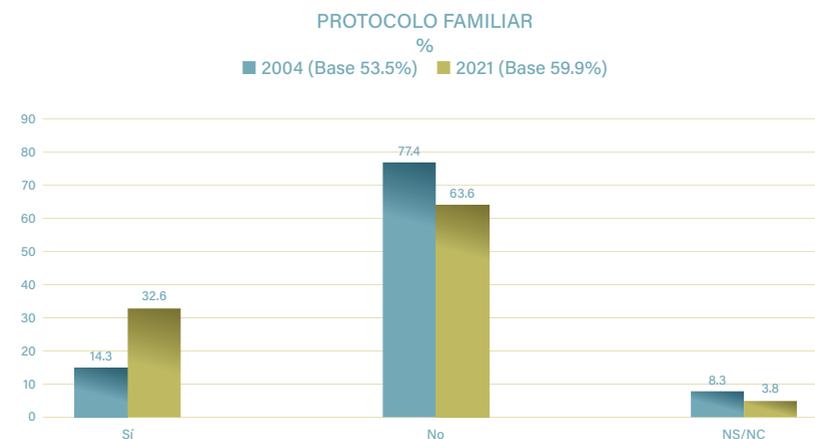


### 6.3. Protocolo familiar

*P. ¿Existe en la empresa un protocolo familiar que establezca los acuerdos y normas de organización y gestión?*

El 32.6% de las empresas familiares señalan disponer de un protocolo familiar (14.3% en 2004) mientras que el 63.6% indican no disponer de este instrumento de gestión para las relaciones familia-empresa (77.4% en 2004).

Gráfica 16: Protocolo familiar.



El porcentaje de empresas con protocolo familiar experimenta un incremento significativo en sectores como el Industrial, con una tasa de penetración del 47.5%; los Transportes con un 39.1% y las empresas del sector primario con una penetración del 36.0%.

Por el contrario, observamos que el 70.3% de las empresas familiares de Restauración y un 68.7% en el sector Servicios manifiestan carecer de protocolo familiar.

Tabla 19.

PROTOCOLO FAMILIAR BASE 59.9%	SECTOR								TOTAL
	Agricultura	Industria	Construcción	Transportes	Comercio	Turismo	Restauración	Servicios	
Sí	36.0	47.5	28.4	39.1	32.8	32.1	29.7	29.5	32.6
No	56.0	49.2	66.7	56.5	61.6	60.7	70.3	68.7	63.6
NS/NC	8.0	3.3	4.9	4.3	5.6	7.1		1.8	3.8
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>								
CUOTA MUESTRA (%)	3.8	9.3	12.3	3.5	26.9	4.2	5.6	34.4	100.0

El protocolo familiar como instrumento de gestión en las relaciones familia-empresa tiene proporcionalmente una mayor penetración en las sociedades constituidas en SA (45.5%) frente a las SL (31.7%).

Por islas, los protocolos familiares obtienen tasas de penetración ligeramente superiores al 32.6% global entre las empresas familiares de Gran Canaria (36.3%) y La Palma (34.3%); situándose en torno al porcentaje global en Tenerife (32.2%) y Fuerteventura (30.8%); con una penetración moderadamente inferior a la global entre las empresas familiares de Lanzarote (26.1%) y significativamente inferior entre las empresas de La Gomera (16.7%) y El Hierro (9.1%).

La penetración del protocolo familiar en las empresas con más de 25 años de antigüedad se sitúa en un 38.8%, siendo significativamente inferior al global en las empresas con menos de 10 años de antigüedad.

En función del tamaño de las empresas, apreciamos que a mayor número de trabajadores aumenta el índice de penetración de los protocolos familiares como figura jurídica que regula las relaciones familia-empresa. En las empresas familiares con más de 50 trabajadores, representan el 7.0%, la tasa de penetración se sitúa en torno al 40.0%.

Tabla 20.

PROTOCOLO FAMILIAR BASE 59.9%	ANTIGÜEDAD (AÑOS)				TOTAL
	<= 5	6-10	11-25	>25	
Sí	26.9	22.9	29.5	38.8	32.6
No	73.1	75.0	67.1	56.3	63.6
NS/NC		2.1	3.4	4.9	3.8
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
CUOTA MUESTRA (%)	3.9	7.3	48.9	39.9	100.0

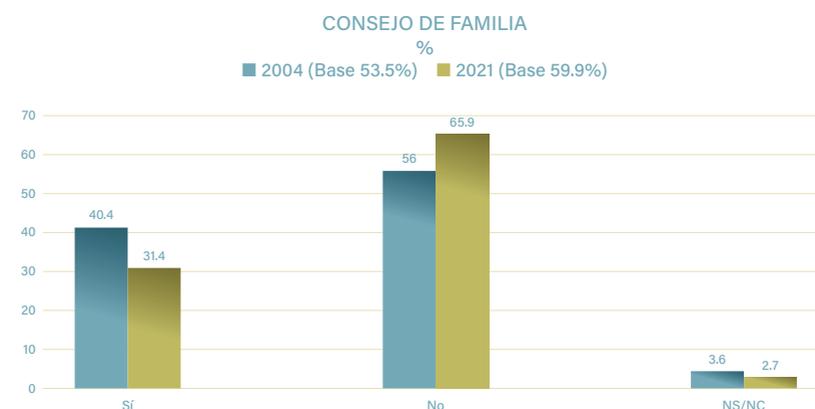
### 6.4. Consejo de Familia

*P. ¿Dispone la empresa de Consejo de Familia con los miembros de la/s familia/s que ostentan la mayoría de la propiedad?*

**El 31.4% de las empresas familiares declaran disponer de Consejo de Familia** (40.4% en 2004) frente a un 65.9% que se manifiestan en sentido contrario (56.0% en 2004).

Los Consejos de Familia son más frecuentes en el sector primario (40.0%).

Gráfica 17: Consejo de Familia.



La penetración de los Consejos de Familia obtiene una tasa del 47.7% entre las empresas familiares constituidas en SA frente al 30.2% en las SL.

En función del tamaño, los Consejos de Familia están más presentes en las *grandes empresas* (40.0%) y en las *pequeñas* (37.3%). Tanto en las *microempresas* (29.2%) como en las *medianas* empresas familiares (30.6%) la tasa de penetración de los Consejos de Familia se sitúa en torno al porcentaje global.



## 7. Empresa familiar: valores y propósitos

### 7.1. Importancia atribuida a la condición de empresa familiar

*P. ¿Para el gobierno y gestión, diría que el hecho de ser empresa familiar tiene un efecto positivo o negativo?*

El 63% de las empresas familiares consideran que, para la organización y gestión, el hecho de ser empresa familiar tiene un efecto positivo frente al 11.7% que lo califica de negativo. El 22.2% le atribuyen un efecto neutro (ni positivo ni negativo) y el 3.2% de las empresas no se manifiestan al respecto.

De otra parte, se aprecia que una mayoría significativa, el 78.3% de las empresas familiares consultadas, le conceden *bastante y/o mucha importancia* para el funcionamiento, esto es para el día a día de la empresa, al hecho de ser empresa familiar frente al 14.1% que le conceden *poca y/o ninguna importancia* a esta circunstancia.

Gráfica 18: Efecto e importancia condición empresa familiar.



Así, aquellas empresas que califican positivamente para el gobierno y la gestión el ser empresa familiar, el 63.0% de las empresas familiares consultadas, en un 85.7% de los casos conceden *bastante y/o mucha importancia* al hecho de ser empresa familiar en el funcionamiento cotidiano de la empresa.

Por su parte, las empresas que tienen una percepción negativa, esto es el 11.7% de las empresas familiares, sin embargo, apreciamos que en el 70.2% de los casos le dan *bastante y/o mucha importancia* al hecho de ser empresa familiar.

Por su parte, las empresas que califican el efecto de neutro, 22.2% de las empresas, casi en un 64.0% de los casos igualmente le conceden *bastante y/o mucha importancia* al hecho de ser empresa familiar.

Resulta mayoritaria la atribución de *bastante y/o mucha importancia* a la condición de empresa familiar para el funcionamiento de la empresa con independencia de la isla donde tengan la sede las empresas.

No obstante, apreciamos que en un porcentaje significativo de casos existe una percepción negativa por el hecho de ser empresa familiar. Tal es el caso del 22.9% de las empresas familiares de La Palma; el 21.7% de las empresas de Lanzarote; el 18.2% de las empresas de El Hierro y el 16.7% de las empresas familiares de La Gomera.

El 19.2% de las empresas con una antigüedad inferior a los cinco años consideran negativo para la gestión el hecho de ser empresa familiar, aunque en el 89.4% de los casos conceden *bastante y/o mucha importancia* al hecho de ser empresa familiar en el funcionamiento cotidiano de la sociedad.

En función de los sectores económicos, la tendencia presenta ligeras variaciones que remarcamos en la tabla 21.

Tabla 21.

EFECTO EN EL GOBIERNO CONDICIÓN EMPRESA FAMILIAR BASE 59.9%	SECTOR								TOTAL
	Agricultura	Industria	Construcción	Transportes	Comercio	Turismo	Restauración	Servicios	
Positivo	72.0	52.5	64.2	52.2	66.7	71.4	54.1	63.0	63.0
Neutro	8.0	32.8	22.2	30.4	15.8	21.4	24.3	24.7	22.2
Negativo	16.0	13.1	9.9	17.4	14.1	7.1	18.9	8.4	11.7
NS/NC	4.0	1.6	3.7		3.4		2.7	4.0	3.2
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>								
GRADO IMPORTANCIA CONDICIÓN EMPRESA FAMILIAR BASE 59.9%	Agricultura	Industria	Construcción	Transportes	Comercio	Turismo	Restauración	Servicios	TOTAL
Ninguna	8.0	4.9	7.4	17.4	5.6	10.7	13.5	9.7	8.3
Poca	8.0			8.7	4.5	7.1	5.4	9.7	5.8
Alguna	4.0	13.1	7.4	8.7	10.7		2.7	4.8	7.3
Bastante	32.0	32.8	45.7	21.7	44.1	35.7	51.4	39.2	40.4
Mucha	48.0	49.2	39.5	43.5	34.5	46.4	27.0	36.1	37.9
NS/NC					0.6			0.4	0.3
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>								
<b>CUOTA MUESTRA (%)</b>	<b>3.8</b>	<b>9.3</b>	<b>12.3</b>	<b>3.5</b>	<b>26.9</b>	<b>4.2</b>	<b>5.6</b>	<b>34.4</b>	<b>100.0</b>

## 7.2. Valores de la empresa familiar

### P. ¿Qué grado de importancia le concede usted a los siguientes aspectos (valores) para su empresa?

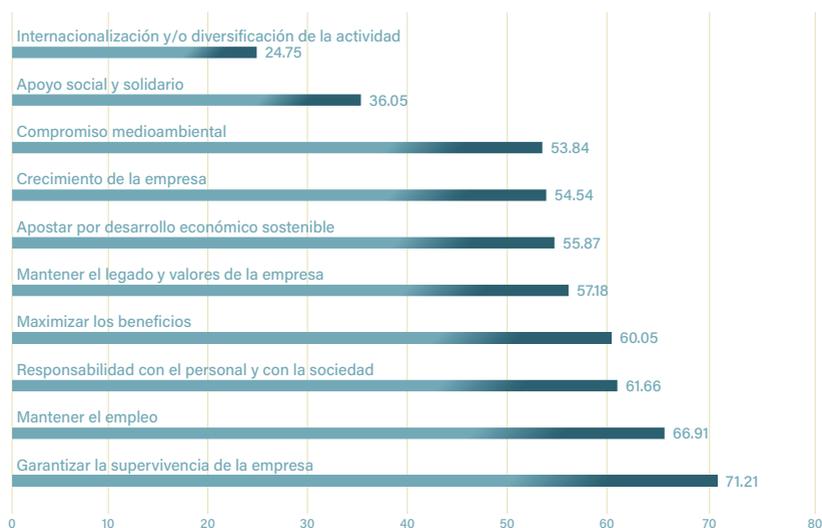
La encuesta analiza el posicionamiento de los responsables de las empresas familiares de Canarias respecto a un conjunto de valores sugeridos.

Cada aspecto planteado se presenta en una escala de 6 puntos que oscila desde ninguna importancia a una extremada importancia.

Con las respuestas obtenidas se ha elaborado un índice de importancia tomando un rango de 0-100 puntos, donde 0 significa *nada importante* y 100 *extremadamente importante*, con los resultados que refleja la gráfica 19.

Gráfica 19: Valores de la empresa familiar.

ÍNDICE DE PREEMINENCIA DE VALORES EN EMPRESAS FAMILIARES  
0 = NADA IMPORTANTE — 100 = EXTREMADAMENTE IMPORTANTE  
BASE 59.9%



El principal valor o propósito para las empresas familiares, según se desprende de las respuestas obtenidas, es el *garantizar la supervivencia de la empresa*, con un índice de importancia que alcanza la media de 71,21 puntos en una escala de 100.

Con índices entre los 60,0 y 70,0 puntos figuran aspectos como el *mantener el empleo* (66,91); la *responsabilidad con el personal y la sociedad en general* (61,66) y el *maximizar los beneficios* (60,05).

Con índices entre los 50,0 y 60,0 puntos en el rango de importancia figuran el *mantener el legado y los valores de la empresa* (57,18); *apostar por un desarrollo económico sostenible* (55,87); el *crecimiento de la empresa* (54,54) y el *compromiso medioambiental* (53,84).

Los aspectos con menor interés o peor posicionados en las prioridades de las empresas familiares son el *apoyo social y solidario* (36,05) y la *internacionalización y/o diversificación de la actividad* (24,75).

El *garantizar la supervivencia de la empresa* y *mantener el empleo* ocupan los primeros lugares en el ranking de valores para las empresas familiares con independencia del sector, salvo para las empresas de Alojamientos turísticos para quienes prima en primer lugar el *maximizar los beneficios* (62,92).

En las empresas del sector primario ocupa un lugar destacado, justo a continuación del poder *garantizar la supervivencia de la empresa* (76,00), el *mantener el legado y los valores como empresa familiar*, con un índice de 68,00 puntos, pasando a un tercer puesto el *mantener el empleo* y la *responsabilidad con el personal y la sociedad* con índices de 65,00 puntos respectivamente.

En base a la antigüedad, observamos que entre las empresas con menos de 10 años el *mantener el empleo* supone la principal prioridad antes que el poder *garantizar la supervivencia de la empresa*. Sin embargo, entre las empresas con mayor antigüedad la prioridad radica en poder *garantizar la supervivencia de las empresas*, con índices en torno a los 72,00 puntos.

## 8. Situación económica percibida empresas familiares vs. no familiares

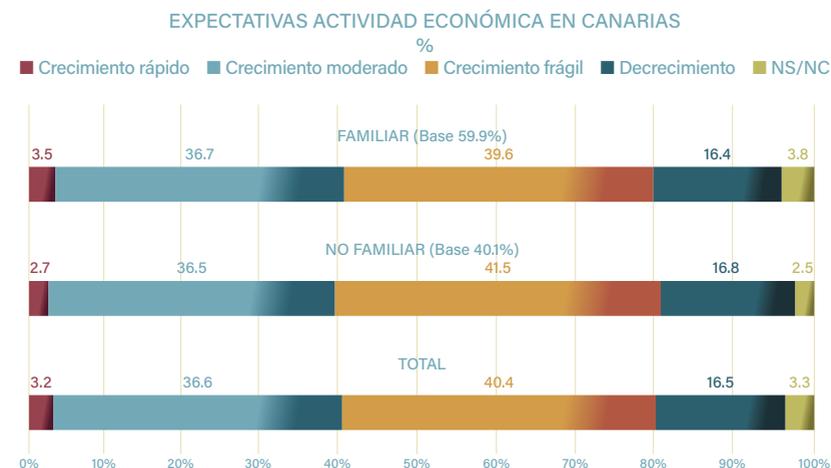
### 8.1. Expectativas a corto-medio plazo en la economía canaria

*P. ¿Cómo cree que será el crecimiento de la economía canaria?*

Los empresarios perciben cierto grado de *inestabilidad* en la actividad económica y el empleo en el corto-medio plazo. Así, el **40.4%** de los consultados esperan un *crecimiento frágil* de la económica sin creación de empleo y un **36.6%** un *crecimiento moderado* con una limitada creación de empleo. Los optimistas que representan el 3.2% de la muestra total, esperan un *crecimiento rápido* con una intensa creación de empleo y los pesimistas, el 16.5% de la muestra, auguran un *decrecimiento* a corto-medio plazo con destrucción de empleo.

Como podemos observar en la gráfica 20, la tendencia de respuesta permanece invariable en función de la condición familiar o no familiar de las empresas.

Gráfica 20: Expectativas economía canaria.



El estudio del Instituto de la Empresa Familiar (IEF), correspondiente al Barómetro de 2020 en colaboración con KPMG y Banco de Santander, revela que el 60.0% de los consultados esperan un *crecimiento frágil* de la economía española sin creación de empleo; el 31.0% esperan un *moderado aumento* de la actividad económica española con una limitada creación de empleo y tan sólo el 1.0% espera un *aumento rápido* de la actividad económica en España con una intensa creación de empleo.

Volviendo a los resultados de la presente edición de la encuesta de caracterización de la empresa familiar en Canarias y descendiendo al análisis de las expectativas en el segmento de las empresas familiares, observamos un incremento en las expectativas de *crecimiento moderado* entre los empresarios de la Construcción (49.4%) y los Industriales (41.0%), mientras que la visión más *pesimista* se observa entre los empresarios del sector de los Alojamientos turísticos que, en el 28.6% de los casos, esperan una caída de la actividad económica con destrucción de empleo.

En sectores como los Transportes y la Restauración la posición mayoritaria, con aproximadamente un 43.0% de los casos, apunta a un *crecimiento frágil* de la economía sin creación de empleo.

Entre las empresas no familiares los índices de *pesimismo* más significativos se aprecian entre los empresarios del sector de los Alojamientos turísticos (33.3%); la Restauración (25.0%); la Agricultura, ganadería, pesca (25.0%) y los Servicios (20.3%), percibiendo un decrecimiento de la economía con destrucción de empleo en el corto-medio plazo.

Tabla 22.

EXPECTATIVAS ECONOMÍA EN CANARIAS BASE 59.9%	SECTOR								TOTAL
	Agricultura	Industria	Construcción	Transportes	Comercio	Turismo	Restauración	Servicios	
Crecimiento rápido	4.0	1.6	3.7	4.3	4.5	3.6		3.5	<b>3.5</b>
Crecimiento moderado	36.0	<b>41.0</b>	<b>49.4</b>	39.1	32.8	35.7	37.8	33.9	<b>36.7</b>
Crecimiento frágil	36.0	32.8	34.6	<b>43.5</b>	42.4	32.1	<b>43.2</b>	41.4	<b>39.6</b>
Decrecimiento	16.0	<b>19.7</b>	6.2	13.0	15.8	<b>28.6</b>	13.5	18.9	<b>16.4</b>
NS/NC	8.0	4.9	6.2		4.5		5.4	2.2	<b>3.8</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>								
<b>CUOTA MUESTRA (%)</b>	<b>3.8</b>	<b>9.3</b>	<b>12.3</b>	<b>3.5</b>	<b>26.9</b>	<b>4.2</b>	<b>5.6</b>	<b>34.4</b>	<b>100.0</b>

Las expectativas por isla para las empresas familiares se presentan en la tabla 23, apreciando que el posicionamiento mayoritario se distribuye entre las opciones de *moderado* y *frágil* crecimiento. Tomados con la prudencia que revelan las bases muestrales de ambas islas, los índices de *pesimismo* más destacado se aprecian entre las empresas familiares de las islas de El Hierro (27.3%) y La Gomera (22.2%).

Tabla 23.

EXPECTATIVAS ECONOMÍA EN CANARIAS BASE 59.9%	ISLAS							TOTAL
	Lanzarote	Fuerteventura	Gran Canaria	Tenerife	La Gomera	La Palma	El Hierro	
Crecimiento rápido	2.2	<b>7.7</b>	4.3	2.6		2.9	9.1	<b>3.5</b>
Crecimiento moderado	<b>54.3</b>	34.6	<b>41.8</b>	28.8	27.8	<b>42.9</b>	36.4	<b>36.7</b>
Crecimiento frágil	39.1	34.6	35.2	<b>45.7</b>	33.3	40.0	18.2	<b>39.6</b>
Decrecimiento	4.3	11.5	17.2	18.0	<b>22.2</b>	11.4	<b>27.3</b>	<b>16.4</b>
NS/NC		11.5	1.6	4.9	16.7	2.9	9.1	<b>3.8</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>CUOTA MUESTRA (%)</b>	<b>7.0</b>	<b>3.9</b>	<b>38.8</b>	<b>40.5</b>	<b>2.7</b>	<b>5.3</b>	<b>1.7</b>	<b>100.0</b>

En base a la antigüedad de las empresas, la tendencia permanece prácticamente invariable, tanto para empresas familiares como no familiares, con un posicionamiento mayoritario en un *moderado* y *frágil* crecimiento de la economía canaria.

Tan sólo resaltar que son las empresas más jóvenes, aquellas con menos de 5 años de actividad, las que se muestran más pesimistas ante el comportamiento a corto-medio plazo de la economía, posicionamiento que no presenta diferencias significativas entre las empresas familiares (30.8%) y las no familiares (25.0%).

Veamos el posicionamiento de las empresas familiares y no familiares en función de la antigüedad en las tablas 24 y 25.

Tabla 24.

EXPECTATIVAS ECONOMÍA EN CANARIAS EMPRESAS FAMILIARES BASE 59.9%	ANTIGÜEDAD (AÑOS)				TOTAL
	<= 5	6-10	11-25	>25	
Crecimiento rápido	7.7	2.1	2.8	4.2	3.5
Crecimiento moderado	26.9	35.4	36.3	38.4	36.7
Crecimiento frágil	30.8	39.6	42.5	36.9	39.6
Decrecimiento	30.8	14.6	15.8	16.0	16.4
NS/NC	3.8	8.3	2.5	4.6	3.8
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
CUOTA MUESTRA (%)	3.9	7.3	48.9	39.9	100.0

Tabla 25.

EXPECTATIVAS ECONOMÍA EN CANARIAS EMPRESAS NO FAMILIARES BASE 40.1%	ANTIGÜEDAD (AÑOS)				TOTAL
	<= 5	6-10	11-25	>25	
Crecimiento rápido	2.8	2.7	2.8	2.6	2.7
Crecimiento moderado	25.0	29.7	39.4	36.0	36.5
Crecimiento frágil	36.1	62.2	39.4	41.2	41.5
Decrecimiento	25.0	5.4	16.9	17.5	16.8
NS/NC	11.1		1.6	2.6	2.5
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
CUOTA MUESTRA (%)	8.2	8.4	57.6	25.9	100.0

En base al tamaño, las variaciones más significativas se presentan en el ámbito de las pequeñas empresas (10-49 trabajadores), con una representación en torno al 25.0% tanto para empresas familiares como no familiares. Así, para el segmento de empresas familiares el posicionamiento mayoritario revela la percepción de un *crecimiento moderado* de la economía (44.7%) mientras que en el segmento de las no familiares el 48.3% espera un *crecimiento frágil* de la economía.

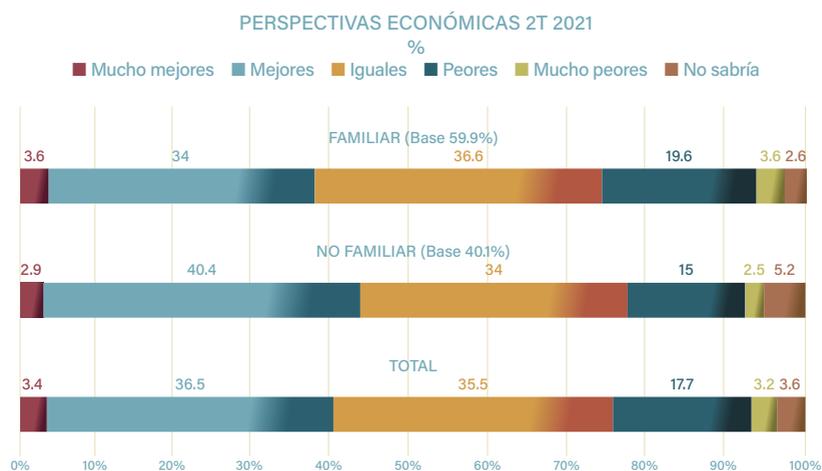


## 8.2. Perspectivas económicas para 2021

### P. ¿Cómo calificaría las perspectivas económicas para el 2T y 3T de 2021 respecto al año anterior?

Los responsables de las empresas canarias mantienen unas perspectivas más optimistas para sus firmas que las expresadas respecto al comportamiento de la economía canaria en general. En este sentido, podemos observar que el 39.9% y 43.4% respectivamente consideran que las perspectivas económicas serán mejores y/o mucho mejores para sus empresas. En un marco comparativo, el Barómetro del IEF revela que el 31.0% de las empresas consultadas prevén un aumento de las ventas para 2021.

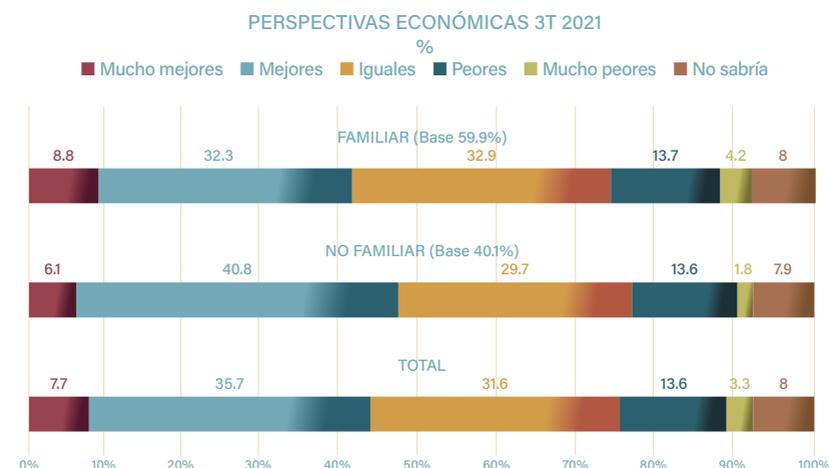
Gráfica 21: Perspectivas económicas 2T 2021.



En base a la naturaleza de la empresa, aproximadamente el 40.0% de las empresas no familiares consideran que las perspectivas económicas para el 2T de 2021 serán mejores que en 2020 frente a un 34.0% de las empresas familiares que comparten este posicionamiento.

Con similar tendencia, apreciamos que el 40.8% de las empresas no familiares consideran que las perspectivas económicas serán mejores para el 3T de 2021 frente al 32.3% de las empresas familiares que se posicionan en este mismo sentido.

Gráfica 22: Perspectivas económicas 3T 2021.



La variabilidad en función del sector de actividad en las empresas familiares se presenta en las tablas siguientes, con unas perspectivas económicas ligeramente más optimistas para el tercer trimestre de 2021.

Tabla 26.

PERSPECTIVAS ECONÓMICAS 2 T 2021 EMPRESAS FAMILIARES BASE 59.9%	SECTOR								TOTAL
	Agricultura	Industria	Construcción	Transportes	Comercio	Turismo	Restauración	Servicios	
Mucho mejores		6.6	1.2		4.0	7.1	2.7	4.0	<b>3.6</b>
Mejores	24.0	<b>41.0</b>	35.8	34.8	35.6	28.6	<b>40.5</b>	30.8	<b>34.0</b>
Iguales	<b>52.0</b>	31.1	34.6	26.1	35.6	<b>42.9</b>	27.0	39.6	<b>36.6</b>
Peores	<b>24.0</b>	18.0	19.8	<b>30.4</b>	20.3	19.7	16.2	18.5	<b>19.6</b>
Mucho peores		1.6	2.5	<b>8.7</b>	1.7	3.6	<b>10.8</b>	4.8	<b>3.6</b>
No sabría		1.6	6.2		2.8		2.7	2.2	<b>2.6</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>								
<b>CUOTA MUESTRA (%)</b>	<b>3.8</b>	<b>9.3</b>	<b>12.3</b>	<b>3.5</b>	<b>26.9</b>	<b>4.2</b>	<b>5.6</b>	<b>34.4</b>	<b>100.0</b>

Tabla 27.

PERSPECTIVAS ECONÓMICAS 3 T 2021 EMPRESAS FAMILIARES BASE 59.9%	SECTOR								TOTAL
	Agricultura	Industria	Construcción	Transportes	Comercio	Turismo	Restauración	Servicios	
Mucho mejores		<b>18.0</b>	6.2	<b>13.0</b>	9.6	<b>14.3</b>	<b>13.5</b>	5.7	<b>8.8</b>
Mejores	<b>40.0</b>	31.1	30.9	34.8	31.1	32.1	32.4	33.0	<b>32.3</b>
Iguales	<b>44.0</b>	23.0	35.8	34.8	34.5	21.4	24.3	34.8	<b>32.9</b>
Peores	12.0	13.1	13.6	13.0	14.7	<b>17.9</b>	13.5	12.8	<b>13.7</b>
Mucho peores	4.0	1.6	1.2	4.3	3.4	3.6	8.1	6.2	<b>4.2</b>
No sabría		13.1	12.3		6.8	10.7	8.1	7.5	<b>8.0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>								
<b>CUOTA MUESTRA (%)</b>	<b>3.8</b>	<b>9.3</b>	<b>12.3</b>	<b>3.5</b>	<b>26.9</b>	<b>4.2</b>	<b>5.6</b>	<b>34.4</b>	<b>100.0</b>

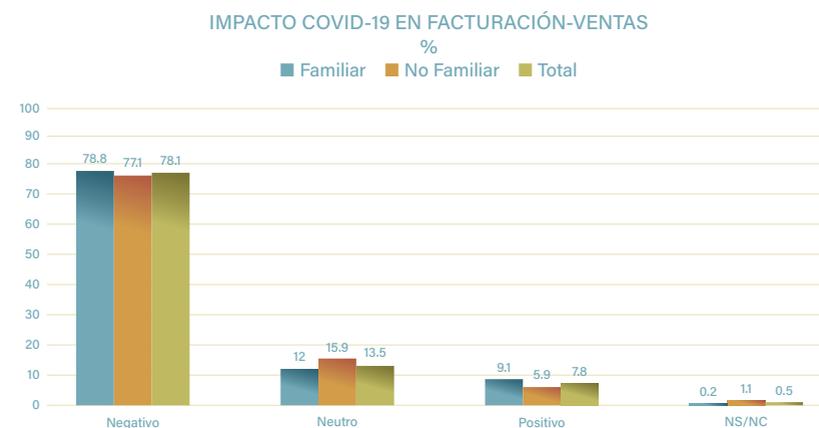
En función de la antigüedad, la tendencia permanece prácticamente invariable, tan sólo, apreciamos que, para el 2T, el 33.3% de las empresas con 6-10 años de actividad declaran unas perspectivas *peores y/o mucho peores* en relación al mismo periodo del año anterior, unos diez p.p por encima del promedio global.

### 8.3. Impacto de la COVID-19 en la facturación-ventas en 2020

*P. ¿La COVID-19 ha tenido un impacto positivo o negativo en la facturación-ventas de su empresa en 2020?*

Aproximadamente 8 de cada 10 empresas consultadas consideran que la COVID-19 ha tenido un impacto *negativo* en la facturación-ventas, sin que se aprecien diferencias significativas entre las empresas familiares y no familiares como muestra la gráfica 23.

Gráfica 23: Impacto COVID-19 en facturación-ventas.



Entre las empresas familiares, el impacto ha resultado especialmente negativo para los Alojamientos turísticos (100.0%); Restauración (94.6%) y Transportes (82.6%), observando similar tendencia entre las empresas no familiares.

En sentido opuesto, observamos que, entre las empresas familiares de Agricultura, Ganadería y de la Construcción, en un 16.0% y 18.5% de los casos respectivamente, perciben que la COVID-19 ha tenido un impacto positivo en su facturación-ventas.

La variabilidad de las respuestas para el segmento de las empresas familiares en función del sector de actividad se presenta en la tabla siguiente.

Tabla 28.

IMPACTO COVID-19 EN FACTURACIÓN-VENTAS EMPRESAS FAMILIARES BASE 59.9%	SECTOR								TOTAL
	Agricultura	Industria	Construcción	Transportes	Comercio	Turismo	Restauración	Servicios	
Negativo	60.0	80.3	69.1	<b>82.6</b>	77.4	<b>100.0</b>	<b>94.6</b>	79.3	<b>78.8</b>
Neutro	<b>24.0</b>	14.8	12.3	17.4	10.7		2.7	13.2	<b>12.0</b>
Positivo	<b>16.0</b>	4.9	<b>18.5</b>		11.9		2.7	7.0	<b>9.1</b>
NS/NC								0.4	<b>0.2</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>								
<b>CUOTA MUESTRA (%)</b>	<b>3.8</b>	<b>9.3</b>	<b>12.3</b>	<b>3.5</b>	<b>26.9</b>	<b>4.2</b>	<b>5.6</b>	<b>34.4</b>	<b>100.0</b>

En función de la isla, apreciamos un impacto negativo proporcionalmente superior al resto entre las empresas familiares de Fuerteventura (84.6%) y Lanzarote (82.6%) mientras que el impacto más negativo proporcionalmente para las empresas no familiares, se traslada a islas como La Gomera (91.7%); El Hierro (88.9%) y La Palma (80.0%).

Tabla 29.

IMPACTO COVID-19 EN FACTURACIÓN-VENTAS EMPRESAS FAMILIARES BASE 59.9%	ISLAS							TOTAL
	Lanzarote	Fuerteventura	Gran Canaria	Tenerife	La Gomera	La Palma	El Hierro	
Negativo	<b>82.6</b>	<b>84.6</b>	78.9	79.0	66.7	74.3	72.7	<b>78.8</b>
Neutro	8.7	3.8	11.7	12.7	<b>22.2</b>	<b>17.1</b>		<b>12.0</b>
Positivo	8.7	11.5	9.0	8.2	11.1	8.6	<b>27.3</b>	<b>9.1</b>
NS/NC			0.4					<b>0.2</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>CUOTA MUESTRA (%)</b>	<b>7.0</b>	<b>3.9</b>	<b>38.8</b>	<b>40.5</b>	<b>2.7</b>	<b>5.3</b>	<b>1.7</b>	<b>100.0</b>

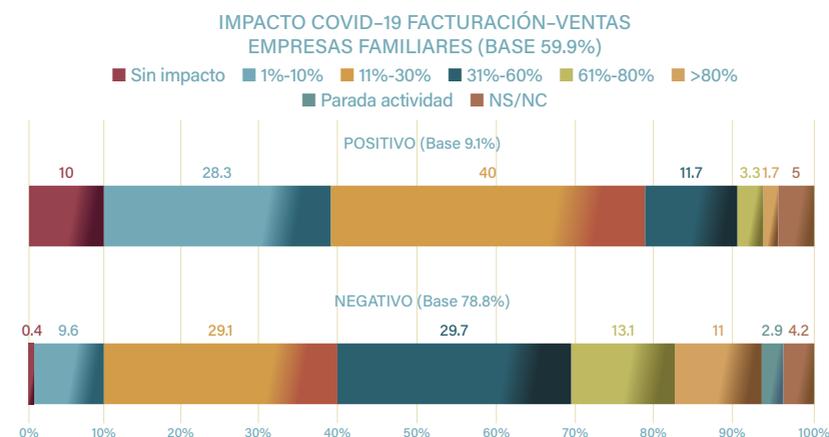
Las empresas familiares y no familiares con 6-10 años de actividad son las que declaran en mayor medida, en un 89.0% de los casos respectivamente, que el impacto de la COVID-19 ha sido negativo para la facturación-ventas de sus empresas.

La magnitud del impacto en las empresas familiares en función del signo (negativo o positivo) se presenta en la siguiente gráfica.

El 78.8% de las empresas consideran que el impacto de la COVID-19 en la facturación-ventas ha sido negativo. En cuanto a su magnitud, el 29.7% la sitúa en un porcentaje entre el 31%-60% de la facturación-ventas y el 29.1% entre un 11%-30%. El 24.1% de los empresarios sitúan el impacto en porcentajes superiores al 60% de la facturación-ventas y el 2.9% declara parada de actividad.

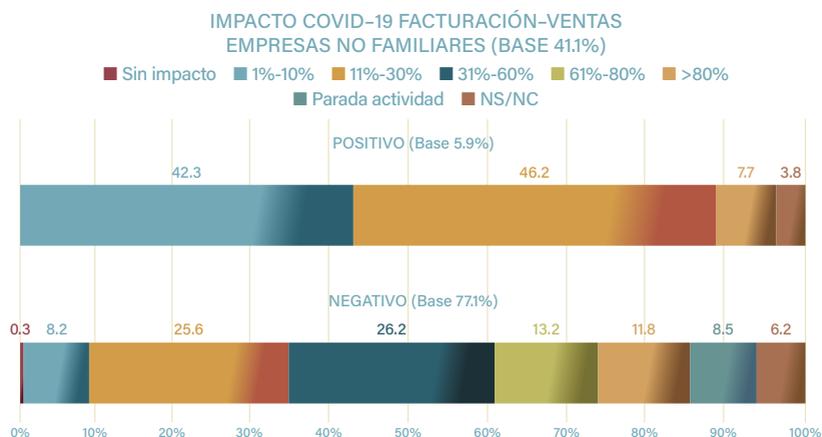
Para el segmento de empresas familiares que declaran que el impacto de la COVID-19 ha resultado positivo, en el 40.0% de los casos declaran que se ha situado en un porcentaje entre el 11%-30% de la facturación y en el 28.3% de los casos en un porcentaje entre el 1%-10%. Con un impacto positivo superior al 30% se sitúan el 16.7% de los empresarios de este segmento.

Gráfica 24: Magnitud impacto COVID-19 facturación-ventas empresas familiares.



La magnitud del impacto en la facturación-ventas para las empresas no familiares dependiendo del signo (negativo o positivo) se presenta en la siguiente gráfica.

Gráfica 25: Magnitud impacto COVID-19 facturación-ventas empresas no familiares.

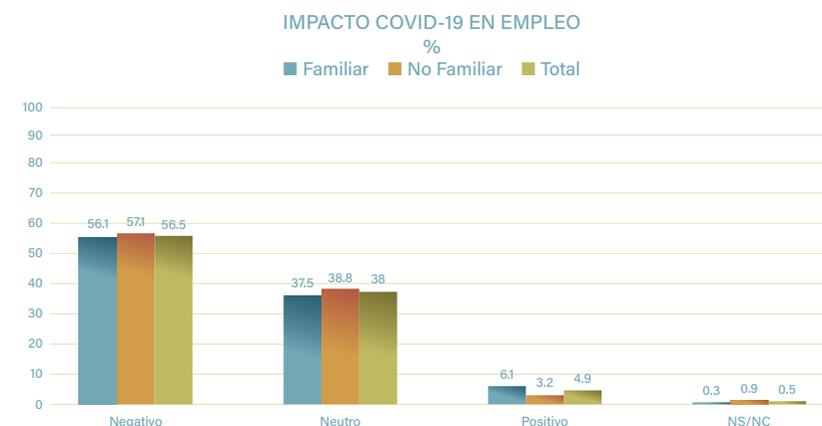


### 8.4. Impacto de la COVID-19 en el empleo en 2020

*P. ¿Y a nivel de empleo ha tenido un impacto positivo o negativo en la empresa?*

El 56.5% de las empresas consultadas consideran que la COVID-19 ha tenido un impacto *negativo* en la creación de empleo el pasado año; el 38.0% entienden que el impacto ha sido *neutro* (ni positivo ni negativo) y en torno al 5.0% de la muestra lo califica de *positivo*.

Gráfica 26: Impacto COVID-19 en el empleo.



Tal como sucediera con la facturación, la tendencia de respuesta permanece prácticamente invariable al atender a la condición de empresa familiar vs. no familiar de la muestra.

La variabilidad de las respuestas para el segmento de las empresas familiares ante el impacto de la COVID-19 en el empleo en función del sector de actividad se presenta en la tabla siguiente, con una correlación significativa con el impacto observado en la facturación-ventas.

Tabla 30.

IMPACTO COVID-19 EN EMPLEO EMPRESAS FAMILIARES BASE 59.9%	SECTOR								TOTAL
	Agricultura	Industria	Construcción	Transportes	Comercio	Turismo	Restauración	Servicios	
Negativo	32.0	44.3	53.1	69.6	59.9	85.7	83.8	50.7	56.1
Neutro	48.0	47.5	33.3	26.1	35.6	14.3	16.2	44.1	37.5
Positivo	20.0	8.2	13.6	4.3	4.0			4.8	6.1
NS/NC									0.3
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>								
CUOTA MUESTRA (%)	3.8	9.3	12.3	3.5	26.9	4.2	5.6	34.4	100.0

En función de la isla, **apreciamos un impacto negativo proporcionalmente superior en las islas no capitalinas, tanto en el caso de empresas familiares como no familiares**, salvo para estas últimas en el caso de las empresas de La Palma, que en un 46.7% de los casos califican de *neutro* el impacto de la COVID-19 en el empleo.

Tabla 31.

IMPACTO COVID-19 EN EMPLEO EMPRESAS FAMILIARES BASE 59.9%	ISLAS							TOTAL
	Lanzarote	Fuerteventura	Gran Canaria	Tenerife	La Gomera	La Palma	El Hierro	
Negativo	63.0	69.2	55.9	52.4	66.7	60.0	63.6	56.1
Neutro	37.0	30.8	35.9	40.8	33.3	34.3	27.3	37.5
Positivo			7.8	6.4		5.7	9.1	6.1
NS/NC			0.4	0.4				0.3
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
CUOTA MUESTRA (%)	7.0	3.9	38.8	40.5	2.7	5.3	1.7	100.0

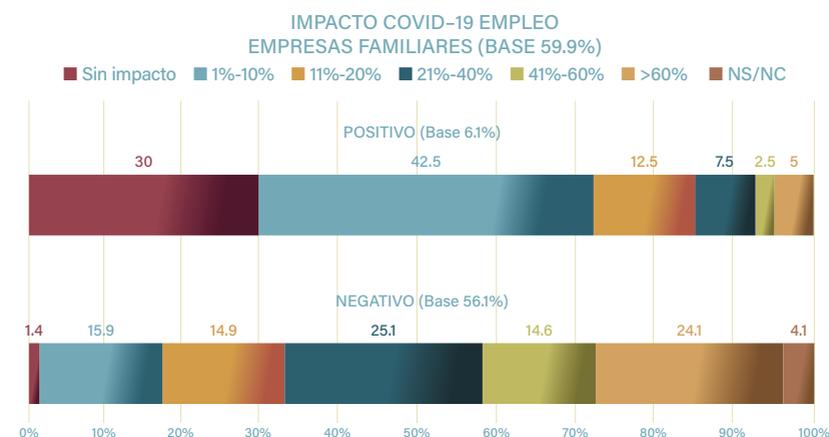
Las empresas familiares con 6 a 10 años de actividad son las que declaran en mayor medida (en un 62.5% de los casos) que el impacto de la COVID-19 ha sido negativo para el empleo en sus empresas. Para el resto de empresas, familiares y no familiares, en función de esta variable, los porcentajes de respuesta se sitúan en torno a los obtenidos a nivel global en ambos segmentos.

La magnitud del impacto en el empleo en las empresas familiares dependiendo del signo (negativo o positivo) se presenta en la siguiente gráfica.

Entre aquellas empresas que entienden que el impacto ha sido negativo (56.1%), el 25.1% considera que la magnitud del impacto se sitúa entre el 21%-40%; el 24.1% sitúa el impacto negativo en un porcentaje superior al 60%; el 15.0% considera que el impacto está entre el 1%-10%, y aproximadamente un 15.0% lo sitúan entre el 11%-20% y el 41%-60% respectivamente.

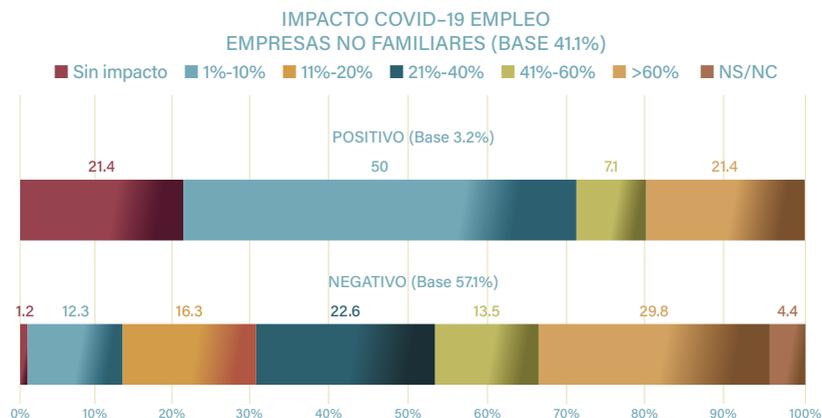
Para el segmento de empresas familiares que declaran un signo positivo en el impacto de la COVID-19 (6.1%), un 30% considera que, aun siendo positivo, el impacto no llega al 1%; el 42.5% declaran un entre el 1%-10%; el 12.5% entre el 11%-20%. Con un impacto positivo superior al 21% se sitúan el 15.0% de los empresarios de este segmento.

Gráfica 27: Magnitud impacto COVID-19 empleo empresas familiares.



La magnitud del impacto en el empleo para las empresas no familiares dependiendo del signo (negativo o positivo) se presenta en la siguiente gráfica.

Gráfica 28: Magnitud impacto COVID-19 empleo empresas no familiares.



### 8.5. Medidas adoptadas frente a la COVID-19

*P. ¿Qué medidas ha adoptado su empresa o piensa adoptar para hacer frente a la situación económica por la COVID-19?*

Los ERTE se revelan como la medida de mayor consideración por las empresas, tanto familiares como no familiares, para hacer frente a la situación económica derivada de la pandemia. En el Barómetro referido (IEF 2020), los ERTE son considerados en un 56% de los casos y se constituye como la principal medida para hacer frente a la situación económica.

A continuación, con el 30.8% de las respuestas registradas figura el endeudamiento (30.0% IEF 2020); con el 29.0% la paralización de nuevas contrataciones; con el 24.5% la reducción de las inversiones planificadas (37.0% IEF 2020); con el 21.7% la reducción de costes no laborales y con el 20.2% el teletrabajo para parte de la plantilla (71.0% IEF 2020).



Con porcentajes de respuesta entre el 10% y el 20% figuran la *reducción de jornada* (17.7%); la *reorientación de la actividad hacia otros productos y/o servicios* (15.5%); el *adelanto de las vacaciones* (15.0%) y los *ajustes mediante no renovación de contratos temporales* (12.9%).

Tabla 32.

MEDIDAS ADOPTADAS FRENTE A LA COVID-19 % RESPUESTA MÚLTIPLE	TIPO EMPRESA		TOTAL
	Familiar	No Familiar	
Ajuste temporal de empleo, vía ERTE suspensión empleo	43.0	<b>50.3</b>	<b>46.0</b>
Endeudamiento	29.6	32.4	<b>30.8</b>
Paralización de nuevas contrataciones	30.5	26.8	<b>29.0</b>
Reducción inversiones planificadas	<b>27.8</b>	19.5	<b>24.5</b>
Reducción de otros costes no laborales	22.5	20.6	<b>21.7</b>
Teletrabajo para parte de la plantilla	19.6	21.1	<b>20.2</b>
Ajustes vía reducción de jornada/s	19.6	15.0	<b>17.7</b>
Reorientación de la actividad a otros productos/servicios	<b>19.0</b>	10.2	<b>15.5</b>
Adelanto de vacaciones	16.0	13.6	<b>15.0</b>
Ajustes vía no renovación contratos temporales	13.1	12.7	<b>12.9</b>
Ajustes vía despidos	9.3	9.5	<b>9.4</b>
Ajuste de salarios	10.3	7.0	<b>9.0</b>
Se han mantenido igual	7.6	6.6	<b>7.2</b>
Renovación, reajustes	1.7	1.4	<b>1.5</b>
Líneas de financiación, ayudas, ICO	0.8	0.2	<b>0.5</b>
Reforzar la plantilla y/o servicios	0.6	0.5	<b>0.5</b>
Cierre de la actividad	0.3	0.5	<b>0.4</b>
Otras medidas	3.3	1.8	<b>2.7</b>
NS/NC	4.0	5.7	<b>4.6</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>
<b>CUOTA MUESTRA (%)</b>	<b>59.9</b>	<b>41.1</b>	<b>100.0</b>

La variabilidad de las respuestas para el segmento de las *empresas familiares* ante las medidas para hacer frente a la situación económica en función del sector de actividad se presenta en la tabla siguiente.

Tabla 33.

MEDIDAS ADOPTADAS FRENTE A LA COVID-19 EMPRESAS FAMILIARES (BASE 59.9%) % RESPUESTA MÚLTIPLE	SECTOR								TOTAL
	Agricultura	Industria	Construcción	Transportes	Comercio	Turismo	Restauración	Servicios	
Ajuste temporal de empleo, vía ERTE suspensión empleo		<b>44.3</b>	34.6	39.1	<b>50.8</b>	<b>75.0</b>	<b>78.4</b>	35.0	<b>43.0</b>
Endeudamiento	12.0	19.7	27.2	26.1	<b>36.2</b>	<b>53.6</b>	<b>48.6</b>	24.3	<b>29.6</b>
Paralización de nuevas contrataciones	16.0	31.1	<b>37.0</b>	26.1	28.8	<b>60.7</b>	<b>40.5</b>	26.1	<b>30.5</b>
Reducción inversiones planificadas	24.0	31.1	27.2	26.1	21.5	<b>53.6</b>	<b>35.1</b>	28.3	<b>27.8</b>
Reducción de otros costes no laborales	20.0	23.0	18.5	26.1	19.8	<b>42.9</b>	<b>27.0</b>	22.6	<b>22.5</b>
Teletrabajo para parte de la plantilla	16.0	13.1	22.2	<b>30.4</b>	14.7	<b>28.6</b>	5.4	<b>24.8</b>	<b>19.6</b>
Ajustes vía reducción de jornada/s	8.0	19.7	18.5	<b>34.8</b>	19.8	<b>42.9</b>	<b>32.4</b>	14.6	<b>19.6</b>
Reorientación de la actividad a otros productos/servicios	20.0	14.8	9.9	17.4	<b>23.7</b>	21.4	21.6	19.0	<b>19.0</b>
Adelanto de vacaciones	8.0	9.8	19.8	13.0	<b>20.3</b>	<b>25.0</b>	<b>21.6</b>	11.9	<b>16.0</b>
Ajustes vía no renovación contratos temporales	12.0	6.6	18.5	17.4	16.4	<b>35.7</b>	<b>21.6</b>	5.8	<b>13.1</b>
Ajustes vía despidos	4.0	3.3	9.9	8.7	10.7	<b>14.3</b>	<b>13.5</b>	8.8	<b>9.3</b>
Ajuste de salarios	4.0	9.8	6.2	8.7	10.2	<b>17.9</b>	8.1	12.4	<b>10.3</b>
Se han mantenido igual	<b>28.0</b>	8.2	9.9	4.3	5.6		2.7	8.0	<b>7.6</b>
Renovación, reajustes			1.2		2.3		5.4	1.8	<b>1.7</b>
Líneas de financiación, ayudas, ICO	4.0	1.6	1.2		1.1				<b>0.8</b>
Reforzar la plantilla y/o servicios		1.6			0.6			0.9	<b>0.6</b>
Cierre de la actividad					0.6		2.7		<b>0.3</b>
Otras medidas	20.0	3.3	2.5	4.3	3.4	3.6		2.2	<b>3.3</b>
NS/NC	4.0	3.3	8.6		2.3	3.6		4.9	<b>4.0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>								
<b>CUOTA MUESTRA (%)</b>	<b>3.8</b>	<b>9.3</b>	<b>12.3</b>	<b>3.5</b>	<b>26.9</b>	<b>4.2</b>	<b>5.6</b>	<b>34.4</b>	<b>100.0</b>

La variabilidad de las respuestas para el segmento de las *empresas no familiares* ante las medidas para hacer frente a la situación económica en función del sector de actividad se presenta en la tabla siguiente.

Tabla 34.

MEDIDAS ADOPTADAS FRENTE A LA COVID-19 EMPRESAS NO FAMILIARES (BASE 41.1%) % RESPUESTA MÚLTIPLE	SECTOR								TOTAL
	Agricultura	Industria	Construcción	Transportes	Comercio	Turismo	Restauración	Servicios	
Ajuste temporal de empleo, vía ERTE suspensión empleo	50.0	<b>68.6</b>	36.2	52.4	<b>54.8</b>	<b>80.0</b>	<b>71.4</b>	42.2	<b>50.3</b>
Endeudamiento		22.9	31.9	28.6	31.7	26.7	<b>46.4</b>	34.2	<b>32.4</b>
Paralización de nuevas contrataciones	25.0	<b>31.4</b>	23.4	23.8	19.2	<b>33.3</b>	25.0	<b>31.0</b>	<b>26.8</b>
Reducción inversiones planificadas		20.0	21.3	14.3	7.7	<b>33.3</b>	<b>25.0</b>	<b>24.6</b>	<b>19.5</b>
Reducción de otros costes no laborales		<b>25.7</b>	14.9	23.8	20.2	20.0	10.7	23.0	<b>20.6</b>
Teletrabajo para parte de la plantilla	<b>50.0</b>	17.1	17.0	23.8	17.3	6.7		<b>28.3</b>	<b>21.1</b>
Ajustes vía reducción de jornada/s		11.4	10.6	14.3	14.4	<b>20.0</b>	<b>28.6</b>	15.0	<b>15.0</b>
Reorientación de la actividad a otros productos/servicios			4.3		10.6	6.7	10.7	<b>15.0</b>	<b>10.2</b>
Adelanto de vacaciones		14.3	12.8	14.3	12.5	6.7	<b>35.7</b>	11.8	<b>13.6</b>
Ajustes vía no renovación contratos temporales		<b>17.1</b>	12.8	<b>19.0</b>	7.7	<b>26.7</b>	<b>17.9</b>	12.3	<b>12.7</b>
Ajustes vía despidos		2.9	8.8	9.5	8.7	6.7	10.7	11.8	<b>9.5</b>
Ajuste de salarios		2.9	8.5		3.8		<b>14.3</b>	9.6	<b>7.0</b>
Se han mantenido igual		8.6	8.5	9.5	7.7	6.7		5.9	<b>6.6</b>
Renovación, reajustes		2.9	2.1					2.1	<b>1.4</b>
Líneas de financiación, ayudas, ICO								0.5	<b>0.2</b>
Reforzar la plantilla y/o servicios			2.1		1.0				<b>0.5</b>
Cierre de la actividad								1.1	<b>0.5</b>
Otras medidas		2.9	4.3		1.0		7.1	1.1	<b>1.8</b>
NS/NC			10.6	9.5	3.8	6.7		7.0	<b>5.7</b>
<b>TOTAL</b>	<b>100.0</b>								
<b>CUOTA MUESTRA (%)</b>	<b>0.9</b>	<b>7.9</b>	<b>10.7</b>	<b>4.8</b>	<b>23.6</b>	<b>3.4</b>	<b>6.3</b>	<b>42.4</b>	<b>100.0</b>

## 9. Conclusiones

### Caracterización del tejido empresarial y sus empresas familiares

La participación de las sociedades familiares en la masa empresarial de Canarias experimenta un incremento de un 12.0% respecto a 2004, con 6 de cada 10 empresas que se declaran familiares.

La antigüedad media de las empresas familiares es de 25 años. 5 años más que la misma media para las no familiares: un 25% más longevas las empresas familiares. Que además, respecto a la muestra de 2004, han logrado mayor edad media, ya que en ese momento el 81% de ellas tenían menos de 25 años.

Las empresas familiares tienen una media de 29 empleados, mientras que las no familiares arrojan una media aritmética de 24.

Un 68% del total de empresas tienen una plantilla inferior a 10 trabajadores, con dato semejante para empresas familiares y no familiares. Sólo en el estrato de mayores de 250 empleados destacan las familiares (1.5% vs. 0.9%)

Un 98% de los negocios familiares que responden a esa cuestión, facturaron en 2020 menos de 10 millones de €. Aunque la mayor densidad (50.4%) se da en el escalón de menos de 250.000 €. Por el contrario, las firmas no familiares solo alcanzan un 89% en el escalón de 0 a 10 millones de €, y un 57% en el de "hasta 250.000 €".

## Empresas familiares: organización y gestión

Las empresas familiares concentran la participación de la/s familia/s en el accionariado en un porcentaje cercano al 100.0%.

La participación en el accionariado, la representación en los órganos de gobierno y el desempeño de cargos ejecutivos por parte de los familiares del sexo femenino en las sociedades familiares aún tiene capacidad de recorrido hasta la equiparación, ocupando en la actualidad aproximadamente el 30.0% de la representación en estas instancias de las organizaciones. En sectores como el Turismo, Agricultura o Transportes, o para empresas de más de 250 empleados, este porcentaje se eleva entre 6 y 10 puntos porcentuales.

El 60.0% de las empresas familiares, así como los actuales dirigentes se encuentran en la primera generación, y un 34% en la segunda. No obstante, tanto en las empresas familiares constituidas en SA; aquellas que pertenecen a un grupo empresarial y en aquellas con mayor antigüedad y tamaño, observamos un incremento en la proporción de empresas en tercera y siguientes generaciones. Respecto al 2004, ha habido un relevante trasvase desde la 1ª a la 2ª generación.

La profesionalización de las empresas familiares, entendida como la incorporación de directivos principales no familiares al frente de las mismas, sigue en valores bajos, y aún se ha reducido respecto al 2004: un 11% vs. el 16.5% de entonces.

El acceso a información y/o formación en contenidos relativos a la empresa familiar tiene aún bastante recorrido, ya que casi un 82% de los entrevistados declara serle ajena esta información (4 puntos más respecto a 2004). Tan sólo en sectores como el agrícola-ganadero, el turístico (alojamientos) y el sector transportes aumenta ligeramente la proporción observada de sociedades que declaran acceder y/o haber accedido a este tipo de contenidos.

El conocimiento sobre las ventajas de ahorro fiscal en materia de sucesiones y patrimonio siguen también en niveles mejorables, ya que sólo un 13.5% parece conocerlas. Además, ese porcentaje era ligeramente mayor en 2004. La mayoría de

las sociedades familiares entrevistadas no aplican y/o desconocen estas medidas fiscales, aunque apreciamos una penetración superior al 13.5% global entre las empresas familiares del sector de los alojamientos turísticos; las constituidas en Sociedades Anónimas y aquellas con más de 250 trabajadores (grandes empresas).

En seis de cada diez empresas familiares se siguen criterios similares en la fijación de salarios para los trabajadores familiares y no familiares. Esta tendencia presenta variaciones cuando observamos las empresas constituidas en Sociedades Anónimas y en aquellas con más de 250 trabajadores, que en un porcentaje significativo de casos declaran seguir criterios diferenciales para fijar los salarios para los trabajadores con y sin vinculación familiar.



### Empresas familiares: relaciones familia-empresa

La previsión a corto plazo de un proceso de tránsito generacional se da en un 17.5% de las sociedades familiares consultadas, experimentando un incremento significativo sobre este porcentaje en el sector de los alojamientos turísticos (32.1%); las empresas con más de 25 años (20.5%) y las medianas empresas (25.0%). En 2004 era de un 19%.

La existencia de los programas de sucesión se sitúa en el 16.8% de las empresas familiares consultadas. Este porcentaje experimenta un incremento significativo entre las empresas del sector industrial, donde los programas de sucesión obtienen una tasa de penetración del 32.8%; en un 25.0% de las empresas familiares constituidas en SA; en un 20.5% de las empresas con más de 25 años de antigüedad y en un 30.6% de las medianas empresas (50-249 trabajadores).

Los protocolos familiares están presentes en un 32.6% de las empresas familiares. Porcentajes significativamente superiores al global si hablamos de las empresas industriales (47.5%), transportes (39.1%) y agricultura, ganadería y pesca (36.0%); entre las empresas constituidas en SA (45.5%); las empresas con más de 25 años (38.8%) y entre las medianas (38.9%) y grandes empresas familiares (40.0%).

Los Consejos de Familia son una herramienta utilizada en el 31.4% de las empresas familiares, con índices superiores al global entre las empresas del sector agricultura, ganadería y pesca (40.0%) y de la restauración (35.1%); en las empresas constituidas en SA (47.7%); así como en las pequeñas (37.3%) y grandes empresas (40.0%).

### Empresas familiares: actitudes y valores

La condición de empresa familiar tiene un efecto positivo para el gobierno y la gestión en el 63.0% de las empresas familiares frente a un 11.7% que lo califica de efecto negativo. La mayoría de los consultados, con independencia del signo positivo o negativo, le conceden bastante y/o mucha importancia para el funcionamiento cotidiano el hecho de ser empresa familiar. Así se expresan el 78.3% de las empresas familiares consultadas, porcentaje que se incrementa al 85.7% entre las que perciben un efecto positivo, con un descenso al 70.2% entre aquellas que perciben un efecto negativo.

El poder garantizar la supervivencia de la empresa, mantener el empleo, la responsabilidad social y con los trabajadores y el maximizar los beneficios son las actitudes y/o valores prioritarios que dirigen las actuaciones de las empresas familiares.



### Situación económica percibida

Los empresarios, tanto familiares como no familiares, prevén cierto grado de *inestabilidad* en la actividad económica y en el empleo para el corto-medio plazo. La mayoría de los encuestados consideran que se producirá un *crecimiento frágil-moderado* de la actividad económica con una *escasa o nula creación de empleo*, percepciones que resultan algo más optimistas que los obtenidos por IEF en su Barómetro de 2020, donde el 99.0% de los consultados esperan un *crecimiento frágil y/o moderado* de la actividad económica en el país.

Las empresas familiares de Gran Canaria son algo más optimistas en las perspectivas de recuperación que las de Tenerife. En cambio, Gomera y Hierro presentan los indicadores contrarios en ese sentido.

No obstante, los directores de las firmas entrevistadas en general manifiestan unas perspectivas más optimistas en cuanto a la actividad de sus empresas que sobre el comportamiento de la economía canaria en general, con el 39.9% y 43.4% respectivamente que consideran que las perspectivas económicas serán mejores y/o muchos mejores para sus empresas respecto a 2020. Esas perspectivas son mejores para las empresas no familiares que para las familiares.

La gran mayoría de las empresas (80%), con independencia de su naturaleza familiar o no familiar, consideran que la COVID-19 ha tenido un impacto negativo en la facturación-ventas y en el empleo, con especial incidencia para ambas variables en sectores económicos como los alojamientos turísticos, la restauración y los transportes. Lanzarote y Fuerteventura lideran por encima de la media la valoración negativa de ese impacto.

Los ERTE, el endeudamiento, la paralización de contrataciones, las reducciones en inversiones y en costes no laborales y el teletrabajo, constituyen las principales medidas adoptadas por los empresarios para hacer frente a las consecuencias económicas y sociales derivadas de la COVID-19, con % similares para las empresas familiares como para las que no lo son, con ligeros matices (mayor uso de la reducción de inversiones y de la reorientación de actividades en el caso de las familiares).

Como resumen esquemático de los resultados principales obtenidos, podemos comparar algunos datos para las mismas variables. En un caso, con los obtenidos en el estudio de EFCA de 2004 (similar universo y diseño muestral), y en otros, con los obtenidos con los resultados de la encuesta realizada por el Instituto de la Empresa Familiar en mayo de 2021, con la colaboración de Deloitte, sobre una muestra de 442 empresas familiares de toda España, miembros del IEF o de las AATT (distinto universo y muestra).

Los cuadros de mando resultantes son los siguientes:

#### 1. Variables comparadas con estudio sobre perfil de las EEFF en Canarias de 2004.

INDICADORES DE EMPRESAS FAMILIARES	% EN CADA EDICIÓN		TENDENCIA
	2004	2021	
Proporción de empresas familiares	53.5	59.9	
Antigüedad superior a 25 años	19.6	39.9	
Tamaño inferior a 10 empleados	55.0	68.6	
Facturación inferior a 500.000 euros anuales (2020)	45.5	67.1	
Pertenencia a Grupo Empresarial	16.8	8.8	
Empresas familiares en 1ª Generación	69.9	58.1	
Directivos sin vinculación familiar	16.5	11.4	
Formación específica en empresa familiar	19.0	15.3	
Acceso a ventajas fiscales en materia de sucesiones	27.5	13.5	
Similar criterio en la fijación de salarios	64.7	64.5	
Relaciones familia-empresa: Previsión de Transito Generacional	19.0	17.5	
Relaciones familia-empresa: Programa de sucesión acordado	54.2	16.8	
Relaciones familia-empresa: Protocolo familiar	14.3	32.6	
Relaciones familia-empresa: Consejo de Familia	40.4	31.4	

2. Variables comparadas con el Observatorio de la Empresa Familiar del IEF y Deloitte. Mayo 2021.

INDICADORES DE EMPRESAS FAMILIARES	% EN CADA EDICIÓN	
	Observ. IEF	Est. EFCA 21
Participación familiar en el accionariado mayor al 75%	95	88
Participación mujeres en el accionariado familiar mayor del 50%	27	18
Proporción de mujeres en el Consejo de Administración	28	30
Reducción de la facturación 2020 vs. 2019	57	79
Disminución del empleo 2020 vs. 2019	38	56
Empresas familiares exportadoras	64	3

Cualquier ámbito de actuación profesional exige siempre disponer de la mejor información posible sobre dicho campo. Actuar sin conocer el terreno que se pisa sería un riesgo determinante.

El empresariado es un colectivo esencial para el desarrollo social en nuestro modelo económico. Coyunturas como la reciente lo demuestran, sobre todo en los momentos más críticos. Por lo tanto, identificar cualitativa y cuantitativamente el *genoma* de nuestras empresas es básico para mejorar su gestión, aplicar políticas adecuadas, y en definitiva optimizar cualquier relación con las mismas. De ahí la necesidad de evaluar la presencia de las empresas familiares en Canarias y su perfil, de manera recurrente y exhaustiva.

Este es además uno de los objetivos de la Asociación de la Empresa Familiar de Canarias, como colectivo empresarial dedicado a la defensa y promoción de este tipo de firmas.

Este estudio actualiza y compara en el tiempo los análisis anteriores, y extiende los mismos a otras variables provocadas por la excepcional coyuntura de los ejercicios 2020 y 2021, y la reacción frente a ella. Todo destinado a entender mejor el funcionamiento y necesidades de las empresas familiares en Canarias y poder establecer así un esquema estratégico de actuaciones que ayuden a la supervivencia y perfeccionamiento en la gestión de estas.

