

El Family Business Club del IESE estudia la percepción de la empresa familiar entre los estudiantes de MBA

El **Family Business Club del IESE**, que reúne a los estudiantes del programa MBA interesados en el ámbito de la empresa familiar, en colaboración con **la Cátedra de Empresa Familiar del IESE**, ha llevado a cabo una investigación sobre la percepción de la empresa familiar por parte de los alumnos del programa master.

Este proyecto de investigación del Family Business Club del IESE tiene como objetivo estudiar la percepción que existe sobre las empresas familiares, y sus principales fortalezas y debilidades en comparación con las empresas no familiares. Para este estudio, el Family Business Club ha contado con la colaboración y el apoyo de la Cátedra de Empresa Familiar del IESE. Durante los meses de octubre, noviembre y diciembre del 2008 se han realizado encuestas a 242 estudiantes de MBA y Executive MBA del IESE, a través de un cuestionario *on line* estructurado.

En la próxima *newsletter* publicaremos información completa y detallada sobre los resultados de esta investigación. A continuación os avanzamos algunas de las principales conclusiones:

- Las empresas familiares son percibidas como superiores a otras empresas a la hora de representar los intereses de los propietarios. A la vez, se las ve como compañías que cuentan con consejos de administración de alta calidad.
- La mayoría de los encuestados piensan que las empresas familiares presentan un mejor desempeño financiero, en comparación con otras empresas.
- Se percibe que dentro de las empresas familiares la rotación de los empleados es menor. Esto puede ser consecuencia de ciertos fenómenos internos, como son los valores y principios, que además de servir como núcleo de la cultura corporativa, van más allá de los criterios habituales de adaptación a los

mercados en los que operan, como los económicos y empresariales, lo que las convierte en unas empresas especiales.

- A la hora de identificar los elementos que contribuyen a proyectar una imagen desfavorable para la empresa familiar, el estudio revela que un alto porcentaje de los encuestados piensa que este tipo de empresas son especialmente lentas en cuanto a la implantación de cambios estratégicos significativos. Otro tanto considera que los salarios en las empresas familiares son menos atractivos que en otras empresas, y también un alto porcentaje de encuestados estima que son menos resolutivas a la hora de construir alianzas estratégicas con otras compañías.
- El estudio también revela la falta de acceso a información en las empresas familiares. Gran parte de los encuestados manifestó que, en general, las empresas familiares son menos eficaces a la hora de seleccionar y formar a sus sucesores. Por otra parte, los encuestados dijeron que en las empresas familiares se tiende más al favoritismo, aunque también perciben nepotismo en las empresas no familiares.