



# Empresa familiar de la Región de Murcia

## Marsedo Piel SL

Isabel M<sup>a</sup> De San Mateo Martinez

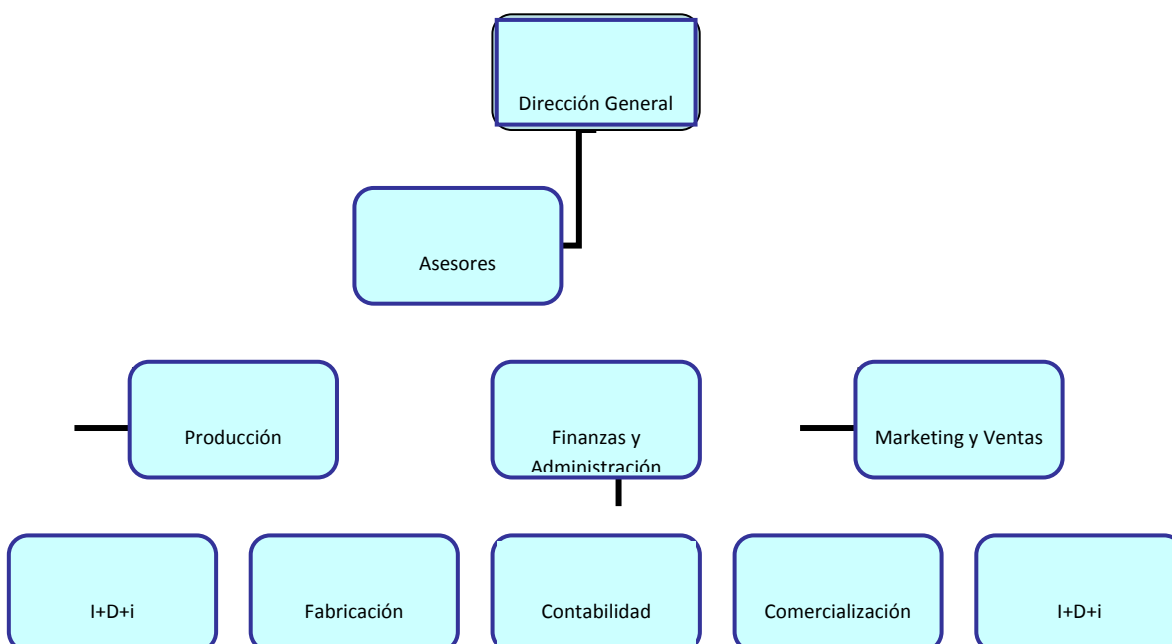
## Marsedo Piel SL.- Empresa familiar

Para estudiar las principales características de la empresa familiar vamos a ver el caso concreto de una empresa familiar murciana que trabaja la piel, Marsedo. Observamos las características concretas de la empresa con las variables principales de cualquier empresa familiar que hemos visto durante el curso.

- **Descripción de la empresa**

Se trata de una empresa familiar de artesanos que se dedica a la creación de artículos en piel, de excelente calidad. La empresa diseña y crea productos como cuadros heráldicos, institucionales, llaveros, publicitarios...y originales lámparas en piel. Al mando de Marsedo se encuentra su fundador, Domingo Martínez, un maestro artesano con más años en el sector, su principal objetivo para la empresa es lanzar una solución estéticamente innovadora al mercado, tanto nacional como internacional, de la decoración de interiores. El espíritu artesanal ha sido una constante en sus métodos de producción conjugando lo tradicional con lo tecnológicamente vanguardista. Su empeño le ha llevado a registrar sus propias patentes disfrutando de derechos industriales sobre los materiales que utiliza.

- **Organigrama**





- **Ciclo de vida de la empresa familiar**

En efecto, las especiales características que presentan los negocios familiares respecto a otro tipo de compañías provocan que, además del posible desarrollo y diversificación de la propia actividad, estas empresas deban hacer frente a aquellos problemas que pueden derivarse de la atomización de su propiedad como consecuencia del inevitable crecimiento de la familia propietaria. Uno de los criterios más frecuentes de clasificación de las empresas familiares consiste en determinar el estadio generacional en el que se encuentra su titularidad. De acuerdo con ello, esta es:

Empresa de primera generación (Etapa del Fundador): cuando la entidad está dirigida por su fundador o fundadores.

En el ámbito de la empresa podríamos decir que se trata de una empresa en expansión, ya que a pesar de su experiencia, es ahora cuando esta alcanzando mercados internacionales. La propiedad esta unida al control y el trabajo conjunto esta realizado por miembros de la familia.

- **Fortalezas y debilidades de la empresa familiar –Análisis DAFO**

➤ DEBILIDADES	➤ FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Falta de liquidez</li> <li>➤ Limitados estilos</li> <li>➤ Tecnología común</li> <li>➤ Oferta limitada de líneas</li> <li>➤ Posibles intereses personales en conflicto</li> <li>➤ Manejo autocrático de la empresa donde se exige lealtad absoluta a las ideas y conceptos del dueño de la empresa y sus familiares</li> <li>➤ Posibles odios y celos entre los integrantes</li> <li>➤ Facciones divididas, donde se fomenta la murmuración y las relaciones informales</li> <li>➤ Refugio de ineptos</li> <li>➤ El "hoy" es lo importante</li> <li>➤ Poca disposición para delegar autoridad y responsabilidad</li> <li>➤ Confusión de la empresa con el concepto de una gran familia</li> <li>➤ Sobrevalúan la propia experiencia y se resisten a incorporar especialistas o profesionales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Experiencia de mercados</li> <li>➤ Experiencia de producción</li> <li>➤ Experiencia tecnológica</li> <li>➤ Patente propia</li> <li>➤ Infraestructura de producción</li> <li>➤ Base de clientes y diseñadores</li> <li>➤ Iluminación decorativa</li> <li>➤ Confianza mutua</li> <li>➤ Mayor vinculación con los clientes</li> <li>➤ Comunicación fluida</li> <li>➤ Flexibilidad competitiva</li> <li>➤ Sacrificio y gran dedicación personal para lograr el éxito</li> <li>➤ Autoridad reconocida</li> <li>➤ Intuición, liderazgo, voluntad e innovación</li> <li>➤ Alto nivel de exigencia</li> </ul>



➤ AMENAZAS

- Crisis económica
- Falta de liquidez en el mercado
- Copias ilegales del material
- Copias del estilo
- Alternativas mas baratas

➤ OPORTUNIDADES

- Mercado Canal Contract
- Posicionamiento de alta gama para aproximarnos a mercados de alto poder adquisitivo.
- Penetrar nuevos mercados con ofertas innovadoras como el consumo masivo y contract con diseños modulares decorativos en piel para paredes y techos
- Adaptabilidad del producto
- Incorporación nuevas tecnologías
- Expansión Internacional

• **Mercados objetivos a los que se dirige la empresa**

- *Mercado Contract:* engloba aquellos clientes con necesidades de alta personalización de los productos siguiendo las recomendaciones de los Asesores Creativos. Se trata de contratos con proyectos residenciales, urbanizaciones, hoteles, restaurantes, locales comerciales, oficinas corporativas, centros educativos y sector sanitario. Suele haber un “tomador de decisiones” único. El Canal Contract proporciona un potencial volumen de negocio considerable y reiterado. El alto nivel de personalización y calidad que poseemos en nuestros procesos productivos nos permite ofrecerles soluciones completamente adaptadas a sus necesidades particulares. La participación en este mercado sirve como referente para la consecución de clientes de otros sectores.

- *Mayorista:* aquel que compra o importa grandes volúmenes y tiene una infraestructura física y comercial propia. Escoge líneas y estilos determinados por Asesores Creativos quienes nos recomiendan a los directivos. Se basan en los gustos de sus clientes y en las tendencias existentes en el momento de realizar sus compras. Sus clientes son los Minoristas y, en algunos casos, Mercado Contract.

- *Minorista:* engloba tiendas locales, independientes o no especializadas. Adquieren los productos a los Mayoristas de su zona o, en su defecto, directamente a nosotros como fabricante. Su demanda está condicionada por los gustos del cliente final.

- *Asesores Creativos:* se trata de prescriptores, entre cuyos perfiles podemos encontrar a arquitectos, diseñadores, decoradores de interior, etc. Recomiendan a los clientes finales la adquisición de nuestros productos en piel, estándar o personalizado.



Desarrollaremos políticas de formación y campañas para informarles de técnicas y acabados aplicables a nuestros productos.

- **Fuentes de financiación posibles para la empresa familiar**

- Préstamos
- Business Angels (empresarios con capacidad de inversión que impulsan el desarrollo de proyectos empresariales con alto potencial de crecimiento)
- Capital riesgo
- Sociedad de garantía recíproca
- ICO
- Leasing

- **Sucesión de Marsedo**

Dentro de unos años la empresa pasará a manos de los hijos del fundador, donde puede surgir la problemática de la sucesión ¿Quién se quedará al mando de la empresa?, ¿Quién se encargará de la gestión y el control?... Existe la incógnita de saber si será más correcto dejar la empresa en manos de un profesional especializado, o sus hijos. Lo importante en estos casos es no confundir el afecto familiar, con la profesionalidad necesaria para dirigir la empresa. Para solucionar estos problemas la empresa tiene la posibilidad de realizar un protocolo de sucesión para la empresa familiar. Se trata de un documento totalmente abierto y flexible, pudiéndose contemplar y regular en él todo lo que, en relación con la sucesión y gobierno de la Empresa familiar, los propios miembros de la familia tengan por oportuno y estén dispuestos a asumir.

- **Objetivos a conseguir**

- ✓ Largo Plazo

-Desarrollar planes de asociación con al menos 50 empresas target

-Desarrollar plan de Posicionamiento de empresa con distribución propia en los EEUU (Los Ángeles y Nueva York), París y Madrid

-Desarrollar líneas de productos locales en mercados individuales previas investigaciones de mercado.