


El Mercado Alternativo Bursátil y la Empresa Familiar Española

Resumen Ejecutivo

Red de Cátedras de
Empresa Familiar

INSTITUTO DE LA
EMPRESA FAMILIAR

PRICEWATERHOUSECOOPERS 



✓ El Mercado Alternativo Bursátil y la Empresa Familiar Española

Los mercados de capitales son una fuente de financiación para las compañías, especialmente en épocas de restricción del crédito como la que estamos atravesando. Históricamente a la empresa familiar no le ha resultado fácil acceder a los mercados de valores debido a su tamaño medio, así como a los requisitos de acceso a y permanencia en los mismos. Estos obstáculos han desaparecido con la creación del **Mercado Alternativo Bursátil (MAB)**, concebido para que las empresas en expansión accedan a los mercados de capitales y logren así la financiación, liquidez, transparencia, notoriedad y prestigio que esto supone.

El MAB permite que empresas de mediana capitalización se planteen el acceso a los mercados como una alternativa que financie su expansión y crecimiento. La flexibilidad de las normas del MAB es posible gracias a un estatus administrativo propio y seguro y que incorpora una figura que acompaña a la empresa tanto durante el proceso de acceso como en la permanencia en el mercado. Esta figura denominada **Asesor Registrado** asiste a la empresa a cumplir con los requisitos de acceso y declara la idoneidad de la misma ante el MAB. Asimismo, durante la permanencia en el MAB, el **Asesor Registrado** continúa asistiendo a la empresa para que ésta cumpla con los requisitos y obligaciones.

Para resaltar la importancia de esta nueva fuente de financiación para las empresas, un grupo de trabajo integrado por miembros de la Red de Cátedras de la Empresa Familiar y por PricewaterhouseCoopers, analiza de manera práctica y con datos actuales qué es el MAB y cómo afecta a la empresa familiar española. Concretamente, el trabajo ha sido elaborado por profesores de las universidades de Granada, Jaén y Politécnica de Cartagena, con la coordinación del profesor Manuel Castilla de la Universidad de Granada, y de Cristina de Torres, directora de PricewaterhouseCoopers. En la primera parte del trabajo se analiza en detalle la regulación del nuevo sistema y al coste que conlleva la negociación pública del capital de las empresas en expansión. La segunda mitad de este trabajo se centra en las condiciones objetivas y en la actitud de la empresa familiar española ante este nuevo mercado de valores.

En conjunto, los autores aportan una visión general que arroja luz sobre las posibilidades para conseguir financiación mediante el acceso a los mercados, así como

para beneficiarse del hecho de ser una empresa cotizada, una opción hasta ahora reservada a grandes compañías con capacidad de hacer frente a unos requisitos de acceso complejos.

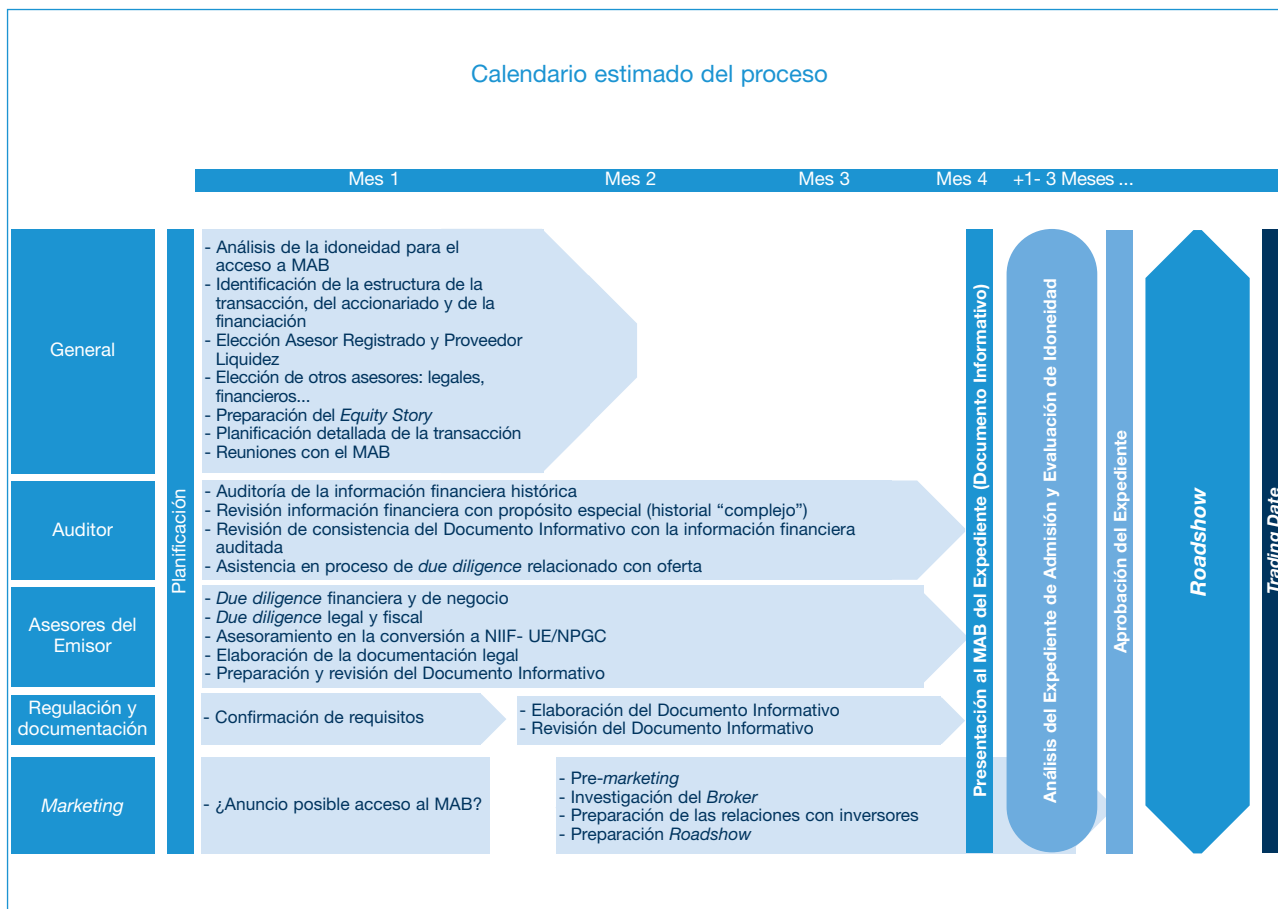
La regulación del MAB y el coste para la negociación pública

La negociación de acciones en un mercado organizado tiene costes, tanto de acceso como de permanencia. Sin embargo, la decisión de solicitar la cotización debe tomarse haciendo balance entre dicho coste y los beneficios derivados de ser una empresa cotizada, entre los que se pueden destacar la captación de fondos y la reducción del coste del capital, pero también la mejora de la reputación, el aumento de la flexibilidad financiera, la apertura de una posible “salida” de la propiedad y la mejora de la supervisión externa del negocio y de su gobierno corporativo.

En el caso de la empresa familiar es preciso tener en cuenta factores específicos de este tipo de organizaciones relacionados con el control de la compañía, la transparencia o la profesionalización. Estas variables y sus costes asociados, entre otros, también se analizan de manera detallada en el trabajo con el fin de entender de manera clara el escenario y las posibilidades que ofrece el MAB a este tipo de empresas.

El gobierno corporativo es, sin duda, uno de los campos más relevantes a la hora de analizar el MAB y que más interés despierta. Los autores exponen de manera clara los requisitos y los detalles regulatorios que permite a las empresas que coticen en este mercado adoptar los estándares de transparencia y gobierno de las grandes compañías pero con la flexibilidad que las pequeñas y medianas necesitan.

Por último en esta primera parte se dedica un apartado especial a analizar el MAB desde la perspectiva de los inversores. Cabe destacar que estos no recibirán el mismo volumen de información que los que optan por invertir en sociedades cotizadas en el mercado continuo pero que la transparencia y el buen funcionamiento del mercado están garantizados tanto por la interacción entre asesores registrados e inversores cualificados como por la propia supervisión del MAB.



La empresa familiar española ante el MAB: condiciones objetivas y actitud ante el nuevo mercado

La segunda parte del trabajo se centra en la investigación llevada a cabo para saber el grado de conocimiento, interés y voluntad de las empresas familiares españolas en acceder al Mercado Alternativo Bursátil. A partir de una muestra segmentada por sectores de actividad, número medio de empleados, cifra neta de negocio (2007 y 2008), formación de los administradores y la estructura de la propiedad, se ha llegado a conclusiones muy esclarecedoras sobre el MAB y su papel en el ámbito de la empresa familiar.

Los resultados del estudio se dividen en dos bloques, uno dedicado a examinar las características financieras y de gestión de las empresas y otro en el que se analiza el grado de conocimiento e interés por el MAB. Ambas variables han permitido conocer de manera útil qué número de empresas podrían acceder al nuevo sistema, así como si éstas están lo suficientemente informadas sobre sus posibilidades.

Continúa en página siguiente

- viene de página anterior

El primer bloque de resultados analiza el grado de desarrollo de los sistemas de control de gestión, las preferencias de financiación para nuevos proyectos de inversión, el reparto del retorno empresarial y la importancia de las diferentes fuentes de financiación que ofrece el sistema financiero. Los datos se presentan como valor medio del conjunto de la muestra y, posteriormente, segmentando la muestra y comparando los resultados en función de si la empresa es familiar o no.

Por lo que respecta al conocimiento del MAB por parte de las empresas, el estudio se centra en el conocimiento actual por parte de los encuestados, así como su grado de interés en su planificación financiera por acudir al mismo en el futuro. Los resultados se han segmentado en función de la naturaleza de la empresa (familiar o no familiar) y, dentro de las familiares, atendiendo a la generación que actualmente se ha incorporado a la misma y está encargada de la gestión. Además, se ha consultado directamente al encuestado si considera el MAB como una alternativa y si está interesado en acceder a este mercado.

El estudio indica que para los encuestados, el MAB es visto fundamentalmente como una fuente de financiación que de no elegirla puede condicionar el crecimiento futuro de su empresa. Según la mayoría de las empresas familiares, el

MAB sería un medio que solventaría los problemas de financiación de las estrategias de expansión o crecimiento cuando no se es autosuficiente o cuando no es posible conseguir fondos por parte de entidades financieras. Cabe destacar que al preguntar por los motivos que llevarían a las empresas familiares a acceder al MAB, se observan diferencias significativas en dichos motivos con respecto a las compañías no familiares. Convendría destacar que el 38% de las empresas españolas conocen el MAB y que más de 1.100 empresas familiares y no familiares lo consideran una alternativa real de financiación en sus planes de expansión y crecimiento en los próximos años.

Por último, el estudio incluye un apartado específico sobre las principales barreras e inconvenientes que las empresas deben afrontar al valorar su acceso al MAB, tales como la pérdida de control, la complejidad de los trámites, las exigencias de información o la falta de información sobre el mercado, entre otros obstáculos aunque muchos de ellos no son impedimentos tan complejos e insalvables como algunos empresarios consideran. También aquí se observan diferencias significativas en función de la naturaleza de la compañía y se pone de manifiesto que es preciso considerar las características específicas de la empresa familiar como grupo diferenciado.

Autores

El estudio ha sido realizado por miembros de la Red de Cátedras de la Empresa Familiar y por PricewaterhouseCoopers.

D. Manuel Castilla Cubillas

Director de la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Granada

Dña. Sonia Sánchez Andújar

Profesora de la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Jaén

D. Antonio Duréndez Gómez-Guillamón

Profesor Titular de la Universidad Politécnica de Cartagena
Miembro de la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Murcia

D. Domingo García Pérez de Lema

Catedrático de la Universidad Politécnica de Cartagena
Miembro de la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Murcia

Coordinación a cargo de:

Dña. Cristina de Torres García-Gallo

Directora de Capital Markets Group de PricewaterhouseCoopers y Asesor Registrado en el Mercado Alternativo Bursátil (MAB)

Prólogo elaborado por

Dr. Juan Corona

Director Académico del Instituto de la Empresa Familiar y catedrático de Economía Aplicada (Universitat Abat Oliba CEU)

Si desea recibir un ejemplar del informe completo, solicítelo a Cristina de Torres
Teléfono.: 91 568 59 03
E-mail: cristina.de_torres@es.pwc.com