

Observatorio de la
Empresa Familiar



Barómetro de la Empresa Familiar
de la Región de Murcia

Comercialización e
internacionalización

12

Segundo semestre 2014

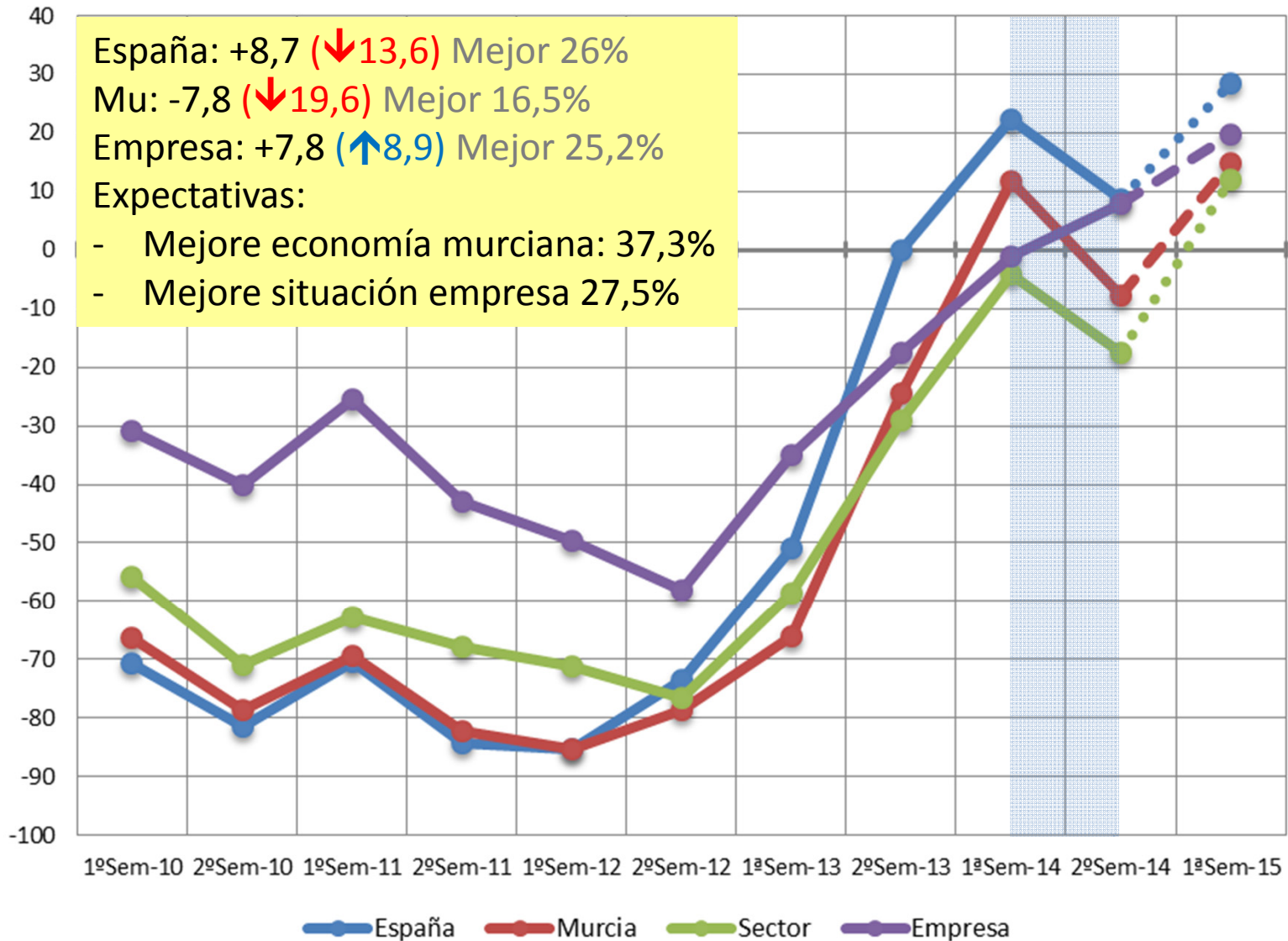
Estructura

- Análisis de estadísticas y previsiones económicas
- Encuesta a 105 empresas familiares en noviembre 2014
 - Situación y perspectivas economía y empresa
 - Comercialización e Internacionalización
- Entrevista a Empresario Familiar: Franco de Sena Cerdán (Caramelos Cerdán)

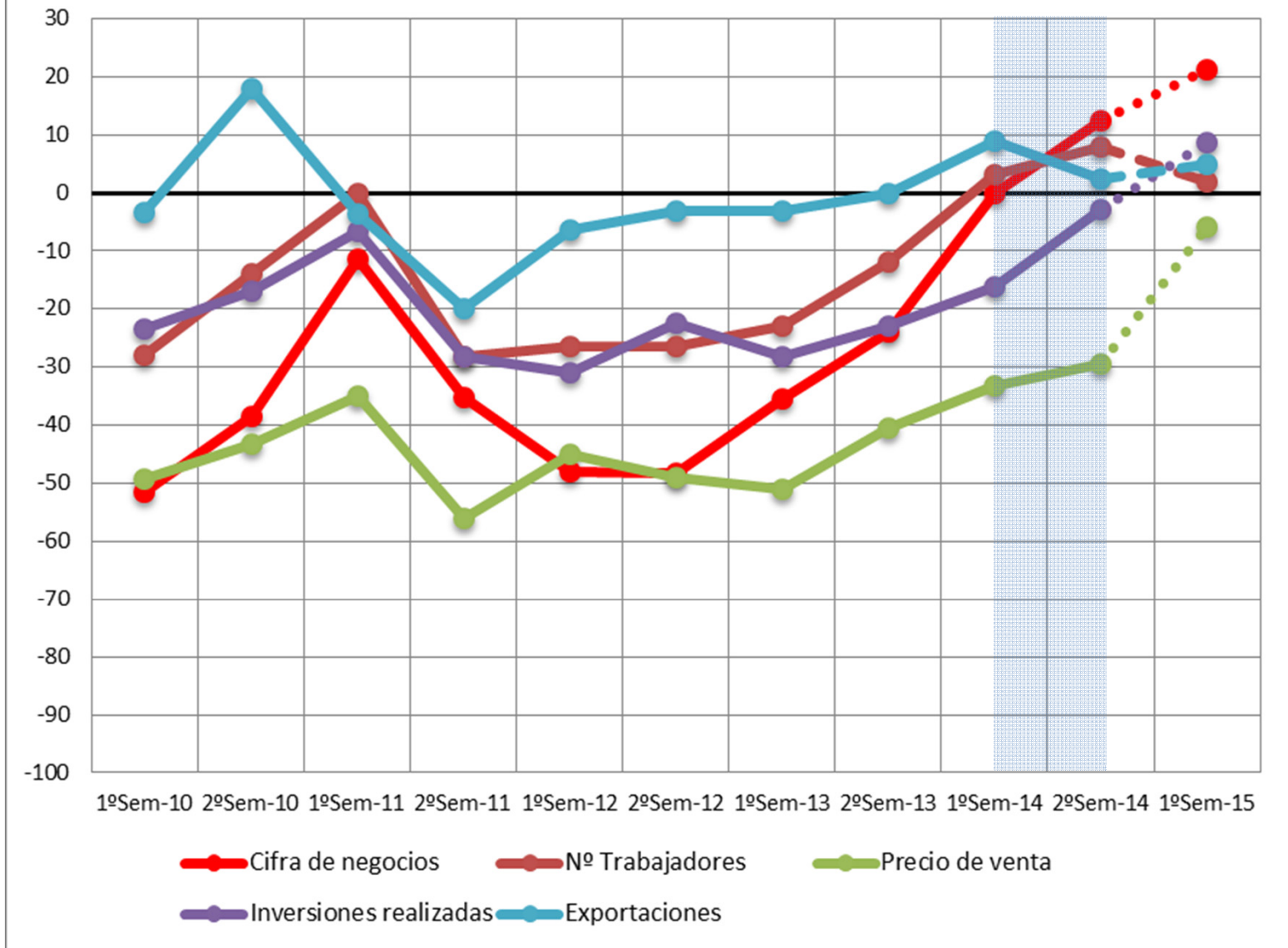
Contexto Económico

- Confirmación de la recuperación en 2014:
 - Economía mundial: 3,3%
 - Economías emergentes: 4,4%
 - Economías avanzadas: 1,8%
 - España: 1,4%
 - R. Murcia: 1%
- Obstáculos
 - Económicos: empleo, déficit, precios...
 - Geopolíticos: embargo Rusia, elecciones Grecia, corrupción...

Situación Económica



Actividad Empresarial

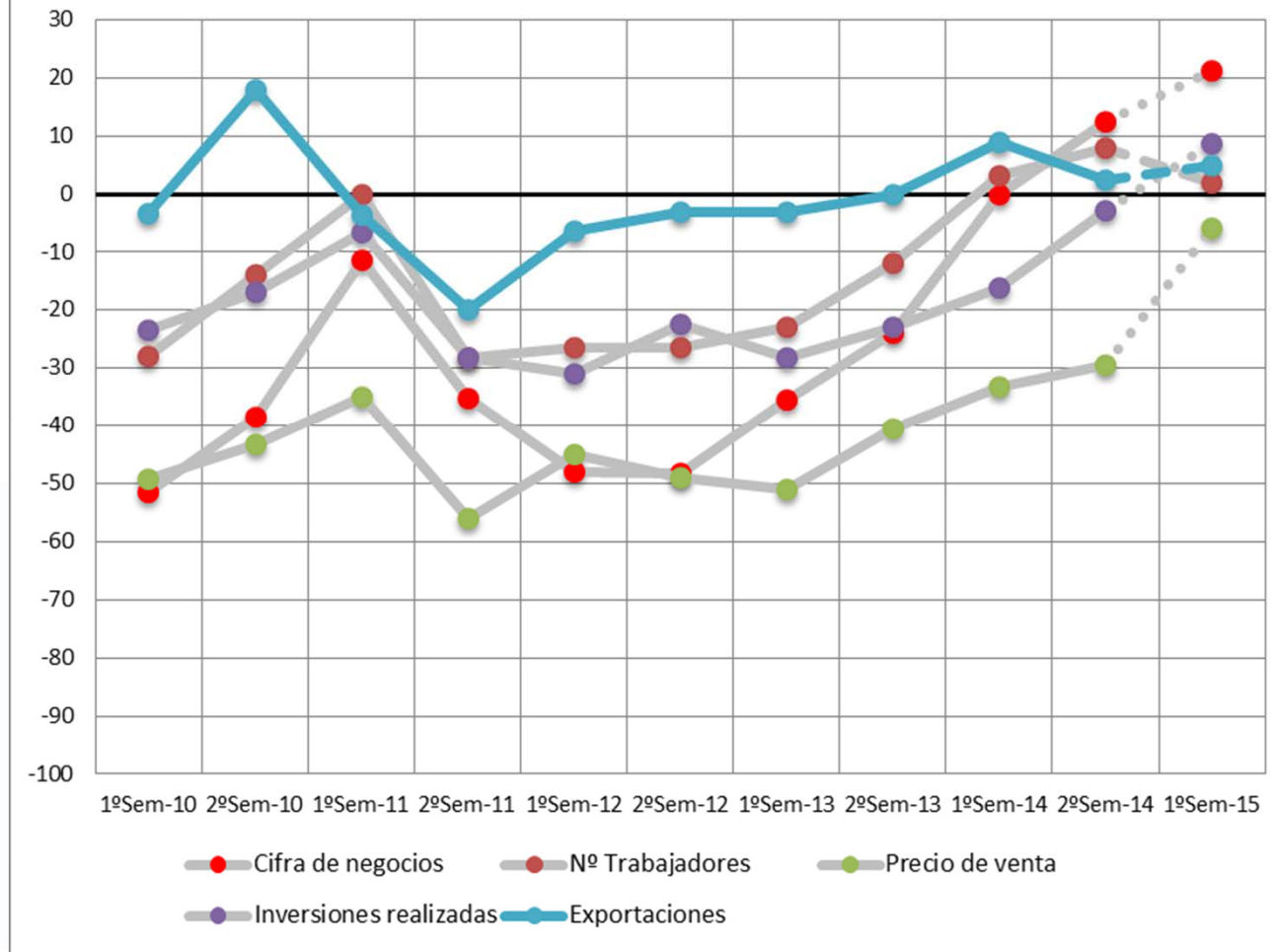




Exportaciones:

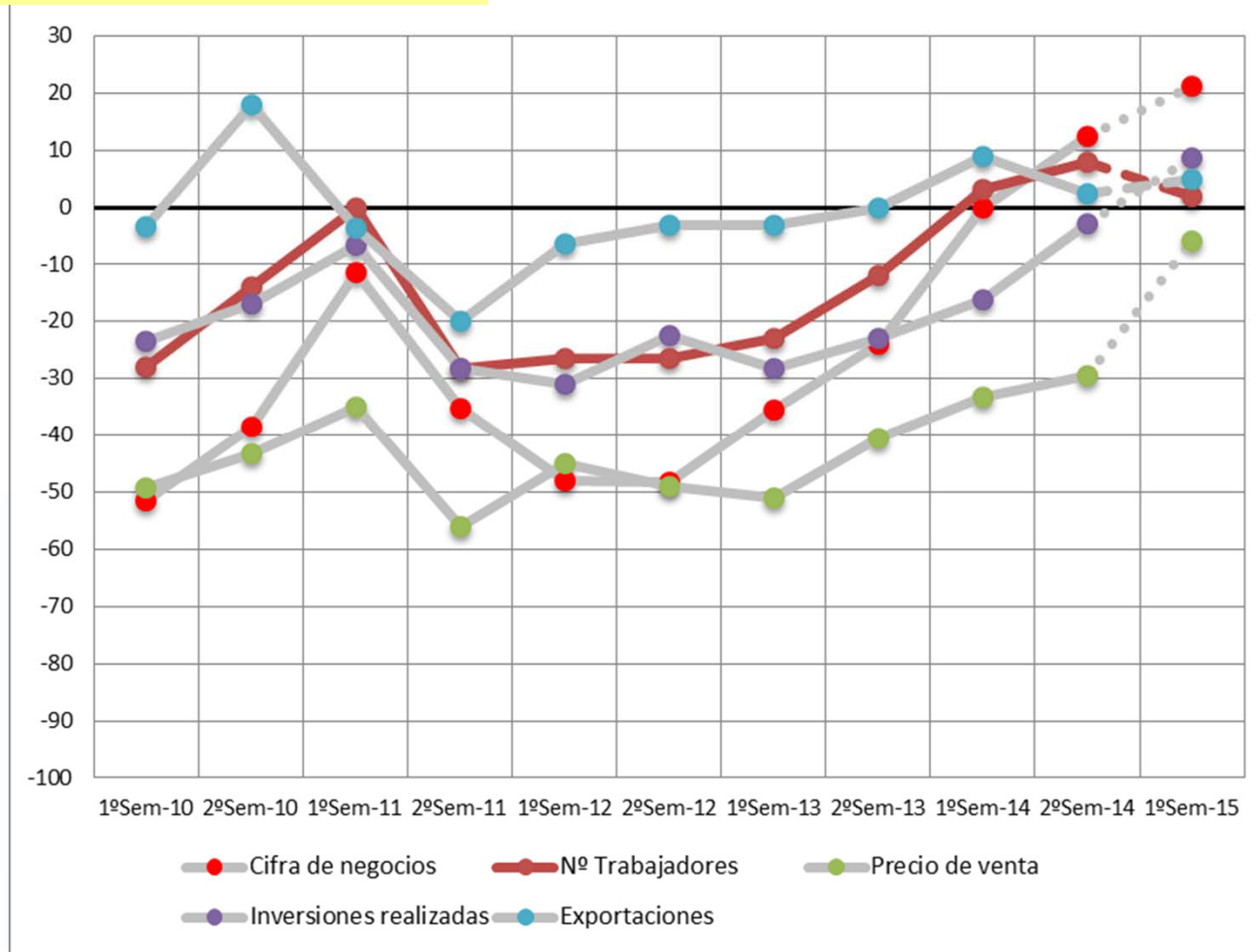
- ✓ Pasa a tercer lugar (+2,4)
- ✓ Única variable que no crece

Actividad Empresarial



Empleo:

- ✓ (+7,8)
- ✓ 26,2% empresas han incrementado
- ✓ dudas próximos 6 meses

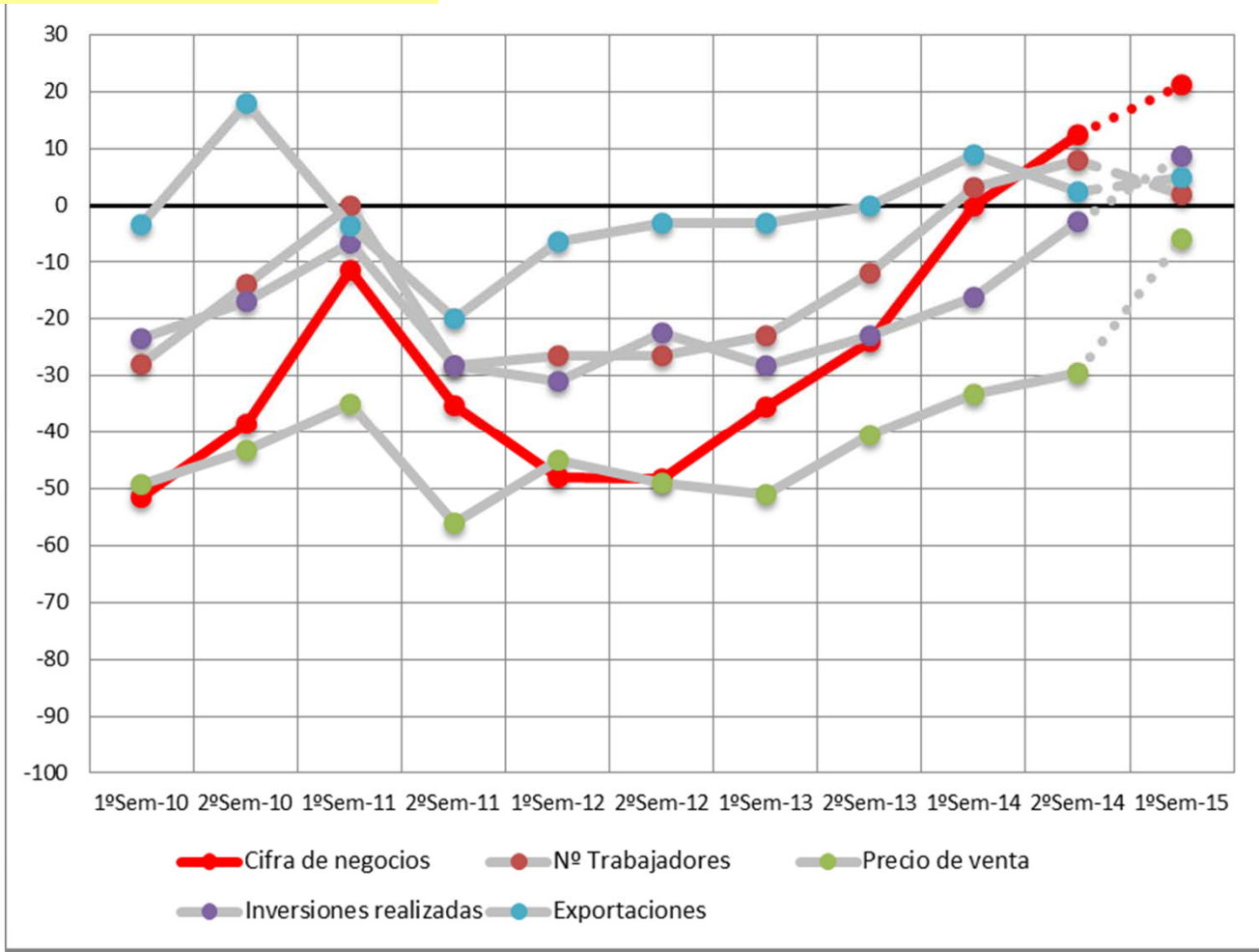
Actividad Empresarial




Facturación:

- ✓ Mejor saldo (+12,5)
- ✓ 38,5% empresas han mejorado
- ✓ crecimiento próximos 6 meses

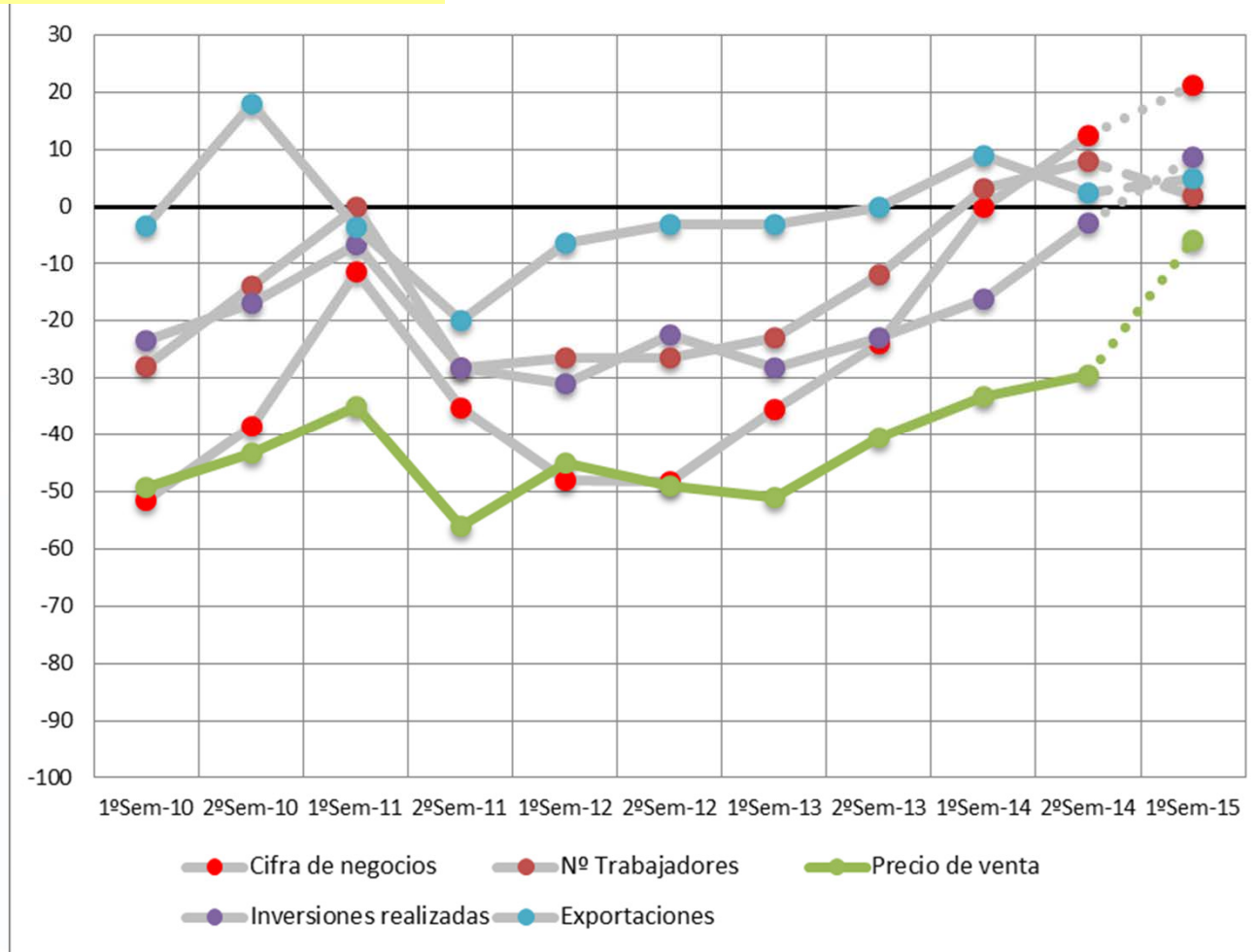
Actividad Empresarial





Precios:
 ✓ (-29,4) (↑3,9)
 ✓ mayor crecimiento próximos 6 meses

Actividad Empresarial

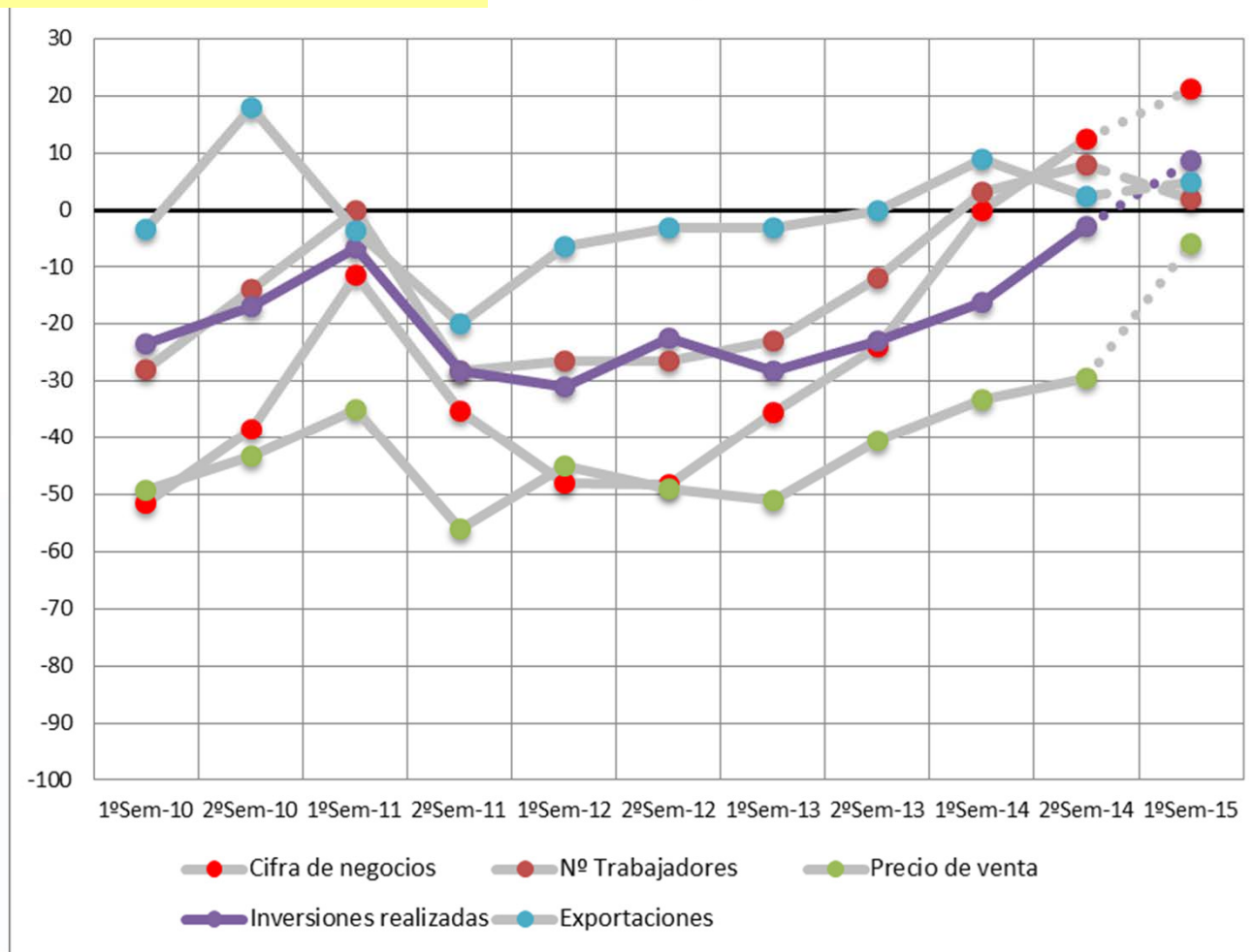




Inversión:

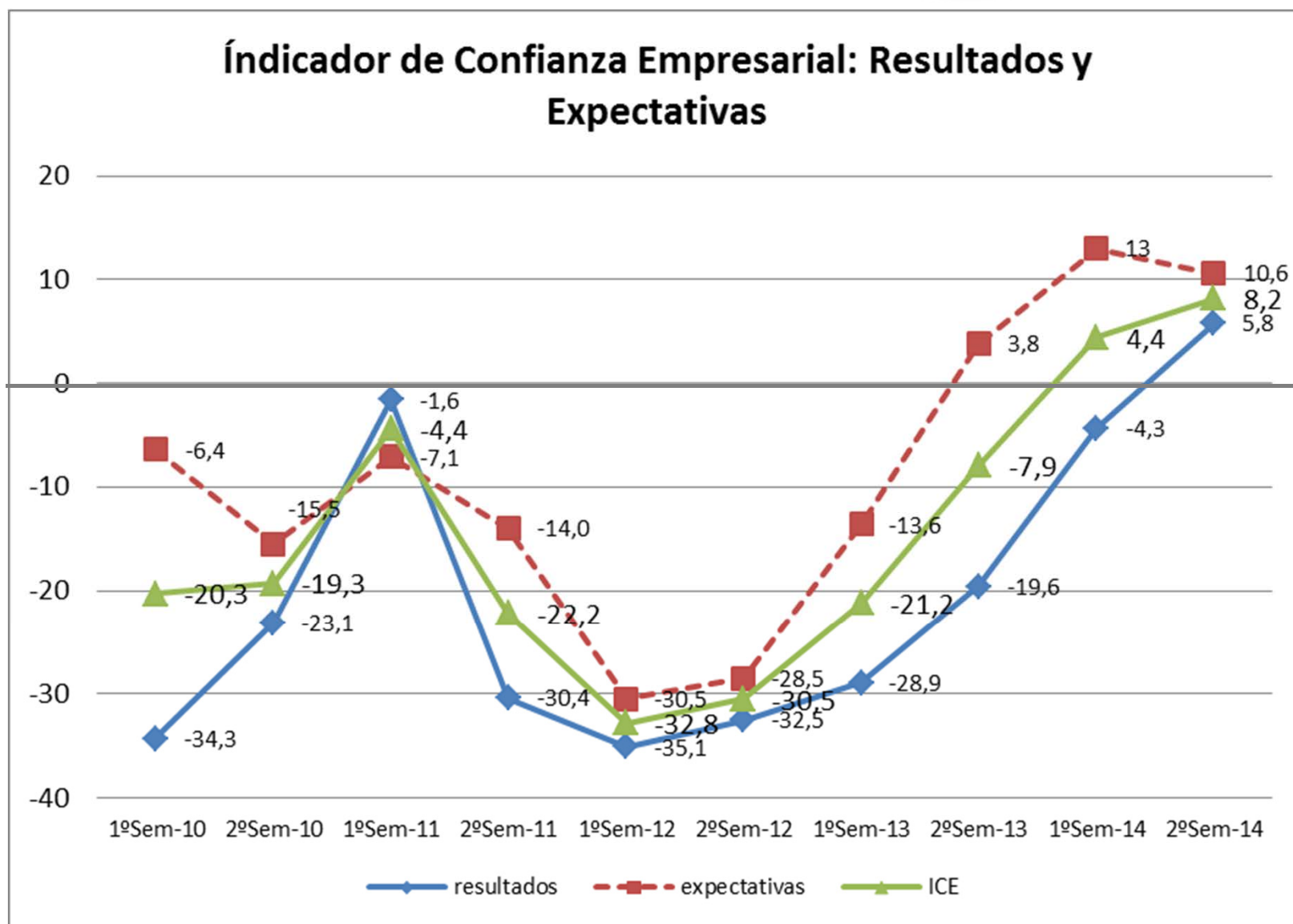
- ✓ (-2,9) (↑13,2)
- ✓ 24,3% empresas han incrementado
- ✓ crecimiento próximos 6 meses

Actividad Empresarial





Barómetro de la Empresa Familiar 12 | 2º semestre 2014

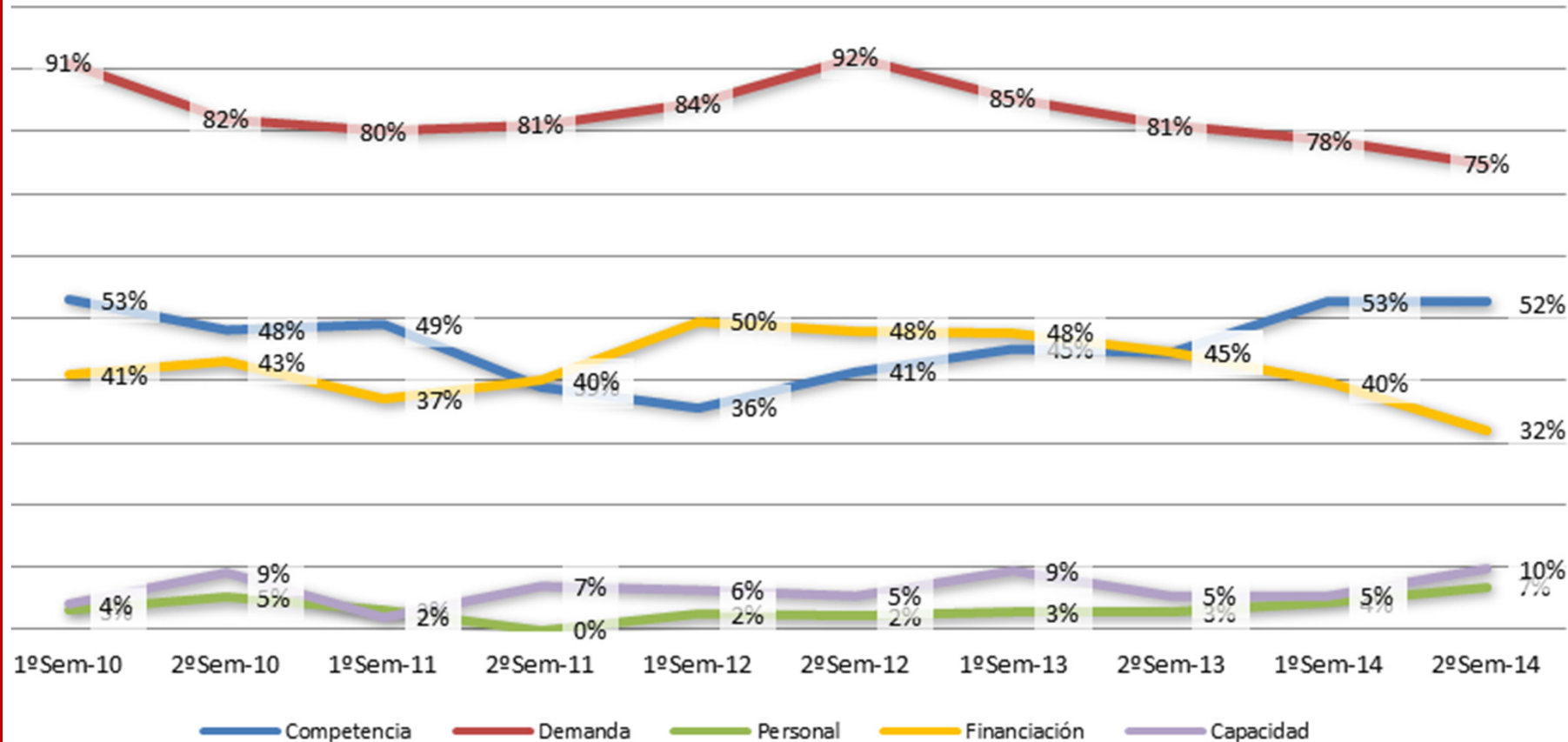




Demanda: cae 17 puntos en cuatro semestres
Presión competitiva confirma su 2º lugar
Financiación cae 8 puntos

Barómetro de la Empresa Familiar 12 | 2º semestre 2014

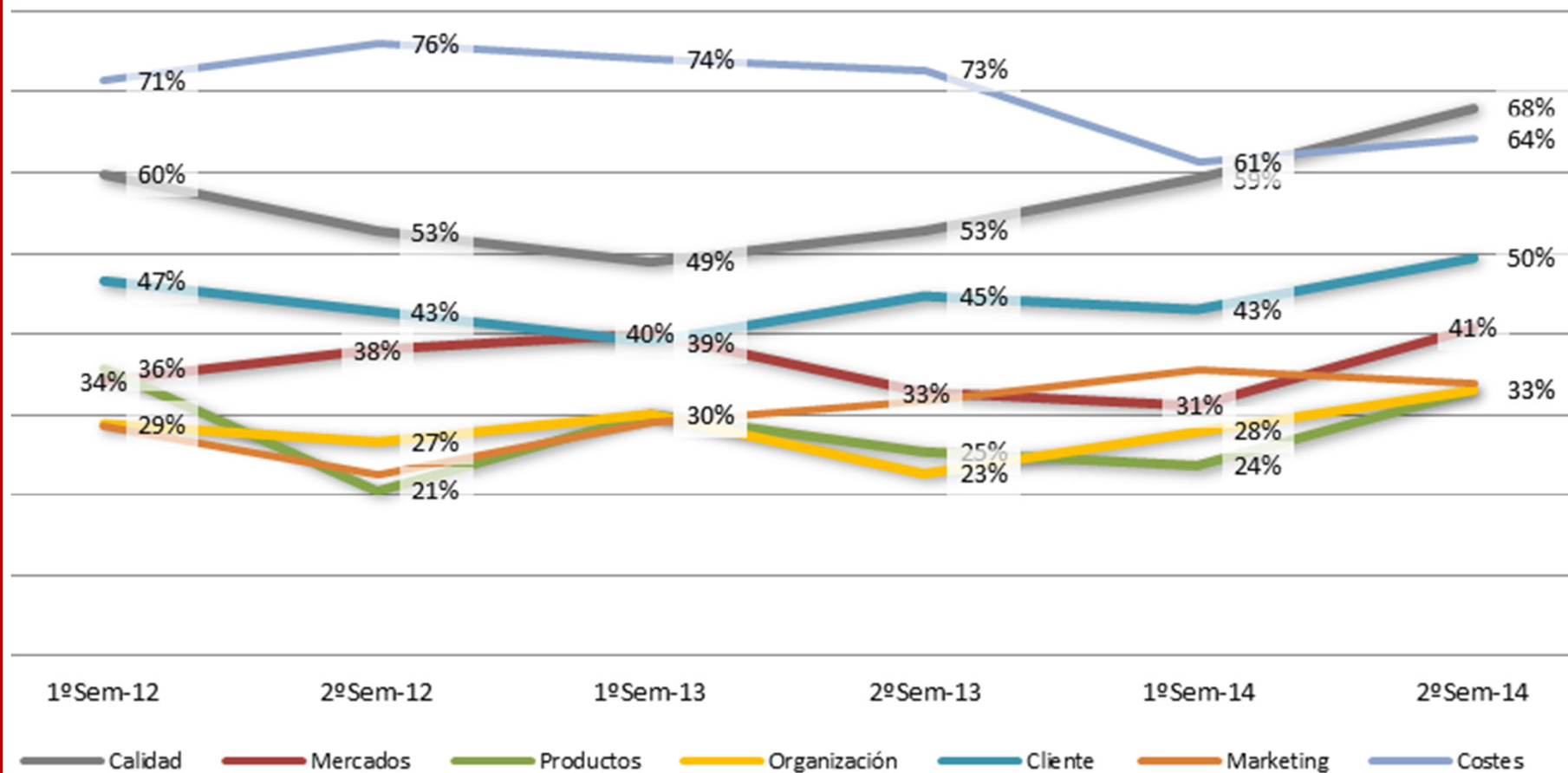
Factores que dificultan la actividad empresarial



Calidad (68%): sube 9 puntos hasta 1er. lugar
Costes (64%): sube 3 puntos
Cliente (50%) sube 7 puntos
Mercados (41%) sube 10 puntos

Barómetro de la Empresa Familiar 12 | 2º semestre 2014

Factores estratégicos





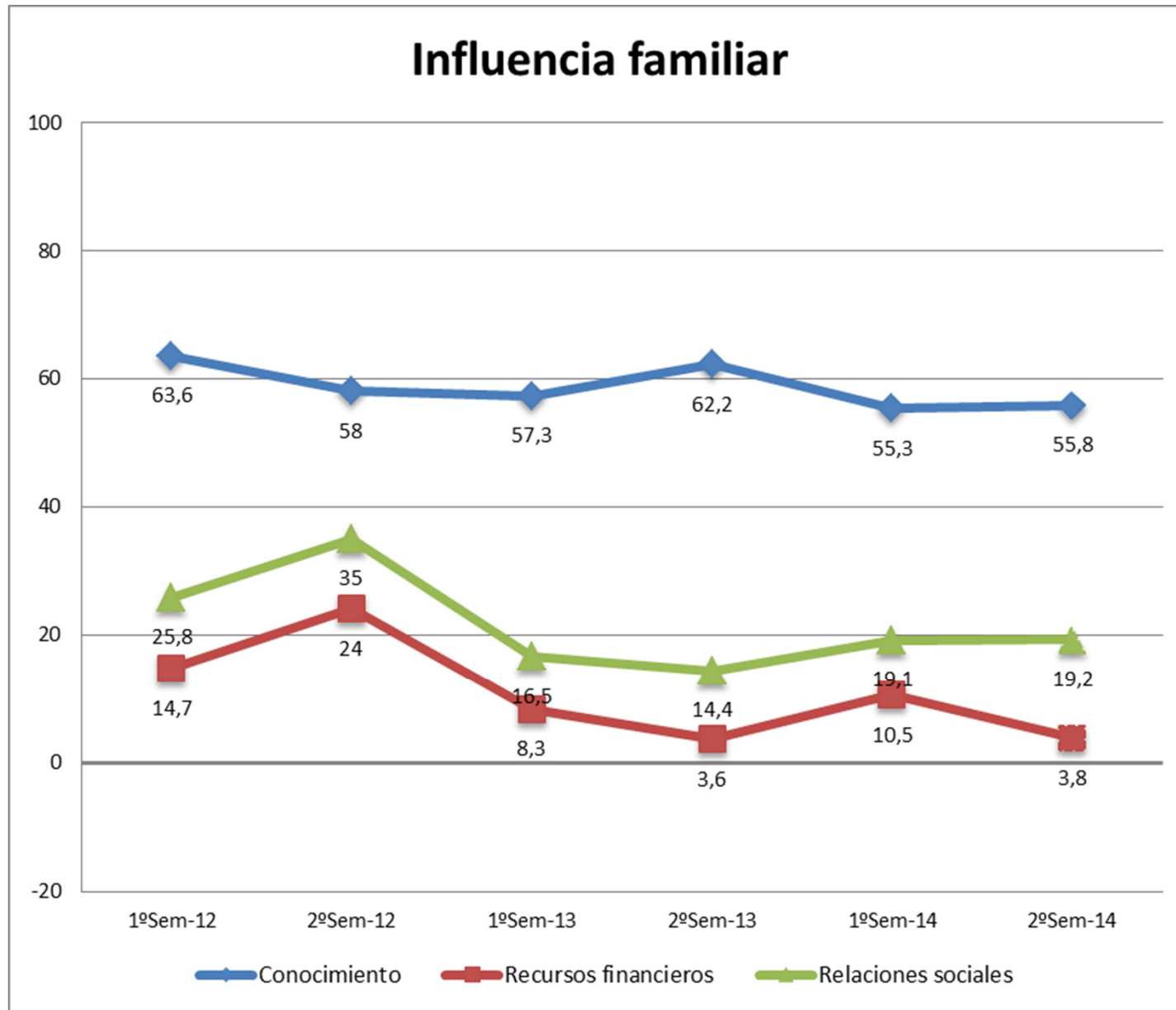
Objetivos

Barómetro de la Empresa Familiar 12 | 2º semestre 2014

	12/1S	12/2S	13/1S	13/2S	14/1S	14/2S	dif
Crec/Supervivencia	7,4	7,3	7,3	7,3	7,2	7,3	1,4%
Independencia financiera	7,0	7,0	6,8	6,7	6,9	7,2	3,9%
Rentabilidad	6,3	6,0	6,2	6,5	6,4	6,3	-0,5%
EMPRESARIALES	6,9	6,8	6,8	6,8	6,8	6,9	1,6%
Transmisión generación	5,4	5,0	5,5	5,1	5,7	5,8	2,0%
Incorporación directivos familiares	4,3	4,1	4,5	4,3	4,6	4,7	2,8%
Aumentar patrimonio	4,2	3,7	4,0	4,0	3,8	4,5	16,6%
FAMILIARES	4,7	4,3	4,7	4,5	4,7	5,0	6,2%
Reputación empresarial	8,1	7,8	8,0	8,0	7,9	7,8	-0,7%
Implicación familia propietaria	7,1	6,8	7,0	7,0	7,0	6,9	-1,2%
SOCIALES	7,6	7,3	7,5	7,5	7,4	7,4	-1,0%



Barómetro de la Empresa Familiar 12 | 2º semestre 2014





¿Cuestiones claves para los próximos 6 meses?





¿Cuestiones claves para los próximos 6 meses?



Variables externas



Competencia
Confianza



Financiación
Demanda
Recuperación

Variables internas



Nuevos mercados
Familia



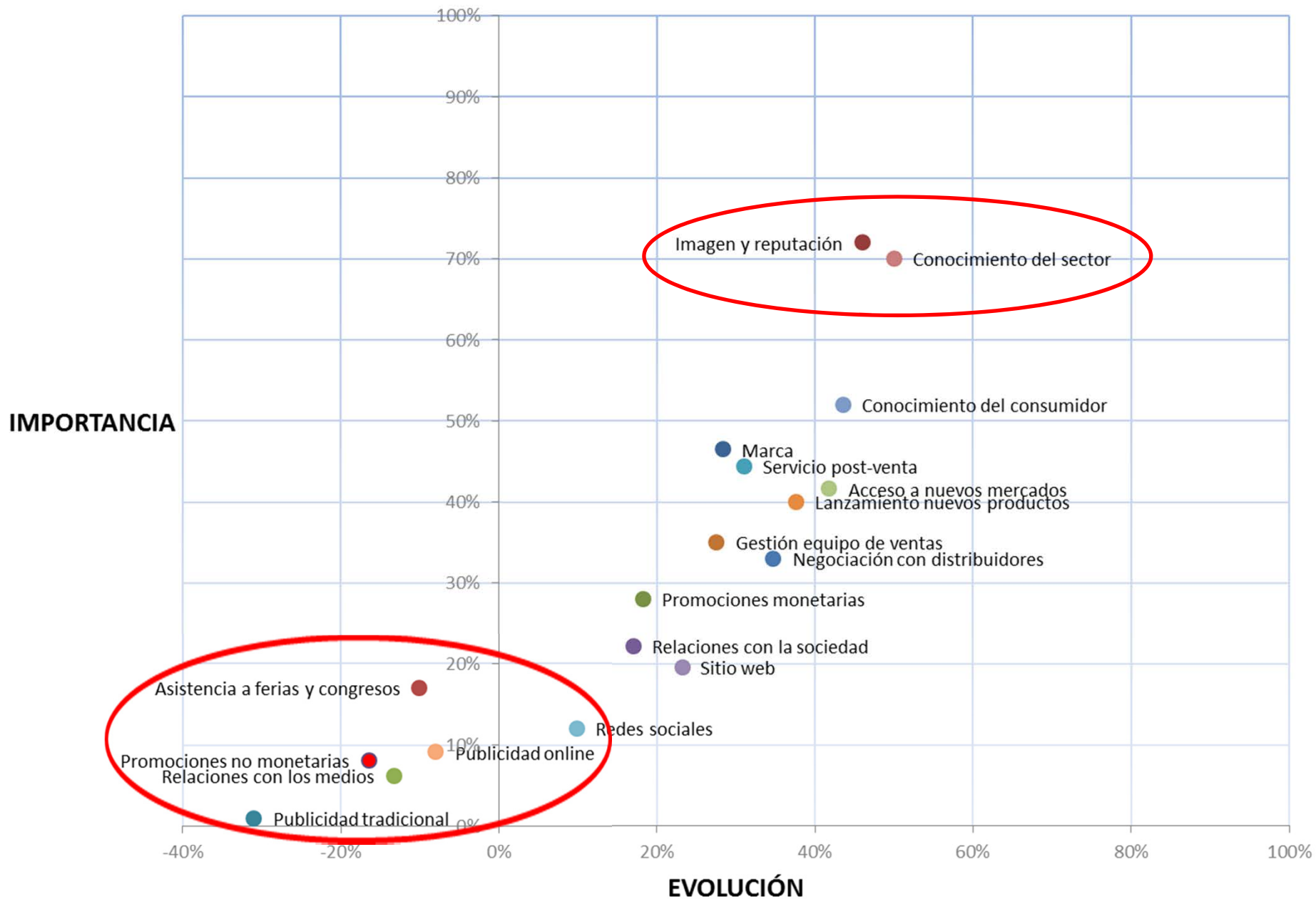
Calidad
Profesionalización
Productos



PARTE MONOGRÁFICA

Comercialización e Internacionalización

COMERCIALIZACIÓN



Presencia online

- 19,6% importancia alta al sitio web
- 28% ninguna importancia a medios sociales
- 27,3% ninguna importancia a publicidad online
- 65,4% no vende online
- 57,3% no gestiona dedicadamente su presencia online

Internacionalización

- 49% vende fuera de España
- 35,7% cuentan con personal dedicado
- 82,1% recurren a la exportación, 7,7% inversión directa y 10,3% alianzas estratégicas
- Objetivos:
 - Crecimiento (45,1%)
 - Supervivencia (21,1%)
 - Disminución de riesgos (12,7%)

Conclusiones-Reflexiones

- Proceso firme de recuperación empresarial
- Mejora ventas y creación de empleo
- Empresarios preocupados por contexto económico y político
- Incremento de competencia
- Importancia de la calidad, mercados y familia
- Imagen-reputación y conocimiento del sector
aspectos fundamentales de marketing
- Potencial de la presencia online