

## Factores socioeconómicos que influyen en el crecimiento de las empresas familiares en la ciudad de Estelí en el primer semestre del año lectivo 2019

Anabell Cristina Sevilla Amador<sup>1</sup>  
Laurent Sofía Palacios Flores<sup>2</sup>  
Samaria Ilú Alonso Valenzuela<sup>3</sup>

### Resumen

La presente investigación se realizó en la ciudad de Estelí, año 2019. Participaron propietarios de las empresas familiares inscritos en la cámara de comercio cede Estelí. El objetivo de la investigación ha sido analizar los factores socioeconómicos que intervienen el crecimiento económico de las empresas familiares. Para ello se realizó una caracterización de las empresas, así mismo identificar cuáles son los factores positivos y/o negativos que intervienen en su crecimiento. Con los resultados obtenidos se realizó un FODA que sirvió de insumo para realizar la propuesta estratégica. El estudio se justificó por su conveniencia dado que cuenta con un valor teórico, utilidad práctica, y relevancia social. Metodológicamente aborda la perspectiva desde un enfoque cuantitativo, analiza datos estadísticos y su aportación teórica, de tipo aplicada, se basa en un paradigma positivista, de corte transversal y muestreo de censo; la población contó de 51 empresas. La información se recolecto mediante encuestas a los propietarios de las empresas familiares, los datos fueron procesados mediante la aplicación en línea e-encuestas. Los resultados indican que diversos factores socioeconómicos afectan de manera positiva y negativa a su crecimiento como empresa. Se presentan debilidades como fortalezas que se pueden mejorar y optimizar para aprovechar y contrarrestar las oportunidades y amenazas provenientes del entorno.

Palabras claves: Empresa familiar, factores, crecimiento.

---

<sup>1</sup> Egresada de la licenciatura en Economía, en UNAN-MANAGUA, FAREM-ESTELI, correo electrónico [anacris97sev@gmail.com](mailto:anacris97sev@gmail.com).

<sup>2</sup> Egresada de la licenciatura en Economía, en UNAN-MANAGUA, FAREM-ESTELI, correo electrónico [sofiapf3@gmail.com](mailto:sofiapf3@gmail.com)

<sup>3</sup> Tutora de tesis, Máster en Gestión, Sostenibilidad y calidad de Mipymes. Docente UNAN-MANAGUA/FAREM-ESTELI, correo electrónico [salonso@unanfaremesteli.net](mailto:salonso@unanfaremesteli.net)

## **Socioeconomic factors that influence the growth of family businesses in the city of Estelí in the first semester of the school year 2019**

### **Abstract**

The present investigation was carried out in the city of Estelí, year 2019. Owners of family businesses registered in the chamber of commerce cede Estelí participated. The objective of the research has been to analyze the socioeconomic factors that intervene in the economic growth of family businesses. To this end, a characterization of the companies was carried out, as well as identifying the positive and / or negative factors that intervene in their growth. With the results obtained, a SWOT was carried out that served as an input to carry out the strategic proposal. The study was justified by its convenience given that it has a theoretical value, practical utility, and social relevance. Methodologically it approaches the perspective from a quantitative approach, analyzes statistical data and its theoretical contribution, of applied type, is based on a positivist paradigm, of cross section and census sampling; the population counted of 51 companies. The information was collected through surveys to the owners of family businesses, the data were processed through the online application e-surveys. The results indicate that various socioeconomic factors affect their growth as a company in a positive and negative way. Weaknesses are presented as strengths that can be improved and optimized to take advantage of and counteract the opportunities and threats coming from the environment.

**Keywords:** Family business, factors, growth.

## INTRODUCCIÓN

El presente documento, se ha enmarca en función de identificar los factores o variables que influyen de una manera directa en el crecimiento económico de las empresas familiares; para ello fue de utilidad referirse a las características que presentan este ente económico.

En este apartado se estudió a aquellas empresas familiares en la cual la toma de decisiones está influenciada por los miembros de la familia; siendo estos capaces de ejercer sobre la empresa una influencia suficiente para controlarla, estas empresas tienen como parte de su visión estratégica que las siguientes generaciones le den continuidad a su legado llevando las riendas de esta.

Para la elaboración de este se consultaron a los propietarios de las empresas familiares que están inscritos en la cámara de comercio de Estelí.

Para dar respuesta a los objetivos planteados se estructuró los ejes teóricos, tales como: factores

socioeconómicos, crecimiento empresarial y estrategias empresariales, mismas que están plasmadas en el cuadro de Operacionalización de variables. Cada una de ellas se analizó de manera que pudieran dar salida a los objetivos a cada objetivo planteado.

Con la información obtenida se realizó una caracterización de las empresas donde se analiza sus principales factores sociales y económicos que influyen el crecimiento de estas empresas. También se analizó las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que presenta este sector, y así proponer estrategias que les sean útil para mejorar su crecimiento, así mismo se detallan las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

## MATERIALES Y MÉTODOS

De acuerdo al problema, justificación y objetivos de investigación es un estudio cuantitativo. Se basa en un paradigma positivista, también conocido como empírico – analítico, y es usado en algunas comunidades científicas.

Según la finalidad es de tipo aplicada ya que estudia problemas prácticos de las empresas familiares de la ciudad de Estelí en relación con los factores socioeconómicos que intervienen en su crecimiento económico.

Según el tiempo es de corte transversal debido a que solo se analiza un corto periodo de tiempo y se recogen los datos en un tiempo único.

Para este estudio se utilizó un universo o población el cual fue: 51 empresas inscritas en el rango de familiares en la cámara de comercio de la ciudad de Estelí.

Para definir la muestra el criterio que se tomó en cuenta fue que la empresa estuviera considerada como familiar.

El muestreo que se aplicó es censo debido a que nuestra investigación cuenta con una población pequeña.

Para llevar a cabo esta investigación se usó el método análisis y de síntesis, se utilizó este método porque permitió investigar y observar los fenómenos estudiados a detalle, a la vez realizar una síntesis de la relación lógica entre

la variable dependiente y la independiente.

Al igual que se utilizó Método hipotético – deductivo, ya que, a partir del planteamiento de la hipótesis deducida de los principios teóricos de la presente investigación, será posible llegar a nuevas conclusiones y predicciones, que a su vez se someterán a verificación.

Para la recolección de datos de esta investigación se utilizó un cuestionario de preguntas, encuesta. Se diseñó un instrumento de encuesta dirigido a los propietarios de las empresas familiares de la ciudad de Estelí con el propósito de identificar cuales si los factores socioeconómicos influyen en el crecimiento de sus empresas y cuáles son estos.

El proceso de validación del instrumento fue realizado por el Máster Carlos Palacios, especialista en empresas familiares, quien aportó sugerencias para el instrumento.

Esta validación fue de importancia ya que permitió hacer correcciones al instrumento utilizado.

Antes de dar inicio al desarrollo de este trabajo de investigación fue necesario conocer la problemática de este sector económico, así mismo de la existencia de otros estudios relacionados con la temática elegida, para tener la certeza que será un trabajo investigativo innovador e interesante.

Luego de definir el tema se recurrió a algunas fuentes de información como libros, revistas, páginas web, entre otros documentos relevantes al tema, con esto se establecieron las bases teóricas que sustentan la investigación, y ayudan a diseñar de forma coherente el marco teórico, utilizado como base en todo el proceso.

Para el proceso de recolección de datos se acudió a la cámara de comercio de la ciudad de Estelí para conocer el número de empresas consideradas como familiares.

Es importante mencionar que recurrimos a esta institución porque fue la que nos brindó una información más detallada de estas empresas.

Luego se procedió a aplicar la encuesta a los propietarios de las empresas familiares.

En esta etapa se procesó la información mediante la aplicación en línea e-encuestas, aplicando la encuesta a cada propietario, logrando así obtener las tablas de contingencia y los gráficos tabulados para la presentación del análisis de resultados, las conclusiones y recomendaciones finales.

## **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

El sector de empresas familiares está conformado según los registros de la cámara de comercio por 51 empresas.

En la investigación realizada sobre los factores socioeconómicos que influyen en el crecimiento de las empresas familiares de la ciudad de Estelí, para ello se emplearon diversos métodos y herramientas incluida la encuesta, con la cual se obtuvieron los siguientes resultados.

### **Factores socioeconómicos**

Todos ellos expresan una idea común: la fusión de dos aspectos de la realidad, siendo uno de ellos la

sociedad en su conjunto. Por factor socioeconómico se entiende la capacidad económica y social de un individuo, una familia o un país, caracterizan a un individuo o un grupo dentro de una estructura social. (Navarro, 2015)

### **Sexo del propietario.**

Al analizar los datos obtenidos a través de las encuestas, se observa que del total de empresas encuestadas el 72.55% de los propietarios es de sexo masculino, y el 27.45% es de sexo femenino, es decir, que en 37 empresas su dueño es un hombre, y en 14 es una mujer, esto hace referencia al acceso de la mujer para ser titular de la empresa, y la brecha que esto abre con la representación de la mujer en el mercado laboral, la equidad de género que se encuentra presente en las empresas familiares donde la mujer tiene la capacidad de ser líder.

### **Sector de la empresa.**

De las 51 empresas encuestadas, el sector comercio y servicio son los que más predominan ambos con un 37.25%, es decir, que en estos sectores se localizan 38 empresas, 19

de cada uno, esto refleja que algunas de las empresas familiares se enfocan más en transportar y vender los productos, como ferreterías, distribuidoras, restaurantes entre otros. Luego continua el sector industria con un 19.61%, que son 10 empresas, en las cuales se pueden encontrar, serigrafías, y otras empresas que se dedican a la transformación de materia prima, envase y empaquetado. En el sector productivo se localiza el 5.88%, 3 empresas dedicadas este sector, esto supone una proporción muy pequeña activa.

### **Años en el mercado.**

Las empresas familiares se caracterizan por su posicionamiento en el mercado, es por ellos los siguientes resultados obtenidos de las encuestas aplicadas. 21 empresas que representan el 40.38% llevan de 11 a más años en el mercado, según describieron los propietarios ha sido por el buen servicio que brindan y el esfuerzo por seguir en el mercado, De las 51 empresas 16, es decir, un 30.77% tienen de 6 a 10 años, y el restante porcentaje de 28.85%, que

corresponde a 15 empresas tiene de 0 a 5 años dentro del mercado y esperan continuar creciendo y trazar metas para los próximos años.

Esta permanencia en el mercado se atribuye a empresas familiares sólidas, con experiencia, que se preparan para dejar un legado y posiblemente han tenido un alto involucramiento de la familia en el funcionamiento de la empresa.

### Número de trabajadores

Clasificación de las Mipymes

Variables	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana
	Parámetros		
Número Total de Trabajadores	1-5	6-30	31-100

(Nacional, 2008)

La mayoría de las empresas encuestadas con un 74.51%, que representa a 38 empresas tienen de 6 a 30 trabajadores, lo cual la clasifica dentro de las pequeñas empresas, 10 empresas que son un 19.61% cuentan de 0 a 5 trabajadores, es decir son micro empresas y con un menor porcentaje de 5.88%, es decir 3 empresas, en las cuales laboran de 31

a 100 trabajadores son clasificadas como medianas empresas.

Con estas cifras de empleo proporcionadas por los encuestados, podemos clasificar a las empresas familiares como fuentes generadoras de empleo, que contribuye al dinamismo del crecimiento de la economía.

### Discusión de temas de funcionamiento.

En las empresas familiares encuestadas un 94%, correspondiente a 47, si discuten entre los miembros de la familia y colaboradores los temas de funcionamiento para poner tomar decisiones, y una menor parte del 4% no discuten estos temas, ya que el jefe inmediato se encarga del funcionamiento.

Se puede ver como un factor positivo que la mayoría de las empresas se reúnan a discutir sus temas, ya que contribuye al éxito de la empresa, mientras que la no discusión puede convertirse en factor negativo ya que la toma individual de decisiones puede generar más conflictos.

### **En el futuro la empresa sea familiar**

Estas empresas tienen como parte de su visión estratégica que las siguientes generaciones le den continuidad a la empresa llevando las riendas de esta. La preparación de la sucesión es un aspecto fundamental en las empresas familiares y la mentalización acerca de la importancia de esta cuestión, es un factor clave para su continuidad y de esta manera contribuir al crecimiento empresarial. (Lansberg, 1988)

### **Objetivo de crecimiento.**

Para fijar un plan de crecimiento, primero hay que plantearse los objetivos que se quiere lograr a corto o largo plazo dentro de la empresa, para que los objetivos sean efectivos deben ser concretos, posibles, medibles. La empresa necesita crecer y lo mejor es planificar los objetivos de crecimiento para evitar obstáculos o problemas, y así seguir los pasos para que el negocio aumente de cara al futuro.

De las empresas familiares que tiene como objetivo de crecimiento, que sea un crecimiento estable, es decir, que se mantenga igual en el tiempo o

presente una modificación mínima porcentual de 2% de las condiciones iniciales del ingreso, sin alterar el futuro de la situación, se encuentran 28 empresas, que representan un porcentaje de 54.17%, y 23 empresas, esto es un 45.83% consideran que su objetivo de crecimiento, debe de ser consolidado, según los encuestados esto sería dar una durabilidad al crecimiento que han mantenido constante, que no sea menos en términos porcentuales de crecer un 5%.

### **Factores o desafíos externos/internos que afectan a la empresa**

Existen factores o desafíos que impactan a las empresas, el entorno está compuesto por factores que cambian constantemente tanto como externo como internos que afectan el funcionamiento o la capacidad de la empresa.

Los factores que afecta son las condiciones del mercado, la competencia, el funcionamiento, la materia prima, la tecnología, la tasa de interés, el tipo cambiario, el margen de ganancia, la capacitación del personal. la reorganización de la



compañía, la estructura y el desarrollo de productos.

Los factores antes mencionados llevan consigo consecuencias positivas o negativas en dependencia del comportamiento de cada uno de ellos.

### **Conflictos entre miembros de la familia.**

Al igual que en las familias, en las empresas familiares podrían presentarse conflictos que afecten el funcionamiento de la empresa.

Según los encuestados, un 89.90%, que representa 44 empresas, opinaron que esto es un desafío menor para ellos, ya que los miembros de la empresa asumen el conflicto como una oportunidad de cambio. Mientras que 2 empresas, un 4.98%, considera que si es un gran desafío porque tiene que buscar la mejor solución posible para resolver los conflictos.

### **Metas para los próximos años.**

Cuando se planifica el futuro del negocio se genera una lista de posibles logros que se desean

alcanzar. Para el éxito de cualquier empresa es fundamental establecer metas, estas dirigen las acciones y le proporcionan un objetivo.

De las 51 empresas familiares, 28 que representan un 54.90%, tiene como meta para los próximos años garantizar el buen porvenir del negocio a largo plazo y así asegurar un futuro estable, el 31.37% (16 personas), esperan mejorar la rentabilidad de su negocio, es decir mejorar los beneficios que se obtienen o se pueden obtener de una inversión realizada. El 7.84%, es decir, 4 empresas, mantienen como meta, la diversificación de sus productos para aumentar su ingresos y aceptación de mercado. 2 empresas, expresan que su meta para el futuro será ser innovador para empezar con nuevas ideas, y otra meta que 1 empresa tendrá es mantener la empresa en manos de la familia, y de esa manera conservar el patrimonio.

### **Crecimiento empresarial.**

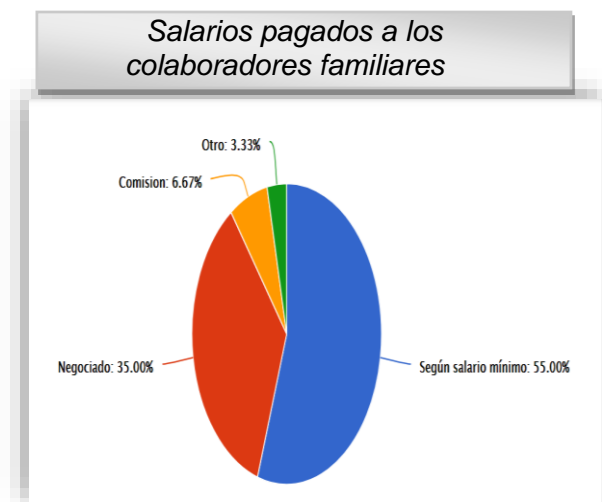
Se refiere a modificaciones e incrementos de tamaño que originan que ésta sea diferente de su estado

anterior. Es decir, se han producido aumentos en cantidades y dimensión, así como cambios en sus características internas (cambios en su estructura económica y organizativa). (EAE Business School, 2017)

### Salarios pagados a los colaboradores familiares

Los salarios como es bien sabido son una contraprestación que recibe el trabajador a cambio del trabajo realizado para un empleador.

En las empresas familiares aparte de los trabajadores que no forman parte de la familia, también hay colaboradores familiares y estos al igual deben recibir una remuneración, en el siguiente grafico se observa cómo se paga el salario a los familiares.



FUENTE: Elaboración propia con datos estadísticos.

El 55%, 28 empresas mencionaron que a sus colaboradores familiares se le paga un salario mínimo que es el fijado por el Ministerio del Trabajo a cualquier persona por desempeñar un trabajo o una jornada laboral completa.

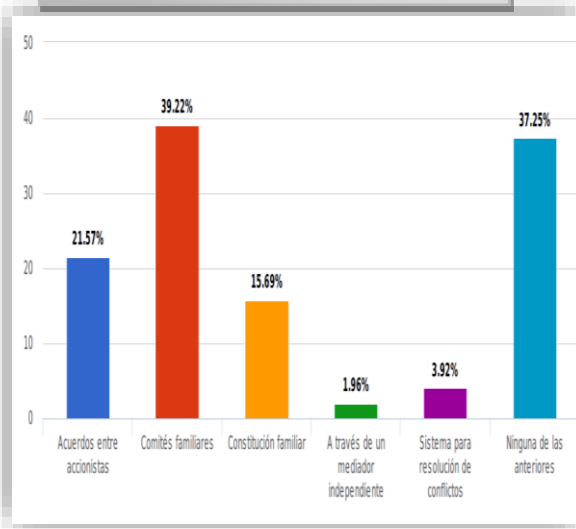
Un 35% de las empresas, que representa a 17, sus trabajadores perciben un salario negociado, es decir que hacen un convenio empleador-empleado para establecer el pago. El 6.67% recibe un salario por comisión, a lo que se refiere es que se le paga según el desempeño en sus labores. Y un 3.33% recibe otro tipo de remuneración.

### Políticas o procedimientos para lidiar con conflictos familiares

El 32.79%, que corresponde a 16 empresas que usan los comités familiares como política para resolver sus conflictos, ya que estos fungen como mediadores de la familia en la toma de decisiones, y transmitir los valores y la visión compartida de la familia. 9 empresas, con un porcentaje del 18.03% utilizan acuerdos entre accionistas para poder mejorar sus

relaciones y así dar salida a cualquier conflicto.

**Políticas o procedimientos para lidiar con conflictos familiares**



*FUENTE: Elaboración propia con datos estadísticos.*

La constitución familiar es usada por 6 empresas que corresponden al 13.11% del total de encuestados, ya que así fomenta la participación y el compromiso de la familia mediante los programas de aprendizaje respecto a la solución de problemas. 1 empresa mencionó que ellos utilizan un sistema para la solución de conflictos en las que usan estrategias y mecanismos para la toma de decisiones, y herramientas que faciliten soluciones. Aunque también hay empresas que utilizan a mediadores independientes buscando que sean neutrales, y un 31%, no utiliza ninguno de los antes

mencionados ya que prefieren buscar otras soluciones.

**Indicadores de gestión más eficientes**

Un indicador de gestión es la expresión cuantitativa del comportamiento y desempeño de un proceso o acción tomada dentro de la empresa, y que puede medir las consecuencias positivas o negativas de la empresa.

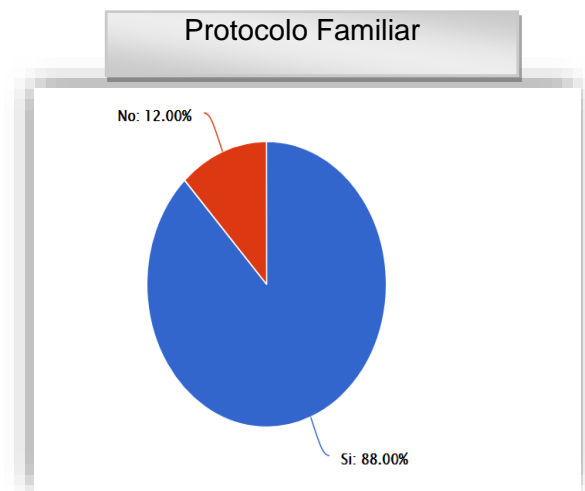
Para el 55.56%, 28 empresas de las encuestadas, tienen como indicador de gestión la satisfacción de los clientes, Si bien es una métrica que ayuda a conocer cómo los productos o servicios de la empresa cumplen o superan las expectativas de los consumidores, es vital que se valore la importancia de la satisfacción del cliente y reconozcan la manera en que ayuda a administrar y mejorar sus productos y atención. 12 empresas que son el 24.44% opinaron que Marketing y ventas son dos de los elementos más importantes para la supervivencia de un negocio en el mercado.

Para un 13.33%, 7 empresas cuentan como indicador la Producción y

logística y así planificar, implementar y controlar, de manera eficaz y eficiente, la transformación de entradas (materias primas, insumos, información) en salidas (Producto terminado, servicio). Y 3 empresas, mencionan que la satisfacción de sus empleados es uno de sus indicadores ya que, si ellos tienen un mejor desempeño en sus labores, habrá una mejor gestión en la empresa.

### Protocolo familiar

Es un compromiso redactado por los miembros de la familia empresaria, con el fin de poder alcanzar y asegurar a través de la actual y futuras generaciones el parámetro de éxito de la familia empresaria. (Autognolli, 2011)



*FUENTE: Elaboración propia con datos estadísticos.*

El 88% de los encuestados, que son 45 empresas, si tienen conocimiento que es un protocolo familiar, ya que es un elemento fundamental para lograr los objetivos de la empresa, mientras que un 12%, 6 empresas expresaron que no sabían que es un protocolo familiar.

### Ventaja competitiva con empresas del sector

La ventaja competitiva es la capacidad de una empresa de sobreponerse a otra u otras de la misma industria o sector mediante técnicas no necesariamente definidas.

Del total de encuestados el 68.63%, 35 empresas consideran que, si tienen ventaja competitiva con empresas del sector con estrategias competitivas donde se toman acciones ofensivas o defensivas para crear una posición defendible en la industria, con la finalidad de hacer frente, con éxito, a las fuerzas competitivas y generar un retorno sobre la inversión.

Mientras que el 31.37%, que corresponde a 16 empresas, mencionan no tener una ventaja competitiva debido a que hay muchas

empresas en el sector ofreciendo el bien o servicio similar, pero que se esfuerzan cada día para poder llegar a esa ventaja.

### **Estrategias.**

Las estrategias son principios y rutas que orientarán el proceso administrativo para alcanzar los objetivos a los que se desea llegar y dependerán en gran medida, de la capacidad para dotarse de recursos y habilidades para buscar nuevas ventajas competitivas. El objetivo es buscar estrategias de éxito que pueden ser usadas en las empresas de ramo familiar.

### **Propuesta estratégica**

**Estrategia 1.** Crear vínculos entre los trabajadores y tratar temas del funcionamiento de la empresa.

**Objetivo:** Establecer una relación empresa-trabajador, ya que la confianza y preocupación de uno por el otro es clave, ayuda a estar al tanto de los acontecimientos tanto de la empresa y su funcionamiento, como del personal que labora.

### **Acciones:**

- La empresa familiar como uno de sus indicadores de gestión considera la satisfacción de sus empleados.
- Se busca crear los vínculos entre los propietarios, colaboradores familiares y demás trabajadores, para crear un mejor ambiente laboral en la empresa.
- Afrontar los desafíos que se presenten en la empresa y lograr un buen desempeño.

**Estrategia 2.** Tener una visión a largo plazo.

Objetivo: Permanecer en el mercado a lo largo de varias generaciones, por medio del resultado que se imagina, plantea y se compromete a lograr, a fin de un desarrollo asumido.

### **Acciones:**

- Fijar objetivos teniendo en cuenta los factores internos y/o externos más importantes que afectan la compañía, tales como las condiciones de mercado, la

organización de la empresa, la competencia, capacitación del personal, margen de ganancias, y tecnología.

- Tomar en cuenta los desafíos que representan ciertos factores como, la necesidad de innovación, la situación económica en general, capacidad de atraer el talento humano adecuado, y sobre todo el planteamiento de las sucesiones para la permanencia de la empresa familiar a lo largo de varias generaciones.

**Estrategia 3.** Aplicar a la empresa un plan de crecimiento.

Objetivo: Fomentar el crecimiento empresarial a través de diversos factores claves para un crecimiento sostenible, eficaz y efectivo dentro de la empresa familiar.

**Acciones:**

- Compromiso con los clientes. conocer muy bien cuál es el segmento de clientes, y conocer los valores que le caracterizan

para después comunicar y transmitir esos valores desde su propia reputación empresarial.

- Desarrollar una marca potente. Una buena marca puede ayudar a crecer la empresa al permitirle fijar un margen más alto a sus productos, acceder con más facilidad a los canales de distribución y lanzar nuevos productos.
- Crecer innovando, fomentando la creatividad de todo el personal. Innovación no solo es crear nuevos productos, sino también crear nuevos procesos internos o nuevos canales de ventas y de convivencia en la empresa.

**Estrategia 4.** Redactar un protocolo familiar.

Objetivo: Saber cuáles son las reglas por las que se rige la compañía, como un conjunto de normas que regulan la relación entre los diferentes miembros o participantes de la empresa familiar.

**Acciones:**

- Analizar las fortalezas y debilidades, la industria y el entorno de la empresa.
- Planificar y fijar objetivos, esto aumenta las posibilidades de conseguir un crecimiento prolongado.
- Una vez elaborada la estrategia se desprenden un conjunto de planes, presupuestos, programas, políticas y acciones que deben ser respetadas y cumplidas por cada uno de los integrantes de la empresa.

**Estrategia 5.** Construir una ventaja competitiva sostenible.

Objetivo: Aportar a la empresa una ventaja competitiva para que la empresa sea más rentable que sus competidores, buscando una posición favorable en un sector productivo en particular.

**Acciones:**

- Enfocar sus esfuerzos para convertirse en un productor con costos bajos, y para

lograrlo recurre a la búsqueda de economías de escala, acceso preferencial a materias primas y automatización de procesos.

- El productor terminara por ofrecer un bien o servicio estándar, pero sobre todo económicos.
- Producir productos que se distinguen por aspectos apreciados por consumidores, que está dispuesto a pagar precios más altos para obtenerlos. Esta diferenciación se convierte en valor para el comprador, tienen varias formas de lograrse: producto de duración, calidad, diseño innovador, funcionalidad, garantía, servicio y mantenimiento.
- La diferencia debe ser algo que el cliente perciba como único y lo aprecie como tal.

**CONCLUSIONES**

Al realizar esta investigación se logra hacer énfasis en los análisis de factores socioeconómicos que más

influyen en el crecimiento de las empresas familiares en la ciudad de Estelí, tales como los años en el mercado que muestra el involucramiento de las familias en su crecimiento como empresa, la discusión en los temas de funcionamiento y estar abiertos a la posibilidad de un plan de sucesión para favorecer con su éxito.

Según los resultados obtenidos, se llegó a la conclusión que entre los factores positivos están los objetivos de crecimiento, metas para los próximos años y sus prioridades ya que con esto la empresa está preparándose para mantenerse estable en el futuro, al igual que contar con un nivel de endeudamiento adecuado y no caer en déficit, otros factores positivos son el control de ventas como un factor importante de crecimiento, ir de la mano con la digitalización dependiendo del sector donde se localice la empresa y las tecnología que necesiten.

El planteamiento de sucesión y la solución de conflictos son factores positivos que influirán a que la empresa continúe siendo familiar, y

mantener un plan estratégico también será beneficiosos para ellos teniendo un orden en su negocio.

En cuanto a factores negativos cabe destacar que uno de los factores que más afecta es la situación económica en general, debido a los problemas económicas que enfrenta el país y las familias, también la competencia en el sector al haber varias empresas ofertando productos similares, la capacidad de atraer y mantener el talento adecuado se dificulta para algunas empresas ya que no hay mano de obra calificado en algunos puestos que requiere la empresa, es necesario mencionar que hay empresas que se encargan de capacitar a su personal. Otro factor es la falta de financiamiento por el cual estas empresas abandonan proyectos de inversión.

Esta investigación permitió analizar las empresas familiares en su condición especial de administración, y los problemas asociados a su supervivencia en un entorno externo e interno en proceso de cambio, para que estas empresas se mantengan activos en el tiempo con una



rentabilidad aceptable y aporten todo de sí para el desarrollo de ellas y de sus integrantes, efectuando a su vez, su aporte a la economía global con la creación de riquezas y fuentes laborales.

Según los datos recopilados y analizados en esta investigación, aceptamos la hipótesis, ya que, el comportamiento de los factores socioeconómicos incide de manera positiva y/o negativa en el crecimiento o desarrollo de las empresas familiares, en dependencia del factor y la situación.

Entre las estrategias que proponemos está, crear vínculos entre los trabajadores, estableciendo así una relación de la empresa con el trabajador, tener una visión a largo plazo, y de esta manera buscar la permanencia en el mercado, aplicar a la empresa un plan de crecimiento, proyectando a la empresa a un crecimiento sostenible y eficaz, redactar un protocolo familiar, buscando de esa manera una mejor organización, y la última pero no menos importante crear ventaja competitiva, que favorezca una

posición favorable y rentable para la empresa.

## RECOMENDACIONES

De acuerdo a los datos reflejados en el análisis de resultado se recomienda a las empresas familiares lo siguiente:

- ❖ En la empresa los miembros familiares deben tener claro su posición dentro de ella, no mezclar lo familiar con lo laboral, porque algunas ocasiones esto suele ser un impedimento para el crecimiento de las empresas familiares.
- ❖ Al momento de otorgar cargos a los miembros de la familia no hacerlo por los lazos familiares, si no tomar en cuenta su nivel de escolaridad o bien sus conocimientos o buen desempeño en el negocio.
- ❖ Las rivalidades entre hermanos y padres no deben trascender al ámbito empresarial porque desestabiliza la productividad.

- ❖ Establecer un sistema de arbitraje para la resolución de conflictos en la empresa.
- ❖ Capacitar al personal que labora en la empresa para mejorar su efectividad y no solo involucrar a los familiares en funciones que no pueden ejercer correctamente.
- ❖ Adoptar las nuevas tecnologías que faciliten a la empresa alcanzar economías de escala.
- ❖ Estar abiertos a expandirse como empresa y buscar fuentes de financiamiento estables para aumentar la producción.
- ❖ Mantener presente los factores de comunicación, liderazgo, motivación y cultura para una buena organización como empresa.
- ❖ Hacer una adecuada preparación de la sucesión de la empresa, para que tenga una mayor permanencia en el núcleo familiar dentro del mercado.
- ❖ Establecer un protocolo familiar para tener claro cómo quiere que se maneje la relación de la empresa y la familia para promover la unidad y armonía de los miembros y a fomentar su compromiso por la continuidad de la empresa en manos de la familia.
- ❖ Mantener un carácter emprendedor y sentido de responsabilidad social, para crear ventajas competitivas con respecto a otras empresas.

## **BIBLIOGRAFIA.**

- Autognolli, S. (2011). Implementación de sistemas de gobierno corporativo en PYMES familiares., (pág. 154). Managua, Nicaragua.
- EAE Business School. (2017). Obtenido de <https://www.eaeprogramas.es/internacionalizacion/crecimiento-empresarial-definicion-y-modalidades>
- Lansberg, P. R. (1988). Definición de empresas familiares. León-Guerrero: McCann J.
- Nacional, A. (28 de 02 de 2008). Normas Jurídicas de

Nicaragua. Obtenido de  
[http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/\(\\$All\)/EC29253DD104D7D30625741D005C6C8C](http://legislacion.asamblea.gob.ni/Normaweb.nsf/($All)/EC29253DD104D7D30625741D005C6C8C)

Navarro, J. (2015). Obtenido de  
DefinicionABC:  
<https://www.definicionabc.com/economia/nivel-socioeconomico.php>