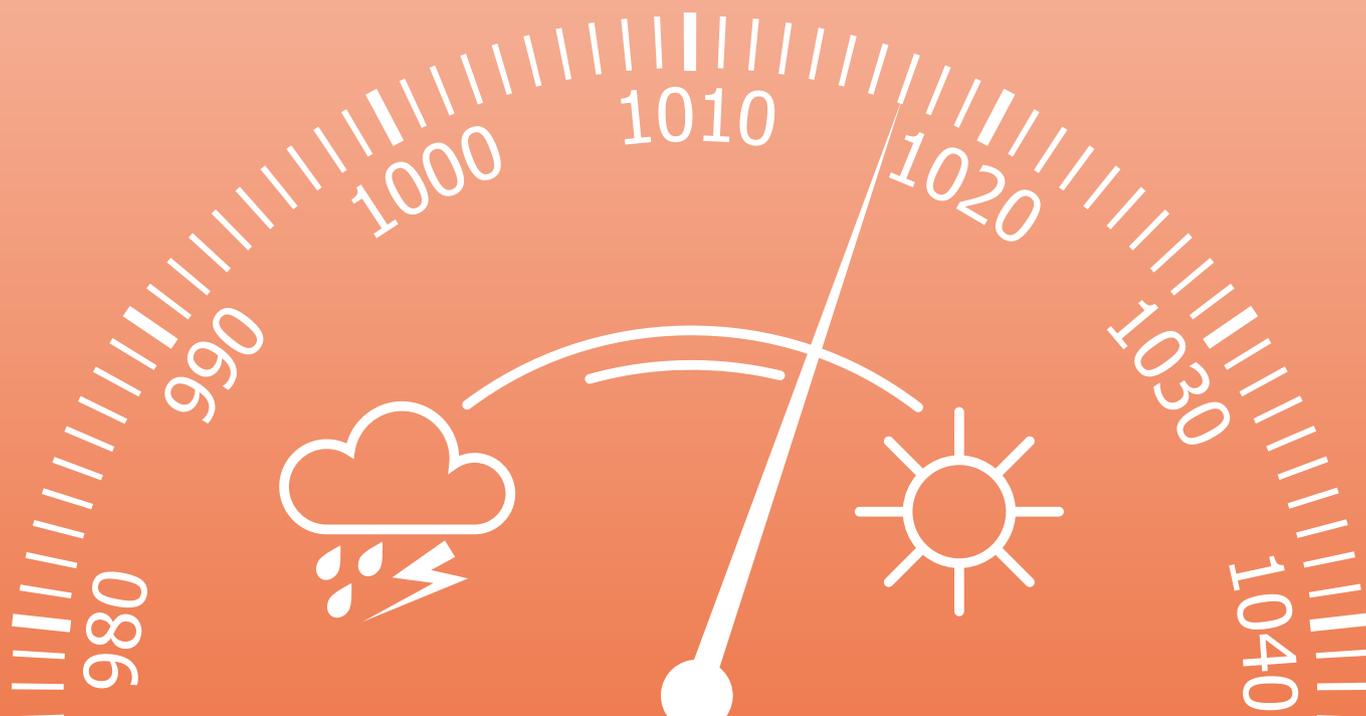




BARÓMETRO EUROPEO DE LA EMPRESA FAMILIAR

Quinta Edición | 2016

EXITOSA Y RESILIENTE





// Bienvenido al quinto Barómetro de Empresa Familiar

KPMG en España y las Asociaciones Territoriales vinculadas al Instituto de la Empresa Familiar presentan este quinto Barómetro que mide anualmente el nivel de confianza de los propietarios y/o directivos de empresas familiares, así como sus principales retos y preocupaciones ante el futuro. En esta edición las empresas vuelven a mostrar una fuerte resiliencia a las presiones externas y los desafíos. Para que su negocio crezca sus líderes confían, cada vez más, en dos factores clave: la innovación y el talento.



INTRODUCCIÓN

Buenos resultados, perspectivas positivas y fortaleza ante los desafíos del entorno. Así se muestran las empresas familiares españolas en esta quinta edición del Barómetro. Aunque no están exentas de dificultades, sus proyectos de inversión confirman la importancia del crecimiento en sus planes estratégicos.

El optimismo de la empresa familiar española sigue quedando patente en esta edición del Barómetro. Continúa así la evolución positiva iniciada en 2014 con el comienzo de la recuperación económica en España. Los principales indicadores de negocio presentan resultados muy positivos. En concreto, la facturación y el empleo han batido récords registrando el mejor resultado en el conjunto de todas las ediciones de este informe. Un 75% ha aumentado su cifra de negocio y un 61% ha visto crecer su plantilla este año.

La incertidumbre política vuelve a representar el principal reto para la empresa familiar española, que teme pueda mermar sus perspectivas de crecimiento. La intensa competencia constituye asimismo un desafío importante que ha ido ganando relevancia en las sucesivas ediciones del Barómetro. Por el contrario, el que parece no constituir ya un problema es el acceso a la financiación, con cuatro de cada cinco encuestados que dicen no haber tenido problemas para financiarse este año.

Para seguir progresando, los propietarios y directivos de empresas familiares creen que una rebaja de impuestos, menores contribuciones a la Seguridad Social y mayor flexibilidad en los acuerdos laborales impulsarían las perspectivas de crecimiento de su negocio.

Aunque la mejora de la rentabilidad y el aumento de la facturación se mantienen como aspectos prioritarios, dos áreas adquieren cada vez más importancia: la innovación y el

talento. Para mantenerse competitivo es imprescindible ser innovador y contar con personal altamente cualificado, y de ello son conscientes las empresas familiares, que apuestan hoy más que nunca por invertir en innovación, nuevas tecnologías, contratación y formación.

Prepararse para el futuro es fundamental y, para ello, aparte de incluir nuevas inversiones en sus planes estratégicos las empresas familiares confían en sus fortalezas estructurales y culturales. La toma de decisiones rápida y flexible, los valores compartidos y la ética y la adopción de una perspectiva a largo plazo son, en este sentido, puntos fuertes identificados a los que deben sacar el máximo partido para adaptarse y responder rápida y eficazmente a los cambios del entorno.

Igual de importante es contar con buenas estructuras de gobierno corporativo y procesos y la comunicación entre generaciones, señalados como los factores clave del éxito. De ello son conscientes las empresas familiares, que ya cuentan con distintos mecanismos y prácticas como los Consejos de Administración y Consejos Familiares, entre otros, que ayudan a una comunicación y toma de decisiones fluida y a evitar conflictos familiares.



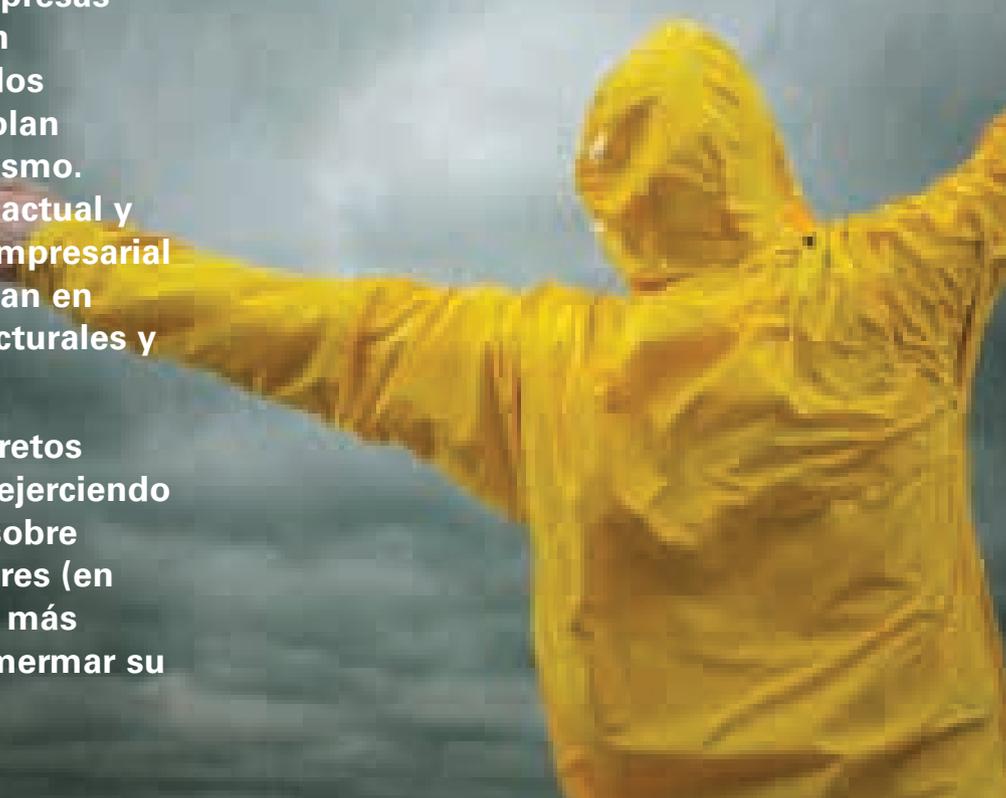
Juan José Cano

Socio responsable de Mercados y de Empresa Familiar de KPMG en España

OPTIMISMO ANTE EL FUTURO

A pesar de la incertidumbre del entorno, la creciente competencia y una `guerra por el talento´ cada vez más intensa, las empresas familiares continúan alcanzando resultados positivos y contemplan el futuro con optimismo. Para hacer frente al actual y complejo entorno empresarial las compañías confían en sus fortalezas estructurales y culturales.

Sin embargo, si los retos actuales continúan ejerciendo una fuerte presión sobre los negocios familiares (en particular, sobre los más pequeños) podrán mermar su rendimiento.



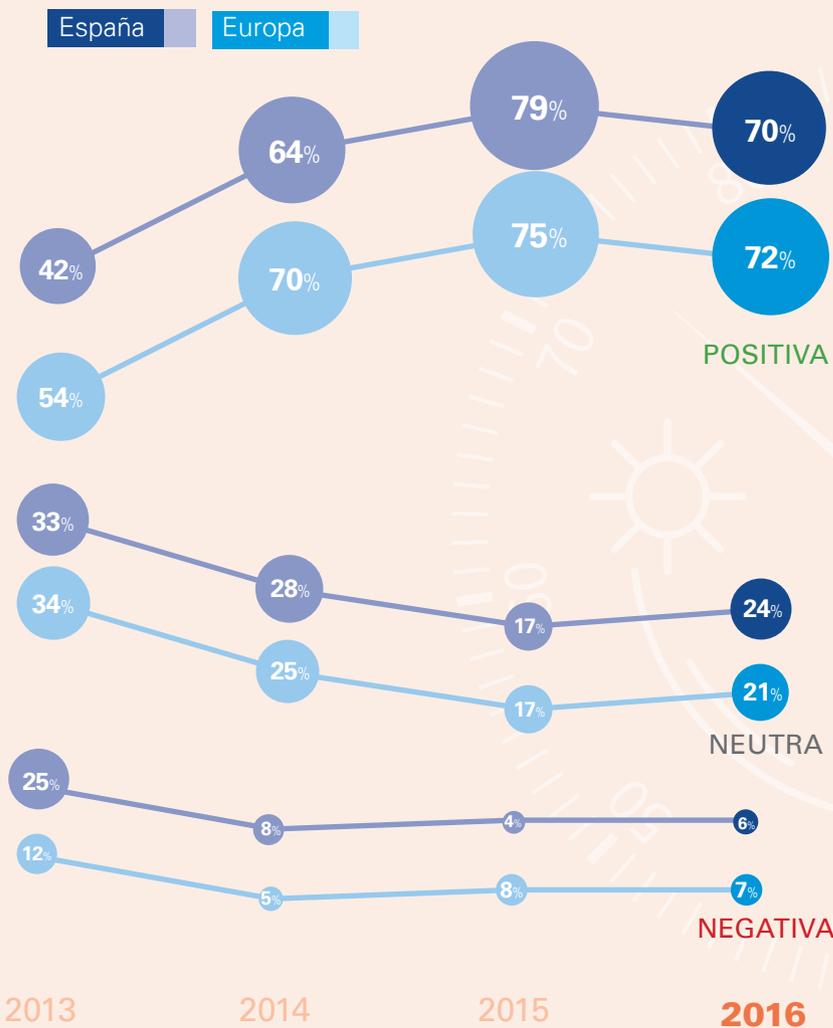
Buenas perspectivas y desempeño positivo

Las empresas familiares españolas y el resto de las europeas vuelven a mostrar confianza en el futuro. Siete de cada 10 directivos españoles expresan una opinión "positiva" o "muy positiva" acerca de la situación económica de su empresa a un año vista. Aunque su optimismo se reduce ligeramente respecto a hace un año, los resultados de esta edición siguen la tendencia positiva iniciada en 2014 con el comienzo de la recuperación económica en España. Las mismas impresiones muestran las empresas familiares europeas: una amplia mayoría (72%) manifiesta una opinión positiva, aunque lo hace en menor medida que el pasado año.

Tanto en España como en el resto de Europa, las opiniones neutras se sitúan en torno a un cuarto de las respuestas. Los propietarios de empresas familiares se muestran así más cautos en sus previsiones de lo que lo hacían hace un año, pero sin llegar a los niveles de 2014 y de años precedentes.

El **70%** de las empresas familiares españolas se muestra **optimista ante el futuro**

P1 ¿Qué impresión tiene acerca de la situación económica que tendrá su empresa familiar en los próximos 12 meses?



Fuente: Barómetro de la Empresa Familiar, Quinta Edición, 2016



“La empresa familiar española vuelve a encarar el futuro con optimismo. El clima favorable de financiación y el buen desempeño de sus principales indicadores de negocio son factores que explican esta confianza”

Daniel Rey. Presidente de la Asociación de la Empresa Familiar de Aragón y consejero delegado de Rey Corporación

Las perspectivas negativas, aunque mínimas, aumentan ligeramente en el caso de España frente a los resultados de 2015 (de un 4% a un 6%), pero se mantienen en niveles muy bajos si los comparamos con el máximo alcanzado en 2013 (25%). Las empresas europeas, sin embargo, se muestran algo menos pesimistas este año (7%) respecto al anterior (8%).

La confianza en el futuro se apoya en los buenos resultados alcanzados este año en términos de facturación, empleo e internacionalización.

Especialmente reseñable es el desempeño de los negocios familiares españoles, que mejoran aún más los buenos resultados de la pasada edición y superan

ampliamente a los europeos en cifra de negocio y contratación.

Los resultados de este año mantienen la tendencia alcista observada en las sucesivas ediciones de este informe. Las cifras de empleo y facturación han mejorado progresivamente desde que se publicó el primer Barómetro coincidiendo con el inicio de la recuperación económica en España.

Así, un 75% de las empresas familiares españolas declara haber aumentado sus ventas netas este año (frente al 70% que así lo expresaba en 2015), mientras solo un 11% ha reducido su facturación. Entre aquellas que han visto crecer sus ventas, siete de cada 10 lo han hecho por encima del 5%.

Una mayoría atribuye el aumento de su facturación a una mayor demanda en el mercado, aunque sin restar importancia a disponer de productos y/o servicios nuevos u optimizados. Según asegura el 83%, estos ingresos adicionales se reinvertirán en el negocio para destinarse a las áreas de marketing, fabricación o al desarrollo de infraestructuras.

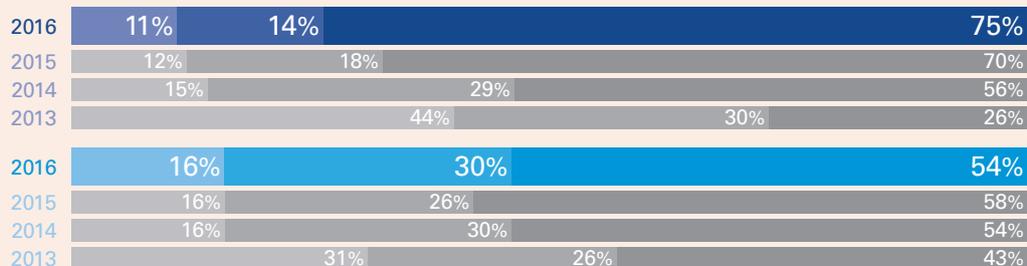
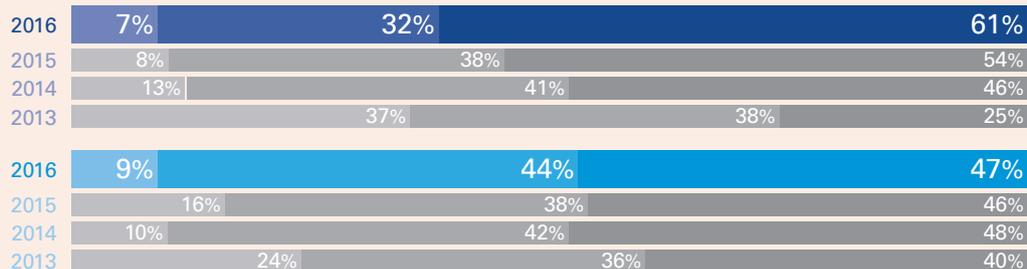
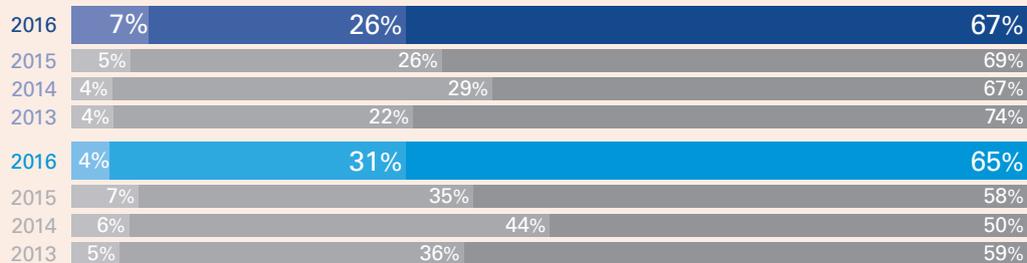
Por su parte, los que han mantenido estables sus ventas (14%) lo atribuyen a un enfoque centrado en los beneficios. De cara al próximo año su objetivo es claro, y también lo es para aquellos que han reducido su facturación: en ambos casos, tres de cada cinco empresas tienen previsto aumentar moderadamente su cifra de negocio.

El **75%** de las empresas familiares españolas **ha aumentado su facturación**

P2 En los 12 meses pasados, su empresa:

España

Europa


FACTURACIÓN

PLANTILLA

ACTIVIDAD EN EL EXTRANJERO


■ Ha disminuido ■ Se ha mantenido ■ Ha aumentado



“Las empresas familiares se encuentran en un buen momento que deben aprovechar para seguir creciendo. A pesar del entorno de incertidumbre, los datos de empleo y facturación registran su mejor resultado desde el inicio del Barómetro”

Jaume Grego. Presidente de Laboratorios Leti y de la Asociación Catalana de Empresa Familiar

Aunque positivas, las empresas del resto de Europa ofrecen peores resultados que las españolas: un 54% ha aumentado su facturación mientras que un escaso 16% la ha reducido.

En materia de contrataciones se observa un comportamiento similar. España progresa en este sentido más que Europa mejorando el buen

resultado de 2015, cuando el 54% incrementó su plantilla. Este año la cifra ha aumentado hasta un 61%, frente al 47% de los europeos.

Los datos de actividad en el extranjero ofrecen mayor similitud entre España y el resto de Europa. En torno a dos tercios de sus empresas familiares han aumentado la presencia en

mercados exteriores y menos de un 8% la han reducido. Estos resultados dejan patente la importancia de la internacionalización para el crecimiento del negocio. Es por ello que un 74% de las empresas familiares españolas ya se encuentra internacionalizada.

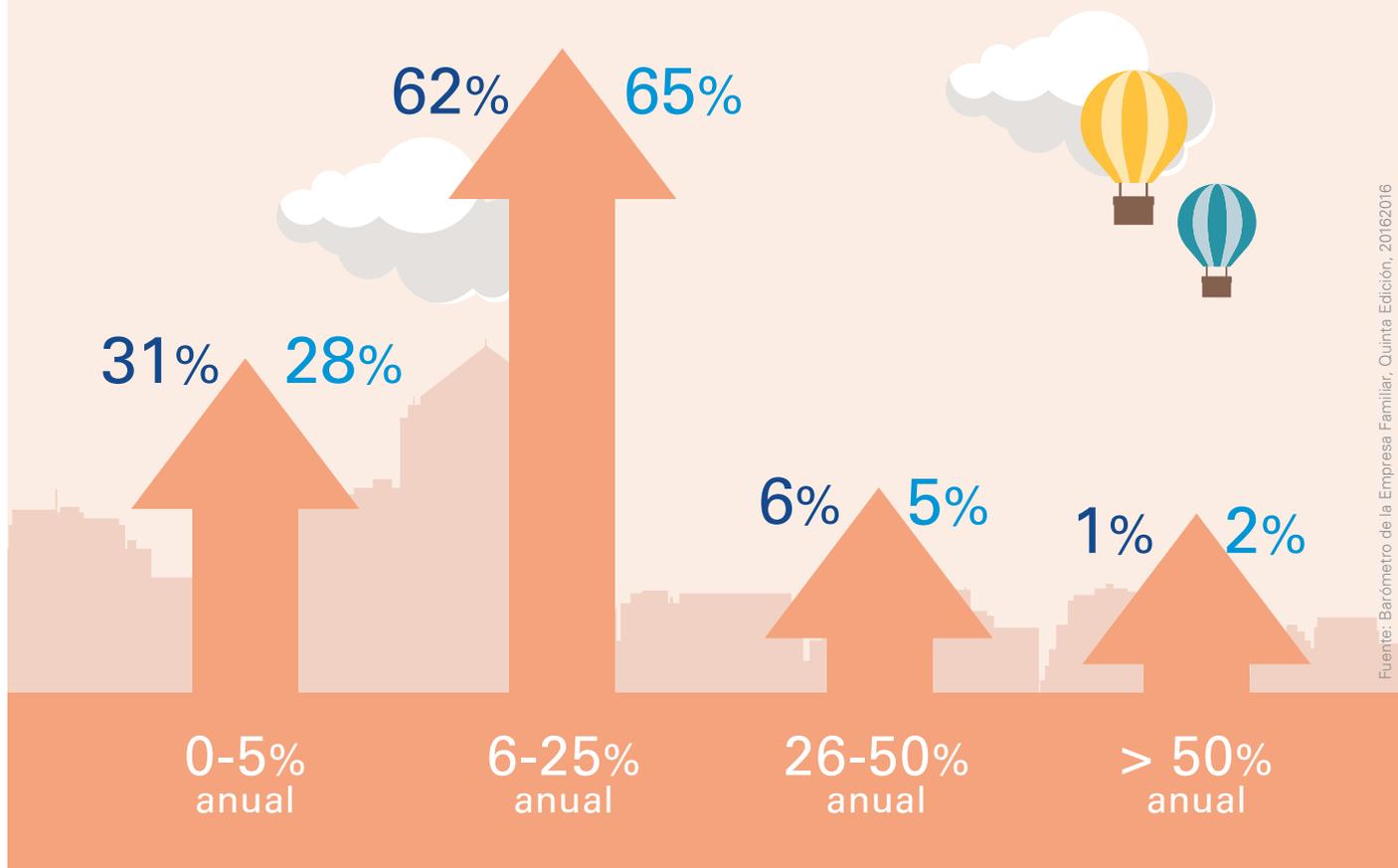
El **93%** de las empresas familiares españolas **ha aumentado o mantenido su plantilla**

El **74%** tiene presencia en **mercados exteriores**

P3 (Entre los que han aumentado sus ventas netas)
¿Cuál fue el incremento de su facturación en los últimos 12 meses?

España

Europa



P4 ¿Cuáles son los principales desafíos que afronta en estos momentos su empresa familiar?

España

Europa

47% 36%

Mayor competencia

55% 37%

Incertidumbre política

35% 33%

Disminución de la rentabilidad

23% 37% 'Guerra por el talento' / contratación de profesionales cualificados

13% 12% Descenso de la facturación

17% 21% Cambios regulatorios

13% 11% Acceso limitado a financiación



¿Qué retos afrontan?

A pesar de su optimismo, la complejidad del entorno obliga a las empresas familiares a enfrentarse a importantes retos para lograr un crecimiento sostenido. Las mayores preocupaciones de este año conciernen al entorno político, a la competencia y a la rentabilidad.

La **incertidumbre política** vuelve a representar, por segundo año consecutivo, el mayor problema que afrontan en la actualidad las empresas familiares españolas. Así lo manifiesta un 55%, que expresa su inseguridad ante recientes acontecimientos como el Brexit o el escenario de indefinición política en España, temiendo que puedan afectar a la situación futura de su empresa.

La **creciente competencia** constituye la segunda preocupación más relevante para las empresas familiares españolas. Esta ha venido ganando importancia convirtiéndose en uno de los grandes retos para los negocios familiares tanto en España como en el resto de Europa.

La **disminución de la rentabilidad** también continúa siendo una de las principales preocupaciones de las empresas familiares en España. No obstante, ha disminuido su importancia respecto a ediciones anteriores: hace dos años un 58% la señalaba como su principal problema, en 2015 así lo hizo un 44% y este año desciende hasta un 35%.

Por el contrario, gana posiciones la **guerra por el talento**, que aunque señalada por menos de un cuarto de los encuestados, ha subido puestos respecto a años anteriores; no obstante, aún se mantiene lejos del nivel de importancia que le otorga Europa (37%).

El **acceso a financiación** vuelve a ocupar en esta edición los últimos puestos del ranking. De hecho, un 84% de los encuestados declara no haber tenido problemas para obtener crédito este año. La financiación bancaria y los fondos propios son las opciones más populares que eligen un 45% y un 32%, respectivamente.

La **incertidumbre política es el principal desafío** que afrontan en la actualidad las empresas familiares



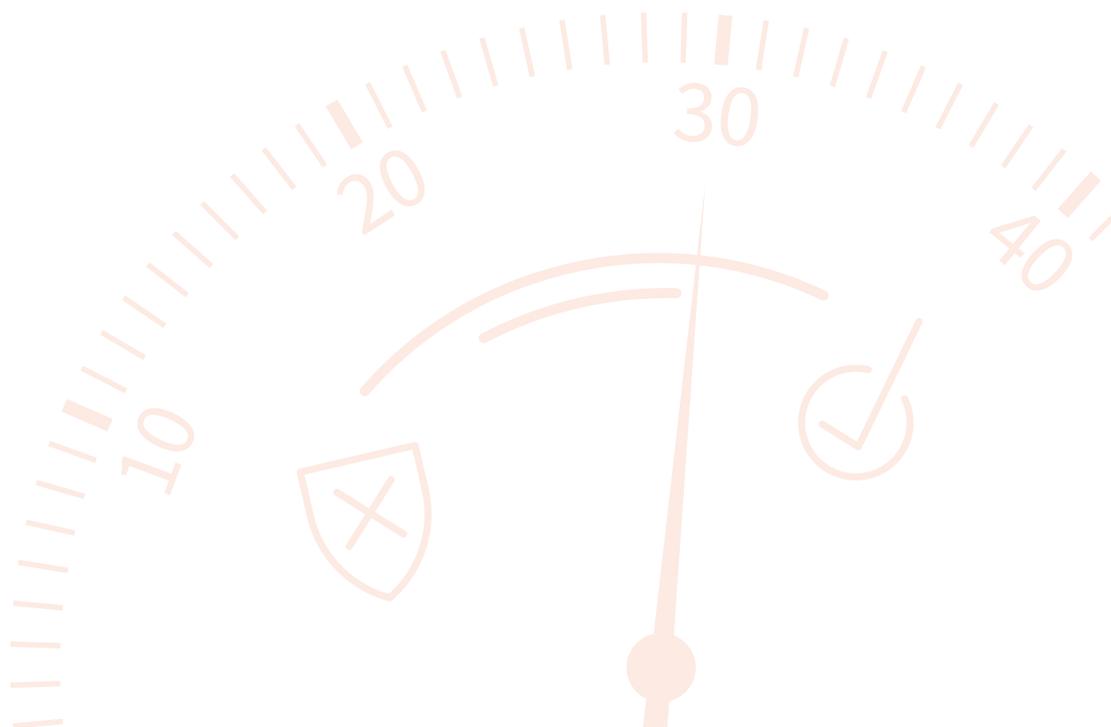
“La toma de decisiones rápida y flexible, característica en este tipo de compañías, ayudará a la empresa familiar a responder con agilidad a los cambios de un entorno tan cambiante como el actual y mantener así su competitividad”

Emilio Pérez Nieto. Presidente de UNVI y de la Asociación Gallega de la Empresa Familiar

Para responder eficazmente a los desafíos de un entorno tan complejo como el actual, las empresas familiares confían en sus fortalezas estructurales y culturales: toma de decisiones rápida y flexible, adopción de una perspectiva a largo plazo y valores compartidos y ética. Puntos fuertes que se diferencian ligeramente de los identificados por las europeas, que anteponen la fidelidad y el compromiso de los empleados a los valores y la ética.

Preguntados por los cambios que mayor impacto tendrían en el negocio y en su éxito futuro, un 37% apunta a una bajada de impuestos, un 36% a menores contribuciones a la Seguridad Social y otro 29% se inclina por acuerdos laborales más sencillos y flexibles. Por su parte, los encuestados europeos sitúan esta última como la de mayor impacto y creen que la reducción de la burocracia les ayudaría más que una rebaja de impuestos.

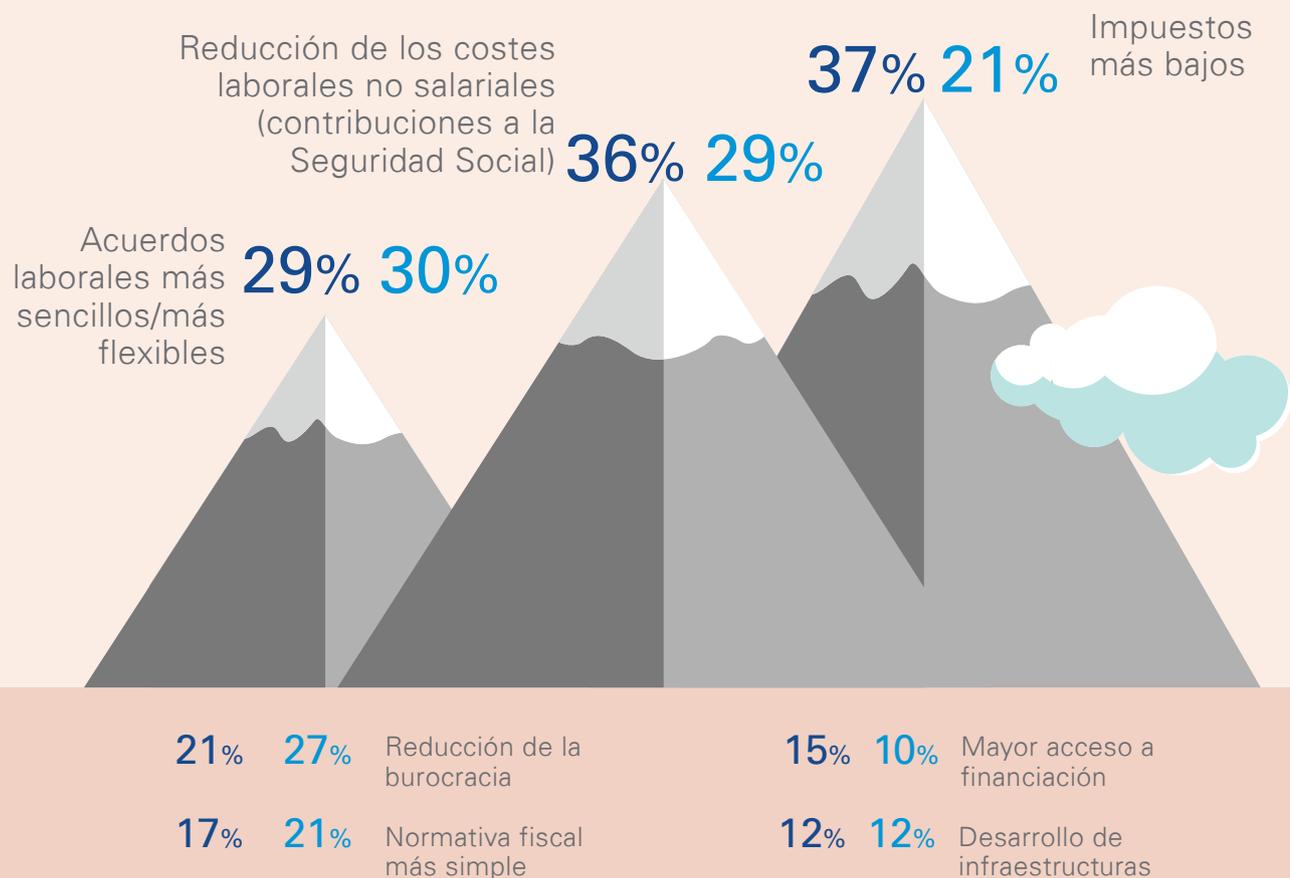
El **37%** de los encuestados cree que una bajada de impuestos impulsaría las perspectivas de crecimiento de su empresa



P5 ¿Cuáles de los siguientes cambios y/o mejoras impulsarían las perspectivas de crecimiento de su empresa?

España

Europa



LA INNOVACIÓN Y EL TALENTO SE ABREN PASO

Respaldadas por sus buenas perspectivas, las empresas familiares incluyen nuevas inversiones en sus planes estratégicos. Este es otro indicador de que se están preparando para el crecimiento futuro y confían en su capacidad para generar rendimientos mediante la reinversión de sus beneficios en la empresa.

A la hora de establecer sus metas, los negocios familiares continúan priorizando la mejora de la rentabilidad y el aumento de la facturación, pero dos áreas se abren paso y toman cada vez más fuerza: la innovación y el talento. Su creciente importancia queda reflejada en el aumento de la inversión en estas áreas.



Las **principales prioridades** para las empresas familiares están relacionadas con la **rentabilidad**, la **facturación** y la **innovación**

¿Cuáles son sus objetivos?

A la hora de identificar sus prioridades a dos años vista, la mayoría señala mejorar la rentabilidad e incrementar la facturación. Estos resultados siguen la misma línea del pasado año, respondiendo al deseo natural de los propietarios de empresas familiares de aumentar sus ventas y mantener sus ingresos por encima de los costes para que su negocio prospere.

El principal cambio de un año a otro está relacionado con la innovación. Diversificar en nuevos productos o servicios ocupaba el tercer puesto en la pasada edición, pero la intención de ser más innovador es ahora más prioritaria. Este resultado muestra cómo las empresas se preparan para afrontar la creciente competencia que antes señalaban como una de sus máximas preocupaciones. La innovación en este sentido es clave para mantenerse competitivo en el mercado.

Aunque relegado a los últimos puestos de la lista, el objetivo de atraer nuevos talentos también ha ganado importancia respecto a hace un año, cuando tan solo un 9% lo identificaba como relevante frente a un 17% que así lo cree hoy.





“Las empresas familiares confían, cada vez más, en la innovación y el talento como palancas de crecimiento, como reflejan sus planes de inversión para el próximo año”

Inés Juste. Presidenta de Grupo Juste y de la Asociación para el Desarrollo de la Empresa Familiar de Madrid

Las empresas familiares europeas coinciden con las españolas en sus principales objetivos, aunque muestran un menor deseo por incrementar la facturación. Se diferencian, asimismo, en la importancia que otorgan a salir a nuevos mercados, que anteponen al objetivo de atraer nuevos talentos.

Planes de inversión

La capacidad de una empresa para innovar es requisito indispensable para competir en la actual economía global y uno de los factores clave del éxito. Por tanto, no es de extrañar que tras situar la innovación entre sus principales prioridades a dos años, dos de cada cinco empresas familiares españolas estén planeando invertir en innovación y nuevas tecnologías. Esta constituye la segunda área a la que destinarán más recursos, superada por la inversión en la actividad principal, objetivo para siete de cada diez negocios.

Los proyectos de inversión de las empresas familiares confirman que el crecimiento es uno de los ejes principales de sus planes estratégicos. Así lo muestran los resultados de este año, con un 84% que planea realizar inversiones en los

P7 ¿Incluye su plan estratégico alguna inversión o desinversión?

España

Europa

84%
Sí,
inversiones

73%

10%
9%
Sí,
desinversiones



11%
19%
No

Si ha respondido "Sí, inversiones", ¿en qué áreas planea invertir?

(Pregunta multirrespuesta)



78% **78%** En la actividad principal



52% **52%** En innovación/
nuevas tecnologías



47% **47%** En internacionalización



40% **40%** En recursos humanos
(contratación y
formación)



28% **28%** En diversificación

próximos 12 meses. El porcentaje es menor en el caso de las europeas, aunque sigue representando una amplia mayoría (73%). También las empresas familiares europeas muestran las mismas preferencias que las españolas a la hora de elegir las principales áreas donde destinarán su inversión: un 78% lo hará en la actividad principal y un 52% en innovación.

No obstante, las europeas muestran mayor interés que las españolas en encontrar y retener a los mejores talentos. Un 47% de ellas invertirá en formación y contratación, mientras que en España lo hará un 31%.

Continúan, por otro lado, las inversiones en internacionalización y diversificación, a menudo a través de inversiones en otras empresas que les facilitan el acceso a nuevos mercados. Las empresas elegidas para dicha inversión tienen en su mayoría (59%) entre uno y 10 años.

ESTRATEGIAS FUTURAS

Las empresas familiares se preparan para el futuro. Muchas de ellas están listas para tomar decisiones rápidas que supongan un cambio drástico en la gestión de la empresa y/o su estructura de propiedad.

Para asegurar el éxito futuro y la buena ejecución de sus planes, los propietarios de negocios familiares están tomando medidas para impulsar la profesionalización de sus empresas.



¿Qué acciones preparan?

Preguntados por sus decisiones estratégicas en el próximo año, la gran mayoría (76%) opta por no revelar sus planes futuros. Los que sí lo hacen declaran fundamentalmente estar valorando el traspaso de la empresa a la siguiente generación (10%). Un 52% dice tener ya identificado al sucesor y, de ellos, el 86% cree además que está preparado para asumir la función.

Vender la empresa es la segunda opción más valorada (7%) y la mitad tiene previsto hacerlo en menos de cinco años. Pero la decisión no está tan clara en cuanto a sus planes de venta: un 45% se inclina por vender solo parte del negocio, mientras que un 40% querrá desprenderse de todos sus activos.

En cuanto al resto de opciones que se valoran, los encuestados se dividen a partes iguales (5%) entre designar un CEO no perteneciente a la familia y traspasar la titularidad de la empresa a la siguiente generación. Le sigue la opción de traspasar el gobierno (4%), mientras la salida a bolsa apenas se contempla (1%).

P8 ¿Está valorando alguna de las siguientes opciones en los próximos 12 meses?

España

Europa

10%

18%

Traspasar la gestión de la empresa a la siguiente generación

7%

8%

Vender la empresa

5%

10%

Designar un CEO no perteneciente a la familia, pero conservando la titularidad o el control de la misma

5%

9%

Traspasar la titularidad de la empresa a la siguiente generación

4%

8%

Traspasar el gobierno (control último) de la empresa a la siguiente generación

1%

1%

Realizar una oferta pública inicial (esto es, salida a bolsa de la empresa)

Uno de cada cinco negocios familiares planea traspasar la gestión, la titularidad o el gobierno de la empresa a la siguiente generación en el próximo año



“Contar con buenas estructuras de gobierno corporativo y procesos favorece la comunicación, tan importante para reducir los riesgos a futuro”

Javier Ormazabal. Presidente de Velatia y de la Asociación de la Empresa Familiar de Euskadi

Las empresas familiares europeas también priorizan el traspaso de la gestión del negocio a la siguiente generación (18%), aunque valoran designar a un CEO no familiar antes que vender la empresa.

Naturalmente estos resultados son subjetivos, ya que se basan en la etapa del ciclo de vida en el que se encuentra cada empresa y los perfiles generacionales de sus líderes actuales.

Profesionalizando el negocio

Las empresas familiares, y en particular las que se encuentran en las primeras fases de su ciclo de vida, se caracterizan generalmente por una actitud más informal en sus procesos, planes de negocio y gestión. Esta actitud más `desenfadada´ puede ser muy favorable para su actividad empresarial permitiéndoles crecer de un modo que las grandes empresas no permiten. Sin embargo, el enfoque cambia cuando los propietarios deciden llevar a la empresa al `siguiente nivel´.

Figurando el crecimiento como prioridad en las agendas de los directivos y propietarios de empresas familiares, no es de extrañar que

se estén tomando medidas para impulsar la profesionalización. Con tal fin, nueve de cada diez negocios familiares españoles y europeos están formalizando sus estructuras de gobierno y procesos, y mejorando la comunicación entre generaciones.

En orden de importancia le sigue su deseo por mantener el control del negocio dentro de la familia, según lo expresa un 87% tanto en España como en el resto de Europa. Pero difieren en su cuarta prioridad: mientras las españolas buscan equilibrar las preocupaciones familiares y los intereses del negocio, las europeas anteponen a ello la preparación de un sucesor y la formación financiera de los miembros de la familia.

El **49%** de los miembros de la generación senior identifica el **entorno empresarial en constante cambio** como su **mayor reto**

P9 ¿Cuáles son los factores clave del éxito?

España

Europa

94%
93%

Buenas estructuras de gobierno corporativo y procesos



Comunicación entre generaciones

90%
92%

87%
87%

Mantener el control del negocio dentro de la familia



Preparar y formar a un sucesor antes de que tenga lugar en la práctica la sucesión del máximo responsable



85%
85%

87%
80%

Equilibrar las preocupaciones familiares y los intereses del negocio



Integrando a la siguiente generación

La importancia del legado en la empresa familiar se confirma con un 58% de los encuestados que declara que la siguiente generación ya ocupa cargos directivos en la empresa. Sin embargo, las dificultades para integrarse pueden surgir si los miembros de mayor edad y los más jóvenes de la familia no se comunican lo suficiente.

Cada generación tiene sus propias preocupaciones. Los miembros más jóvenes temen los conflictos familiares y la falta de claridad en las perspectivas de carrera en la empresa, según señala un cuarto. La generación senior subraya en cambio la dificultad de mantenerse al día con los constantes cambios del entorno, según apunta la mitad de los encuestados. En este sentido, disponer de buenas estructuras de gobierno corporativo y procesos es esencial para asegurar relaciones familiares saludables y la continuidad del negocio a través de las generaciones.

Buena acogida para los directivos no familiares

En determinadas ocasiones, los propietarios de empresas familiares tienen que decidir si contratar a un CEO no perteneciente a la familia, por ejemplo si no hay herederos o estos no quieren o no están preparados para tomar las riendas del negocio.

Los defensores de esta estrategia aumentan cada año. En esta edición, un 96% de los propietarios cree que contar con directivos externos resulta beneficioso para el negocio y un 87% ya los tiene desempeñando cargos directivos en su empresa. No obstante, a pesar de reconocer la necesidad de contar con ellos, aún se muestran reticentes a cederles el control.

Formalizando las estructuras de gobierno

Independientemente de la estrategia –incrementar la facturación, adentrarse en nuevos mercados o preparar a un sucesor– disponer de buenas estructuras de gobierno es esencial para asegurar su correcta implantación. Conscientes de ello, el 89% de las empresas familiares españolas cuenta con mecanismos formales de gobierno.

La mayoría dispone de un Consejo de Administración formal y de un Protocolo Familiar o Código de Conducta; siendo también recurrente contar con un Consejo Familiar. Por el contrario, los procesos de bienvenida, formación e introducción a la empresa de los miembros familiares son los menos aplicados y, por ello, un área importante en la que centrarse para lograr una adecuada integración de todo el personal de la empresa.



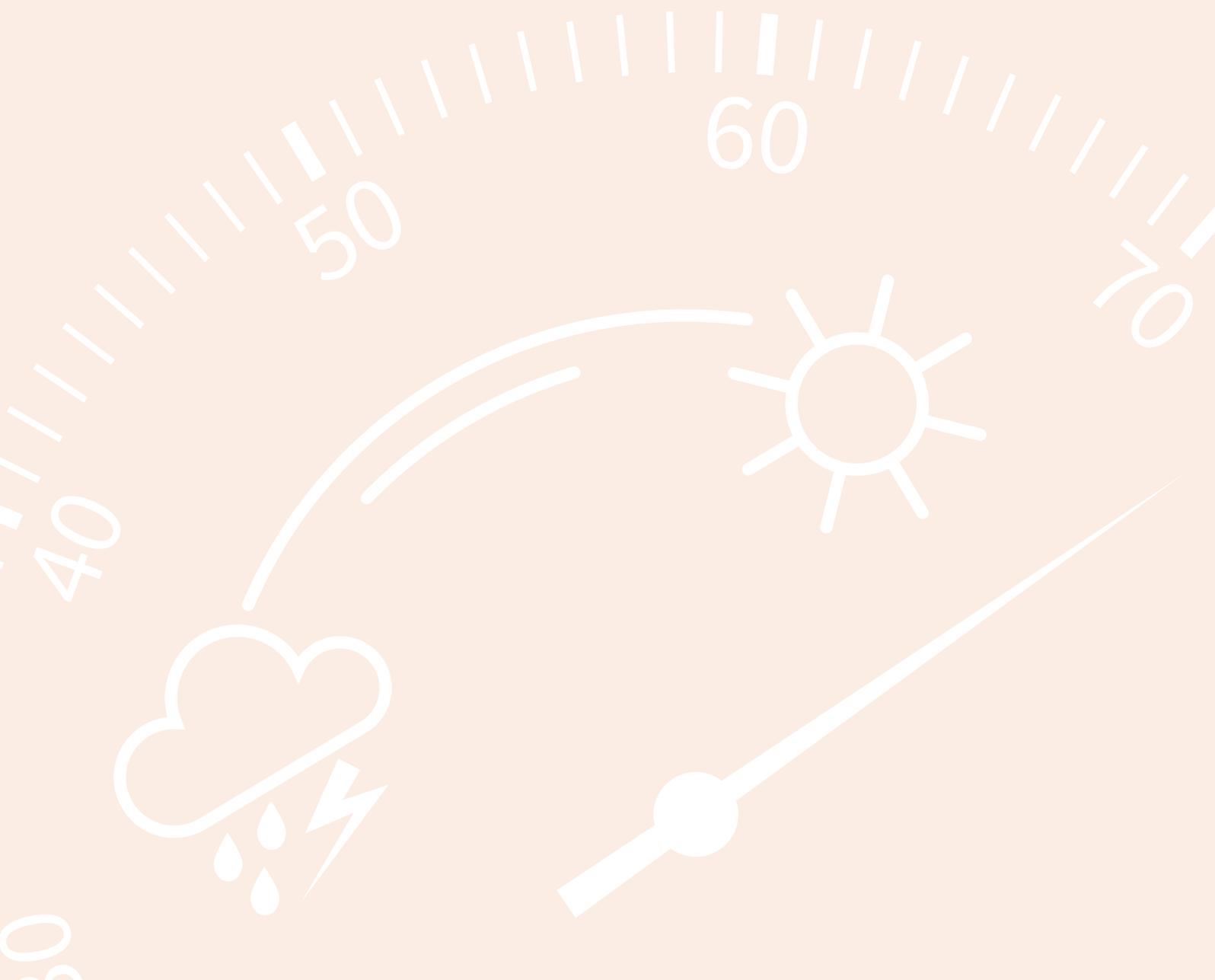
El **87%** de las empresas familiares españolas ya cuenta con directivos no familiares

METODOLOGÍA

El quinto *Barómetro de la Empresa Familiar* refleja las respuestas de **288 empresas familiares españolas** recogidas entre **mayo y junio de 2016**. Este estudio forma parte del Barómetro Europeo de Empresa Familiar realizado entre European Family Businesses y el equipo de Empresa Familiar de KPMG en EMA que refleja las respuestas de **959 empresas familiares europeas** en 23 países recogidas en las mismas fechas.

Perfil del encuestado





CONTACTO

Juan José Cano Ferrer

*Socio responsable de Mercados y de
Empresa Familiar de KPMG en España*

T: +34 91 451 31 88

E: jjcano@kpmg.es

Ramón Pueyo Viñuales

*Socio Governance, Risk and Compliance de
KPMG en España*

T: +34 91 456 35 27

E: rpueyo@kpmg.es





www.kpmg.es

www.europeanfamilybusinesses.eu

La información aquí contenida es de carácter general y no va dirigida a facilitar los datos o circunstancias concretas de personas o entidades. Si bien procuramos que la información que ofrecemos sea exacta y actual, no podemos garantizar que siga siéndolo en el futuro o en el momento en que se tenga acceso a la misma. Por tal motivo, cualquier iniciativa que pueda tomarse utilizando tal información como referencia, debe ir precedida de una exhaustiva verificación de su realidad y exactitud, así como del pertinente asesoramiento profesional.

© 2016 KPMG, S.A., sociedad anónima española y firma miembro de la red KPMG de firmas independientes afiliadas a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), sociedad suiza. Todos los derechos reservados.

KPMG y el logotipo de KPMG son marcas registradas de KPMG International Cooperative ("KPMG International"), sociedad suiza.