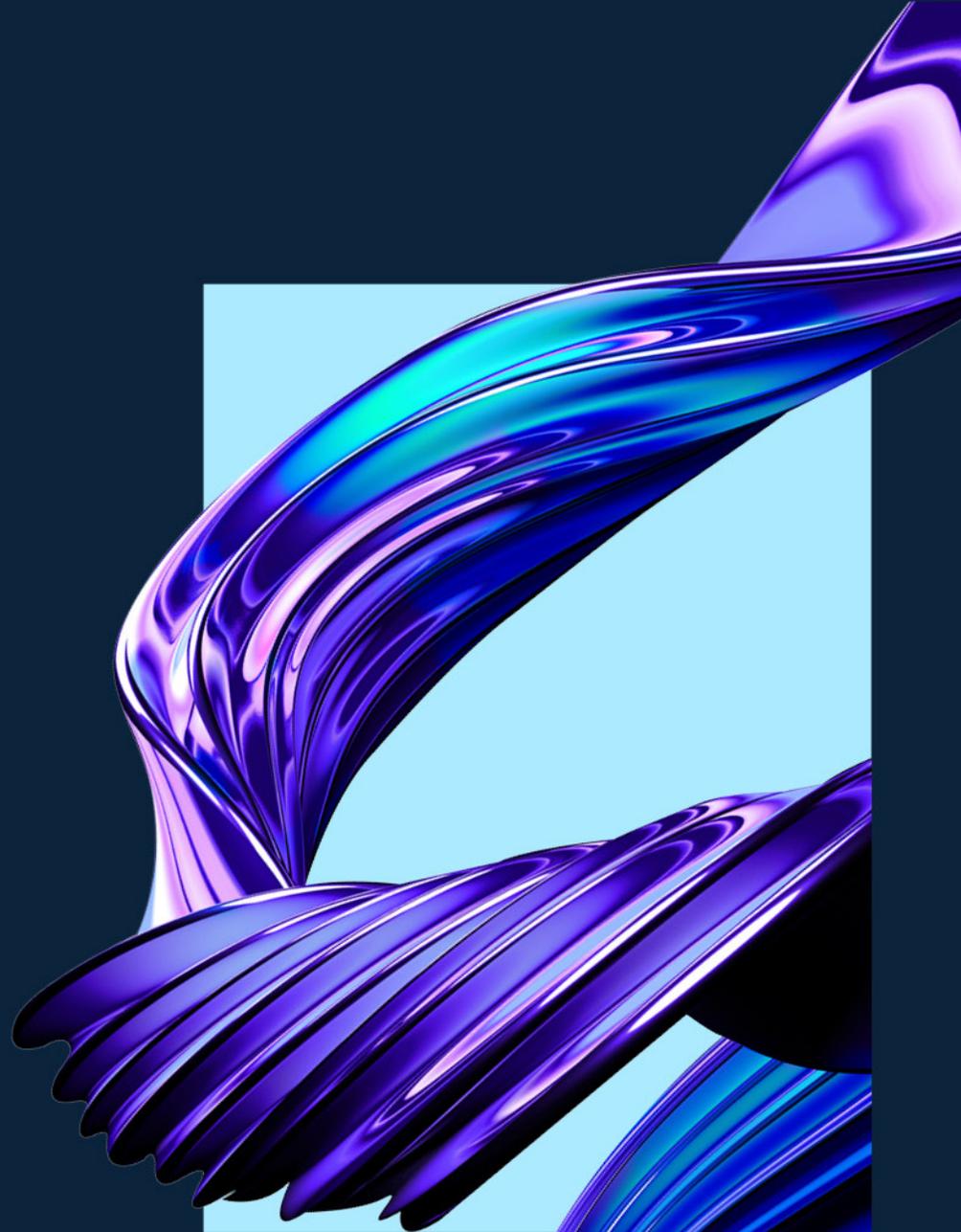


Hacia un nuevo concepto de riqueza en la empresa familiar

La diversificación del capital financiero,
humano y social de la familia



Prólogo



Muchas familias empresarias se enfrentan a una nueva realidad desde el punto de vista de la creación de riqueza y la asignación de capital. Tras toda una vida en la que el patrimonio familiar ha estado casi totalmente ligado a su negocio, se hace evidente la necesidad de reducir riesgos y diversificarlo. Este es un motor clave para las familias que buscan un patrimonio más independiente, especialmente para las nuevas generaciones, que dominan la tecnología y están deseosos de emprender su propio recorrido empresarial.

Las familias empresarias son bien conocidas por sus estrategias de capital paciente, centradas en la creación de valor a largo plazo y no en la búsqueda de resultados inmediatos. El propio concepto de «capital» y la forma de asignarlo están evolucionando, y la idea del capital paciente es cada vez más amplia e inclusiva. No solo incorpora el uso de los activos financieros tangibles de la empresa, sino que ahora también abarca las fuentes menos tangibles de capital social y humano, que suelen reflejarse en el propósito y los valores de la familia.

El informe de Consorcio Global STEP Project 2021 y KPMG Private Enterprise Mastering a Comeback analiza los casos de empresas familiares que aplicaron este enfoque de capital paciente a largo plazo con el objetivo de proteger sus negocios durante la pandemia.

Estas organizaciones reconocieron que sus activos financieros por sí solos no podían hacer frente a todo el impacto de la pandemia en sus empleados, clientes y comunidades locales, por lo que desplegaron también sus activos de capital social y humano para apoyar a sus principales grupos de interés.

Se trata de una «asignación de activos» en su sentido más amplio.

Este **capital financiero + social + humano** es aún más pertinente en el entorno actual. La elevada inflación y la escalada de los tipos de interés acentúan la preocupación por el aumento de la brecha de la riqueza, la posibilidad de conflictos y descontento social y la importancia de crear vínculos en las comunidades para reforzar la cohesión de la sociedad.

Muchas de estas cuestiones también están directamente relacionadas con la agenda global de sostenibilidad, y han hecho que muchas empresas familiares den un paso atrás y se planteen en qué consiste el éxito para sus familias y sus empresas de cara al futuro.

¿Ha llegado el momento de una actualización patrimonial?

El impacto de la pandemia sobre las personas y el planeta ha hecho aún más pertinente la necesidad de un capital humano y social robusto. Esto ha animado a muchas empresas familiares a replantearse cómo definen su riqueza y lo que significa crear riqueza —como empresa, y como persona a nivel individual— teniendo en cuenta el crecimiento y el valor del capital humano y social de la familia, además de sus activos financieros.



KPMG Private Enterprise quería conocer de primera mano la opinión de los directivos de las empresas familiares sobre el significado de la riqueza en sus familias y compañías, y cómo la están aumentando y preservando mediante la asignación estratégica de todos sus activos empresariales y familiares tangibles e intangibles. Para ello, se ha entrevistado a empresarios y directivos de empresas familiares de todo el mundo, así como a académicos y asesores de empresas familiares, a participar en mesas redondas y compartir sus experiencias.

Este proceso se denomina «actualización patrimonial» y pone de manifiesto la importancia de la propia familia como uno de los mayores —y más diferenciadores— activos de las empresas familiares. La cohesión familiar, la unidad, la lealtad y el desarrollo y despliegue del talento que traen consigo las nuevas generaciones son activos intangibles del capital humano; y todos ellos forman parte de la riqueza socioemocional que se desprende de una empresa familiar.

Si echamos la vista atrás, podría decirse que el principal objetivo de las generaciones anteriores era generar riqueza, como un fin en sí mismo. Pero las nuevas generaciones de la familia están cambiando esta visión y se centran también en los elementos humanos y sociales. Siguen tratando de crear riqueza, pero ahora se plantean más preguntas sobre cómo utilizarla para mejorar la sociedad”

Tom McGinness

Responsable global de Empresa familiar,
KPMG Private Enterprise, KPMG International
y socio de KPMG en el Reino Unido

Índice

01 Proteger los activos financieros de la familia	05
02 Una nueva era en la asignación de capital: aprovechar el capital humano	07
03 Marca y reputación: potentes activos de capital	10
04 Adoptar una visión global de los activos estratégicos	12

Proteger los activos financieros de la familia

Poco después de que el mundo se enfrentara a las disrupciones provocadas por la pandemia de la COVID-19, muchas empresas familiares reunieron a todos sus miembros para tomar decisiones sobre el futuro de sus empresas. Algunos pusieron en común sus recursos financieros para mantener y reforzar sus operaciones empresariales actuales y proteger el legado familiar. Otros dieron prioridad a sus empleados y comunidades locales.

Actualmente, con los recientes desafíos económicos—especialmente la inflación y el aumento de los tipos de interés—, las estrategias de capital financiero de muchas empresas familiares se ven marcadas por la necesidad de reducir el riesgo del patrimonio familiar. Existe una visión general de incertidumbre, sin certeza sobre dónde invertir. Con una inflación de dos dígitos: ¿dónde pueden las empresas familiares invertir sus activos financieros para obtener un rendimiento a salvo de la inflación?

Con tipos de interés más altos, ¿debería la empresa refinanciar su deuda con fondos verdes? (suponiendo que pueda demostrar una estrategia ESG eficaz).

En caso de dependencia excesiva de un sector o negocio, ¿podría tener sentido adquirir empresas ajenas al negocio tradicional para generar una rentabilidad alternativa?

¿Existe la posibilidad de realizar coinversiones con otros family offices?

¿Podría ser el apoyo a la comunidad de start-ups una estrategia de diversificación inteligente, no solo para crear nuevas empresas que contribuyan al crecimiento

de la economía local, sino también para respaldar las ambiciones de la familia empresaria?

En este entorno, las empresas familiares reflexionan cada vez más sobre las medidas que pueden adoptar para seguir creando y transmitiendo su patrimonio multigeneracional. En algunos casos, después de toda una vida o más en la que el patrimonio familiar ha estado ligado a la empresa, algunos directivos reconocen que las generaciones venideras pueden no tener interés en heredar el negocio. De hecho, muchos buscan formas de crear su propio patrimonio independiente, lo que constituye una estrategia de diversificación financiera por derecho propio. Es importante que la generación actual lo reconozca, y debe existir un gobierno corporativo adecuado que contribuya a garantizar que esto no acelere las posibles pérdidas financieras.

En algunos casos, esto está dando lugar a que se deje de reinvertir la mayor parte de los beneficios de la empresa en el negocio y, en su lugar, se garantice que haya suficientes dividendos para respaldar las oportunidades de creación de riqueza independiente que pueden estar motivando a diversos miembros de la familia.

Algunos están considerando la posibilidad de proporcionar financiación inicial para los nuevos negocios de las nuevas generaciones familiares, por ejemplo, o escindir la empresa heredada en un nuevo negocio digital que pueda ser dirigido por miembros más jóvenes de la familia con conocimientos tecnológicos. Esto requiere un buen mecanismo de gobierno corporativo, como los comités de inversión familiares, para ayudar a gestionar la asignación del capital de la familia y su riesgo, al tiempo que se esfuerzan por garantizar que los miembros de la familia de las generaciones más jóvenes sean capaces de —y estén interesados en— participar en la estrategia de crecimiento de la familia. Hay muchos ejemplos de empresas que han creado fondos a los que los miembros de la familia pueden acceder para perseguir sus propios intereses y sueños empresariales.

Aunque muchas familias empresarias prestan especial atención a medidas como estas para preservar y aumentar su capital financiero, cada vez se presta más atención a otros dos activos de capital clave: el humano y el social.

Una nueva era en la asignación de capital: aprovechar el capital humano

Los miembros de la familia cuyas habilidades pueden no estar alineadas con la empresa familiar pueden contribuir también de otras maneras, señalando cuestiones relevantes de impacto social que les resulten importantes y que también puedan serlo para la compañía.

Hay potencial más que suficiente para seguir ampliando también el capital humano de la familia, fomentando la innovación en las nuevas generaciones y permitiendo que los miembros de la familia se conviertan en empresarios por derecho propio. Esta puede ser una forma muy eficaz de aprovechar el capital financiero de la familia y, al mismo tiempo, expandir su capital humano financiando innovaciones en las nuevas generaciones y organizaciones.



La cultura es lo que determina el éxito de nuestra empresa familiar. Es la base de nuestras operaciones, de generación en generación y hasta bien entrado el futuro. Cómo creamos esa cultura es mejor que generar riqueza a través de cualquier estrategia de inversión familiar. Eso cambia con el tiempo. Pero si nos centramos en instaurar la cultura adecuada a nuestro alrededor, resulta una opción más sostenible.

Mis hijos han desarrollado carreras profesionales repletas de éxitos al margen de nuestra empresa familiar. Cuando eran jóvenes, trabajaron en nuestra empresa desde la base, y eso les ayudó a forjarse una sólida ética del trabajo. Ahora pueden permitirse el lujo de crear nuevas capacidades fuera de nuestra compañía pero siguen teniendo voz en la forma encompañía que asignamos los distintos tipos de capital de nuestra familia».

Owen Curtin

Socio, Odasa Investments, Irlanda

ampliar las capacidades del capital humano de la familia de esta y otras formas puede convertirse en un factor crítico de éxito para las familias empresarias multigeneracionales. Si no están trabajando en la empresa, las generaciones venideras pueden seguir aportando valor, como miembros del Consejo de Administración de compañías en las que invierte la empresa familiar, o como indicadores de oportunidades sociales y medioambientales emergentes que la familia y la empresa pueden abordar.

Diversificar las competencias y la experiencia de la familia

En muchas empresas familiares multigeneracionales, la toma de decisiones sigue estando en manos de la generación actual, aunque esta situación está empezando a cambiar. La nueva generación suele estar bien formada, ha tenido un contacto temprano con el mundo, se siente cómoda con la tecnología y está preparada para tomar decisiones.

Para diversificar y aprovechar la totalidad del capital humano de la familia, es importante que los directivos actuales reconozcan las capacidades y competencias de liderazgo de las nuevas generaciones y empiecen a

delegar cuidadosamente las decisiones, especialmente en lo que se refiere a las oportunidades medioambientales, sociales y de buen gobierno corporativo (ESG) y a las nuevas tecnologías. La generación millennial y Z, en particular, están dispuestas a aprovechar estas oportunidades. Comprenden el potencial, cuentan con la motivación y tienen mucho que aportar.

Por otro lado, sugerimos a las nuevas generaciones de la familia que se tomen el tiempo necesario para aprender de la generación actual y comprender sus objetivos y preocupaciones a largo plazo. Al encontrar formas de interactuar con ellos de manera significativa y respetuosa, las generaciones más jóvenes no solo pueden beneficiarse de su sabiduría y experiencia, sino que también pueden demostrar su capacidad de liderazgo, haciendo crecer el capital humano de la familia.



Las perspectivas y puntos de vista objetivos y diversos son esenciales para debatir las orientaciones estratégicas a medio y largo plazo en las empresas familiares. Las constituciones familiares y otros mecanismos de gobierno corporativo familiar, como los Consejos familiares y los Comités de Nuevas Generaciones han demostrado su eficacia a la hora de fomentar el compromiso entre generaciones.

Marca y reputación: potentes activos de capital social

Las grandes empresas familiares de renombre siempre se han cuidado mucho de mantener un perfil positivo ante sus principales interlocutores, incluidas las autoridades fiscales competentes en muchos casos.



En general, las familias prefieren que los residentes locales y la comunidad no piensen que la prioridad de su empresa es su propio éxito financiero. Las empresas familiares entienden que tienen una responsabilidad social y una presencia pública, por lo que gestionar su riesgo reputacional es primordial».

Makoto Otani

Responsable de KPMG Private Enterprise, KPMG en Japón

Por ejemplo, como parte de su ciudadanía corporativa, las empresas familiares nunca aprovecharían oportunidades fiscales si sus acciones pudieran interpretarse como inapropiadas o cuestionables a los ojos de sus clientes, empleados o miembros de la comunidad. No están dispuestas a arriesgarse al impacto que tales acciones pueden tener en su reputación y al daño potencial para la confianza en su marca si la gente empezara a ver a su familia y a su empresa desde un prisma diferente, y potencialmente negativo.

Cuestiones ESG: el gran factor integrador

Se prevé que, en los próximos cinco años, se regulen todos los aspectos relativos al ámbito ESG, y los clientes prescindirán de las empresas que no cumplan las normas. Las empresas familiares realizaban importantes contribuciones filantrópicas a cuestiones medioambientales y sociales y ayudaban a sus comunidades mucho antes de que la agenda ESG se convirtiera en una prioridad mundial.

Ganar dinero y tener un impacto positivo en el mundo no son mutuamente excluyentes. De hecho, muchas estrategias de inversión financiera, social y de capital humano a largo plazo

están estrechamente relacionadas con las cuestiones medioambientales, sociales y de gobierno corporativo, que son también factores importantes para la reputación de las empresas y sus familias.

Con todo ello, las organizaciones familiares ahora tienen la oportunidad de lograr una tasa de rendimiento superior a la media en todas sus inversiones a largo plazo, integrando sus actividades filantrópicas y empresariales en una revisión global de cómo están asignando su capital financiero, social y humano.

Actualmente, con el creciente impulso para que las empresas avancen en cuestiones ESG, los negocios familiares que están haciendo las cosas bien buscan cada vez más conseguir la certificación B Corp. Es una forma más de reforzar su reputación y de diferenciarse tanto como empleador de referencia como una opción relevante para sus clientes, además se puede ampliar su acceso a financiación, especialmente al capital verde. Aunque cada vez es más difícil conseguir tipos de interés preferentes, el capital verde tiende a favorecer a las empresas con una estrategia ESG muy clara, lo que puede suponer una diferencia enorme en los niveles de crédito que ofrecen los bancos verdes a las empresas.



La mayoría de los negocios familiares españoles están menos dispuestos a invertir en empresas que no están plenamente comprometidas con los principios ESG. Algunas empresas familiares están dando un gran paso adelante al solicitar la certificación de B Corp, que no solo es un diferenciador potencial en términos de retención y contratación de capital humano cualificado, sino que también mejora su acceso al capital financiero».

Ignacio Martinez

Socio, Deal Advisory - Corporate Finance, KPMG Private Enterprise, KPMG en España



Consideramos los factores ESG como un concepto práctico, vinculados con la reputación. El plano ESG, tal como lo presentan actualmente algunas empresas, es mera ecoimpostura. Para ser realmente valioso, el ESG precisa métricas y normas rigurosas y objetivas. No solo pensamos en hacer lo correcto, sino también en lo que es admirable y considerado. También queremos cuantificar y rendir cuentas de nuestras mejoras hablando abiertamente de ello y de sus verdaderos objetivos con nuestros empleados, y haciendo que todos en la dirección, el consejo de administración y los inversores se centren en hacer lo correcto para nuestros grupos de interés, desde los propietarios hasta nuestras comunidades. A fin de cuentas, podemos permitirnos perder dinero en nuestra empresa, pero nunca podemos permitirnos perder un ápice de nuestra reputación».

Ed Weisiger

Presidente y consejero delegado Carolina Tractor & Equipment Co., Estados Unidos

Adoptar una visión global de los activos estratégicos

Después de toda una vida en la que el patrimonio familiar ha estado ligado a la empresa, muchos directivos reconocen que no todos los miembros de las nuevas generaciones trabajarán en la empresa. Por ello, la sucesión es un tema muy relevante en la empresa familiar.



El número de hijos en muchas empresas familiares está disminuyendo y, a medida que cada generación va sumando años, muestra menos interés en prosperar en la empresa familiar. Por tanto, estas familias están buscando oportunidades para vender la empresa a otras familias o a organizaciones más grandes. Se trata de una preocupación cada vez más acuciante para muchas organizaciones que se enfrentan al dilema de resolver la gestión y distribución de su patrimonio compartido cuando la empresa ya no está en sus manos».

Akihiro Okumura

Profesor emérito - Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Keio, Japón

Esto sugiere que las generaciones futuras probablemente definirán su riqueza de formas totalmente nuevas, tanto dentro como fuera de la propia empresa, a medida que sigan desplegando el capital financiero, humano y social de la familia para hacer progresar la agenda mundial de sostenibilidad.

Esto no significa que los miembros de la familia que no estén en la compañía vayan a desvincularse de ella. La familia es el factor unificador, y sus miembros seguirán preocupándose por el legado que han heredado y por cómo se asignan todos sus activos.

En este entorno centrado en la sostenibilidad, se espera que la próxima generación sea el punto de inflexión para redefinir el significado de la riqueza y cómo crearla y potenciarla entre las empresas familiares.

Tienen un conjunto de valores diferente y reconocen el poder del capital humano y social, así como los activos financieros de la familia, incluidos, entre otros:



Con la vista puesta en los numerosos cambios que se están produciendo a escala internacional, desde KPMG consideramos que las empresas familiares tienen la oportunidad de cambiar el prisma de la definición de riqueza y lograr el mayor rendimiento posible de sus inversiones en capital financiero, humano y social.

Algunas ideas y preguntas que pueden servir para empezar a plantearse el capital desde una perspectiva más amplia.



¿Está la empresa preparada para el futuro?

¿Sigue siendo relevante el negocio heredado para la próxima generación y las generaciones futuras? Si no es así, ¿qué rumbo quiere tomar la familia?



La reasignación de activos rara vez es una decisión de una sola generación.

¿Cómo valora actualmente la familia su patrimonio?

¿Cómo participan las distintas generaciones de la familia en las decisiones importantes sobre el patrimonio familiar?

¿Pueden (y deben) los miembros de la siguiente generación, al margen de la empresa familiar, tener voz en las estrategias empresariales y las decisiones de asignación de capital?



En los últimos tres años, ¿ha evaluado su cartera de negocios e inversiones?

Con las aportaciones de la siguiente generación, ¿tiene la familia interés en reorientar el patrimonio familiar para satisfacer las aspiraciones de las generaciones venideras o más jóvenes?

¿Cómo podría aplicar, gestionar y supervisar la estrategia de inversión de su familia si el patrimonio se está creando fuera de la empresa familiar?



¿Cómo ha evolucionado en los últimos años la actitud de la generación actual hacia una posible diversificación, si es que lo ha hecho?

Con las aportaciones de la siguiente generación, ¿tiene la familia interés en reorientar el patrimonio familiar para satisfacer las aspiraciones de las generaciones venideras o más jóvenes?

¿Cómo podría aplicar, gestionar y supervisar la estrategia de inversión de su familia si el patrimonio se está creando fuera de la empresa familiar?



¿Cómo cuantifica el rendimiento de las inversiones en relación con su definición de éxito?

¿Se tienen en cuenta tanto los factores de éxito financieros como no financieros, incluidos los criterios ESG? Y si es así, ¿cómo?

¿Cómo podría aplicar mecanismos de gobierno corporativo apropiados para gestionar y supervisar la estrategia de inversión de la familia si el patrimonio se está creando fuera de la empresa familiar?

Contacto



Miguel Ángel Faura

Socio responsable de Empresa Familiar
de KPMG en España
mfaura@kpmg.es



Ignacio Martínez

Socio, Deal Advisory — Corporate Finance,
KPMG Empresa Familiar,
KPMG en España
imartinezsanchez@kpmg.es

Agradecimientos

KPMG Private Enterprise expresa su más sincero agradecimiento a los directivos de empresas familiares y a los académicos que generosamente dedicaron su tiempo a compartir sus opiniones y perspectivas sobre las oportunidades para redefinir la riqueza en este tipo de negocios.

Directivos de empresas familiares

Owen Curtin

Socio de Odasa Investments
Irlanda

Akihiro Okumura

Profesor emérito de la Universidad Keio
Presidente de empresa familiar
Japón

Luiz Gustavo Kass Mwosa

CEO, Grupo Paranoá
Brasil

Ed Weisiger

Presidente y CEO, Carolina Tractor &
Equipment Co.
Estados Unidos

Firmas miembro de KPMG Private Enterprise

Gracias a las firmas miembro de KPMG Private Enterprise que contribuyeron a la elaboración de este artículo y compartieron sus puntos de vista en las mesas redondas.

Canada

Mike Baxter

Gerente sénior,
KPMG Private Enterprise,
KPMG en Canadá

Sudáfrica

Alan Barr

Responsable nacional de
KPMG Private Enterprise,
Socio,
KPMG en Sudáfrica

Reino Unido

Tom McGinness

Responsable global de
Empresa familiar,
Socio,
KPMG en Reino Unido

Estados Unidos

Jonathan Mayer

Socio de Tax,
KPMG Private Enterprise,
KPMG en Estados Unidos

Grecia

Vangelis Apostolakis

Socia sénior adjunto,
KPMG Private Enterprise,
KPMG en Grecia

España

Ignacio Martinez

Socio,
Deal Advisory — Corporate Finance,
KPMG Private Enterprise,
KPMG en España

Giles Taylor

Socio,
KPMG Private Enterprise,
KPMG en Reino Unido

Japan

Makoto Otani

Responsable de KPMG Private,
KPMG en Japón

Acerca del Centro de Excelencia Global para Empresas Familiares de KPMG Private Enterprise

Al igual que ocurre con su familia, su negocio no se detiene... sino que evoluciona sin cesar. Las empresas familiares presentan rasgos singulares y los asesores de KPMG Private Enterprise entienden la dinámica de un negocio familiar próspero y colaboran con usted para ofrecerle un asesoramiento personalizado y directrices basadas en la experiencia para ayudarle a triunfar.

Para atender las necesidades singulares de las empresas familiares, los profesionales de KPMG Private Enterprise se coordinan con las firmas de KPMG de todo el mundo dedicadas a ofrecer información y asesoramiento pertinentes a empresas familiares. Los profesionales de KPMG Private Enterprise son conscientes de que la naturaleza de una empresa familiar es intrínsecamente diferente a la de las demás empresas, y que es necesario un enfoque donde se tome en consideración el componente familiar.

Visite la web: <https://kpmg.com/es/es/home/servicios/empresa-familiar.html>

Acerca de KPMG Private Enterprise

La pasión es lo que impulsa a los emprendedores, y también lo que inspira a los asesores de KPMG Private Enterprise a ayudarle a maximizar sus éxitos. Ya conoce a KPMG, pero es posible que no conozca KPMG Private Enterprise. Los asesores de KPMG Private Enterprise en las firmas KPMG de todo el mundo se dedican a colaborar con usted y su negocio, independientemente del grado de crecimiento que haya alcanzado y de si busca lograr nuevos máximos, adoptar tecnología, planificar una salida o gestionar la transición de su patrimonio o empresa a la siguiente generación. Al trabajar con KPMG Private Enterprise, podrá acceder a un asesor de confianza, un único punto de contacto que comparte su mentalidad emprendedora. El acceso a los recursos globales y a la red de alianzas de KPMG le ayudará a impulsar su negocio y a cumplir sus objetivos. Su éxito es el legado de KPMG Private Enterprise.

Visite la web: kpmg.com/privateenterprise

Editorial Board

Jonathan Lavender

Responsable global,
KPMG Private Enterprise,
KPMG International

Tom McGinness

Responsable global,
Empresa familiar,
KPMG Private Enterprise,
KPMG International, and
Socio, KPMG en Reino Unido

Daniel Trimarchi

Director,
Empresa Familiar,
KPMG Private Enterprise,
KPMG International

Creagh Sudding

Director,
Empresa Familiar,
KPMG Private Enterprise,
KPMG en Sudáfrica

Melany Eli

Directora general de Estrategia,
Marketing y comunicación,
KPMG Private Enterprise,
KPMG International

Heather Baker

Gerente de práctica,
Empresa familiar,
KPMG Private Enterprise,
KPMG International

Laura Taylor

Gerente de Marketing,
KPMG Private Enterprise,
KPMG in Reino Unido

Es posible que algunos de los servicios descritos aquí no puedan prestarse cuando se trate de clientes de auditoría de KPMG y de sus entidades afiliadas o vinculadas.

kpmg.com/es/es/home/servicios/empresa-familiar.html



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.

© 2023 KPMG, S.A., sociedad anónima española y firma miembro de la organización global de KPMG de firmas miembro independientes afiliadas a KPMG International Limited, sociedad inglesa limitada por garantía. Todos los derechos reservados.

KPMG alude a la organización global, o a una o varias de las firmas miembro de KPMG International Limited («KPMG International»), cada una de las cuales es una entidad jurídica separada. KPMG International Limited es una sociedad del Reino Unido limitada por garantía y no presta servicios a clientes. Para obtener más información sobre nuestra estructura, visite kpmg.com/governance.

KPMG y el logotipo de KPMG son marcas registradas de KPMG International Limited, sociedad inglesa limitada por garantía.

Los puntos de vista y las opiniones expresados en el presente pertenecen a los entrevistados y no representan necesariamente los puntos de vista y las opiniones de KPMG International Limited u otra firma miembro de KPMG.

La participación y contribución de KPMG en este sentido no constituye una aprobación, patrocinio o respaldo implícito de los productos o servicios de ninguna empresa.