

Pasión, fortaleza de empresas familiares

El experto estadounidense afirma que no hay razón para que estas unidades económicas sean más profesionales y estén bien dirigidas

ENTREVISTA

James G. Ellis,
decano de la Escuela de Negocios
Marshall de USC

Angélica Pineda

EL EMPRESARIO

EN LA vida como en los negocios, adaptarse al medio es fundamental para sobrevivir y eso implica, decía el científico Lamarck, que más que permanecer inmutables, habría que evolucionar desde la forma más simple a un organismo complejo. Este es el reto de las empresas familiares.

De acuerdo con el último censo económico del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi), en México existen más de 5.6 millones de unidades económicas, 99% de las cuales son mipymes. Un estudio de Banamex indica que nueve de cada 10 negocios en el país son empresas familiares.

James G. Ellis, experto en negocios internacionales y decano de la Escuela de Negocios Marshall de la Universidad del Sur de California (USC), considera en entrevista que los negocios familiares tienen las mismas posibilidades de sobrevivencia que antes, pero deben asegurarse de estar a la par de empresas hipercompetitivas, que utilizan los medios sociales al máximo.

Hace unos días, Ellis estuvo en México como parte de una delegación de la USC que firmó convenios de colaboración con el Conacyt, el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) y el **Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM)**. El académico ha dirigido el Programa

de Empresas familiares de la USC, impartiendo seminarios a familias con negocios.

¿Qué es lo malo y qué es lo bueno de ser una empresa familiar?

Lo ideal sería que la empresa familiar funcionara de manera muy parecida a una corporación en su forma de hacer negocios. Son muy afortunadas en contar con más pasión dentro de su organización, debido a la lealtad de la familia, pero no hay ninguna razón por la que no puedan ser profesionales y estar bien dirigidas, como cualquier otra empresa. Estas compañías necesitan tener un buen plan de sucesión, responsabilidades de trabajo bien definidas y brindar atención al detalle, como cualquier empresa. Si carecen de buenas prácticas comerciales de cualquier tipo, se quedarán atrás.

¿Es deseable dejar de ser una empresa familiar?

Las empresas familiares son responsables directas o “dueñas” de aspectos como la sostenibilidad de la empresa y de su propia razón de ser. La única razón por la que sería deseable dejar de ser empresa familiar es si el crecimiento y las oportunidades del negocio dictan la necesidad de tener acceso a los mercados de capital para alcanzar ese crecimiento, por arriba de la capacidad de la familia para lograrlo. La otra razón sería si no hay miembros de la familia —en las siguientes generaciones— que puedan tener éxito en la alta dirección, ocasionando que la empresa recurra a la gestión profesional. Muchas veces es más conveniente poseer un pedazo pequeño de una empre-

sa grande, a ser dueño de 100 % de una empresa pequeña, pero eso es una decisión individual.

Hay empresas familiares que se convirtieron en corporativos multinacionales. ¿Qué lecciones dejan a las pymes familiares esas historias de éxito?

Las corporaciones multinacionales altamente exitosas pueden compartir muchas lecciones con las empresas familiares; en particular, todo aquello que han tenido que enfrentar en su proceso de crecimiento para llegar a donde están hoy. Un plan de sucesión, comunicación constante y robusta con la familia y los empleados y una buena gestión financiera, son fundamentales para alcanzar el éxito. Las grandes empresas han tenido prácticas exitosas en esas mismas áreas para llegar a donde están. Hay grandes lecciones que aprender de las historias de éxito.

¿Cuántas generaciones pasan para que una empresa deje de ser familiar?

No se puede generalizar cuántas generaciones tienen que pasar para dejar de ser una empresa familiar, una vez que superan el periodo de supervivencia. Realmente todo depende de la familia: hay empresas de gran éxito que todavía son propiedad de familias y que ahora van en la quinceava o veintava generación. Por otra parte, también hay compañías que han sobrevivido a los dolores de crecimiento, pero sólo para ver cambios en su mercado o tener que dejar el negocio por el fuerte crecimiento de sus competidores.

angelica.pineda@eleconomista.mx



Fecha 01.04.2015	Sección El Empresario	Página 45
---------------------	--------------------------	--------------

“ La única razón por la que sería deseable dejar de ser empresa familiar es si el crecimiento y las oportunidades del negocio dictan la necesidad de tener acceso a los mercados de capital para alcanzar ese crecimiento, por arriba de la capacidad de la familia para lograrlo”.

