

Estrategia



“Pasión”

Factor de éxito o fracaso en la sucesión de las empresas familiares

Existen multitud de artículos, tesis doctorales, análisis de diferentes entidades, que tratan de explicar el porqué el 80% de las empresas familiares desaparecen después de dos generaciones. La razón principal de la desaparición de estas empresas radica en un elemento intangible que se va devaluando en las diferentes sucesiones; este elemento tiene el nombre de “PASIÓN”.

Las empresas surgen en un momento determinado gracias al espíritu emprendedor del creador, que con grandes dosis de ilusión, pone en marcha, no un negocio, no una empresa, sino un sueño y una forma de entender la vida que se materializa en una empresa. Estas dosis de ilusión, sueños, forma de vida, están impulsadas por la Pasión del propietario por construir, hacer crecer y mantener vivo el espíritu que motivo la creación de la empresa.

El 50% de las empresas sobrevive a la primera sucesión familiar, el 30% sobrevive a la segunda y sólo el 15% de las empresas sobrevive a la tercera sucesión

Es esa Pasión la que determina la visión y misión del negocio, quizás no descrita y seguramente no escrita en la mayoría de los casos y que termina conformando unos valores y una cultura corporativa que dirigen los destinos de la empresa familiar. A medida que otras generaciones familiares van ocupando los puestos de dirección de la empresa, la pasión originaria se transforma o se diluye y esos valores y esa cultura corporativa que habían dirigido los designios del negocio y que se habían generado gracias a la pasión del creador, entran en un proceso de transformación, en el mejor de los casos, o en un proceso de disolución que termina con el cierre de la empresa en ese 80% de los casos mencionado con anterioridad.

Cuantas veces hemos oído: “El hijo no tiene ni el empuje ni el liderazgo del padre”.... lo que quieren decir es “El hijo no tiene la pasión del padre”. Por tanto, he aquí la clave para mantener la existencia de las empresas familiares, “La gestión en la transmisión de la Pasión en la sucesión”.

Las empresas familiares que sean capaces de gestionar la transmisión de la pasión de manera que permita seguir dirigiendo e impulsando los resultados de las empresa, lograrán hacer perdurar esos negocios.

Se acaba de introducir un nuevo elemento “el liderazgo” en nuestro discurso. Como hemos relatado el creador de la empresa posee el liderazgo para implantar su pasión en su negocio y lo que ocurre con las sucesiones es que se diluye la pasión y se diluye el liderazgo, sobre todo en aquellas empresas familiares en las que la sucesión recae en varias personas de esa unidad familiar, todas ellas con distintos niveles de percepción de la pasión y por tanto del liderazgo.

También ocurre esto último cuando la empresa familiar decide delegar la gestión de la empresa en un profesional de la gestión. Lo que ocurre en estos casos es que la gestión se delega en una persona en la que la pasión no suele coincidir con la originaria y tampoco se adecua a la que tienen los sucesores del negocio (Accionistas), lo que suele terminar en un quebradero de cabeza para el nuevo gestor y en un fracaso de la gestión del negocio.

“El hijo no tiene ni el empuje ni el liderazgo del padre”

Seamos optimistas, la pasión puede cambiar y ser exitosa, pero esta debe ser cuidadosamente abordada en la sucesión.

Existe un camino para no fracasar en la planificación de la sucesión de una empresa familiar: se debe describir y escribir la pasión, determinando la visión, misión y valores de la empresa.

He aquí el primer paso de un “PLAN ESTRATÉGICO”.

“Describiendo la pasión damos el primer paso hacia la creación de un Plan Estratégico”

La metodología del plan estratégico será el camino para asegurar una correcta sucesión, ya que conoceremos cuales son la misión y los valores que han llevado al éxito a la empresa desde sus orígenes “Conoceremos la pasión” y de esta forma se garantizará que el espíritu creador perdure y que este se adapte a las nuevas circunstancias de los mercados. Todo este conocimiento permitirá adecuar el liderazgo a los valores de la empresa.



La estrategia no es una herramienta solo comercial o de marketing en un determinado mercado, la estrategia afecta a todos los estamentos de la empresa:, Los recursos humanos, las operaciones, la cultura empresarial,..... y por tanto permite desarrollar y dirigir las empresas, sosteniendo la rentabilidad de la organizaciones a largo plazo e interactuando en un marco social y económico.