

Se celebra en Jaén el III Foro de la Empresa Familiar

La empresa familiar jiennense se plantea su continuidad de cara al futuro

El 27 de junio pasado, se celebró el III Foro de la Empresa Familiar Jiennense, organizado por la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Jaén, con la colaboración de la Asociación Andaluza de Empresa Familiar y el patrocinio del grupo Santander Universidades.

El encuentro tuvo lugar en los salones del Hotel Infanta Cristina y a él asistieron una treintena de empresas familiares de la provincia. Se proyectó la obra de teatro “La decisión de la familia Campos” y en sus entreactos tuvieron lugar tres coloquios moderados por Mario Carranza García-Mier, director general de la Asociación Andaluza de la Empresa Familiar.



Mario Carranza durante uno de los coloquios que se intercalaron entre los actos de la obra

La obra presentada, está ambientada en Bolonia cerca de Tarifa y pretende narrar de una manera realista y emotiva las vicisitudes de una familia empresaria que ha de afrontar su futuro como empresa familiar a la vez que intenta resolver el destino personal de cada uno de sus miembros.

Con su padre ausente en un crucero, los tres hijos mayores de Agustín Campos, Mercedes, Eduardo y Lucía se reúnen en la casa familiar para celebrar el cumpleaños de Eduardo. De forma aparentemente espontánea, se sinceran entre ellos, hablando por primera vez sobre el futuro de su familia, de la empresa y de ellos mismos.

En el segundo acto, Agustín Campos está solo en cubierta contemplando el mar, impresionado por la belleza del entorno y con la perspectiva que da la distancia, se deja llevar por los recuerdos de su vida. Al hacer balance de su trayectoria vital y entre los claroscuros de su conciencia, cae en la cuenta de que tiene que decidir que hacer en el futuro y como puede contribuir a la continuidad de su empresa y la armonía de su familia.

En el tercer acto, los tres hermanos Campos reciben a su padre a la vuelta del viaje decididos a hacerle participe en algún momento de las reflexiones alcanzadas en su ausencia. Acontecimientos inesperados provocan que padre e hijos se vean abocados a decidir su futuro como familia y empresa.

Finalizada la obra se inició un debate sobre la idea de sucesión entre los empresarios familiares asistentes al acto con un posterior intercambio de impresiones en la copa de vino destacándose la buena acogida por parte de las empresas familiares de la provincia de este formato audiovisual del foro.

Sumario

	<u>Pag.</u>
Celebrado el III Foro de la Empresa Familiar de Jaén	1
Segundas Jornadas de la Cátedra de Empresa Familiar de Jaén.....	2
Terceras Jornadas de Internacionalización de la Empresa Familiar.....	3
Entrevista con Don Antonio Leiva Mas, gerente de A. Leyva S. A.	4
Concesión Proyecto AECI.....	5
El Protocolo Familiar, ¿sí o no?.....	6
VI Asamblea de la AAEF.....	8



Santander
UNIVERSIDADES

II Jornadas de de la Cátedra de Empresa Familiar

“La Empresa Familiar y la Iniciativa Emprendedora”

El pasado 30 de mayo se celebraron las II jornadas de la Cátedra de Empresa familiar de la Universidad de Jaén. A diferencia de las primeras, que profundizaron en el tema de la internacionalización de la empresa familiar, el foco de atención se trasladó a la cuestión del espíritu emprendedor, que constituye el fundamento de cualquier iniciativa empresarial. Para este propósito, contamos con la colaboración varios empresarios que comentaron su experiencia en el lanzamiento y desarrollo de su iniciativa, así como con un experto en comunicación y estímulo del espíritu emprendedor.

Tras la presentación inicial, llevada a cabo por María Jesús Hernández Ortiz en calidad de Directora de la Cátedra de Empresa familiar de la Universidad de Jaén, José Hermida Lloret, periodista, experto en comunicación, además de asesor Técnico de la Revista Emprendedores, realizó un taller orientado al fomento del espíritu emprendedor entre los asistentes. Entre otras actividades, José Hermida dividió a la audiencia en pequeños grupos, cada uno de los cuales se responsabilizó de proponer una idea de negocio, perfilada de una manera elemental a través de unos pocos parámetros clave. La exposición de las ideas elaboradas por cada uno de los grupos constituyó uno de los momentos más destacados de las jornadas.



M^a Jesús Hernández junto a José Hermida en la inauguración de las jornadas

Se retomó el desarrollo de las jornadas con el inicio de una mesa redonda, en la que, bajo la coordinación de José García Vico, diversos emprendedores expusieron su experiencia propia del proceso de puesta en marcha y desarrollo de una iniciativa empresarial. Los empresarios que intervinieron fueron Juan José Prieto, en representación de *Portal de Mágina*, Floren Laut, de *Aduana del Guadalquivir* y Antonio Ruano, de *Intelec Ingeniería*.

Portal de Mágina es una empresa radicada en la localidad jiennense de Cambil, que se dedica a prestar servicios avanzados de acceso a Internet, al desarrollo de aplicaciones ajustadas a las necesidades de sus clientes, y al diseño de páginas web. A lo largo de los años transcurridos desde su puesta en marcha, ha abordado un proceso de expansión que

les ha permitido abordar ambiciosos proyectos, en competencia con firmas de mucho mayor tamaño. En su charla, Juan José Prieto destacó la importancia de la capacidad para asumir riesgos, la ambición y la dedicación para sacar adelante una iniciativa empresarial.



José García Vico presenta a los participantes en la mesa redonda

En su turno, Floren Laut animó a los asistentes a desarrollar sus iniciativas emprendedoras siguiendo el ejemplo de la empresa que dirige, *Aduana del Guadalquivir*, una sociedad limitada laboral dedicada a la prestación de servicios relacionados con la importación y exportación de mercancías, que aprovecha su ubicación privilegiada en el eje de la nacional IV para ofrecer a sus clientes las ventajas derivadas de disponer de un depósito aduanero a caballo entre los puertos del sur de España y la meseta.



Las jornadas gozaron de una amplia participación por parte de los estudiantes y el profesorado

Finalmente, Antonio Ruano, en representación de *Intelec Ingeniería*, presentó los datos básicos de su empresa, cuyo proyecto ha merecido un amplio reconocimiento a nivel provincial. La actividad de la empresa se centra en el desarrollo de las nuevas tecnologías, tomando como referencia elementos sustanciales como la domótica, el fomento del uso de las energías renovables y la mejora de la eficiencia energética.

III Jornadas de Internacionalización de la Empresa Familiar

“Experiencias Internacionales de las Empresas Familiares”

Durante el curso académico 2007/08, dentro de las actividades académicas y docentes de la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Jaén, se han desarrollado las III Jornadas de Internacionalización de la Empresa Familiar bajo el título “Experiencias Internacionales de las Empresas Familiares”. Dichas Jornadas han sido organizadas en colaboración con la Cátedra EXTENDA de la Universidad de Jaén y la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas de dicha Universidad.



Jorge Lozano, Junto a M^a Jesús Hernández y Encarnación Moral en la presentación de las jornadas

Estas Jornadas han estado dirigidas a los alumnos de diversas titulaciones y a empresarios familiares de nuestra provincia, entre los que merece la pena destacar los gerentes de las empresas Cerrajerías Hermanos Morilla, S.L. y Unión Distribuidora Hermanos Martínez Rodríguez, S.L., interesados en desarrollar y ampliar la capacidad internacional de sus organizaciones.



M^a Jesús Hernández Presenta a Zulima Fernández Rodríguez, Directora de la Cátedra de Empresa Familiar Instituto Conde de Campomanes

En el acto de apertura, intervinieron D. Jorge Lozano Miralles, Decano de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas, D^a. Encarnación Moral Pajares, Co-Directora de la Cátedra EXTENDA y D^a. M^a Jesús Hernández Ortiz, Directora de la Cátedra de Empresa Familiar. Durante las Jornadas se impartieron tres conferencias relacionadas con la internacionalización de la empresa familiar, tanto por personas de reconocido prestigio a nivel nacional en el campo de la investigación y la docencia, como en el mundo empresarial.

Así, en primer lugar, D^a. Zulima Fernández Rodríguez, Directora de la Cátedra de Empresa Familiar Instituto “Conde de Campomanes” de la Universidad Carlos III de Madrid, impartió la conferencia titulada “La Internacionalización de la Empresa Familiar”, explicando cómo las peculiaridades que presenta la empresa familiar, derivadas de su carácter, influyen en su estrategia de internacionalización.



Concha Peñaranda durante su intervención en las jornadas

A continuación, D. Rubén Fernández Ortiz, Doctor Europeo en Economía y Profesor Colaborador de la Universidad de La Rioja, presentó un trabajo de investigación titulado “El Papel del Equipo Directivo en la Expansión Internacional”. En dicho estudio se analiza cómo las características demográficas que presenta el equipo directivo de una empresa (edad, formación, experiencia, conocimiento de idiomas, etc.) afectan a su expansión internacional.

Finalmente, D^a. Concha Peñaranda, Director Gerente de PROVIR (Asociación de Bodegas Familiares de Rioja), impartió la conferencia titulada “La Estrategia Internacional de las Bodegas Familiares de Rioja” en la que explicó la planificación estratégica internacional que su entidad lleva a cabo en la actualidad, así como las acciones de internacionalización y expectativas de las Bodegas de Rioja con carácter familiar.

Entrevista con...

D. Antonio Leiva Más, Director Gerente de A. Leyva S.A.

En esta ocasión, “*Cátedra de Empresa Familiar de Jaén*” se ha acercado a las instalaciones de la fábrica que A. Leyva S. A. tiene en Linares, una factoría moderna construida hace siete años, de cuidado diseño, tecnología punta, óptimas instalaciones para el trabajo y en donde se ve reflejada la Filosofía de su fundador: trabajo bien hecho basado en la tradición, calidad, innovación y mejora continua.

D. Antonio Leiva nos acogió con gran cordialidad y disfrutamos de una charla distendida en la que nos fueron desveladas las claves que le han llevado a obtener magníficos resultados en su empresa. Si queremos calificar de forma breve a este empresario podíamos decir que es un emprendedor elegante. En primer lugar y como analizaremos a continuación, D. Antonio reúne las cualidades que todo emprendedor debe tener, visión empresarial, creatividad, ambición, no aversión al riesgo. Y es una persona de la que emana elegancia, quizá sea por los años que lleva, alrededor de 50, en el mundo de la moda.

La empresa A. Leyva S. A. ha obtenido en los últimos meses el premio ALAS a la internacionalización de la empresa andaluza, en reconocimiento a la constancia en su trabajo y a la calidad de su producto. La marca Leyva está presente en casi veinte países, se puede encontrar en lugares como la Quinta Avenida en Nueva York, o los almacenes Harrods de Londres, en Holanda cuentan con 160 clientes y tres representantes de su marca. En la actualidad están volcados en el mercado australiano y haciendo sus pinitos en Rusia o en Japón.

El trabajo es la base

Nos comenta D. Antonio que su empresa no es fruto del Marketing, sino del superarse día a día en el trabajo e intentar mejorar los pequeños fallos que puedan surgir. Su empresa se basa en la creatividad y el trabajo bien elaborado, en palabras del empresario “La I+D+I es muy importante en nuestra empresa pero lo es más el T+T+T (trabajo, trabajo y trabajo)”. Trabaja todos los

días de la semana sin parar y nos dice que actualmente unos de sus placeres favoritos es trabajar en su casa en pijama lejos de teléfonos y reuniones, rodeado de su familia.

Creación de la empresa

Como muchas de las empresas familiares de éxito A. Leyva S.A. tiene sus orígenes en una idea, en una ambición y/o en una necesidad. D. Antonio nos dice así: “Yo soy un niño precoz, ya con once años estaba trabajando con mi padre, entonces no era explotación, era necesidad, por la noche estudiaba”



Su padre era sastre y trabajo con él durante algún tiempo, pero ya a los quince años tenía su sastrería propia. Mas tarde, se marco nuevas metas, montó una tienda de ropa, el origen de sus tiendas actuales. A finales de los cincuenta comenzó a hacer corbatas, pero por problemas de abastecimiento de la seda con la que trabajaba dejó ese negocio y empezó con la marroquinería para no perder a sus clientes. Fabrica cinturones y otros artículos de piel. Aunque los cinturones es el producto más conocido de esta empresa, por su exclusividad en el diseño y los novedosos materiales empleados, elaboran otros productos, y como botón de muestra podemos apuntar que en el

verano de 2008 lanzará una exclusiva colección de bolsos.

Emprender con ambición por conseguir los objetivos

Su vida se ha visto marcada por el afán de conseguir pequeños retos, afianzarlos y mejorarlos, buscando la perfección en la elaboración de cada uno de sus productos, creando productos de calidad. “*si hacemos una cosa buena tenemos que apoyarnos en ella y poco a poco ir ampliando el camino*”. Buscan vendedores para sus marcas muy preparados, elaboran productos que sigan las tendencias del mercado. Actúan en un mercado tan cambiante como el de la moda que les exige crear nuevos diseños constantemente y un mercado difícil de mantener por la competencia de las grandes marcas basadas en la publicidad y el marketing. Nos comenta D. Antonio que en sus comienzos había muchas empresas con su dimensión que actuaban en el mercado, alrededor de cuarenta, y actualmente solo quedan de ellas seis o siete.

Como emprendedor poco a poco se va marcando metas, y va vislumbrando escenarios que otras empresas no alcanzan.

Creatividad y no aversión al riesgo

La creatividad es un gran valor en esta empresa. Cada año y cada temporada tienen que cambiar sus modelos de la colección para mantenerse en el mercado, esto exige un gran Departamento de diseño. El cambio constante provoca un riesgo que va asumiendo. “Al principio tuve muchos problemas, porque, claro, era muy joven, yo creía que todo el mundo pagaba y no era así”. Va aprendiendo de sus errores y organizando su empresa poco a poco y tratando de controlar el riesgo en el que incurre. Como consecuencia de su entusiasmo y la resistencia adquirida a través de los años ha sabido recuperarse de los fracasos y su objetivo es dejarles a sus hijos una empresa con una organización que les permita continuar con el negocio. Conoce el mercado y sabe que no es fácil mantenerse pero trata de

poner todo lo que pueda por su parte para que así sea.

Equipo Humano

Como buen emprendedor, sabe que necesita de un equipo compacto y cohesionado capaz de obtener buenos resultados y trata de arrastrar a gente valiosa hacia sus proyectos empresariales. “Parte del patrimonio de esta empresa es de nuestros colaboradores y debemos de conservarlo para el futuro”.

Se preocupa por el futuro de su familia y de sus colaboradores y apunta que la empresa debe ser fuerte y seguir manteniéndose para que haya posibilidades de trabajo para los hijos de sus trabajadores que no puedan o no

quieran encontrar trabajo fuera de la empresa.

Empresa familiar

Antonio Leiva trabaja desde hace años con sus hijos en la empresa. Hoy con 62 años, ya piensa en el relevo generacional “Lo que espero es que mis hijos continúen con la trayectoria que hemos seguido hasta ahora y que los hijos de mis hijos también continúen con este labor.

La suya es una empresa familiar, en la que la sucesión está planificada. Nos habla con palabras de elogio del papel de sus sucesores en la empresa. Antonio al frente del Departamento de Exterior y Marketing, Mayca al frente de las tiendas de la empresa, Elsa en el Departamento de Administración y nos

presenta con gran cariño a su hija Esther, apuntando su gran labor en el Departamento de Diseño.

Como en las empresas familiares que tienen mejores resultados, comparte un sueño con sus hijos y en unos años quiere que ellos tomen la iniciativa, aunque el no piensa dejar la empresa nunca, porque su espíritu emprendedor no le abandona y disfruta con el trabajo.

El “sueño” de su proyecto empresarial ya es compartido por las dos generaciones que coexisten en la empresa debido al entusiasmo que ha sabido transmitir D. Antonio, delegando a tiempo numerosas decisiones en sus hijos e integrándolos en la empresa.

Concesión de un Proyecto de Investigación de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo

La Capacidad Internacional de la Pyme Familiar Argentina: Una Aplicación al Sector Vitivinícola

La Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) aprobó, en diciembre de 2006, la realización de un proyecto de investigación titulado “La Capacidad Internacional de la Pyme Familiar Argentina: Una Aplicación al Sector Vitivinícola” en el que participan miembros de la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Jaén, y cuya aportación económica fue de veinticuatro mil euros.

La coordinadora responsable de dicho proyecto es M^a Jesús Hernández Ortiz, directora de la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Jaén. En este estudio han participado trece investigadores de cuatro universidades distintas: Universidad Carlos III de Madrid, Universidad de La Rioja, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales de Buenos Aires (Argentina) y Universidad de Jaén.

Los Objetivos del Proyecto de Investigación eran:

- Indagar en el proceso de internacionalización de las empresas familiares del sector vitivinícola argentino y analizar cómo desarrollan esta estrategia, atendiendo al modo de entrada en el país de destino.
- Realizar un estudio comparativo de los resultados alcanzados en el sector vitivinícola argentino, con aquellos

otros obtenidos en un estudio similar realizado sobre empresas familiares del sector vitivinícola español.

Para alcanzar los resultados de investigación se han realizado entrevistas en profundidad a directivos de bodegas familiares argentinas, en concreto de aquellas ubicadas en las provincias de San Rafael y Mendoza. Además, se han enviado cuestionarios a más de trescientas bodegas, relacionados con los objetivos de investigación planteados en este trabajo. Finalmente, se procederá a publicar los resultados de investigación obtenidos a partir del día treinta de abril de 2008.



Agencia Española
de Cooperación
Internacional
para el Desarrollo

Protocolo familiar ¿sí o no?

Planificar para la continuidad el futuro de la empresa y la familia.

Hace una década aproximadamente asistíamos a la irrupción del denominado “protocolo familiar” en la orbita de la gestión de las empresas familiares como una nueva herramienta, a priori pensada y diseñada para convertirse en piedra angular y garante del éxito del siempre difícil reto de la sucesión o relevo generacional.

Poco a poco, la conveniencia o, simplemente, la idea de elaborar un protocolo familiar han ido calando en las familias empresarias, de modo que en la actualidad podemos decir que son pocas o muy pocas las empresas familiares que no han oído hablar o conocen algo acerca del mismo.

De forma resumida, el protocolo familiar puede ser entendido como *un documento a través del cual los integrantes de la familia titular de una empresa se proponen encauzar los problemas que pueden afectar a su continuidad, con la previsión de cláusulas cuyo alcance se pretende que obliguen también a sus sucesores.*



A fecha de hoy empiezan a oírse algunas voces que ponen en tela de juicio la utilidad del protocolo familiar de cara a la continuidad de los negocios familiares, al amparo de que para muchos de ellos acaba siendo un documento extenso y, a veces, espeso, firmado y olvidado en el fondo de un cajón o archivo.

Esta situación ocurre cuando desde el preciso instante en que la familia empresaria decide elaborar su protocolo, éste se concibe más como un resultado final, como un contenido

normativo concreto que hay que tener lo antes posible, que como un profundo y trascendental proceso de reflexión para toda la familia empresaria.

A todas luces la elaboración de protocolos familiares puede llegar a ser tan fácil y rápida como la propia elaboración de los estatutos sociales. A poco que se consulten los estatutos de distintas compañías, es fácil encontrar estatutos de distintas empresas prácticamente iguales en contenido, como si de documentos hechos en serie se tratara. En términos generales, las diferencias radican en los elementos identificadores de cada empresa y poco más.

Con los protocolos familiares concebidos como “un resultado” ocurre más o menos lo mismo, responden a un formato muy genérico y común para todas las empresas, de modo que un mismo protocolo podría ser válido para distintas empresas a poco que los maticemos con los datos identificadores de cada empresa.

Este tipo de protocolos son redactados de manera impune, con base en una plantilla genérica de contenido y sin tener en cuenta que la mayor o menor complejidad familiar, empresarial o de propiedad que cada negocio familiar arrastra, determinan que su contenido deba ser uno u otro, que sea más o menos explícito, más o menos moral, más o menos flexible.

Para que el protocolo familiar sea una herramienta que contribuya notoriamente a la supervivencia de la empresa familiar, ha de servir para promover el desarrollo exitoso del negocio o negocios, para mantener a los propietarios unidos y comprometidos y para incrementar el sentimiento y la fortaleza de la familia.

Difícilmente un protocolo concebido y elaborado como un resultado final, como un contenido normativo concreto, y no como un profundo proceso de reflexión por parte de la familia empresaria, permitirá alcanzar los tres objetivos anteriores.

En definitiva, es más importante el proceso de elaboración del protocolo en sí que el contenido normativo final del mismo. La decisión de ponerse manos a la obra con la elaboración de un protocolo familiar va a suponer para la familia empresaria tener que reflexionar sobre determinados aspectos de la empresa, la familia y la propiedad en los que hasta el momento nunca había reparado y en los que, probablemente, tampoco repararía hasta tanto no apareciesen ciertos problemas, normalmente ligados a los cambios generacionales y a la propia evolución del negocio, la familia y la propiedad.

Básicamente, los aspectos sobre los que es aconsejable reflexione la familia empresaria y que, una vez acabado el proceso, sería recomendable quedasen plasmados en el protocolo, son los siguientes:

- Ámbito de aplicación, naturaleza, valores y cultura de la familia y de la empresa.
- Órganos de gobierno para la empresa y para la familia (junta de socios, consejo de administración, consejo de familia, asamblea familiar).
- Condiciones de acceso y trabajo en la empresa de los miembros de la familia y formación.
- Principios y derechos económicos (política de aplicación de resultados, transmisión de participaciones y acciones, separación de socios, acceso al capital de socios no familiares, etc.)
- Comportamiento familiar y atenciones a la familia y a la empresa (reservas o fondos familiares, oficinas familiares).
- Educación y compromiso de las nuevas generaciones.

Todos los aspectos anteriores, a tenor de su trascendencia e implicaciones futuras, son para los negocios familiares fuentes de problemas y conflictos, de ahí que es recomendable que todo este proceso se inicie antes de que los problemas aparezcan. La familia empresaria debe plantearse la elaboración del protocolo con una óptica preventiva y no curativa. Se trata de lograr que los problemas y conflictos no aparezcan o que su número sea lo más reducido posible. Sin embargo, a menudo se recurre al protocolo como la panacea para solucionar los problemas de la familia empresaria una vez que estos han estallado, la familia llega tarde al proceso y la elaboración de un protocolo se vuelve un proceso prácticamente innegociable.

Un grado de complejidad creciente en la familia, el negocio o la propiedad debe ser interpretado por la familia empresaria como el pistoletazo de salida para iniciar el proceso de reflexión previo a la elaboración del protocolo.

La familia se vuelve más compleja a medida que se van incorporando familiares políticos o que aparecen y crecen nuevas generaciones familiares que la convierten en una del tipo nuclear extensa.

La empresa se vuelve más compleja conforme esta deja de ser una empresa mononegocio para convertirse en una multinegocio o evoluciona hacia un grupo de empresas.

La propiedad se vuelve más compleja en la medida en que el número de propietarios con distintos roles aumenta y empiezan a aparecer las distintas ramas familiares.

Con el propósito de lograr la máxima efectividad y utilidad del protocolo es importante que éste sea el resultado del consenso y la negociación de todos aquellos que se verán afectados por su contenido. De este modo, el protocolo debe ser suscrito por todos los propietarios del capital de la empresa junto con sus herederos o sucesores, o que, al menos, estos últimos muestren su compromiso de respeto a los pactos y a la filosofía que este documento implica.

En la medida que sea posible, los acuerdos alcanzados en el protocolo deben ser concretados en instrumentos jurídicos como los siguientes: los estatutos sociales, las capitulaciones

matrimoniales y los testamentos y pactos sucesorios.

Todo este proceso sería muy difícil de llevar a cabo en momentos de gran tensión familiar o en familias con escasa comunicación y poca armonía. Trabajar en pos de la armonía, la comunicación y las buenas relaciones entre los miembros de la familia empresaria resulta una premisa básica si es que se quiere acometer este difícil y apasionante proceso con cierta garantía de éxito. En caso contrario, la probabilidad de alcanzar un resultado satisfactorio sería muy reducida.



No podemos pretender ordenar el futuro generacional de la familia empresaria si sus miembros son incapaces de comunicarse entre ellos fluidamente y con sinceridad y honestidad.

En la cátedra de empresa familiar de la Universidad de Jaén estamos convencidos de la gran utilidad del protocolo familiar, siempre y cuando éste se haga con el firme propósito de evitar que aparezcan heridas que puedan acabar con la empresa y con la familia, y no con el de tratar de curar las heridas abiertas desde hace ya mucho y que nunca se han intentado curar. Con el propósito de que así sea, pueden contactar con la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Jaén para sus consultas en el teléfono 953 213012 o en la dirección de correo electrónico mvallejo@ujaen.es.

Manuel Carlos Vallejo Martos

Profesor Contratado Doctor de la Universidad de Jaén,
Family Firm Institute Certificate Holder in Family Business
Advising, Miembro de la Cátedra de Empresa Familiar.

Visite nuestra página web:

www.cefjaen.org

Diseño y mantenimiento realizados por NetDev, S.L.



La directora de la Cátedra de Empresa Familiar de Jaén participa como ponente en la VI Asamblea de la Asociación Andaluza de la Empresa Familiar.

Los días 16 y 17 de junio se celebró en El Rompido (Huelva) la VI Asamblea Andaluza de la Asociación Andaluza de la Empresa Familiar (AAEF) en la que participaron un centenar de representantes de destacadas empresas familiares andaluzas. Entre ellas queremos destacar la presencia de la empresa jiennense “Productos J.Jiménez” pues D. Jerónimo Jiménez ha entrado a formar parte de la Junta directiva de la Asociación.

Esta VI Asamblea ha querido poner las bases para fortalecer y avanzar en el futuro de las empresas familiares andaluzas y ha puesto de manifiesto que el principal problema de este tipo de organizaciones radica en la sucesión, pues son muy pocas las que perviven tras la segunda generación y menos aún las que sobrepasan la tercera. De ahí que su futuro dependa directamente de la capacidad de los fundadores para preparar la sucesión y asegurar de esta forma la permanencia en el mercado. Tal y como se puso de manifiesto en la jornada académica celebrada en Huelva, esto es un proceso complejo y no se trata de un único momento en el tiempo. Además, como expusieron varios ponentes, el éxito de este proceso depende en gran medida de la capacidad de comunicación que exista entre los miembros de la familia y de la capacidad emprendedora de la siguiente generación.



María Jesús Hernández durante su intervención en la Asamblea de la Asociación Andaluza de la Empresa Familiar

La Cátedra de Empresa Familiar de Jaén tuvo una presencia muy activa en esta VI Asamblea pues a ella asistieron varios de sus componentes. Pero, sin duda, lo más importante fue la participación de M^a Jesús Hernández, directora de esta Cátedra, con una ponencia sobre “El papel de la mujer en la empresa familiar”. La apuesta de la Asociación Andaluza de la Empresa Familiar por incluir esta ponencia demuestra el interés que esta asociación tiene por apoyar y difundir la labor investigadora de las Cátedras en materia de empresa familiar. Así, en esta ponencia se presentaron algunos de los resultados obtenidos en la investigación realizada sobre la trayectoria y el liderazgo de las mujeres en empresas familiares andaluzas.



De forma resumida podemos decir que la mujer juega un papel muy importante para garantizar el éxito de la empresa familiar. Así, las mujeres aportan a las empresas familiares dos grandes valores: el cuidado de la armonía necesaria para el éxito y continuidad de la organización y la transmisión de los valores empresariales a los hijos. Sin embargo, en numerosas ocasiones se las está dejando al margen de puestos de liderazgo, desaprovechando así un potencial de recursos muy valioso. No obstante, en los últimos años se está apostando más por incorporar mujeres a las posiciones directivas y de liderazgo en las empresas familiares. Estas mujeres se encuentran también con una serie de obstáculos entre los que destaca fundamentalmente el problema de la conciliación de la vida familiar y laboral. Sin duda alguna, éste es un aspecto en el que habrá que seguir haciendo hincapié para facilitar el desarrollo profesional de estas mujeres.

Si quiere realizar alguna consulta, aportar alguna información, o solicitar el envío de este boletín a su domicilio, puede hacerlo a través de nuestra web:

<http://www.cefjaen.org>

Editado por la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de Jaén
Abril de 2008

Depósito legal: J-268-2007

ISSN: 1888-0398