



La sexta generación dirige Osborne, un empresa familiar con 235 años de historia.

De padres a hijos

Imagine que crea la empresa de su vida. Es el momento adecuado y en busca de capital recurre a sus padres y hermanos. Finalmente el proyecto se lleva a cabo, el negocio es un éxito y... el mejor legado para sus hijos. Esta es la fórmula de empresa familiar, un total de 2,5 millones de compañías que suponen el 90% del tejido empresarial del país, sin duda una estructura muy lucrativa que contribuye al 75% del empleo privado y aporta el 65% del producto interior bruto (PIB). Sin embargo, son pocas las organizaciones familiares que sobreviven a la segunda generación (sólo el 30%). El 15% alcanza la tercera y sólo un uno por ciento consigue permanecer con la cuarta generación al frente del negocio. En opinión de Marta Beltrán, directora de la Asociación para el Desarrollo de la Empresa Familiar (Adefam), la clave está en planificar la

sucesión a largo plazo –sólo en el 26% de los casos se hace– y el futuro de la compañía, que no siempre está en manos de los parientes. “En un proceso de sucesión la primera pregunta que hay que plantear es si realmente se quiere continuar. En este sentido la creación de un consejo de familia para fomentar la comunicación y la actuación de los órganos de gobierno en general son fundamentales”. Para Beltrán, el paso de la segunda a la tercera generación es lo más complicado, sobre todo cuando se recurre a profesionales externos que deben contar con el respaldo familiar. “Estas personas tienen que conocer la compañía y, sobre todo, los valores familiares que sustentan el negocio”, señala Beltrán quien hace hincapié en la comunicación: “Es necesario involucrar a la familia en el proceso y garantizar que el sucesor esté preparado”.