



Crónica de la XV Asamblea General ADEFAM 2018

FRANCISCO RIBERAS: “LAS EMPRESAS FAMILIARES SON UN BIEN A CUIDAR POR LAS INSTITUCIONES”

“Soy un firme convencido de los valores de la empresa familiar, que constituyen su cultura corporativa y donde está muy presente la visión a largo plazo”, aseguró Francisco Riberas, presidente de Gestamp y del Instituto de la Empresa Familiar, en el transcurso de su intervención en la XV Asamblea Anual de Socios de ADEFAM. Riberas expresó asimismo la necesidad de que las empresas y sus organizaciones se movilicen para que la sociedad entienda que las empresas en general, y en particular las familiares, son un bien a cuidar por parte de las instituciones.

En su alocución, el presidente de Gestamp realizó un recorrido por los sesenta años de historia del Grupo familiar que fundó su padre con Gonvarri. Además, Riberas repasó las claves que han sostenido el crecimiento incesante de Gestamp en estos últimos 20 años hasta convertirse en líder mundial. Los valores en que se ha cimentado el crecimiento de la compañía durante todo este tiempo han sido, según expuso su presidente, la visión a largo plazo, la excelencia operacional y la solvencia financiera.

Asimismo, expresó el interés de la compañía en el campo de la innovación con el fin de identificar aquellas tendencias que tendrán un impacto real en el sector de la automoción y que promoverán el crecimiento de su actividad en los próximos años. Señaló a este respecto que tecnologías emergentes, como la que representa el Big Data, están siendo empleadas por Gestamp para mejorar la eficiencia de los procesos dentro sus plantas, en aspectos relativos al mantenimiento y la mejora de la calidad, de los que se deriva una extraordinaria mejora de la competitividad.

Gestamp, que comenzó a cotizar en Bolsa en 2017, factura actualmente más de 8.200 millones de euros y emplea a más de 41.000 personas en 105 plantas operativas en 21 países.

Liderando desde la nueva generación

Fe y pasión por el proyecto y el deseo de asumir retos son las fórmulas con las que Adriana Domínguez acaba de asumir el reto de convertirse en CEO de la firma de moda Adolfo Domínguez. En estos momentos, además, declara que su objetivo es reinterpretar a su manera los valores de la compañía, partiendo de la completa fidelidad a sus esencias, para conectar con unos gustos de la sociedad que se van regenerado con el paso del tiempo.

Adriana compartió mesa de debate con el Presidente del Grupo Educativo CEF.- UDIMA, Arturo de las Heras, y el consejero de AJE Group, Carlos Añaños, para debatir acerca de la nueva visión sobre liderazgo que comparten las nuevas generaciones que han asumido el mando de las empresas familiares. En este sentido, el consejero de AJE Group remarcó la estrategia a

largo plazo que subyace a su proyecto empresarial. “Hemos diseñado una empresa que pueda trascender en el tiempo y demostrar que puede funcionar sin sus fundadores”, señaló.

Los tres participantes se mostraron de acuerdo en subrayar que lo importante para una empresa familiar es respetar su ADN, lo mismo que plantear los cambios y las innovaciones desde el respeto a esos valores. Partiendo de esa premisa, puede resultar compatible, y a veces incluso necesario, contar con profesionales externos a la familia para gestionar el proyecto. Arturo de las Heras señaló como una de las señas de identidad del liderazgo de las nuevas generaciones es un mayor grado de delegación en la toma de decisiones. “La segunda generación acepta, como algo natural, que haya otras personas que tomen decisiones”, dijo.

De la misma opinión mostró Adriana Domínguez, que encuentra diferencias tanto por generación como por género en la forma de liderar la empresa. “Opto por una forma de gobierno mucho más participativa y doy mucha importancia al comité de dirección”, dijo, y enfatizó en que el futuro de las empresas familiares está en mantener su “espíritu de nicho”, “mantener su especificidad”.

En relación con la manera de gestionar las relaciones entre la familia y la empresa, tantas veces fuente de conflictos, Carlos Añaños subrayó la importancia de diferenciar entre “el ser” y “el hacer”. “Cuando pones los hechos por delante, no suele haber problemas”, aseguró. No obstante, ser una “empresa familiar” resulta muy valorado por los inversores cuando se acercan a este tipo de compañías. “Los inversores valoran que haya una familia detrás de una marca”, señala Adriana Domínguez, una idea que corrobora Arturo de las Heras: “Lo que miran los inversores, además de números, es si se fían o no de las personas que están al frente de la empresa”. “Tenemos sentimientos y eso lo ven los bancos y nuestros stakeholders”, remachó Añaños.

Todos ellos se mostraron de acuerdo en redoblar los esfuerzos de las empresas familiares para intentar concienciar a la sociedad de papel que desempeñan. “La sociedad no sabe lo que es una empresa familiar, desconoce que es el resultado del trabajo, del esfuerzo y del ahorro acumulado por muchas personas a lo largo del tiempo”, explicó Adriana. “¿De qué vive el Estado?”, se preguntó Carlos Añaños. “Si la sociedad y las Administraciones supieran que las empresas son el motor del bienestar y del progreso, cambiarían muchas cosas”, dijo.

Despedida de la teniente alcalde del Ayuntamiento de Madrid

Marta Higuera, la teniente alcalde del Ayuntamiento de Madrid, cerró la Asamblea con una breve intervención en la que expresó su admiración y respeto por las empresas familiares. “Os felicito en mi nombre y en el de la alcaldesa, Manuela Carmena, y quiero que sepáis que en el Ayuntamiento velamos para favorecer la actividad de las empresas”. “Damos importancia a las empresas familiares y a los valores que las inspiran”, dijo.