



EXPERTOS REUNIDOS POR ADEFAM, IESE Y ATREVIA ACONSEJAN REFORZAR LA COHESIÓN DENTRO DE LAS FAMILIAS EMPRESARIAS MEDIANTE MAYOR COMUNICACIÓN Y TRANSPARENCIA COMO MODO DE EVITAR CONFLICTOS

La comunicación se ha convertido en uno de los aspectos más críticos en el seno de las familias empresarias, y su mala gestión constituye el origen de muchos conflictos que ponen en riesgo la viabilidad de los negocios familiares, aseguran los expertos

Madrid, 3 de diciembre.- El desafío que presenta la gestión de la comunicación en el seno de la empresa familiar puede formularse como un proceso informativo de ida y vuelta: las familias empresarias tienen que recibir información relativa a los logros y objetivos de la empresa, y esta última debe armonizar su actuación con los valores y la visión que le transmite la familia propietaria. Según se puso de manifiesto en la mesa redonda titulada "El valor de la comunicación en las familias empresarias", organizada por la Asociación de la Empresa Familiar de Madrid (ADEFAM), IESE Business School y ATREVIA, el equilibrio y la transparencia que se logre entre estos dos polos, la empresa y la familia empresaria, resulta clave para alcanzar la cohesión y evitar los conflictos.

El presidente del Grupo Antonio Alvarez, Alberto Zoilo Alvarez, presidente también de la Asociación de la Empresa Familiar de Madrid (ADEFAM), consideró primordial la comunicación de la empresa hacia la familia empresaria para que todos los miembros se ilusionen con el proyecto, sobre todo cuando el tamaño de las familias, y el hecho de convivir varias generaciones en la propiedad, impide que todos ellos trabajen en el negocio y estén en el día a día de las decisiones. "Los miembros de las familias empresarias no pueden limitarse a percibir un dividendo, es necesario que participen en cuerpo y alma en el proyecto", aseguró Alberto Zoilo Alvarez.

Del mismo modo, en relación con el trasvase de información entre la familia empresaria y la propia empresa, el presidente del Grupo Antonio Alvarez se mostró convencido de la fuerza de la cultura de la familia para movilizar, motivar e ilusionar a todas las personas que participan en el proyecto, tanto al equipo directivo como a los empleados. "La cultura empresarial, que viene inspirada por los valores de la familia empresaria, y parten la mayor parte de las veces del propio fundador del negocio, es ese conjunto de pautas no escritas que orienta los comportamientos e imprimen un sello inconfundible en todo aquello que hace la empresa", explicó.

Desde su punto de vista, "todo el esfuerzo que se realice en el ámbito de la cultura empresarial y los valores resulta crucial, pues constituye la fuerza que moviliza a las personas y las ilusiona". En sintonía con esta visión, Alberto Zoilo Alvarez consideró imprescindible formar a los empleados en la cultura de la empresa y el modo en que deben alinearse con ella. De esta manera, con el fin de asegurar su transmisión, se

mostró partidario de implantar programas de comunicación interna que incidan en la motivación.

Comunicación: aspecto crítico en la empresa familiar

La presidenta y fundadora de ATREVIA, Núria Vilanova, aseguró que la comunicación ha sido durante mucho tiempo uno de los puntos fuertes de las empresas familiares, si bien en la actualidad se ha convertido en uno de los aspectos más críticos, y su mala gestión está en el origen de muchos conflictos en las propias familias empresarias y en sus empresas.

A su juicio, la razón estriba, sobre todo en organizaciones que han trascendido el estadio del fundador, en la dispersión geográfica de los miembros, su diferente nivel de implicación en la estructura de la empresa y el cambio generacional, que ha cambiado la escala de prioridades y expectativas de los miembros más jóvenes de las sagas familiares. Desde el punto de vista de esta empresaria, experta en comunicación corporativa, la solución a este tipo de crisis comunicacionales en el seno de las familias empresarias pasa por fomentar la cohesión del grupo, lo que ayuda a afrontar las dificultades financieras y de rentabilidad asociadas a los procesos de innovación y expansión que cíclicamente afrontan las empresas.

“La cohesión requiere de mucha comunicación para afrontar los retos futuros de la empresa”, afirmó Nuria Vilanova. A su juicio, las claves para gestionar correctamente la comunicación en las familias empresarias pasan por saber escuchar, transmitir valores y fomentar la participación de los miembros de la familia en la toma de decisiones.

“La comunicación no es solo mover información, sino impactar emocionalmente en las personas”, señaló Nuria Vilanova, y por ello, resulta muy importante que todos los miembros de la familia estén convencidos del sentido de transcendencia que debe recorrer toda la empresa. “Son muy importantes las claves emocionales para que la familia se enganche al proyecto y también para visibilizar el anclaje de la empresa con su entorno”, explicó la presidente de ATREVIA, quien, parafraseando a una empresaria familiar de Latinoamericana, afirmó: “No basta con ser la mejor empresa del mundo, hay que ser la mejor empresa para el mundo”.

Nuria Vilanova recomendó, para reconducir y gestionar con eficacia la comunicación en las familias empresarias, emplear herramientas y técnicas de comunicación interna, como sistemas de escucha, medición del índice de compromiso con el proyecto de los distintos miembros familiares, planes de formación a medida o creación de aplicaciones de comunicación interna a través de dispositivos móviles.

El profesor del IESE José Ramón Pin, moderador de la mesa redonda, abundó también en la importancia de la escucha como una de las actitudes de comunicación más importantes. “La comunicación es saber principalmente lo que los demás piensan de ti”, afirmó, y señaló que, desgraciadamente, las empresas se comportan muchas veces como “ostras cerradas”.

Acerca de ADEFAM

La Asociación de la Empresa Familiar de Madrid (ADEFAM) agrupa en estos momentos a 97 empresas familiares madrileñas, todas ellas líderes en los respectivos sectores en los que operan. Su facturación agregada es de 14.840 millones de euros, el equivalente al 7,31% del PIB de la Comunidad de Madrid. En conjunto dan empleo a 240.693 trabajadores.

Para más información:

Enrique Armendáriz enrique@armendarizpr.es

Marga Becedas marga@armendarizpr.es

Tel. 91 431 73 25; Móvil. 616 06 73 76