

TRIBUNA

La capacidad emprendedora de la generación entrante: la clave de la sucesión



NÚRIA PASTOR

La generación sucesora es el futuro de la empresa familiar. Una de las principales razones por las que muchos empresarios no venden su empresa es porque desean transferir el negocio a su familia, empujados por un deseo de pervivencia que mantenga la reputación adquirida, el valor para su comunidad y la responsabilidad social.

Según un reciente trabajo de investigación de Alberto Gimeno, «Radiografía de la Empresa Familiar» (noviembre de 2006), la capacidad emprendedora de las «generaciones entrantes» es

el factor más relevante en la planificación de la sucesión. Ese estudio, llevado a cabo en dos mil familias, muestra que la sucesión es más fácil cuando el relevo generacional tiene inspiración, proyectos y vitalidad. Una posible razón para ello es que las «generaciones salientes» son más proclives a abrir un proceso de sucesión cuando detectan una gran motivación por parte de los posibles sucesores.

Si este empuje no es lo suficientemente fuerte, la generación en el poder prefiere esperar hasta que esta energía e interés se desarrolle.

Por lo tanto, es imprescindible que los posibles sucesores expresen su deseo de continuar con el negocio familiar. Esta motivación está muy relacionada con el hecho de estar implicado, de al-

guna manera, con la empresa familiar.

Una buena comunicación será por lo tanto otro factor clave en un buen proceso de sucesión.

Es imprescindible que los posibles sucesores deseen continuar con el negocio familiar

Estas cuestiones fundamentadas en la capacidad de liderazgo y en la comunicación, serán los ejes del I Encuentro Internacional del Fórum de la Empresa Familiar, que tendrá lugar en Alicante los próximos 11, 12 y 13 de mayo. Bajo la presidencia de honor de SAR el Príncipe de Asturias, 200

jóvenes empresarios familiares de todo el mundo tendrán la oportunidad de trabajar sobre liderazgo y optimismo con **Gustavo Zervino**, uno de los 16 supervivientes del accidente de avión de los Andes ocurrido en 1972. Debatirán sobre los obstáculos de la comunicación a la hora de hablar en familia del negocio familiar dirigidos por **Christine Blondel** de la prestigiosa escuela de negocios INSEAD.

Por último, moderados por **Jesús Casado**, director de Relaciones Empresariales del Instituto de la Empresa Familiar, los participantes descubrirán la Empresa Familiar a través de diferentes perspectivas culturales de la experiencia vivida por **Carmen Berbegal** de Corporación Empresas Actiu, **Yuelin T. Yang** de IMC Pan Asia, y **Joaquín Uriach**

de Corporación Uriach.

El programa incluye diferentes actividades lúdicas que permitirán a los visitantes conocer nuestra provincia como la recepción por parte del Ayuntamiento de Alicante en el Castillo de Santa Bárbara con un espectáculo de moros y cristianos, la visita a la empresa familiar Chocolates Valor, el paseo en barco por la bahía alicantina y un concurso de arroces en Pueblo Acantilado.

Es una oportunidad única para que miembros de empresas familiares de todo el mundo compartan conocimientos, experiencias y buenos momentos. Una magnífica manera de aprender en un entorno estimulante, divertido e internacional. □

Núria Pastor es presidenta del Fórum Familiar de Alicante.



ANTONIO SÁNCHEZ

Una cosecha de limones echada a perder

El salario agrícola cae en picado

REDACCIÓN

El secretario general de la Unió-Coag, Joan Brusca, critica el aumento y liderazgo de las exportaciones cítricas de la Comunidad y que éste «se haga a costa de la peor crisis de la historia de los citricultores cuya rentabilidad sigue cayendo en picado». Según la organización agraria, el hecho de que las exportaciones de cítricos crezcan y se conviertan en líderes de la economía valenciana obedece a «dejar de pagar a los agricultores su cosecha, utilizar formas feudales de negociación de tratos como es la de a comercializar o a resultados, renegociar los tratos iniciales o pagarles una miseria al final por la misma».

Joan Brusca afirma que los datos sobre exportaciones «nos dan la razón sobre que las medidas

implantadas en esta campaña por parte de la Conselleria de Agricultura que han beneficiado a todos excepto a los productores, mediante acciones que han enriquecido a algunos, mientras que la renta del agricultor continúa por tierra».

Brusca añade que así «se está dando dinero a quien no lo necesita cuando lo que debería hacer Conselleria de Agricultura es destinar las medidas cítricas y las inversiones de su presupuesto a posibilitar que los profesionales de la citricultura sigan viviendo de su trabajo». La Unió señala que los productores de cítricos de la Comunidad Valenciana «arrastran pérdidas económicas por valor de 460 millones de euros durante las cuatro últimas campañas».

TODOS LOS SÁBADOS EN SU QUIOSCO 1,5 euros

EL BOLETÍN DE EMPRESAS, EMPLEO Y FINANZAS EL SEMANARIO DE ECONOMÍA Y SOCIEDAD DE LA COMUNITAT VALENCIANA



ESTA SEMANA...

Índice de Precios Inmobiliarios EL BOLETÍN. 1^{er} trimestre 2007

BAJAN LOS PISOS



Sabíamos que iba a ocurrir y ya está pasando: el precio de las viviendas nuevas y usadas baja, aunque de momento sólo ligeramente. Sólo la provincia de Alicante se resiste aún al descenso generalizado de los precios inmobiliarios registrado durante el primer trimestre de 2007, pero en Valencia y Castellón ya es un hecho. En cambio, los locales comerciales se ponen de moda y aumentan sus precios de alquiler

Y ADEMÁS...

Los dirigentes empresariales velan armas para las elecciones de la patronal

LA CONSIGNA ES CALMA Y DISCRECIÓN, PERO YA HAY MANIOBRAS EN LA OSCURIDAD

Martinavarró Jr. crea una sociedad en Madrid en busca de mayor rentabilidad

EL EMPRESARIO CASTELLONENSE ABRE SU PROPIA SOCIEDAD DE VALORES

“La izquierda no puede organizar el futuro sin contar con los empresarios”

ENTREVISTA CON EL DIPUTADO SOCIALISTA RAMÓN JÁUREGUI EN SU VISITA A VALENCIA



www.elboletin.es
e-mail: elboletin@epies
Teléfono: 96 337 57 00