

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para convertirse en embajadores de tu marca

Propemi
BAC Credomatic



¿Cómo aprovechar la sabiduría de la empresa familiar para innovar?

Sin duda, el recurso más valioso que tiene toda organización es el conocimiento, ya que es fuente de innovación y ventaja competitiva. En las empresas familiares, el conocimiento se convierte en una enorme capacidad si se logra integrar la experiencia acumulada por fundadores con el dinamismo de las nuevas generaciones. Por supuesto, esta combinación no es fácil de alcanzar por la paradoja que todo negocio familiar llega a enfrentar: “tradición versus innovación”. Por eso, hoy te hablaremos un poco de cómo hacer para que el conocimiento que se ha integrado en la empresa familiar de generación en generación logre impactar en su continuidad y desarrollo.

La práctica misma que se va acumulando es la fuente del know-how de la empresa familiar. Para ello, es importante establecer mecanismos que permitan la transmisión y acumulación de conocimientos y experiencias de las diferentes generaciones que pasan por una empresa familiar. Para aquellos que finalmente opten por tener una carrera dentro de la empresa, puede establecerse la regla de que, antes de incorporarse a la empresa en virtud “de sangre”, deban trabajar un tiempo fuera de la empresa familiar: esto permite que el joven entre a la empresa no solo en virtud de ser hijo o familiar del dueño, sino como alguien que gane el reconocimiento del resto de colaboradores de la empresa familiar en el sentido de entender que gana el “derecho de piso” a incorporarse por el conocimiento y experiencia adquiridos afuera. Incluso, la regla anterior podría también exigir que el candidato culmine sus estudios universitarios y de maestría antes de entrar, para garantizar también que tenga una formación del alto valor que permita al negocio ir más allá. Gilbert Devlyn, miembro de la familia dueña del Grupo Devlyn (propietario mexicano de ópticas con presencia en diversos países del mundo), había construido en su juventud un deseo por ser parte del negocio familiar y dejar huella, gracias a la influencia de sus abuelos, papás, tíos y primos; sin embargo, antes de entrar tuvo que trabajar por 5 años en Lens Crafters, la cadena de ópticas más importante dentro de los EE. UU., hecho que le permitió salir y desarrollarse con tendencias del mundo real para luego incorporarse a la empresa familiar y contribuir a su crecimiento. Otra forma de integrar a las nuevas generaciones es con trabajos temporales durante el verano en la misma empresa familiar, antes de graduarse de sus estudios, en los que puedan liderar proyectos retadores junto con algunos colaboradores de apoyo. Otra manera es que puedan desarrollar proyectos de emprendimiento propio ligados a la empresa familiar, con el apoyo de la familia empresaria, en donde también se permita desarrollar ese conocimiento. De último pero fundamental están las relaciones de mentoring o de maestro-aprendiz, donde se integra al joven con alguien de la empresa, familiar o no, que haya acumulado un conocimiento importante para guiarlo y espejearlo en todo su desarrollo, permitiendo así una comunicación entre generaciones.

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu Ejecutivo de Negocio o escríbenos a info_bacpropemi@sv.credomatic.com y descubre la mejor opción para tu negocio.**

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para convertirse en embajadores de tu marca

Propemi
BAC Credomatic



La cultura organizacional de la empresa familiar es la amalgama imperecedera de las historias, dichos, narrativas y hasta refranes que sus integrantes han testimoniado con consistencia a lo largo del tiempo. La forma de abordar las cosas en general, así como proyectos, retos o problemas en particular se ve altamente influenciada por el ejemplo y lecciones de todos los miembros de la familia. La virtud de esto es que, en lugar de sacar un listado de valores insípido y que nadie asume como propio, estos valores son “encarnados” en los miembros de la familia que se encargaron de repetirlos, exigirlos y vivirlos junto con cada colaborador. Eso se convierte en una fuente no imitable de ventaja competitiva, porque la imagen viva de la persona asociada al valor infunde poder al mismo al momento de ser puesto en práctica por el colaborador. Un “lo que nos trajo aquí no nos llevará adonde queremos llegar” refleja el sentimiento de querer innovar siempre; o por ejemplo un “solo si te ves como parte del problema puedes verte como parte de la solución”, que muestra, al formar parte de la empresa familiar se tiene que ser parte de todo, para volverte la persona que resuelve, es decir, un líder.

Resulta muy importante que la familia empresaria preserve este conocimiento. En él se encuentran, a la vez, la sabiduría y la identidad de la empresa familiar. Es este conocimiento colectivo de historias y narrativas donde los miembros de la familia adquieren identidad, no solo con la familia (de la que ya son parte por haber nacido en ella), sino también con la “familia empresaria”, sentirse parte de esta. Esto genera sentido de vida para querer trascender y un compromiso respecto del “stewardship”, es decir, la custodia y el cuidado de ese patrimonio y legarlo a la sociedad entera. A través de la socialización de esta sabiduría es como se puede trascender a las siguientes generaciones sin perder los valores fundacionales que hacen única a cada familia empresaria.

El panorama de la innovación en las empresas familiares de América Latina y el Caribe va muy bien, pero, a la vez, tiene muchos retos. La orientación emprendedora en la región para las empresas familiares está por encima de la de otras regiones alrededor del mundo. Un estudio del Instituto de Familias Empresarias del Tecnológico de Monterrey reflejó que el 52% de las familias empresarias en la región había creado un nuevo producto o servicio durante los últimos 5 años. Sin embargo, solamente el 32% manifestó tomar proyectos verdaderamente riesgosos, lo que refleja que la mayoría opta por iniciativas de menor impacto, pero con menor incertidumbre. De manera que es importante estar abiertos al cambio, a probar cosas nuevas para no quedarse obsoletos y moverse, “patear la caja”.

Compartimos contigo algunos consejos que puedes implementar para compartir y sistematizar el conocimiento con las siguientes generaciones de la familia empresaria, a fin de que no se pierda y, por el contrario, pueda enriquecerse:

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu Ejecutivo de Negocio o escríbenos a info_bacpropemi@sv.credomatic.com y descubre la mejor opción para tu negocio.**

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para convertirse en embajadores de tu marca

Propemi
BAC Credomatic



- En la medida de las posibilidades, las generaciones mayores deben procurar darle educación superior y hasta maestrías a los de las generaciones entrantes, con el propósito que ellos tengan la posibilidad de aprender, desarrollarse y estudiar en el ámbito que quieran, para que de verdad sean lo que quieren ser. Seguramente te preguntarás, ¿habrá riesgo de que los chicos al final no quieran incorporarse a la empresa familiar? En realidad, la ruta que deseen tomar debe ser siempre celebrada y bien tomada por la familia; sin embargo, y para procurar una incorporación espontánea y natural, las generaciones mayores deben establecer que los chicos tienen libertad de elegir su camino, pero recalcar que los estudios facilitados responden a que la empresa familiar está evolucionando de ser un lugar en el que “se daba trabajo a la familia” a un lugar donde “se da trabajo al mejor, al más competente, sea familia o no”. Esta restricción de autoselección, más la construcción de un vínculo familiar especial, hará que los familiares realmente capaces decidan tomar el reto y los menos capaces tomen otro rumbo siendo felices.
- Incorporar a las generaciones entrantes en espacios con voz. En el pasado, las nuevas generaciones debían permanecer calladas “porque estaban aprendiendo” y “no tenían mucho que aportar”; hoy, sin embargo, están en una posición donde tienen mucho que enseñar, pueden ser los que más saben de algún tema. Por ejemplo, no sería raro que un grupo de chicos de la familia den una charla ante la junta directiva sobre campañas publicitarias en redes sociales, tema por demás relevante en la actualidad, y donde quizá hasta terminarían dándole clase al equipo de marketing de la empresa.
- Incorporar programas de pasantías para que los jóvenes puedan aprender estructuras de trabajo (respetar un horario de trabajo, cumplimiento de metas y funciones, seguimiento de normas administrativas, etc.).
- Para los jóvenes de la familia que deseen incorporarse a la empresa y hayan concluido sus estudios, se pueden abrir espacios en las instancias de dirección (junta directiva, consejo de administración, etc.), para que participen como oyentes y aprendan cómo funciona una empresa familiar. Estas experiencias son altamente valoradas por los jóvenes, que aprenden maneras especiales de expresarse junto a socios y colegas, hacer las preguntas correctas ante una propuesta, entre otras cosas, que nunca van a aprender en un aula de clases.
- Cenas cuatrimestrales donde los jóvenes de la familia se juntan con el resto de los miembros de la familia empresaria, para conversar sobre sus miedos y ansiedades en un ambiente distendido, creando así un canal de comunicación específico para tratar sus necesidades.
- Crear o actualizar un protocolo familiar, para que no solo contenga la voz de los fundadores o de la generación anterior, sino la de toda la familia, incluyendo la de las nuevas generaciones.
- Reuniones y asambleas familiares que permitan que “la familia trabaje en la familia” con tiempo, esfuerzo y recursos para construir ese capital único.

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu Ejecutivo de Negocio o escríbenos a info_bacpropemi@sv.credomatic.com y descubre la mejor opción para tu negocio.**

Brinda a tus clientes una **mejor experiencia de compra** para convertirse en embajadores de tu marca

Propemi
BAC Credomatic



El conocimiento y la trayectoria individual de cada miembro de la familia se pueden combinar a través de los dichos y refranes de esta. Mezclar los valores y la sabiduría con el entusiasmo permite a las familias empresarias desarrollar competencia como: el liderazgo de la familia empresaria, el impulso del emprendimiento familiar, mantener la dinámica entre las distintas generaciones que transmiten un legado/patrimonio. Todo para llevar al florecimiento de la familia empresaria.

Propemi BAC Credomatic sabe que tu familia construye cada día un tesoro invaluable en su relación interna, así como con su entorno de negocios. Permítenos apoyarte con las mejores soluciones financieras para que te enfoques en lo más importante: la familia.

Propemi BAC Credomatic pone a tu disposición las mejores soluciones para medios de pago, que harán que tus clientes disfruten comprar tus productos y servicios. **Llama a tu Ejecutivo de Negocio o escríbenos a info_bacpropemi@sv.credomatic.com y descubre la mejor opción para tu negocio.**