

Millennials en las empresas familiares

Por Josemaría Vázquez V.

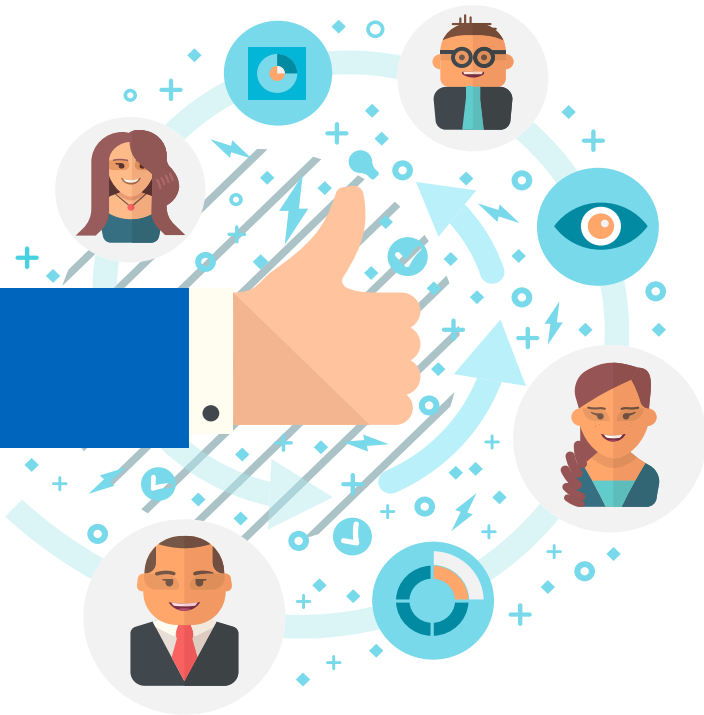
Profesor de Dirección de Personas y Empresas Familiares del IDE Business School

La clave para el modelo de transformación de la empresa familiar es tratar a la empresa como empresa y a la familia como familia. De todos es sabido que, para alcanzar estos objetivos, la empresa familiar debe contar con un acuerdo marco que señale las reglas y procesos. Aunque para muchos es un tema destacado, es triste encontrarse países como Ecuador donde las empresas familiares alcanzan casi un 90%, que sólo el 25% de ellas tengan acuerdos bien establecidos; más aún con las generaciones que vienen por delante.



Millennials en las empresas familiares

Lo de poner nombre a las generaciones no es nuevo como comenta Josep Tàpies, profesor de Empresas Familiares del IESE Business School, España.



Baby boomers se llama a los que nacieron entre 1945 y 1965, la *Generación X* la componen los que nacieron entre 1965 y 1980, y a los nacidos entre 1980 y 1995 se les ha venido a llamar *millennials*.

Las fechas son siempre orientativas, porque no suele existir un consenso absoluto sobre el momento de inicio y fin de cada generación. Por poner un ejemplo, hay quien dentro los *millennials* distingue dos grupos: los *senior millennials*, nacidos en la década de los

ochenta, y los *junior millennials*, nacidos en los noventa, según un profesor del IESE.

Pero, ¿es tan importante conocer a los *millennials*? Sí, si tenemos en cuenta que esta nueva generación supondrá el 75% de la población activa mundial en 2025. Eso significa que en un futuro cercano ocuparán gran parte de los puestos de trabajo y las empresas familiares no serán una excepción. ¿Qué caracteriza a estos jóvenes profesionales? ¿Qué buscan en su carrera profesional? ¿Qué puede ofrecerles la empresa familiar y qué pueden ofrecer ellos a la empresa familiar? Son cuestiones que no pueden dejarse al azar.

Pensando en ellos como los herederos de empresas e intentando entenderlos, nos damos cuenta que han crecido en la cultura de la inmediatez, así que son un tanto impacientes y les gusta obtener resultados visibles a corto plazo. Son digitales, están permanentemente conectados y valoran mucho la flexibilidad, tanto en horarios como en lugar de trabajo:

prefieren trabajar por objetivos que estar ligados a un horario fijo y presencial. Para ellos, lo económico es importante, pero no lo único. Son conscientes del valor del dinero, pero el salario no es su principal motivación.

Todos estos detalles, que pueden parecer sin importancia, podrían causar un choque en el trabajo con la generación anterior y deteriorar las relaciones sucesor-sucedido o padre-hijo. Pero al acercarnos un poco más, nos damos cuenta de que lo que les atrae de alcanzar puestos de responsabilidad no es tener a muchas personas a su cargo, sino la posibilidad de cambiar las cosas y de tener impacto positivo en la sociedad. Y esta es una forma de pensar que encaja perfectamente con la filosofía de la empresa familiar, siempre fiel a una misión y una visión que van más allá de lo inmediato, manteniendo un fuerte compromiso con la comunidad.

Por ello la clave de la continuidad está en mirar, no lo que separa, sino lo que une, y luchar para que esos valores familiares perduren en las siguientes generaciones.

EL AUTOR



Josemaría Vázquez Vega tiene los grados de Máster en Dirección de Empresas MBA por el IDE Business School y Doctor en Jurisprudencia por la Universidad de Guayaquil. Es Abogado por la Universidad Complutense de Madrid y Coach Profesional reconocido por el IESE Business School de España. Es Asesor y Consultor de importantes empresas españolas y ecuatorianas. Actualmente es miembro del Consejo de Dirección del IDE Business School y de otras empresas familiares multinacionales y locales.

Artículo publicado en Revista América Economía en julio de 2018