

E M P R E S A F A M I L I A R

Grans empreses amb un deix familiar

Modest Guinjoan / Josep Maria Llaurador

Consulting Barcelona Economia

Quan es parla d'empreses familiars, donem per suposat que cal esperar un cert grau de nepotisme, és a dir, un favoritisme envers els parents i, més concretament, envers els fills. La càrrega negativa del terme esmentat no deu provenir de les pràctiques successòries en les empreses familiars perquè, essent l'empresari l'amo –sovint amb el 100% de les accions– i

gerent a la vegada, entra dintre de les lleis de la lògica que es refiï de la seva família. Per què hauria de posar la seva empresa en mans d'un no familiar, si el fill o els fills estan prou preparats per gestionar-la en la seva absència? No obstant això, se'ns escapa un somriure que equival al comentari "ja se sap, les empreses familiars són així!"

Vet aquí, però, que la premsa dels dies passats ens ha informat dels nous nomenaments a la cúpula del banc SCH, una societat anònima que cotitza a borsa, amb milers d'accionistes, i que és el banc més gran i multinacional de l'Estat espanyol. La vacant provocada per la retirada del darrer representant del CH representava indirectament la promoció decidida del germà i de la filla del seu president, Emilio Botín, el propietari majoritari –la família té "només" un 2,6% de les accions!– i factòtum de l'entitat. Com a complement de la notícia s'ha destacat àmpliament el fet que la dinastia Botín hagi estat al capdavant del Santander d'ençà de la seva

fundació i, en total, de tres dels cinc bancs més importants de l'Estat.

Més enllà de l'evidència, no sembla que ningú se n'hagi escandalitzat, ni tan sols els accionistes, que mostren així una gran confiança en la nissaga en qüestió. Al cap i a la fi, no és una pràctica tan estranya en les empreses –entre les quals n'hi ha també de financeres i amb seu al nostre país–; aparentment, sembla que pesi més el paquet d'accions en propietat que no pas la valoració objectiva de les competències que els promocionats aporten. Ningú no dubta a priori dels valors que presenten els Botín, però és més que casual que siguin els parents els que estan més ben preparats per succeir Don Emilio. Xoca que aquest banquer de provada solvència i, segur, mestre de banquers dintre la família, deixi lligada la continuïtat dels seus en una empresa multinacional de gran dimensió, tenint com té al seu abast els millors professionals.

Tot i això, si ser part de la nissaga propietària no

implica necessàriament ser bon directiu, tampoc vol dir que no puguin ser tan bons com ho exigeix el lloc; ben al contrari, acostumen a tenir garantides les oportunitats d'una preparació excel·lent, fins i tot millor i més completa que la dels seus pares, sovint emprenedors fets a si mateixos i avesats en mil experiències pràctiques. Els pocs empresaris familiars que planifiquen bé la seva suc-

cessió saben molt bé què significa la preocupació per la preparació teòrica i pràctica del/s seu/s successor/s.

Nogensmenys, hi ha una cosa per a la qual no els forma ni la més famosa universitat americana ni l'escola de negocis de més prestigi: el carisma. Guanyat a pols, es conforma sobre la base del contacte diari i continuat amb els clients, els proveïdors i els col·laboradors. És fàcilment observable que, als fills dels grans empresaris, els costa molt d'obtenir-lo, malgrat dur el mateix cognom, disposar d'un gran paquet d'accions i comptar amb el no gens negligible suport paternal. I malgrat tot, com deia el fundador de l'alemanya AEG, Walter Rathenau, el 1912: "Tres-cents homes, que es coneixen personalment, dirigeixen els destins econòmics d'Europa i escullen entre ells els seus successors". Avui pot ser que siguin molts menys, i, en qualsevol cas, al final, el temps té cura de demostrar si els successors eren els més adequats.