

UNIVERSIDAD

# La UCA clausura su segundo curso de la Cátedra de Empresa Familiar

La red de asignaturas se extiende también por las universidades de Sevilla, Jaén Granada y Málaga, lo que sitúa a Andalucía líder en el país

FERNANDO RUFO

■ CÁDIZ. Casi una treintena de alumnos de la Facultad de Empresariales de la Universidad de Cádiz (UCA) tuvieron ayer la oportunidad de asistir a la clausura de la cátedra de Empresa Familiar que se imparte desde hace dos años. Las ponencias corrieron a cargo del director general del Instituto de Empresa Familiar, Fernando Casado, y del consejero delegado de Osborne, Ignacio Osborne.

Antes de ambas intervenciones, el director de la cátedra en la UCA, Daniel Lorenzo, ofreció un balance de lo que ha supuesto la impartición en la Facultad de Empresariales de una asignatura dedicada a la empresa y la familia. Un total de 26 alumnos han tenido la oportunidad de conocer en profundidad sus contenidos de una actividad aca-

démica que no acaba ahora, sino que tendrá continuidad en los próximos meses.

La Asociación Andaluza de Empresas Familiares (AAEF) está promoviendo la creación de este tipo de cátedras en colaboración con las diferentes universidades andaluzas para impartir asignaturas y realizar proyectos de investigación sobre temas de empresa familiar así como fomentar el espíritu empresarial entre la juventud de la comunidad andaluza. De hecho, la red de cátedras está compuesta por Jaén, Cádiz, Sevilla, Málaga y Granada, lo que supone la mayor red de cátedras de España. La AAEF cuenta actualmente con 89 empresas asociadas provenientes de las ocho provincias andaluzas, de diferentes tamaños, sectores y ciclos generacionales cuya facturación conjunta supera los 6.500 millo-



Los ponentes (Ignacio Osborne, Fernando Casado y Daniel Lorenzo), junto al decano de Empresariales.

JOAQUÍN HERNÁNDEZ KIKI

nes de euros, más del 5,5 por ciento del PIB andaluz.

El primero en intervenir fue Fernando Casado. Desde su amplia experiencia, ofreció a los presentes (representantes de la Universidad de Cádiz, así como un nutrido grupo de asistentes entre los que se encontraban los estudiantes de la asignatura de Empresa Familiar y miembros de empresas familiares asociadas a la AAEF) una visión global con su conferencia sobre los retos de la empresa familiar en una economía globalizada. Aunque aseguró que los condicionantes mundiales hacen que las perspecti-

vas empresariales sean preocupantes, no dudó en afirmar su optimismo, convencido de que los negocios sabrán crear el marco adecuado para salvar todos los problemas que los acechan: desde la crisis política en España a la amenaza terrorista en todo el mundo o la desconfianza que genera en los mercados la política internacional de EEUU. A ello se une el hecho del crecimiento, ya objetivo, de mercados como el chino o el indio, donde por cierto (como aseguró Casado), la representación de negocios españoles es irrisoria.

Por su parte, Ignacio Osborne

(también vicepresidente del Instituto de Empresa Familiar) habló de un ejemplo práctico: su visión de lo que significa la permanencia de los valores familiares, en este caso, en Osborne. Para comenzar, dejó claro lo que en su opinión significa la cultura familiar en una empresa: "Hay que ganar dinero, pero también hay que conseguir que la empresa y los que están en ella sean felices". Ese es el reto y el logro que ha llevado al grupo Osborne a cumplir sus objetivos con unos responsables que ya forman parte de la sexta y la séptima generación.

## Fernando Casado. Director General del Instituto de Empresa Familiar

### “El 60% de estos alumnos trabajará en empresas familiares”

F. R.

■ CÁDIZ. Fernando Casado es director del Instituto de Empresa Familiar (IEF) y vocal de su junta directiva. Tras años de experiencia en el sector, explica a Diario de Cádiz algunos de los secretos del negocio familiar.

—¿Qué objetivos se marca el IEF para 2007?

—Nuestros objetivos cambian cada dos años, cuando se nombra nuevo presidente. Para el bienio 2006-2007 lo es Juan Roig, presidente de Mercadona. Uno de ellos es tratar de llevar las preocupaciones del empresariado familiar tanto al Gobierno como a la oposición y a la sociedad en general. Otro objetivo es que, después de más de 12 años tratando de mejorar la gestión de la empresa, queremos mejorar ahora

la gestión de la familia empresaria.

—¿Tiene desventajas la empresa familiar respecto a otro tipo de negocios no familiares?

—Hay inconvenientes, pero también ventajas. Una de ellas es su vocación continuista. Una empresa familiar está montada para dar continuidad a las siguientes generaciones, con lo que las inversiones se analizan con criterios muy a largo plazo, igual que las decisiones, distintas al resto de empresas. Pero los gestores se juegan su prestigio, su historia y eso le da un carácter distintivo muy positivo. Además, entre los empleados se crea un clima de integración. También se da un factor clave que es la dinamicidad. En cuanto a inconvenientes, en estas empresas confluyen objetivos de propietarios, de accionistas y de gestores, lo que crea conflictos de



Fernando Casado, ayer en la Facultad de Empresariales de la UCA.

JOAQUÍN HERNÁNDEZ KIKI

intereses que si no se ponen medios para solucionarlos pueden crear tensiones.

—¿Qué importancia tiene esta Cátedra para un alumno que pretenda cursar la asignatura?

—Tenemos la certidumbre de que el 60 por ciento de los alumnos de las universidades trabajarán en empresas familiares y es importante que conozcan la problemática que se van a encontrar después. En estos momentos hay unas 30 cátedras en toda España y Andalucía es una de las comunidades que las lidera.

—¿Qué peso tienen las empresas familiares en Cádiz?

—La mayor parte de la economía de la provincia y de la comunidad autónoma salen de estos negocios familiares.

—¿Cuáles son los principales retos a los que se enfrenta la empresa familiar?

—Principalmente, la evolución frente a la globalización. Para ello hay que conseguir la profesionalización de estos negocios a todos los niveles, con nuevas tecnologías; la dimensión, para poder afrontar mercados; la inversión en I+D y la internacionalización. No es tan necesario exportar como invertir en esos nuevos mercados.