Las relaciones humanas y el Capital social de la empresa familiar en "Panel de Expert@s"

03/02/2022

Destinado a
Público en general
Temática
Innovación, Transferencia y Empresa
Fuente
UniRadio Jaén / Anabel Gámez

Myriam Montserrat Cano Rubio, integrante de la Cátedra Santander de Empresa Familiar de la Universidad de Jaén (UJA), intervino en el Espacio de Divulgación Científica de la emisora universitaria.

Myriam Montserrat Cano Rubio, profesora del Departamento de Organización de Empresas, Marketing y Sociología de la Universidad de Jaén, fue la invitada en el espacio radiofónico **"Campus: Panel de Expert@s"**, dirigido por **Julio Ángel Olivares Merino**. La experta habló sobre cuestiones relacionadas con **la Empresa Familiar sus fundamentos y su proyección,** además de otros aspectos como la internacionalización de la empresa familiar y sus estrategias, la aventura de la expansión exterior y las características de la empresa familiar.

En los primeros compases de la entrevista, la experta dio su opinión acerca del estrecho vínculo entre docencia y la investigación. **" L**a función investigadora de un profesor docente es uno de los méritos más valorados por todas las agencias regionales y nacionales de evaluación de la calidad, sobre la actividad docente/ investigadora, por consiguiente, para un docente la actividad investigadora es muy relevante en su día a día", sostuvo **Cano Rubio.** Al hilo de lo apuntado, la invitada, se pronunció, acerca de quiénes habían sido sus referentes a lo largo de su carrera como investigadora, destacando en este punto la figura de la catedrática doña María Jesús Hernández Ortíz, además de a doña Guadalupe Fuentes Lombardo. De ambas subrayó, la manera de transmitirle la pasión por la empresa familiar y las ganas de seguir investigando y profundizando en dicho campo.

Tras estos apuntes de inicio, la profesora **Myriam Montserrat Cano** reseñó sus comienzos en la práctica empresarial y destacó las actividades que desempeñó durante su labor en la Agencia Andaluza de Promoción Exterior, en particular, en Moscú, fomentando la entrada de productos andaluces en el mercado ruso. Haciendo referencia a esta cuestión el profesor **Olivares** preguntó sobre qué productos andaluces son los más demandados en Rusia." El sector agroalimentario es un claro ejemplo de gran potencial en Rusia, y en particular el aceite de oliva", apuntó **Myriam Cano.**

Profundizando en materia**, l**a experta se refirió a las disciplinas que convergen dentro de las áreas de investigación de la experta invitada. "La internacionalización de la empresa familiar es el solapamiento de diferentes disciplinas. En primer lugar la empresa familiar por sí misma, es una disciplina - matizó **Cano Rubio-** ya que se produce el solapamiento de tres sistemas que son:" la empresa,la familia y la

propiedad". Por lo tanto, cuando hablamos de familia, hablamos de aspectos sociales -puntualizó la experta-. Por esta razón, la Sociología es una entidad que confluye en mi tema de investigación, además, de la Organización de empresas". En cuanto a la internacionalización es una estrategia y la estrategia es una disciplina, por sí misma, concluyó en este punto la invitada.

Dentro de este marco, la docente hizo referencia a los productos competitivos analizando, variables tales como la calidad del producto, la variable precio, si esta es adecuada, y qué barreras de entrada tienen los productores. A su vez, afirmó la docente "**La Marca España** es un recurso intangible y valorado en **EE.UU. La dieta Mediterránea** se asocia con emociones, al evocar situaciones y momentos placenteros vividos, el turismo extranjero, que visita nuestro país", señaló.

En este sentido,la invitada resaltó la importancia del elemento emocional de las empresas y añadió que es un componente fundamental para crear cultura de empresa familiar " La transmisión de valores, junto con la transmisión de esfuerzo y las miras a largo plazo para hacerla mejor y con identidad propia, son aspectos que hay que tener en cuenta cuando hablamos de empresa familiar ", aclaró **Myriam Cano.** Abundando en este tema, la experta habló de los parámetros que definen el componente emocional de la empresa familiar, el capital social de una empresa, los recursos que se generan por las relaciones entre individuos de una misma familia." Se deberían de establecer protocolos para gestionar las relaciones familiares y protocolos para gestionar las relaciones de la empresa . A día de hoy, existen consultores externos que tratan este tema tan importante para la común unión de la empresa familiar", expresó la invitada.

Myriam Cano habló también del papel de la mujer en el ámbito de la empresa familiar. " Poco a poco está ganando visibilidad la mujer y están ocupando puestos destacados en la jerarquía y en la representación de la empresa familiar. El papel de la mujer es muy importante, ya que busca cohesionar a la familia. Su rol es de liderazgo- precisó la experta- es fundamental a la hora de evitar conflictos y buscar la estabilidad que una empresa familiar necesita".

Otro elemento importante que destacó la experta fue la visión o proliferación de las empresas familiares. " Existe una guía que ha sido elaborada por los miembros de la cátedra. **"Directorio de empresas familiares jienenses**". Existen en la provincia de Jaén 1100 empresas y el sector servicios es el sector más predominante. Atendiendo a una serie de variables para clasificar la empresa familiar, **Myriam Cano** aclaró, además,la idea que tenemos acerca de la **Pyme**s:" Uno de los estereotipos de la empresa familiar es considerarla como micro o pequeña empresa .Es cierto que las Pymes son las responsables del 90% de nuestro tejido productivo a nivel nacional", aseguró la investigadora.

Ya en la parte final de la entrevista, Cano habló sobre la exportación de productos por parte de las empresas familiares de Jaén y resaltó, den este sentido, el compromiso de internacionalización que adquieren muchas empresa oleícolas y vitivinícolas, ya que son muy competitivas, puesto que tienen estrategias muy desarrolladas y con una visión internacional desde sus orígenes .La mayoría de ellas atienden a unos intangibles fundamentales como son la reputación o la imagen de la empresa, es decir, el apellido, además de poner de manifiesto su compromiso internacional.

Justo antes de finalizar, la experta, subrayó ese compromiso pactado haciendo alusión a los métodos que se llevan a cabo para colaborar con otras entidades, buscando socios en el extranjero para financiar sus productos y socios extranjeros que hagan que el producto llegue al mayor número posible de consumidores ." Hay que buscar socios aliados, estos son una estrategia de futuro -expuso la docente- ya que se busca complementar oportunidades de negocia y explotarlas"

Para finalizar, la entrevistada dio un consejo a la hora de crear una empresa de ámbito familiar:" hay que establecer protocolos familiares y de sucesión para que funcione adecuadamente la familia y la empresa familiar".

Enlaces relacionados

- Escucha el programa en formato podcast