

La insuportable lleugeresa de la següent generació a les empreses familiars



Dr. Manel Plana-Farran ©

Professor de la Universitat de Lleida





"Educating family business students necessitates teaching individuals to deal with real situations that are often "messy" since necessary information is either unavailable or incoherent (Suomala et al., 2005). These situations require individuals to combine knowledge, understanding, and social skills in order to be successful (Taatila, 2010)" Burke et al. (2015)

ACCID

Associació
Catalana de
Comptabilitat i
Direcció





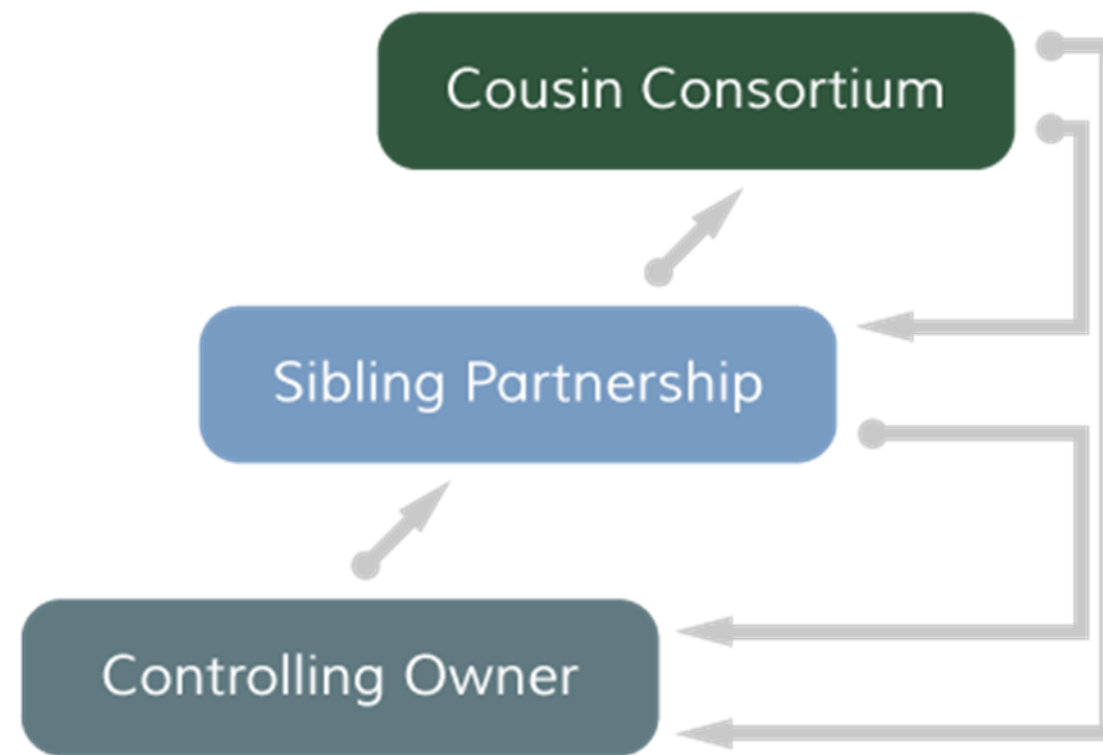
"Alcarràs tracta d'una història sobre la pertinença a una terra, a un lloc. Un drama sobre les perpèctues tensions generacionals, la superació d'antigues tradicions i la importància de la unitat familiar en temps de crisi" Carla Simon, directora de la pel·lícula Alcarràs.

Font: Avalon

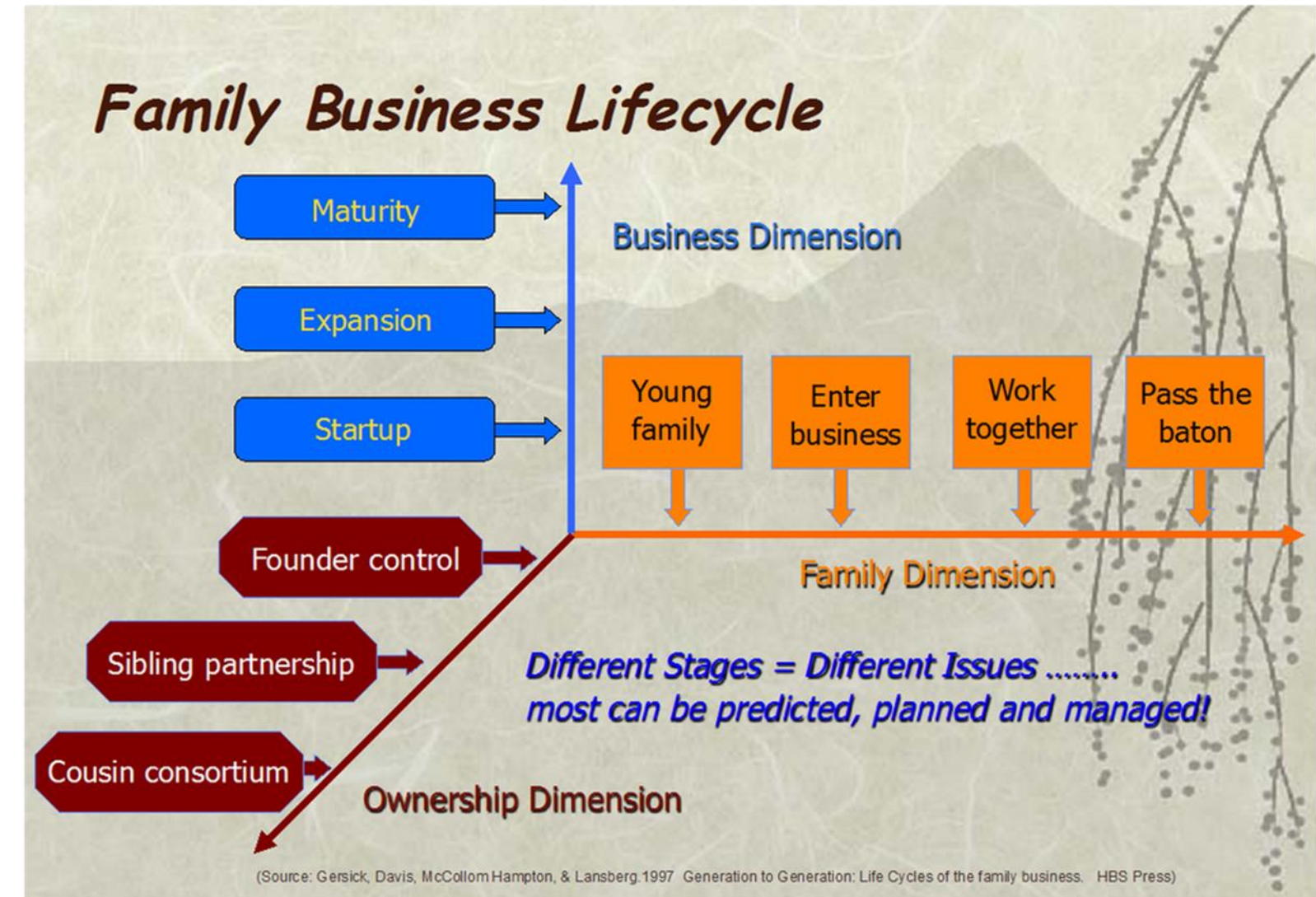


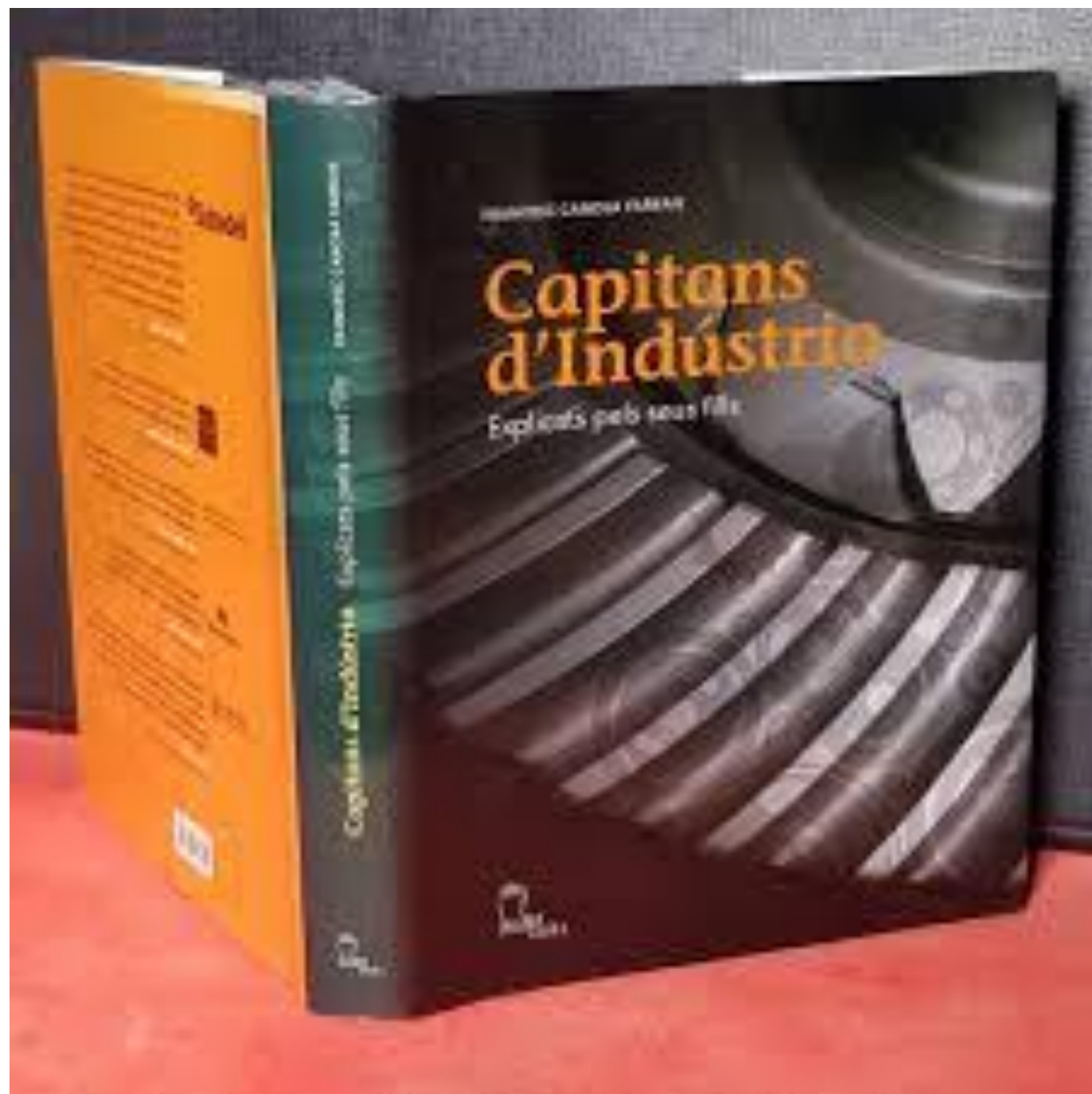
Tipus d'EF

OWNERSHIP STAGES



TERSICK, ET AL, GENERATION TO GENERATION, 1997





JOSÉ LUIS GALLIZO / MANEL PLANA, DIRECTOR / COORDINADOR DE LA CÀTEDRA EMPRESA FAMILIAR UDL

El viatge iniciàtic dels herois de les empreses familiars

En el marc de la Càtedra Empresa Familiar, impulsada per l'Associació Empresa Familiar de Lleida i la Universitat de Lleida (UdL), s'ha consolidat l'assignatura optativa de Gestió de l'Empresa Familiar, que forma part del 4t curs d'Administració i Direcció d'Empreses (ADE). Impartida durant set cursos consecutius i amb un límit d'inscripcions de 70 alumnes pel gran èxit d'acceptació que té, l'assignatura vol proporcionar eines i instruments per conèixer les especificitats, especialment en l'aspecte jurídic, de les empreses familiars. Una de les dades que sempre està present en aquesta iniciativa docent és l'estudi de l'Institut de l'Empresa Familiar (IEF), que estableix que el 80% dels estudiants de grau d'ADE treballaran durant la seva vida laboral en una empresa familiar.

Amb aquesta idea, l'assignatura vol apropar el món acadèmic a l'empresarial. En aquest context, personalitats d'aquest àmbit ofereixen la seva visió sobre aspectes com la convivència generacional, la presència de la dona a l'empresa familiar o la creació de nous productes. Aquesta transmissió de coneixement ve avalada per les seves experiències i les trajectòries empresarials d'èxit.

En aquest projecte d'innovació docent, en el qual combinem la formació teòrica amb l'art, estem treballant a fer difusió de la figura de l'heroi de l'empresa familiar que, talment Ulisses o el Quixot, és una figura que inicia un viatge iniciàtic, sortint de la seva zona de confort, per emprendre un repte, una aventura, en la qual entra en una nova dimensió, en la qual ha d'afrontar èxits, fracassos, perills, però sobretot aprenentatges.

MÉS D'UNA DÈCADA DE LA CÀTEDRA EMPRESA FAMILIAR

La Càtedra Empresa Familiar, impulsada per l'Associació Empresa Familiar de Lleida i la Uni-



versitat de Lleida (UdL), es va crear a mitjans de l'any 2011 amb la finalitat de fomentar la docència i la investigació per a un millor coneixement de l'empresa familiar entre professors i estudiants. Un dels seus objectius fundacionals és col·laborar amb l'empresa en els àmbits de la recerca i la docència. Prenent com a exemple la demarcació de Lleida, on el 91%

de les empreses són familiars, es certifica i valida la necessitat d'aquesta perquè pugui analitzar la tipologia d'aquest tipus de companyies.

Col·laborar, proporcionar coneixement i classificar-lo en qüestions específiques de l'empresa familiar són altres de les seves funcions. Relacionant-se amb el món empresarial, la Càtedra vol

trencar la distància existent entre el sector acadèmic i el professional. Analitzant figures com els pactes successoris o el consell de família (un òrgan de govern exclusiu de les empreses familiars) s'aconsegueix entendre aquesta realitat, sovint desconeguda, però molt present a les Terres de Lleida i al conjunt de Catalunya.

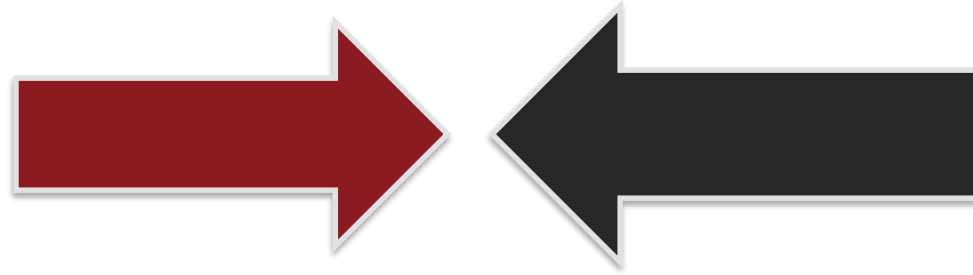
Formant els líders de les noves

generacions, la Càtedra aspira a fixar-se en les arrels per impulsar-se cap a una filosofia de vida basada en la supervivència i en la pervivència. Les empreses familiars estan acostumades a planificar a mitjà i a llarg termini, un element molt valuós i necessari en un context com l'actual, marcat per la incertesa.

Davant de la incertesa, les empreses familiars aposten per ser conservadores des del punt de vista financer i enlloc de repartir dividends, com fan moltes altres, els utilitzen per capitalitzar-se i avançar en els entorns socioeconòmics amb dificultats. En l'era posterior a la pandèmia de la Covid-19, la Càtedra està impartint noves formes de gestió empresarial per formar als alumnes en el nou escenari. Fruit d'aquesta situació, s'han creat noves relacions entre productors, proveïdors i clients i s'han accelerat fenòmens com la digitalització i el teletreball. En aquesta nova realitat, s'han de reivindicar els valors que aporten a la societat les empreses familiars, com la prudència financer, la disponibilitat de fons propis o els sentiments de pertinença i identificació amb l'organització.

Per tal de donar respostes a les noves necessitats de les firmes a través d'un lideratge adequat, busquem oferir totes les eines als estudiants, que seran els empresaris del futur. Les companyies familiars, que continuen més enllà del seu fundador i incorporen a les següents generacions, suposen compartir una sèrie de components físics i emocionals en un entorn íntim. Per això, cal algú que entengui les dinàmiques d'aquestes firmes, que combinen el sentiment proteccionista amb l'obertura exterior. És necessari que els canvis generacionals es portin a terme mitjançant una transició gradual que permeti la voluntat d'assegurar la continuïtat i la transmissió del negoci.







Successors' Future Training in Family Farms: The Impact of Intrinsic and Extrinsic Factors

Manel Plana-Farran¹ · Unai Arzubiaga² · Angel Blanch³

Received: 1 December 2021 / Accepted: 14 September 2022
© The Author(s) 2022

Abstract

This study examines the effects of different intrinsic and extrinsic-to-potential successors' factors on the willingness of potential successors of family farms to continue training in the future. Building on socioemotional wealth (SEW) theory and a knowledge-based view, we consider the potential successors' (yet students in agricultural schools) perspectives, and conceptually and empirically examine whether they believe intrinsic factors, namely, their own personal interest and willingness to create a new business, as well as extrinsic factors, namely, confidence in farm viability and the fact that they have been instituted as successors, influence their willingness to continue training in the future. Our unique data on 156 students enrolled in agricultural schools in Catalonia (Spain) reveal that while intrinsic factors increase potential successors' tendency toward continuous training, extrinsic ones, contrary to our expectations, do not. These findings address an important practical issue in terms of family farm successors' perceptions, offering contributions to agriculture, family business in general, and family firm succession literature in particular.

Keywords Family farm · Training · Knowledge acquisition · Successors · Socioemotional wealth · Knowledge-based view



Article

The Survival of Family Farms: Socioemotional Wealth (SEW) and Factors Affecting Intention to Continue the Business

Manel Plana-Farran ^{*} and José Luis Gallizo

Faculty of Law, Economics and Tourism, Universitat de Lleida, 25001 Lleida, Spain; jose.luis.gallizo@udl.cat
* Correspondence: manel.plana@udl.cat; Tel.: +34-973-703-206

Abstract: This article addresses the problem of succession in family farms in a context of generational change. Family businesses are characterized by their long-term orientation and by having a positive effect through environmental goals that remain in place generation after generation. The general increase in average age among farmers is seen as a barrier to more sustainable land use, and the survival of family farming therefore depends on the availability of a successor in the family. Socioemotional wealth (hereafter, SEW) is understood as the affective endowment of family members. This study adopts the SEW dimensions conceptually validated to analyse the effects of psychological and socioeconomic factors on potential successors' intentions. The results of a survey administered to students attending agricultural schools in Catalonia show that intentions to assume the management and ownership of the family farm increase in line with individuals' interest in creating their own business, their ability to take over the farm, and their emotional inclination to continue the family legacy. In addition, SEW was measured in relation to the potential successor and not the incumbent, as has typically been the case in previous work, bringing this important research subject as a principal actor. Finally, an empirical validation of a short FIBER scale, i.e., REI scale, was obtained that relates individuals' intentions to succeed the family farm to the socioemotional wealth of business families, testing suitability of the REI scale as a measure of intention to succeed.

Keywords: family farms; succession; continuity; socioemotional wealth






Citation: Plana-Farran, M.; Gallizo, J.L. The Survival of Family Farms: Socioemotional Wealth (SEW) and Factors Affecting Intention to Continue the Business. *Agriculture*



Article

Mindfulness and Next-Generation Members of Family Firms: A Source for Sustainability

Unai Arzubiaga ¹, Manel Plana-Farran ^{2,*}, Agnès Ros-Morente ³, Albert Joana ³ and Sílvia Solé ⁴

¹ Department of Financial Economics I, University of the Basque Country, 48008 Bilbao, Spain; unai.arzubiaga@ehu.eus

² Department of Business Administration, University of Lleida, 25001 Lleida, Spain

³ Faculty of Education, Psychology and Social Work, University of Lleida, 25001 Lleida, Spain; a.ros@pip.udl.cat (A.R.-M.); ajoana@activamutua.es (A.J.)

⁴ Faculty of Nursing and Physiotherapy, University of Lleida, 25198 Lleida, Spain; silvia.sole@udl.cat

* Correspondence: manel.plana@udl.cat

Abstract: Family businesses are considered complex organizations where emotional and management challenges need to be faced. This is even more difficult when time of succession arrives and the new members are expected to engage with the business. In this study, a total of 204 university students were asked about their present and future situation regarding the family business. Mindfulness levels were also evaluated using the Mindful Attention Awareness Scale. There were no significant mindfulness level differences between students who pertained to a family business and those who did not. In the first group, however, those students who were sure about their future in the family business, and had more motivation about it, obtained higher scores on the mindfulness scale as well as being more satisfied with their social relationships. It could be concluded that certainty and motivation about their future in a family business of young family business members correlates with higher mindfulness levels and social well-being.

Keywords: family firm successor; mindfulness; family firms; intention to join; future expectations



Citation: Arzubiaga, U.; Plana-Farran, M.; Ros-Morente, A.; Joana, A.; Solé, S. Mindfulness and Next-Generation Members of Family Firms: A Source for Sustainability. *Sustainability* **2021**, *13*, 5380. <https://doi.org/10.3390/su13105380>

ACCID

Associació
Catalana de
Comptabilitat i
Direcció



TESI DOCTORAL

Next-Generation in Family Business: the Vague Standpoint of the Successor Family Farms and Generational Renewal

Manel Plana-Farran

Memòria presentada per optar al grau de Doctor per la Universitat de Lleida
Programa de Doctorat en Dret i Administració d'Empreses

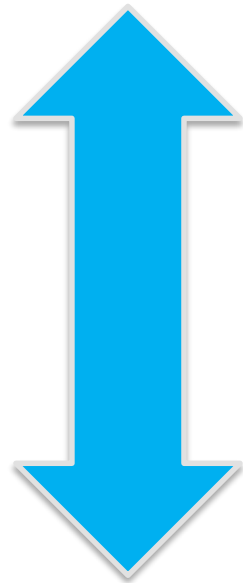
Director/a
José Luis Gallizo Larraz
Unai Arzubiaga Orueta

Tutor/a
José Luis Gallizo Larraz

2022



Estabilitat



Vocació

ACCID

Associació
Catalana de
Comptabilitat i
Direcció



CÀTEDRA D'EMPRESA FAMILIAR
de la Universitat de Lleida



FAMILY
BUSINESS SOLUTIONS

☰ 🔍 VIAempresa 📧 📱 📺 📷 📧 CA | ES

ENTREVISTA

Font (Bon Preu) i Carandell (Benito): "L'empresa és un germà més dins de la família"

Les dues empresàries osonenques han creat la plataforma D-ONA per invertir en companyies liderades per dones

f t in w p e

 **Gemma Fontseca** Cap de redacció
Barcelona. 10 de març de 2024 05:30



Privacidad

Font: Gemma Fontseca, Viaempresa

<https://suportdocent.udl.cat/apunts/empresa-familiar/temes/cinema/cinemaempresa.php>

**Moltes gràcies per la seva
atenció**

