

La ventaja competitiva del vínculo emocional

El Houshi Ryokan, un hotel-spa japonés, pronto cumplirá 1.300 años de existencia. ¿Cómo es posible que una misma familia haya mantenido el control del negocio a lo largo de más de cuarenta generaciones?

Sería inexplicable sin la existencia de un fuerte vínculo emocional de los miembros de la familia con la empresa, lo que se denomina propiedad emocional. Y es que los lazos emocionales dotan a las empresas de una capacidad de resiliencia única.

Para comprobar cómo incide la propiedad psicológica en el funcionamiento de las firmas familiares, el profesor del IESE Josep Tàpies y Lucía Ceja realizaron un estudio sobre los elementos que afectan al vínculo de los miembros de la siguiente generación con la empresa. Sus resultados se recogen en un nuevo artículo de la revista IESE Insight y evidencian que factores como las experiencias compartidas, una adecuada estructura de gobierno, una incorporación planificada en la empresa, el empoderamiento psicológico o la participación accionarial fomentan el desarrollo de una propiedad emocional equilibrada y la buena marcha del negocio. Según los autores, entender el origen y desarrollo de este vínculo puede servir de inspiración a otro tipo de compañías que deseen potenciar en su seno el orgullo de pertenencia a un proyecto empresarial que se sienta como “propio” y se transmita entre las distintas instancias que lo integran.

Los miembros de la Asociación de Antiguos Alumnos y los suscriptores de la revista pueden acceder libremente a este artículo con sus claves habituales. Si no es su caso, puede adquirirlo o suscribirse a la revista IESE Insight para acceder a él.

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Recursos humanos](#)