

“LA FAMILIA TEUTUL: UN EJEMPLO ICONOCLASTA DE PEQUEÑA EMPRESA FAMILIAR”

AUTORÍA JOSÉ JIMÉNEZ CRIADO
TEMÁTICA RECURSOS HUMANOS, ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS, CULTURA EMPRENDEDORA
ETAPA BACHILLERATO, FORMACIÓN PROFESIONAL

Resumen

Su éxito en la televisión por cable ha superado ideas preconcebidas, expectativas y fronteras. Hablo de American Chopper; un programa que nos ilustra sobre la vida diaria de un, en principio, modesto negocio de fabricación de motos personalizadas (Orange County Chopper) regentado por la familia Teutul. Si necesitáis un ejemplo diferente de empresa familiar no dejéis de leer este artículo.

Palabras clave

Orange County Chopper, familia Teutul, empresa familiar, American Chopper

1. UN PROBLEMA EN NUESTRA PRÁCTICA DOCENTE.

La realidad social de la empresa ha alcanzado un protagonismo casi avasallador tanto en nuestras vidas de adultos como en las de nuestras/os alumnas/os. Esto se comienza a reflejar en los currículos de la enseñanza reglada no universitaria (Economía en el Bachillerato de Humanidades y Ciencias Sociales, Gestión Comercial y Servicio de Atención al Cliente del Ciclo Superior de Administración y Finanzas, ...). Cuando nos llega el momento de definir y clasificar dicha realidad empresarial, solemos buscar ejemplos mas o menos motivadores.

Aunque existen numerosas taxonomías empresariales, siempre habrá autores dispuestos a ofrecernos una nueva. No obstante, sigue siendo tradicional recurrir al tamaño como una referencia familiar de la que surge el término PYME (Pequeña y Mediana Empresa) también conocida como SME (Small and Medium Enterprise). Es tal su importancia económica que mereció la atención y esfuerzo de la Unión Europea con idea de unificar el concepto para todos los países miembros.

Este trabajo se vio recompensado (Recomendación de 6 de mayo de 2003) logrando su implantación, en las respectivas legislaciones, desde el 1 de enero 2005. En ella se catalogan las empresas en torno

a tres parámetros objetivos: número de empleados, activos en balance o cifra de ingresos. Según el valor de dos de esos tres conceptos se llega a la siguiente clasificación:

Clase de empresa	Numero de empleados (Unidades de Trabajo Anuales)	Volumen de negocio	ó	Balance de situación
Mediana	Entre 50 y 249	≤ 50.000.000 €	ó	≤ 43.000.000 €
Pequeña	Entre 10 y 49	≤ 10.000.000 €	ó	≤ 10.000.000 €
Microempresa	Hasta 9	≤ 5.000.000 €	ó	≤ 2.000.000 €

La importancia de la pequeña empresa, en todas sus modalidades, es enorme, si tenemos en consideración el empleo que genera. Para ello basta con echar un vistazo al gráfico elaborado con los datos del Directorio de Empresas (DIRCE) relativos a 2007.

Empresas en España según su número de empleados



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del DIRCE

Por otra parte hay otra realidad empresarial que tiene una enorme importancia, no sólo en nuestro país sino en el entorno que nos movemos. Me estoy refiriendo a la empresa familiar. Es curioso que este tipo de empresa no aparezca en los criterios de clasificación que manejan los libros de texto que solemos emplear. Posiblemente se deba a su carácter transversal que le permite integrarse en otras clasificaciones más convencionales (tamaño, forma jurídica, ...).

¿Qué es lo que entendemos por empresa familiar?. Precisamente su carácter transversal complica su definición. He elegido, por su practicidad, la que propone el Instituto de la Empresa Familiar en su folleto corporativo¹:

Una empresa, tenga el tamaño que tenga, es familiar cuando se cumplen algunas de las siguientes condiciones:

I. La mayoría de los votos son propiedad de:

I.1 la persona o personas que fundó o fundaron la compañía.

I.2 O de la persona que tiene o ha adquirido el capital social de la empresa.

I.3 O de sus esposas, padres, hijo(s) o herederos directos del hijo(s).

II. Esa mayoría de votos puede ser directa o indirecta.

III. Al menos un representante de la familia o pariente participa en la gestión o gobierno de la compañía.

IV. En el caso de sociedades que cotizan en bolsa, se consideran empresa familiar cuando la persona que fundó o adquirió la compañía (su capital social) o sus familiares o descendientes poseen, al menos, el 25² % de los derechos de voto a los que da derecho el capital social.

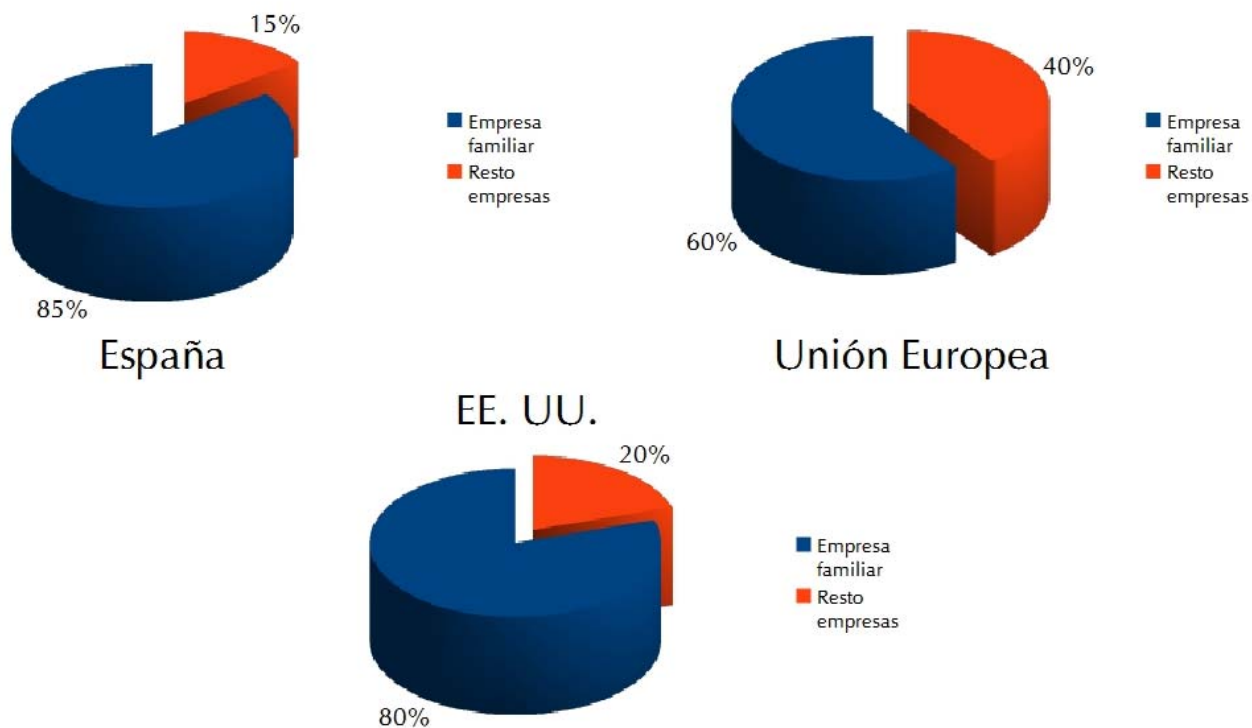
Como se puede observar, se fundamenta en el concepto legal de propiedad lo que le da una gran flexibilidad de aplicación; con objeto de poder saber, en todo momento, si nos encontramos ante una empresa familiar o no.

De su importancia podemos darnos cuenta si observamos el siguiente gráfico de la proporción de empresas familiares que hay dentro del tejido empresarial español y lo comparamos con lo que sucede en nuestro entorno (caso de la Unión Europea y Estados Unidos de América).

1 Dicho folleto se puede descargar en "formato pdf" de la web corporativa del Instituto de la Empresa Familiar (www.iefamiliar.com).

2 Hay que tener en consideración el fenómeno de la fragmentación accionarial en las sociedades que cotizan en los mercados de valores. Este provoca que el control de los órganos de gobierno se verifique con menos del 50% de los derechos de voto. El apartado IV se refiere a empresas en las que la familia no cuenta con la mayoría de los votos pero puede ejercer una "influencia decisiva" con su participación accionarial.

Proporción de empresas familiares



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos del Instituto de la Empresa Familiar.

Si consideramos simultáneamente ambas realidades empresariales (las PYME y la empresa familiar) podremos apreciar la importancia que pueden tener en nuestra labor docente. Esto se debe a que:

- La mayoría de las pequeñas empresas y las microempresas, van a tener carácter de empresa familiar.
- La pequeña empresa y la microempresa, van a ser las modalidades empresariales que con más frecuencia se van a topar nuestras/os alumnas/os en su futuro profesional, sea como empleados o empleadores. En relación a esto último, no podemos olvidar el papel que las/os docentes debemos desempeñar en el aliento de nuevas vocaciones emprendedoras.

Por ello es tan importante encontrar ejemplos útiles y cercanos de empresas familiares que puedan alentar vocaciones emprendedoras. Hay muchos y muy interesantes³ con los que se consigue lo primero pero no lo segundo (parecen “gente de otro planeta” por el lenguaje que emplean, por las

³ Resulta muy interesante el conjunto de ejemplos que se pueden encontrar en la web de la fundación Escuela Banespyme.

actitudes que traslucen,...). Los casos de empresa familiar les resultan lejanos con sólo ver una imagen de las diferentes generaciones juntas en la que el exceso de corbatas propio de los adultos les distancia y provoca indiferencia.



Presentación por OCC de una moto temática a los medios.

The o cc ha sido tomada y cedida por ercwtmn bajo una licencia Creative Commons.

Por todo esto es tan interesante y potencialmente motivador el caso de American Chopper por su imagen iconoclasta y tan alejada del estereotipo que se suele emplear.

En el presente artículo os voy a introducir en el fenómeno American Chopper y, a continuación, os plantearé algunas actividades para poder integrar este recurso en la práctica docente. Está pensado para alumnas/os de Bachillerato y Ciclos Formativos.

2. ¿QUÉ ES AMERICAN CHOPPER?, ¿QUIÉNES SON LOS TEUTUL?.

2.1 La razón de mi elección.

Hace un par de años conocí el programa American Chopper y enseguida me “atrapó”. En un principio no encontraba la razón de mi interés (ni tengo moto ni me gustan) achacándolo, quizás, a mi curiosidad por los oficios ligados a su manufactura (chapa, pintura, mecánica, ...). Honestamente, el programa es difícil de clasificar: ¿se trata de un docudrama sobre oficios condenados a desaparecer en el torbellino tecnológico que vivimos?, o, mas bien ¿es un curioso “reality-show” en el que la/el televidente tiene butaca de primera fila para asistir a las continuas trifulcas entre padre e hijos?...

Con el tiempo me di cuenta que el programa es mucho mas que todo eso. Habla de su pasión por las cosas bien hechas, su afán por “complicarse la vida” para tratar de sorprender siempre a sus clientes y

nos da la posibilidad de “ser uno mas” en la vida diaria de un pequeño pero ambicioso taller de motos regentado por una familia de carne y hueso.

Todo lo anterior está muy bien, pero ¿Qué les hace diferentes?, ¿porqué puede ser mas motivador para nuestras/os alumnas/os?.

- Su imagen está muy alejada del arquetipo de empresario (motero rebelde con tatuajes que prefiere una buena chupa de cuero a un traje de chaqueta, lenguaje directo sin artificios, ...).
- Su producto (la moto personalizada) y su forma de ser tiene un enorme atractivo no sólo entre los adultos sino que levanta pasión entre los jóvenes.
- Aúnan magistralmente su imagen rebelde con una serie de valores universales que les permiten conectar rápidamente no sólo con su audiencia doméstica sino con las de otros países. Estoy hablando de:
 - Respeto por el trabajo bien hecho.
 - Confianza en tus compañeros de equipo.
 - Riesgo como sinónimo de innovación (diseño de motos).
 - Compromiso con la comunidad (participación en causas benéficas, ...).
 - La familia sin idealizaciones como nexo fundamental para cualquier individuo.
 - Todo es posible si te esfuerzas y crees en tus posibilidades.

2.2 ¿Dónde se encuentra y qué es?.

El Condado de Orange se encuentra situado en el Estado de Nueva York en la conocida como región central del río Hudson. Recibe su nombre en homenaje a Guillermo III de Orange el cual gozaba de enorme aprecio entre los primeros colonos de la zona y cuenta con mas de 300.000 habitantes (según los datos publicados en el censo de 2000 el dato es de 341.367).

Orange County Choppers es, como su nombre indica, una empresa familiar de motocicletas personalizadas radicada en el Condado de Orange. Fue fundada en 1999 por Paul Teutul y su hijo Paul. El crecimiento de la misma fue paulatino hasta que en 2002 la popularidad llamó a sus puertas con la oferta, por parte del Canal Descubrimiento (Discovery Channel), para realizar un programa de televisión que narrara el día a día (reality show) del trabajo de construcción de una moto.

Lo que en principio parecía una extravagancia condenada al fracaso se ha convertido en un fenómeno de masas que ha traspasado las fronteras de los Estados Unidos. Tal es así que el pasado año la empresa se mudó de su tradicional sede en Montgomery a Newurgh (principal núcleo de población del Condado).

2.3 Antecedentes de la Empresa.

Orange County Choppers comenzó como una actividad complementaria del negocio familiar relacionado con la manipulación del acero (Orange County Iron Works) fundado en la década de los 70. A partir de los 90, el patriarca de la saga (Paul Teutul padre) fue, paulatinamente, dedicando más tiempo a pasión por las motos fabricándolas como una extensión del negocio principal. El siguiente paso fue convencer a su hijo Paul, para que colaborara con él en su primera moto, la True Blue. La presentaron en el Daytona Biketoberfesty en la que logran gran aceptación. OCC⁴ surge de todo esto en 1999 y, a partir de ahí, el negocio no dejó de crecer (baste echar un vistazo a su web corporativa <http://www.orangecountychoppers.com/occ/index.html>) y el pasado 2009 acaban de celebrar su décimo aniversario.

2.3 El grupo humano.

La empresa la componen: Paul Teutul (padre) en calidad de propietario-presidente, Paul Teutul (hijo) como director técnico y Steve Moreau como director general.

Además cuenta con: Personal: Michael (Mikey) Teutul, Vincent (Vinnie) Di Martino, Rick Petko, Jim Quinn, Jason Pohl, Mike Butt Amorati, Mike Campo, Cody Connelly, Christian Welter, Ron Salisbury, ... Hay que decir que, desde que comenzó el programa, se han producido los naturales abandonos. Es el caso de:

- Mike Campo dejó la compañía en busca de otras actividades diferentes en las que explotar sus aptitudes artísticas.
- Vinnie y Cody Connelly se fueron en septiembre de 2007 montando su propio negocio de motos (V Force Customs) en Rock Tavern (Nueva York) no lejos de la primera ubicación de Orange County Choppers.
- La “enésima” pelea entre los dos Paul (padre e hijo) terminó con la salida del hijo del negocio, justo después de la presentación de la moto conmemorativa del 50 aniversario de Alaska. No obstante, sigue vinculado como asesor para proyectos concretos.

2.5 El producto.

Lo que sin duda ha hecho famoso a OCC no es tanto las peleas entre padre e hijo sino la construcción de motos que han ido apareciendo en American Chopper. Estas han girado alrededor de un tema específico o, cada vez con más frecuencia, para una empresa concreta o un cliente famoso.

Sus producción se estructura en cuatro gamas:

1. **Serie limitada.** Se ofrece la posibilidad de acceder, desde 31.000 dólares americanos, a una moto OCC en la que el cliente tiene la posibilidad de personalizarla parcialmente.

4 En adelante y por agilizar la lectura se empleará el acrónimo OCC para hacer mención a Orange County Choppers.

2. **Serie motos temáticas de la serie.** Aquí nos encontraremos con la “viuda negra (black widow)”, la moto de los bomberos, ... y todas aquellas que han aparecido en el programa.
3. **Serie motos temáticas que no aparecen en la serie.** Puesto que las que aparecen en la serie no dejan de ser un mero ejemplo de la producción de la empresa.
4. **Serie de la vieja escuela.** Pensada para los nostálgicos que comparten con Paul padre el gusto por las motos de los primeros tiempos.

No obstante, su éxito de comunicación ha supuesto la incorporación al negocio de una serie de productos complementarios como son:

- La línea de ropa OCC para hombre (camisetas, sudaderas, chaquetas, gorras, ...).
- La línea de ropa OCC para mujer (camisetas, sudaderas, chaquetas, gorras, ...).
- La línea de ropa OCC para niños.
- Los productos patrocinados (maquetas de motos, gafas, muñecos, libros, ...).

En conclusión, el fenómeno OCC ha traspasado fronteras (giras por Europa, Australia, ...) y continúa creciendo. El mantenimiento de su éxito dependerá, en gran medida, de la preservación y los valores que los han hecho populares y que se ha traducido en un producto de calidad para un nicho de mercado tan apasionado como exigente.

3. ¿QUÉ ACTIVIDADES SE PUEDEN REALIZAR CON ESTE MATERIAL?.

Una vez que hemos introducido el caso y expuesto una breve descripción del mismo, la pregunta es ¿qué hago con eso?. Dicho de otra manera, como se puede traducir en contenidos actitudinales útiles para nuestra tarea docente.

La respuesta es diseñando actividades adecuadas al objetivo planteado y, de acuerdo con el contenido. La gama puede ser enorme, no obstante, os sugiero un par de ellas como una simple orientación.

3.1 Web-quest OCC. A continuación se propone un guión de web-quest.

- **Introducción.** Una vez que hemos explicado los conceptos de mediana, pequeña, microempresa y empresa familiar. Vamos a buscar información en Internet sobre el caso de una empresa americana que se dedica a la fabricación de motos personalizadas, de esta forma podréis contestar al cuestionario habilitado por el profesor.
- **La tarea.** Elaborar un informe sobre la empresa Orange County Choppers en formato de Write (.odt) o Word (.doc) con un mínimo de dos páginas que constará, al menos, de: antecedentes de la empresa, descripción del producto ofertado, valoración sobre la empresa-producto y una valoración sobre los recursos empleados para realizar la actividad.
- **Los recursos.** Se recurrirá a:

- http://es.wikipedia.org/wiki/American_Chopper
- http://en.wikipedia.org/wiki/American_Chopper
- <http://www.orangecountychoppers.com/occ/choppers.html>
- **Evaluación.** Se valorará la presentación del informe de acuerdo a los requisitos planteados en el apartado “la tarea” para incorporarse al 30% de la valoración final de la asignatura que se corresponde con asistencia, participación en clase, actividades propuestas, ...
- **Conclusión.** Se realizará una puesta en común en clase, una semana después de la propuesta de actividad, para lo que se requiere una copia en papel del informe.

Objetivos planteados con esta actividad:

- Acercar a las/os alumnas/os a un caso de pyme familiar alejado del prototipo de caso empresarial.
- Familiarizarnos con la búsqueda de información en Internet.
- Valorar la diferencia de tratamiento de la misma información que nos ofrece Internet (comparación entre la versión inglesa y española de la Wikipedia).

3.2 La Responsabilidad Social Corporativa: el caso OCC. A continuación se propone un guión de esta actividad de debate.

- **Introducción.** Una vez que hemos explicado la definición de Responsabilidad Social Corporativa y su influencia en la empresa de hoy. Vamos a ver el caso del encargo, por el Consocio Agrario de Iowa, de la primera moto personalizada que usa biocombustible. De su construcción se hará cargo Orange County Choppers y tras el video se procederá a un debate: “La RSC ¿es una iniciativa social auténtica? o ¿es una mera fachada para eludir la presión social que está recibiendo la empresa en la actualidad?”.
- **La tarea.** Durante la visión de los dos programas, elaborar un guión para el posterior debate que contenga, al menos: descripción de la empresa OCC, descripción del proyecto, argumentos a favor de la iniciativa como ejemplo de RSC, argumentos en contra de la iniciativa como ejemplo de RSC y opinión personal.
- **Los recursos.** Se recurrirá a los capítulos 21 y 22 de la 4ª temporada de American Chopper.
- **Evaluación.** Se valorará la participación en el debate aportando un criterio razonado sobre el caso planteado, desde la perspectiva de la RSC para incorporarse al 30% de la valoración final que se corresponde con asistencia, participación en clase, actividades propuestas, ...
- **Conclusión.** Se realizará por el/la profesor/a un resumen que incorpore las aportaciones del grupo.

Objetivos planteados con esta actividad:

- Acercar a las/os alumnas/os a un caso de pyme familiar alejado del prototipo de caso empresarial.
- Trabajar las aptitudes relacionadas con la Responsabilidad Social Corporativa y la actitud ética del empresariado.
- Aplicar el procedimiento de trabajo en grupo, a través de la técnica del debate.

4. CONCLUSIONES.

Poco me queda mas que decir, tras haberos planteado algunas de las muchas posibilidades que ofrece este ejemplo de pyme familiar. Para mi ha sido una constante preocupación conseguir que:

- La idea inicial se pudiese incorporar a la programación mediante actividades que supongan una ejecución compleja.
- No desperdiciar el potencial de atracción y motivación hacia los contenidos que tenía que transmitirles (clases de empresas) que el recurso (American Chopper) me ofrecía.

5. BIBLIOGRAFÍA Y ENLACES.

- Gimeno, Alberto. Baulenas, Gemma. Coma-Cros, Joan. (2009) **Modelos de Empresa familiar: Soluciones prácticas para la familia empresaria anual de la Empresa familiar**. Barcelona. Editorial Deusto en colaboración con el Instituto de Empresa Familiar y Price Waterhouse and Coopers.
- Corona, Juan. (2005) **Manual de la Empresa familiar**. Barcelona. Editorial Deusto.
- <http://www.ipyme.org/es-ES/CreacionEmpresas/Documents/NuevaDefinicionPyme.pdf>
- <http://www.iefamiliar.com>
- <http://apuntesempresa.blogspot.com/>

Autoría

- Nombre y Apellidos: José Jiménez Criado
- Centro, localidad, provincia: I.E.S. Sabinar, Roquetas de Mar, Almería
- E-mail: pepejimenezcriado@gmail.com