



L'empresa familiar: Marcs teòrics i estat de l'art

Laura Sánchez Pulido

Professora col·laboradora permanent en el departament d'Administració d'Empreses de la Universitat de Lleida

*Correu de contacte: laura.sanchez.udl.cat

Rebut 26 de gener de 2021; Revisat 3 de març de 2021; Acceptat 30 de març de 2021

Resum

L'empresa familiar es descriu com una estructura on se solapen l'àmbit familiar i l'empresarial, tots dos amb objectius i necessitats no sempre compatibles. La forta interacció entre família i empresa, no present en empreses no familiars, fan que factors no econòmics com el vincle emocional de la família amb el negoci, així com un altre tipus de sentiments (com l'amor, la lleialtat o el sentiment de pertinença) influeixin directament en les seves decisions estratègiques. El present treball realitza una revisió literària sobre aspectes fonamentals que han d'abordar-se en la recerca empírica sobre empresa familiar, centrant-se especialment en els diferents marcs teòrics (o teories) emprats i que tracten d'explicar el comportament distintiu d'aquesta mena d'empreses, així com analitzar l'estat de l'art per a poder conèixer com i a què s'han dirigit la majoria d'estudis relacionats amb la recerca sobre comptabilitat en empreses familiars. El treball conclou que, encara que en les últimes dècades s'ha produït un gran avanç en aquesta disciplina científica, encara existeix una gran fragmentació del coneixement degut a la falta de consens sobre una definició operativa d'empresa familiar i a l'escàs desenvolupament de teories pròpies que expliquin l'essència (o la naturalesa) de l'empresa familiar.

Classificació JEL: M10, M14

Paraules Clau: Característiques empresa familiar, marcs teòrics empresa familiar, estat de l'art en empresa familiar.

1. Introducció

Les empreses familiars, constitueixen un element fonamental de l'activitat econòmica, tant a Espanya com en la resta del món, tal com demostra la seva participació en termes de contribució al PIB i de creació d'ocupació. Encara que les xifres poden ser diferents en funció de la definició concreta que s'adopti, l'abast d'aquest tipus d'empreses en el conjunt de l'economia resulta molt significatiu. En aquest sentit, i segons dades de l'informe publicat per l'Institut de l'Empresa Familiar (IEF) "L'Empresa Familiar a

Espanya (2015)"; les empreses familiars¹ suposen el 89% del total de les empreses privades a Espanya (1,1 milions d'empreses), generen el 57% del PIB i creen el 67% de l'ocupació privada, ocupant a 6,58 milions de persones. Sent la seva presència majoritària en el sector primari i secundari.

Segons aquest mateix informe, la seva rellevància traspasa fronteres sent el tipus d'organització amb més volum de facturació i creació d'ocupació a nivell global. Concretament, s'estima que a la Unió Europea, les empreses familiars suposen el 60% del total de les empreses i representen el 25% de les 100 primeres empreses europees en xifra de negocis, generant més de 60 milions de les ocupacions del sector privat. Així mateix, s'estima que als Estats Units les empreses familiars ocupen el 80% del teixit empresarial i generen el 50% de l'ocupació privada.

L'informe realitzat per Mandl (2008), sobre qüestions rellevants de l'empresa familiar a Europa, assenjala que, encara que també existeixen grans empreses a Europa que són familiars, el sector de l'empresa familiar està dominat en general per les pimes i, en particular per les microempreses. A més, aquest mateix informe indica que, encara que les empreses familiars estan actives en tots els sectors de l'economia, en molts dels països europeus analitzats, la presència de les empreses familiars és més freqüent en els sectors tradicional i laboral intensius (manufactura, construcció, comerç minorista, turisme...) si bé és cert que, s'està produint un canvi cap a indústries més modernes.

En aquest treball es pretén realitzar una profunda revisió literària en torn a diferents aspectes que autors previs han analitzat de l'empresa familiar. Per exemple, en el següent apartat es repassaran les principals característiques que la literatura ha identificat com a pròpies de l'empresa familiar. A continuació, s'analitzaran també els marcs teòrics que els diferents autors han utilitzat en la recerca empírica en aquest àmbit. També s'abordarà en aquest treball la qüestió relativa a la conceptualització de l'empresa familiar, i és que la definició de la mateixa constitueix un element fonamental en qualsevol anàlisi empírica. A continuació, també s'analitzarà breument quin és l'estat de l'art en aquest moment. Finalment, l'estudi conclourà amb algunes reflexions sobre l'empresa familiar.

2. Característiques de les empreses familiars

Es pot dir que, en termes generals, l'empresa familiar presenta les mateixes característiques que qualsevol altra companyia, sent la diferència essencial la seva estreta relació amb un grup familiar, que posseeix influència directa tant en els seus òrgans de govern com en la seva gestió. Aquesta interrelació família-empresa suposa que aquest tipus d'empreses posseeixin uns valors i característiques diferenciadores respecte a les empreses no familiars. La seva vocació de permanència a llarg termini i l'estabilitat, constitueixen alguns dels seus trets essencials. Sent un dels seus principals objectius estratègics, la transmissió de l'empresa a futures generacions, garantint la seva supervivència, realitzant canvis generacionals en la propietat i administració, per sobre de l'obtenció de beneficis econòmics a curt termini. D'acord amb això, les empreses familiars són en mitjana més longeves que les no familiars (Mandl, 2008; Zellweger, 2012; Westhead i Cowling, 1998).

¹ No s'inclouen autònoms, ni altres formes jurídiques diferents a S.A. o S.L.

En aquest sentit, han estat nombrosos els estudis empírics que han tractat d'identificar quins són els trets que caracteritzen a l'empresa familiar enfront de l'empresa no familiar (Suess (2014) presenta una extensa revisió de la literatura existent en l'àmbit de l'empresa familiar). Amb aquesta finalitat, han estat diferents els elements analitzats de la realitat economicofinancera d'aquestes empreses.

Entre les principals característiques identificades en els diferents estudis, una de les quals genera un major consens en la literatura és la referent a la major aversió al risc que mostren les empreses familiars (Hiebl, 2013), atès que l'elevada concentració de la propietat provoca que l'empresa sigui considerada com una prolongació del patrimoni familiar, de manera que el risc d'aquesta s'identifica com un risc propi per la família. Aquesta aversió, es posa de manifest, per exemple, a través d'uns menors nivells d'endeutament, tant a llarg, com a curt termini (Agrawal i Nagarajan, 1990; McConaughy et al., 2001). En aquesta mateixa direcció, alguns treballs han observat com les empreses familiars prefereixen finançar-se a través de diners de la pròpia família (Hamilton i Fox, 1998; Romano et al., 2000) o a través de beneficis no distribuïts (Hamilton i Fox, 1998; Barton i Matthews, 1989) en comptes d'utilitzar endeutament bancari o l'entrada de nous accionistes. Un comportament que, com s'apunta en Romano et al. (2000) o en González et al. (2013), es justifica per la por de perdre el control de l'empresa davant la possibilitat de no poder fer front als deutes o per l'entrada de nous accionistes.

D'altra banda, aquesta aversió al risc també s'ha posat de manifest en altres àmbits de l'empresa, així en analitzar les decisions d'inversió en projectes d'I+D+i s'observa com les empreses familiars tendeixen a invertir en projectes de menor risc (Muñoz-Bullon i Sanchez-Bueno, 2011; Croci et al., 2011; Anderson et al., 2012).

Una altra de les característiques identificades en nombrosos estudis és la referent al fet que les empreses familiars solen oferir una major estabilitat en l'ocupació als seus treballadors, encara que sigui a costa de menors beneficis econòmics, suportant menors nivells de productivitat. Estudis previs, posen de manifest que, generalment, les pràctiques de recursos humans aplicades en les empreses familiars prenen diferents orientacions en funció de la complexitat de relació entre membres familiars, no familiars i empresa (Astrachan i Kolenko, 1994; Reid i Adams, 2001). Segons Schulze et al. (2001), això és pel fet que les relacions propietat/direcció/família/empresa generen un escenari peculiar i únic en el qual es creen vincles comuns i expectatives mútues sustentades en aspectes psicològics diferents als contractuals, sobre la base d'emocions, sentiments i valors (Carrasco et al., 2012). Amb el que les recompenses que reben els treballadors solen posar més èmfasi en l'antiguitat com a criteri per a guiar les promocions i establir els nivells retributius (Carrasco-Hernández i Sánchez-Marín, 2007), solen donar més pes a les recompenses no monetàries (Cruz et al., 2010). Pel que podem deduir que l'empresa familiar ofereix als seus treballadors altres incentius de caràcter no pecuniari com poden ser confiança, equitat, lleialtat, o fins i tot una major estabilitat laboral en moments de crisi.

Segons dades de l'estudi publicat per l'Institut d'Empresa Familiar “L'Empresa Familiar a Espanya (2015)” i l'informe “Factors de Competitivitat i Anàlisi Financera de l'Empresa Familiar (2018)” les empreses familiars aporten aproximadament a l'economia el doble de llocs de treball que les empreses no familiars del conjunt de S.A. i S.L. i generen més ocupació per cada milió d'euros facturats. Encara que segons aquest

mateix informe, les empreses familiars obtenen una menor productivitat (vendes per empleats) i una menor rendibilitat econòmica, excepte en el cas de les grans empreses, on la rendibilitat econòmica de l'empresa familiar és superior a la de les empreses no familiars.

La dimensió humana és una altra de les característiques diferencials de les empreses familiars, que es reflecteix en el seu compromís amb la pròpia empresa i amb el seu entorn. L'empresa està vinculada a un cognom, la qual cosa suposa un plus de responsabilitat, credibilitat i confiança. A això s'uneix un profund sentiment de pertinença i arrelament al seu lloc d'origen, que es tradueix en uns estàndards de responsabilitat social corporativa més elevats (IEF). El treball de Marquès et al. (2014) aborda els patrons de compromís amb la Responsabilitat Social Empresarial (RSE) dins de les empreses familiars en termes de valors, conclouent que una major participació familiar en l'empresa familiar s'associa a una major participació en la RSE. Així mateix, els resultats de l'estudi revelen que, en referència a l'abast de la RSE en les empreses familiars els camps més actius en nivell d'importància són en primer lloc, la RSE relacionada amb el lloc de treball (empleats), seguida de la RSE comunitària (societat) i la RSE mediambiental. Per tant, l'estudi posa de manifest que en termes de RSE, les empreses familiars donen major importància a les accions relacionades directament amb les persones. Donant menor importància a la RSE relacionada amb el mercat, probablement perquè les accions voluntàries que beneficien als clients, són considerades més com a accions de màrqueting i no com de RSE (Marquès et al., 2014). En aquesta mateixa línia, el treball de Dou et al. (2014) referent a empreses privades xineses, troba que les dues dimensions de participació familiar (propietat familiar i la durada del control familiar), tenen un impacte positiu significatiu en les donacions caritatives de les empreses. No obstant això, quan existeix una falta de voluntat de la pròxima generació per a fer-se càrrec del negoci, afebleix l'efecte positiu de la propietat familiar en les donacions caritatives de les empreses.

Actualment, entre els principals reptes als quals s'enfronten les empreses familiars a Espanya, segons l'informe publicat pel IEF "Factors de Competitivitat i Anàlisi Financera de l'Empresa Familiar (2018)" es troben el d'adoptar una major dimensió que millori la seva competitivitat, apostar per la captació, formació i retenció del talent i planificar de forma adequada els processos de successió generacional.

Segons l'estudi publicat per l'Institut d'Empresa Familiar "La dimensió empresarial com a factor de competitivitat (2017)" una de les variables macroeconòmiques que caracteritza al nostre teixit empresarial és la petita dimensió de les empreses familiars espanyoles, respecte a la Unió Europea i a les d'altres països econòmicament desenvolupats. Aquest aspecte té un impacte directe en la competitivitat d'aquest tipus d'empreses, ja que suposa una pitjor situació per a influir en aquells elements que determinen la seva productivitat, com ara l'accés als mercats financers, la captació del talent o majors recursos per a invertir en innovació, recerca i desenvolupament. A més, l'estudi de l'IEF (2017) posa de manifest que, una major dimensió empresarial suposa una major propensió exportadora, ja que com més gran és l'empresa, major és la seva capacitat per a escometre projectes en l'exterior. I d'igual manera succeeix amb la propensió a invertir en innovació, que creix a mesura que ho fa l'empresa. En aquest sentit, Espanya en general i les empreses familiars en particular es troben encara molt lluny dels seus socis europeus, principalment pel fet que les empreses espanyoles són de reduïda dimensió, la qual cosa limita la seva capacitat de competir. El treball de Galve i

Salas (2011) sobre empreses familiars cotitzades a Espanya, posa de manifest que la forta preferència pel control que s'atribueix a aquest tipus d'empreses, suposa una restricció al creixement i a la dimensió empresarial i amb això, un impediment per a prendre decisions que maximitzen el benefici, que no afecta les empreses no familiars.

Un altre dels desafiaments que ha d'afrontar l'empresa familiar, fa referència a establir de forma adequada els processos de successió generacional. En les empreses familiars l'objectiu estratègic de garantir la continuïtat de l'empresa supera en importància al dels beneficis econòmics de les empreses no familiars (IEF, 2018; Mandl, 2008; Prencipe et al., 2014; Arderson i Reeb, 2003; Berrone et al., 2012; Gómez-Mejia et al., 2011). Per això, les empreses familiars han de planificar de forma adequada els processos de successió generacional amb la finalitat de garantir la continuïtat de l'empresa, dissenyant i planificant de manera clara quines seran les relacions dels membres de la família amb l'empresa en totes aquelles qüestions que puguin provocar discrepàncies o tensions entre els seus membres. És a dir, ha d'elaborar-se el que es coneix com a "protocol familiar" que reculli i defineixi tots aquests elements. A més, s'ha de planificar com s'afrontaran les necessitats financeres que poden derivar-se del canvi generacional (indemnitzacions a altres hereus, impost de successions i donacions...) i que poden posar en risc la continuïtat de l'empresa.

La literatura assenyala que les famílies presenten diferències en els seus criteris de selecció de successor. La regla del fill primogènit es va esmentar fa alguns anys com el patró més freqüent d'elecció de successor (Pla i Olguin, 1986; D'arquer, 1992) on les candidates femenines es consideren successores potencials principalment quan tots els descendents del fundador són dones (Iannarelli, 1992) o quan són les primogènites (Barnes i Herson, 1976). El treball de García-Álvarez et al. (2002) assenyala que, en l'actualitat els fundadors opten principalment per crear un equip de germans i germanes que comparteixen la propietat i gestió, trencant la regla de la primogenitura. I que les filles es tenen en compte com a successores principalment quan tots els descendents dels fundadors són dones o quan són les primogènites. Quan les filles dels fundadors són membres d'un equip que també inclou germans, solen incorporar-se a la companyia en llocs clarament delimitats. Segons Cole (1997) les dones ocupen llocs de treball en l'empresa familiar de menor importància i responsabilitat. No obstant això, els resultats de García-Álvarez et al. (2002) contradiuen els de Cole. Assenyalant que les diferències de gènere en l'educació acadèmica, està canviant aquesta tendència, ja que les successores solen tenir nivells d'educació més alts que els successors masculins i s'uneixen a l'empresa per a fer-se càrrec d'àrees que anteriorment no estaven ocupades per altres membres de la família, assumint responsabilitats que són estratègicament clau per al futur com, per exemple, disseny, màrqueting i informació i tecnologia.

En referència al govern corporatiu en l'empresa familiar, l'informe publicat per l'Institut d'Empresa Familiar "Factors de competitivitat i anàlisi financera de l'empresa familiar (2018)" revela que, en el 90% dels casos el CEO de l'empresa pertany a la família propietària, sent aquest el principal criteri per a l'elecció del successor en l'empresa familiar, seguit que el CEO tingui experiència professional en l'empresa i que tingui estudis universitaris. Aquest mateix informe indica que la participació femenina en els òrgans de govern de les empreses familiars encara és escassa (tan sols un 21% dels CEOs són dones, enfront del 79% d'homes) fent-ho principalment en aquells òrgans d'àmbit més familiar, com són l'Assemblea Familiar (41%) o els Consells de Família (39%). A més, l'estudi mostra que la majoria de les empreses familiars espanyoles es

troben entre la primera (54%) i la segona generació (37%) de propietaris, donant lloc a la convivència de diverses generacions en l'empresa.

Per la seva naturalesa, les empreses familiars han de vetllar per la seva continuïtat traspasant el patrimoni a les futures generacions. Un element important per a les famílies empresàries és la formació dels futurs directius de l'empresa que assumiran la gestió del patrimoni empresarial. El successor membre de la família ha de ser competent per a gestionar i administrar l'empresa, en cas contrari no quedarà una altra opció que incorporar directius (CEOs) no familiars. El procés de globalització i la creixent transformació digital de l'economia actual, requereix d'un capital humà format i capaç d'adaptar-se als canvis, i en aquest sentit les empreses han de ser capaces d'atreure i retenir el talent, per a millorar la seva competitivitat (IEF, 2018).

Així, per tot l'exposat i com constaten nombrosos estudis previs, les empreses familiars solen ser empreses amb unes característiques particulars quant a grandària (Galve i Salas 2011; Duréndez i García, 2005; Cromie et al., 1995; Anderson i Reeb, 2003), finançament i gestió (Hielb, 2013; Agrawal i Nagarajan, 1990; McConaughy et al., 2001; Romano et al., 2000; Anderson i Reeb, 2003) influïdes per una cultura familiar que es veu reflectida en els seus òrgans de govern i gestió (Habbershon i Williams, 1999; D'Allura, 2019; Basco, 2013).

3. Marc teòric

Una de les qüestions importants que ha d'afrontar la recerca a l'hora d'abordar qüestions relacionades amb l'empresa familiar, és teòrica. Com ja s'ha comentat, les empreses familiars posseeixen unes característiques diferents a les empreses no familiars, la qual cosa implica que triar el marc teòric correcte és una tasca bastant complexa (Prencipe et al., 2014). Aquestes característiques es deriven de la forta interacció entre la vida familiar i empresarial, no present en empreses no familiars (Habbershon i Williams, 1999). En les empreses familiars els factors econòmics no exerceixen un paper tan destacat com el vincle emocional de la família amb el negoci (Gómez-Mejía et al., 2011). Les qüestions familiars i les emocions dels membres de la família, com l'amor, la lleialtat, el sentiment de pertinença, la gelosia...poden impregnar els assumptes comercials ja que l'empresa està vinculada a un cognom que afecta directament la seva imatge i reputació (Chisman et al., 2007; Miller i Le Breton-Miller, 2006; Miller et al., 2008) i per tant poden influir de manera directa en les decisions estratègiques de l'empresa.

Com ja s'ha comentat, un factor no econòmic que afecta directament la gestió de les empreses familiars és el desig de la família de preservar el negoci a llarg termini, amb l'objectiu final de transmetre'l a les pròximes generacions (Anderson i Reeb, 2003; Anderson et al., 2012; Berrone et al., 2012; Gómez-Mejía et al., 2011; Miller et al., 2008). Per tant, en les empreses familiars és més probable que els propietaris se centrin més en la supervivència de l'empresa que en la mera maximització de beneficis, amb conseqüències directes en termes d'estratègies i procés de presa de decisions (Prencipe et al., 2014).

Una altra característica destacable de les empreses familiars es relaciona amb la vinculació entre propietaris i administradors (Anderson i Reeb, 2003), ja que els gerents de l'empresa són sovint membres de la família o mantenen estretes relacions personals amb la família. Una conseqüència rellevant per als gerents d'empreses familiars és que

les motivacions típiques relacionades amb el mercat de treball executiu són menys importants (Prencipe et al., 2014). Els gerents tenen com a objectiu mantenir el seu lloc de treball a llarg termini i en molts casos el que compta per a l'èxit és la seva lleialtat i capacitat de preservar la confiança de la família, en lloc de generar recursos financers (Miller i Le Breton-Miller, 2006). A més, els membres de la família en molts casos, estan involucrats en la gestió de la mateixa i, per tant, tenen un coneixement superior dels negocis que els permet tenir capacitat per a interactuar estretament amb els gerents, fins i tot quan aquests no pertanyen a la família (Anderson i Reeb, 2003). Sovint en les empreses familiars predomina la gestió des de dins de la família i en aquest context, el paternalisme i el nepotisme poden aparèixer en aquest tipus d'empreses, així com l'existència d'una presa de decisions emocional i informal (Mandl, 2008).

Els diferents marcs teòrics emprats en la literatura donen major protagonisme a una o a altres de les característiques esmentades i, per tant, l'elecció "correcta" del marc teòric a l'hora de realitzar un estudi d'aquestes característiques no és una qüestió menor. La majoria dels treballs previs sobre recerca comptable d'empresa familiar, en àrees de gestió i empresa posen de manifest que principalment, s'empren quatre marcs teòrics (Prencipe et al., 2014). Aquests són: la teoria de l'agència, la teoria de l'administració o "majordomia", la teoria dels recursos i capacitats de la firma (RBV) i el paradigma de la riquesa socioemocional (SEW). A continuació, exposem cadascuna d'elles i la seva connexió amb les característiques i funcionament de les empreses familiars.

3.1. Teoria de l'agència

La definició tradicional de la teoria de l'agència (Jensen i Meckling, 1976) es desenvolupa sobre la base de l'estructura de govern en empreses que es caracteritzen per tenir una estructura de propietat dispersa. Es tracta d'empreses on en general, la propietat i la gestió estan a càrrec de diferents agents i els interessos dels quals poden no coincidir (Jensen i Meckling, 1976). La relació entre els diferents agents es coneix com "una relació d'agència", és a dir, una relació que implica la delegació de decisions per part dels propietaris (principal) en mans dels gerents, administradors o directors (agent). Si totes dues parts busquen maximitzar el seu propi benefici, es dedueix que aquesta situació pot deixar cert marge al gerent per a prendre decisions que no estan veritablement alineades amb els interessos dels propietaris. Aquest context i d'acord amb Jensen i Meckling (1976), pot suposar l'aparició dels coneguts costos d'agència entre l'agent i el principal: existència de motivacions diferents entre agent i principal, asimetria d'informació, ja que l'agent disposa d'informació específica i detallada sobre el seu treball, que el principal desconeix; i predisposició a assumir diferents nivells de risc.

La teoria de l'agència, per tant, determina que els agents no actuessin en el millor interès del principal, tret que el seu comportament sigui estretament controlat o s'ofereixin incentius suficients per a controlar-lo (Jensen i Meckling, 1976). Així doncs, els problemes d'agència i els seus costos són menors en empreses amb estructures de propietat concentrada, com són les empreses familiars, ja que el control de la família propietària sobre l'agent serà major. Treballs com els de Jensen i Murphy (1990) i Devers et al. (2007) contempnen la possibilitat que les empreses estableixin mesures encaminades a "mitigar" els conflictes d'agència mitjançant sistemes i estructures de retribució adequats, que aproximïn els interessos de totes dues parts i procurin alinear els interessos de l'empresa amb els de l'agent.

Per això, la separació entre propietat i control s'ha considerat durant molt de temps com la principal relació d'agència en l'empresa (Fama i Jensen, 1983b), denominant-se en la literatura a aquesta mena de conflicte, com el problema d'agència “Tipus I” (Vilallonga i Amit, 2006). No obstant això, s'argumenta que quan els gerents també són propietaris de l'empresa, com ocorre en nombroses empreses familiars, els problemes d'agència de Tipus I es minimitzen, i que la propietat personal contribueix a alinear els interessos dels gerents amb els dels propietaris no gerents (Fama i Jensen, 1983a, 1983b; Jensen i Meckling, 1976; Schulze et al., 2002).

Moltes empreses familiars es caracteritzen per la presència de membres executius familiars que a més són propietaris i, per tant, s'argumenta que aquest tipus d'empreses en general, estan exposades a menors costos d'agència Tipus I i requereixen comparativament menys inversió en mecanismes de seguiment i control (Prencipe et al, 2014; Chrisman et al., 2004; Daily i Dollinger, 1992; Gómez-Mejía et al., 2011; Jensen i Meckling, 1976). Aquest fenomen es coneix com el “efecte d'alineació” (per exemple, Ali et al., 2007; Wang, 2006). No obstant això, les característiques pròpies de les empreses familiars poden donar lloc a un problema d'agència diferent, és a dir, el conflicte entre propietaris familiars i altres propietaris (principalment minoritaris o familiars no gerents). Els executius familiars poden potencialment usar els seus llocs i major informació per a obtenir avantatges sobre els propietaris menys influents i informats (Prencipe et al., 2014). A aquesta mena de problema d'agència se'l denomina problema d'agència “Tipus II” (Vilallonga i Amit, 2006) o també problema d'agència “principal-principal” (Morck et al., 2005). On la idea bàsica d'aquesta mena de problema és que els membres dominants de la família, són al mateix temps propietaris i en aquest sentit, podrien aprofitar la seva posició per a servir als seus interessos personals en detriment d'altres propietaris (Schulze et al., 2002; Schulze et al., 2001).

El problema d'agència tipus II dona lloc a l'anomenat efecte atrinxerament (per exemple, Ali et al., 2007; Wang, 2006). És a dir, apareixen un altre tipus de costos com l'altruisme i la tendència al blindatge dels directius, que són els principals aspectes en què es distingeixen les empreses familiars de les no familiars, en termes de costos d'agència (Chrisman et al., 2003). Núñez-Cacho et al. (2012) assenyala que pel que respecta a l'altruisme, diversos estudis d'empresa familiar assumeixen que la tendència cap a l'altruisme pot manifestar-se com un problema d'autocontrol (Schulze et al., 2001; 2003), creant diversos costos d'agència. En definitiva, es pot plantejar que la relació familiar presenti unes característiques de benevolència que no es donen en la no familiar, sent aquest, el factor diferenciador de les empreses familiars. D'altra banda, Gómez-Mejía et al. (2001) exposen que en l'empresa familiar existeixen majors costos d'agència que en la resta, pel solapament d'objectius dels familiars directius i de la resta de la família. Segons Núñez-Cacho et al. (2012) existeixen uns costos, que no es contemplen en les empreses no familiars, com són la falta d'oportunitats per al desenvolupament d'una carrera professional per part de directius no familiars, la falta de planificació i l'absència d'estratègia.

Al final, s'observa que una empresa familiar típica es caracteritza per un problema d'agència propietari-gerent menys rellevant que el que es dona en les empreses no familiars i un problema propietari-propietari potencialment més rellevant, donada la posició preponderant dels executius familiars enfront dels propietaris minoritaris no influents (Prencipe et al. 2014).

3.2. Teoria de l'administració o “majordomia”

La teoria de la majordomia (stewardship en anglès) va ser definida per Davis et al. (1997) com un model de govern pel qual l'agent està motivat per l'interès organitzatiu, abans que pel seu propi. De manera que, l'objectiu d'aquest, seria maximitzar la riquesa dels propietaris en lloc de buscar el seu propi benefici. D'aquesta manera, la teoria de l'administració proporciona un marc teòric alternatiu per a l'anàlisi de les empreses familiars (Miller i Le Breton-Miller, 2006; Miller et al., 2008). Aquesta teoria substitueix l'assumpció de comportaments oportunistes per part dels agents, i suggereix que els agents (denominats “majordoms”) estan motivats per objectius diferents als exclusivament d'interès econòmic-privat i, sovint, actuen en benefici de tota l'organització (Davis et al., 1997; Donaldson, 1990; Donaldson i Davis, 1991). En altres paraules, els majordoms estan motivats per necessitats de nivell superior, com la devoció responsable, la lleialtat, la generositat, sentint-se part de l'organització i actuant pel bé col·lectiu dels grups d'interès.

El treball de Prencipe et al. (2014), assenyala que la teoria de l'administració s'aplica particularment bé a les empreses familiars. Ja que la majordomia sorgeix entre parts en les quals les relacions són estables, on existeix una interdependència significativa i interacció i on les persones comparteixen una xarxa social similar (Bourdieu, 1986; Nahapiet i Ghoshal, 1998; Putnam, 2000). L'empresa es considera un llegat de la família, una mica del que estar orgullós i que ha de ser preservat per a les futures generacions. Per tant, els administradors familiars estan fortament motivats per a treballar per a la supervivència a llarg termini de l'empresa (Miller i Le Breton-Miller, 2005; Miller et al., 2008).

Miller et al. (2008) identifiquen tres dimensions de la teoria de l'administració en el context de les empreses familiars: “continuïtat”, “comunitat” i “connexió”. La continuïtat, fa referència a l'aspiració de la família d'assegurar la longevitat de l'empresa, en benefici dels membres de la família. Comunitat, es refereix a la creació d'una cultura corporativa col·lectiva, que aconsegueixi uns membres competents i motivats, mentre que connexió es refereix a les sòlides relacions de la família amb les parts interessades externes (stakeholders) que podrien ajudar a mantenir el negoci en moments difícils.

No obstant això, quan la majordomia s'estableix no cap a tot el negoci, sinó cap a la família mateixa, la línia divisòria entre les perspectives d'agència i administració es torna menys clara (Prencipe et al., 2014; Bertrand i Schoar, 2006; Bloom i Van Reenen, 2007; Schulze et al., 2001). L'altruisme cap als membres de la família que no mereixen els seus llocs o recompenses, poden ser perjudicials per a l'organització tal com estableix la perspectiva de l'agència (Karra et al., 2006). No obstant això, entre les característiques particulars de les empreses familiars, ja destacades anteriorment, la teoria de l'administració o majordomia dona protagonisme a factors no econòmics que impulsen les decisions i els comportaments de la família, com la identificació i la inclinació dels membres de la família al negoci, la cura de la seva reputació i de les parts interessades, a més de la voluntat de preservar el negoci per a futures generacions (Prencipe et al., 2014). Per tant, aquesta teoria posa èmfasi en l'alineació d'interessos entre propietari i gerent, basada en la lleialtat i l'altruisme dels membres de la família cap a l'organització en lloc de tenir comportaments oportunistes que la puguin perjudicar. Alguns treballs, com els de Le Breton-Miller et al. (2011) suggereixen que les dues perspectives o teories es poden aplicar de manera útil en l'estudi de les

empreses familiars, però en diferents circumstàncies. Concretament, ells argumenten que el bon enteniment dependrà del grau en què l'empresa i els seus executius estiguin integrats en la família i per tant, s'identifiquin amb els seus interessos.

3.3. Teoria dels recursos i capacitats de la companyia (RBV)

La teoria dels recursos i capacitats de la companyia o RBV (Resource Based View) es basa en el cas que els rendiments obtinguts per les empreses es poden atribuir en gran manera als seus recursos (Penrose, 1959). L'argument principal és que les empreses poden mantenir el seu avantatge competitiu quan són capaces de desenvolupar recursos valuosos i diferents, que no poden ser fàcilment substituïts o imitats pels seus competidors (Barney, 1991; Teece et al., 1997). Per tant, la teoria dels recursos i capacitats, es pot utilitzar per a identificar recursos particulars que distingeixen a les empreses familiars de les no familiars (Chua et al., 2003) com, per exemple; la reputació de l'empresa, les relacions amb l'entorn o el capital humà, entre altres. En aquest sentit, els treballs d'Habberson i Williams (1999) i Habbershon et al. (2003) argumenten que la intersecció de la família i l'empresa, si es gestiona de manera adequada i eficient, pot conduir a capacitats difícils d'imitar, i poden afavorir la supervivència i creixement de les empreses familiars, així com exercir efectes potencials en el rendiment o performance d'aquestes. A nivell estratègic, tant els factors econòmics com els no econòmics s'han de tenir en compte, i en aquest cas, les particularitats que caracteritzen a les empreses familiars i que les distingeix de les no familiars, poden suposar un avantatge competitiu que els ajudi a tenir èxit. No obstant això, segons Prencipe et al. (2014), encara que la teoria dels recursos i capacitats, ofereix potencial i pot proporcionar informació valuosa a l'hora d'estudiar a les empreses familiars i la configuració dels seus recursos distintius, l'evidència empírica referent a això encara és limitada.

3.4. El paradigma de la riquesa socioemocional (SEW)

Un marc teòric més recent en la recerca sobre l'empresa familiar, és el paradigma de la "riquesa socioemocional" o SEW (Socioemotional Wealth), per a referir-se a tots aquells elements que aporten valor als propietaris d'una empresa i que no estan necessàriament relacionats amb la creació de valor econòmic. Aquest marc teòric es va desenvolupar com una extensió de la teoria comportamental d'agència (Cenmano et al., 2012; Gómez-Mejía et al., 2011; Gómez-Mejía et al., 2007) la qual sosté que, les empreses familiars estan més motivades i compromeses amb la preservació de la seva SEW, com per exemple; la perpetuació del nom de la família (empresa), els valors familiars, el sentiment de pertinença, l'afecte i intimitat, la identificació de la família amb la companyia, el desig d'exercir autoritat i el control de l'empresa per part de la família i l'ús dels seus membres, garantir la continuïtat dels valors familiars a través de l'empresa, la preservació del capital social de l'empresa que s'identifica amb el nom de la família o la capacitat d'actuar de manera altruista cap als membres de la família (Berrone et al., 2010; Gómez-Mejía et al., 2007; Gómez-Mejía et al., 2010).

Berrone et al. (2012) desglossen la SEW en cinc dimensions: control i influència familiar, identificació dels membres de la família amb l'empresa, successió dinàstica, inclinació emocional amb l'empresa i vincles socials. Així, d'acord amb la teoria de l'agència conductual, el model SEW es basa en el cas que les decisions dels gerents de les empreses familiars estan motivades pel desig de preservar la dotació de l'empresa, que per al cas de les empreses familiars està representada per la dotació socioemocional

(Gómez-Mejía et al., 2000; Wiseman i Gómez-Mejía, 1998). Per tant, aquest enfocament planteja que els factors que impulsen les decisions de gestió i comportaments dels directors/gerents familiars no són necessàriament econòmics, sinó més aviat, la preservació socioemocional de l'empresa, fins i tot quan aquests contrasten amb els objectius purament econòmics i/o metes financeres, de manera que aquestes estarien disposades a prendre decisions més arriscades, des del punt de vista econòmic, si amb això poden evitar pèrdues en la riquesa socioemocional.

L'estratègia de futur de les empreses familiars està influïda per qüestions relacionades amb la continuïtat del negoci, el prestigi, la reputació o les relacions establertes (Cruz et al. 2014). A més, en les empreses familiars la confluència d'empresa i família permet que els seus membres actuïn de manera simultània en totes dues dimensions. Això suposa segons Chirico i Nordqvist (2010): adquisició i transmissió de coneixements, aprenentatge col·lectiu, integració de coneixements i transmissió d'experiència entre generacions, la qual cosa permet desenvolupar un coneixement singular propi, importantíssim per a la continuïtat de l'empresa i que la família considera necessari protegir.

Per tant, i per tot l'exposat, l'empresa familiar es descriu com una estructura on se solapen dos àmbits importants: el familiar i l'empresarial, tots dos amb objectius i necessitats no sempre compatibles, i on la riquesa generada, pot mesurar-se des de dos punts de vista: l'economicofinancer (a través de variables com la rendibilitat econòmica, la productivitat, la quota de mercat, entre altres) i des del punt de vista socio-emocional (Martínez-Romero i Rojo, 2015). En aquest sentit, alguns autors com Berrone et al. (2012) consideren que la SEW és un concepte aplicable en exclusiva a les empreses familiars i on se centra el comportament distintiu d'aquest tipus d'empreses.

4. Conceptualització d'Empresa Familiar

Una altra de les principals dificultats empíriques a la qual s'enfronta la recerca sobre empresa familiar, fa referència a la seva conceptualització. Existeix una falta d'acord en la definició operativa de què és una empresa familiar. Encara que hi ha consens sobre certs "criteris generals" que permeten identificar a les empreses familiars, com, per exemple; el control de la propietat, la implicació de la família en la gestió i el desig de transmetre l'empresa a futures generacions. No obstant això, aquest consens no és suficient per a establir els criteris que regeixen la definició general d'empresa familiar. Aquest fet, suposa un escull important a l'hora d'identificar aquest tipus d'empreses i de fer comparables els diferents estudis existents en aquest camp.

El debat en torn d'una definició adequada d'empresa familiar ha continuat durant molt de temps. Des de l'article publicat en el primer número de *Family Business Review* (Lansberg, 1988), moltes han estat les definicions proposades per estudis previs. Un estudi realitzat per Mandl (2008) en nom de l'European Commission, va analitzar la definició de "empresa familiar" en 33 països europeus (EU-27, Islàndia, Noruega, Liechtenstein, Turquia, Croàcia i Macedònia), identificant més de 90 definicions diferents. La majoria d'elles inclouen combinacions d'elements com: la influència familiar en la propietat, el paper de la família en la gestió i/o control estratègic, la participació activa dels membres de la família en les activitats diàries de l'empresa (ja sigui de manera formal o informal) o la intenció d'assegurar la transmissió generacional de l'empresa. Cadascun d'aquests elements al seu torn, ha estat operatiu de diverses formes diferents, per exemple, l'estudi de Prencipe et al. (2014) exposa que la propietat

familiar s'ha fet operativa de formes alternatives, com per exemple, que la família posseeixi la majoria de vots, que la família posseeixi almenys un 10-25% (per a empreses cotitzades), o que la família sigui el major propietari. Per tant, aquesta varietat de definicions i de mesures, assenyalen la dificultat per a arribar a una definició operativa comuna.

El treball de Cano-Rubio et al. (2017) exposa que alguns autors estableixen com a components clau per a definir una empresa com a familiar, la interacció dels sistemes familiar i empresarial (Chua et al., 1999), al que alguns investigadors agreguen propietat (Lansberg et al., 1988; Donckels i Lambrecht, 1999). No obstant això, cap de les definicions d'empresa familiar existent en la literatura ha estat àmpliament acceptada (Sharma, 2004) i autors com Brockhaus (1994) i Littunen i Hyrsky (2000) afirmen que no existeix una definició àmpliament acceptada d'empresa familiar. Aquest argument és secundat per Astrachan et al. (2002) i Chua et al. (1999), i sorprèn, tenint en compte que l'estudi de l'empresa familiar com a disciplina acadèmica independent data de la dècada dels noranta (Bird et al., 2002). Aquesta falta d'unanimitat sobre la definició, fa que sigui difícil comparar estudis (Ramadani i Hoy, 2015) i determinar els límits del camp de recerca (Hoy i Verser, 1994). El treball de Ramadani i Hoy (2015) identifica els criteris més utilitzats per a definir empreses familiars; entre els quals destaca el criteri de la propietat, seguit de la participació en l'administració de l'empresa i de tenir un càrrec com a director o CEO, a més es tenen en compte altres criteris com l'autoidentificació o autopercepció de l'empresari com a empresa familiar, l'existència de diverses generacions en el negoci o la intenció que es produeixi una successió intrafamiliar (Taula 1).

En referència a la Taula 1, Ramadani i Hoy (2015) assenyalen que diversos autors combinen alguns dels criteris citats per a definir empresa familiar, la qual cosa fa que els percentatges sumin més del 100%. El treball de Cano-Rubio et al. (2017) analitza diversos estudis de recerca (1999-2016) relacionats amb l'estratègia internacional de les empreses familiars, sobre la base que en cadascun d'ells s'han emprat diferents definicions d'empresa familiar. L'estudi arriba a la conclusió que, depenent de la definició utilitzada, els resultats varien considerablement, fins i tot fins al punt de tornar-se contradictoris. Les diferències en els resultats obtinguts són notòries quan s'utilitza una definició menys restrictiva (és a dir, autopercepció) i una més restrictiva (per exemple: propietat, gestió, implicació i continuïtat). Els comportaments estratègics i l'acompliment poden diferir, no sols entre empreses familiars i no familiars, sinó també entre empreses familiars amb diferents atributs (Melin i Nordqvist, 2007).

Taula 1. Criteris utilitzats per a la definició d'empresa familiar

Criteri de definició	Núm. d'ocurrències	Freqüència (%)
Propietat	98	79
Administració	66	53
Càrrec de director	35	28
Autopercepció	19	15
Diverses generacions	11	9
Intenció successió intrafamiliar	9	7
Total	238	100

Font: Cano-Rubio et al. (2017) a partir de Ramadani i Hoy (2015)

A més, en els últims anys l'enfocament del problema de la definició ha passat de ser dicotòmic (empresa familiar/no familiar), a definicions més articulades que permetin distingir entre diversos tipus d'empreses familiars (Deephouse i Jaskiewicz, 2013). Encara que un enfocament dicotòmic encara és comú en estudis empírics, nombrosos acadèmics reconeixen que les empreses familiars són bastant heterogènies en diversos aspectes (Chrisman et al., 2012; Chua et al., 1999) i han començat a buscar un enfocament més adequat per al mesurament empíric d'aquest tipus d'empreses.

Diversos autors han tractat d'identificar diferents nivells de participació familiar en l'empresa que puguin resultar útils per a la definició d'empresa familiar. Shanker i Astrachan (1996) i Shanker i Astrachan (2003) van suggerir un rang, partint d'una definició àmplia on hi ha limitacions de participació familiar (la família controla la direcció estratègica del negoci i participa d'alguna manera en el negoci), una definició mitjana caracteritzada per algun nivell de participació familiar (el fundador/descendent dirigeix l'empresa i es pretén que l'empresa romangui en la família), fins a una definició limitada on la participació familiar és d'alt nivell (múltiples generacions estan involucrades en l'empresa i més d'un membre té responsabilitats de direcció).

El treball de Prencipe et al. (2014) assenyalava que la majoria de definicions, emfatitzen sobre els diversos nivells de participació de la família en l'empresa. Això es coneix com "l'enfocament de participació" que se centra en el poder de la família per a dirigir metes, estratègies i accions (Deephouse i Jaskiewicz, 2013; Gómez-Mejía et al., 2011), encara que aquest enfocament no captura la diferència d'objectius entre empreses familiars. Com a conseqüència va sorgir un segon enfocament: el "enfocament de l'essència" (Chrisman et al., 2012; Chua et al., 1999; Deephouse i Jaskiewicz, 2013). Aquest enfocament se centra en "l'essència" de les empreses familiars derivat del paper de la família en la configuració de la identitat de la companyia. L'enfocament de l'essència reconeix que, les empreses familiars, fins i tot tenint un nivell similar de participació, poden tenir diferents nivells d'identificació en el que fa referència als membres de la família amb l'empresa, i per tant diferir en termes de visió, cultura, valors, metes i comportaments. L'enfocament de l'essència considera la participació familiar com a condició necessària, però no suficient per a distingir empreses familiars de no familiars, o diversos nivells de la dimensió familiar entre empreses familiars. Astrachan et al. (2002) suggereixen mesurar el grau d'influència familiar emprant una escala bidimensional que incorpori tant l'enfocament de participació com el d'essència. Ells proposen "l'escala de cultura d'experiència de poder familiar" que permet mesurar el grau d'influència familiar en una escala continua combinant tres dimensions principals: poder, experiència i cultura. Es calcula una puntuació per a cada dimensió i la mesura de la influència familiar es calcula com una combinació de les diferents puntuacions. Dit això, els empiristes que utilitzen per als seus estudis grans bases de dades han de confiar en mesures més reduccionistes, per exemple, propietat familiar, composició de la junta directiva o membres de la família en l'alta direcció per a mesurar el grau d'influència familiar, que permetin una bona aproximació a la població d'aquest tipus d'empreses.

En l'actualitat, encara són molts els estudis que utilitzen diverses definicions operatives en les seves recerques empíriques, sent molt complicat fer comparacions entre ells i suposant en molts casos una limitació. No obstant això, potser la qüestió més rellevant no està en el fet que existeixi una definició estàndard comuna i única, si no que s'utilitzi

en cada cas, en cada pregunta de recerca aquella definició que resulti més operativa i condueixi millor a obtenir una bona aproximació dels resultats i les seves conclusions.

5. Estat de l'art

Com ja s'ha comentat, la recerca sobre empresa familiar ha d'abordar una sèrie de qüestions importants, com són; l'elecció del tema clau, el marc teòric apropiat, l'adopció d'una definició operativa d'empresa familiar, el mètode de recerca (teòric o empíric), així com el tipus de dades a utilitzar. A través del “estat de l'art” podem conèixer com i a què s'han dirigit la majoria d'estudis relacionats amb la recerca sobre comptabilitat en empreses familiars.

En les tres últimes dècades, els treballs acadèmics sobre empresa familiar s'han desenvolupat de forma molt notable, accentuant-se la seva importància com a camp de recerca, sobretot en l'àrea de la direcció d'empreses (Bernadich i Urbano, 2013). No obstant això, encara es considera que la recerca sobre empresa familiar es troba en un estat emergent.

L'absència d'unitat de criteri, s'evidencia, en la falta de consens sobre una definició d'empresa familiar (Benavides et al., 2011). La destacada rellevància de l'empresa familiar en el conjunt del teixit empresarial, donada la seva contribució en termes de PIB i creació d'ocupació ha suscitat un interès creixent per aquesta disciplina científica (Stewart, 2008). Treballs com el de Benavides et al. (2011) sintetitzen la trajectòria de la recerca en empresa familiar des del primer article publicat per Trow (1961) fins a l'actualitat. Aquesta anàlisi coincideix amb el de Debicki et al. (2009) que suggereix que el llançament d'aquesta disciplina es va produir a mitjans de la dècada dels 80, quan la publicació de treballs relacionats amb l'empresa familiar va prendre un volum important. Les temàtiques de recerca s'han anat multiplicant a mesura que la disciplina s'ha anat desenvolupant, encara que tradicionalment els temes més tractats han estat la successió, el govern corporatiu i la direcció estratègica (Howorth et al., 2010). Destacant clarament les recerques dedicades al tema de la “successió” ja que aquesta, constitueix un dels reptes més importants per a la majoria de les empreses familiars, arribant-se a considerar la principal amenaça per a aquesta mena d'organitzacions (Benavides et al., 2011; Cabrera Suárez i García Falcón, 2000). A mitjans dels anys 90 comencen a irrompre recerques relacionades amb l'emprenedoria i la innovació (Lumpkin et al., 2011). Altres treballs com el de Dyer i Sánchez (1998), utilitzant com a referència els articles publicats en la *Family Business Review* entre el període 1988-1997 assenyalen que, entre els tòpics més publicats sobre empresa familiar, es troben les dinàmiques familiars, la successió, la dinàmica dels negocis, el creixement i els resultats. Utilitzant la mateixa revista i seguint el procés de Dyer i Sánchez (1998), en relació amb el període 1998-2001, Sagristà Navarrès (2002) distingeix entre els temes més publicats, la successió, la direcció d'empreses, les relacions familiars i els treballs que analitzen les maneres d'estudiar les empreses familiars.

En referència als enfocaments teòrics desenvolupats, el treball de Bernadich i Urbano (2013) en una revisió de la literatura durant el període 1980-2011, estableix que en aquest camp, destaquen especialment els treballs que empen la teoria de l'agència per a analitzar els aspectes relacionats amb l'eficiència i els resultats de l'empresa familiar (Gallo, 1996; Schulze et al., 2003; Pearson et al., 2008) i aquells que fan ús de la teoria de recursos i capacitats per a analitzar les similituds i diferències entre els recursos de les empreses familiars i no familiars (Steier, 2003; Zahra et al., 2004).

El treball de Benavides et al. (2011) fa una revisió bibliogràfica de treballs publicats sobre empresa familiar en revistes indexades en el Social Science Citation Index durant el període 1961-2008, assenyalant que la majoria d'articles publicats, són articles de naturalesa empírica (56,6%) mentre que la resta (43,3%) són contribucions teòriques, sent freqüents les entrevistes als fundadors i els seus successors i el registre de les seves respostes. A més, aquests treballs es caracteritzen per ser estudis que utilitzen mostres de reduïda grandària (menys de 100 observacions) i es basen predominantment en l'estudi de casos descriptius. No obstant això, a mesura que la disciplina ha anat avançant, s'observa un nombre creixent de treballs que empen una major observació, varietat de mètodes i l'ús de tècniques estadístiques més avançades, ampliant també la grandària de la mostra (més de 100 observacions) (Bird et al., 2002; Zahra i Sharma, 2004). En quant a la dimensió temporal dels treballs, Benavides et al. (2011) assenyalen que, encara que el nombre d'estudis longitudinals ha augmentat de manera considerable en els últims anys, encara predomina la recerca de tall transversal.

A més dels marcs teòrics citats i més utilitzats en la recerca d'empreses familiars, la literatura també indica l'adopció d'altres perspectives teòriques. Per exemple, la teoria del cicle de vida organitzacional, que s'ha emprat per a estudiar qüestions de dinàmica, transició i canvi generacional dins de les empreses familiars (per exemple, Miller et al., 2003) i ha estat adoptat per investigadors comptables per a estudiar com el cicle de vida o etapes, canvis i transicions generacionals estan relacionats amb la comptabilitat i el control de gestió (Giovannoni et al., 2011; Hiebl et al., 2013; Moores i Mula, 2000).

Referent a la definició d'empresa familiar utilitzada pels acadèmics, l'estudi de Prencipe et al. (2014) identifica treballs que empen directament classificacions preparades per institucions externes (per exemple, Ali et al., 2007; Tong, 2008), a classificacions basades en la propietat familiar i/o la presència familiar en la junta o òrgans de direcció de l'empresa (per exemple, Achleitner et al., 2014; Chen et al., 2014), arribant a definicions que consideren la percepció de l'alta direcció o la intenció de transmetre l'empresa a la següent generació (per exemple, Stockmans et al., 2010; Upton et al., 2001). Però sens dubte, les definicions més utilitzades en estudis de comptabilitat són aquelles que es basen principalment en la proporció d'accions en poder de la família i/o la presència familiar en el consell d'administració, ja que aquest enfocament encaixa bé amb la teoria de l'agència, que se centra en la separació entre socis propietaris i administradors o propietaris dominants i minoritaris, utilitzada en la majoria de treballs empírics relacionats amb la comptabilitat (Prencipe et al., 2014). A més, l'estudi ressalta que la majoria dels treballs es basen en la distinció dicotòmica entre empresa familiar i no familiar, més que en les diferències entre empreses familiars com a grup heterogeni. Des d'aquest punt de vista, la recerca sobre empreses familiars i els seus diferents nivells de dimensió familiar, encara es considera una línia emergent. Per exemple, l'estudi realitzat per Déniz-Déniz i Cabrera-Suárez (2005) identifica els enfocaments que les empreses familiars espanyoles mantenen sobre la responsabilitat social, assenyalant que aquest tipus d'organitzacions no constitueix un grup homogeni en quant a la seva orientació cap a la responsabilitat social corporativa. En aquesta mateixa línia, el treball de Marquès et al. (2014) aborda l'heterogeneïtat de les empreses familiars en el seu compromís amb la Responsabilitat Social Empresarial (RSE) en termes de valors, conclouent que una major participació familiar s'associa a una major participació en la RSE.

Finalment, i en referència als mètodes de recerca i tipus de dades emprades, la contribució dels treballs sobre comptabilitat i presentació d'informes en empreses familiars són predominantment empírics. Amb l'excepció de pocs treballs conceptuals (Gómez-Mejia et al., 2014; Salvato i Moores, 2010; Trotman i Trotman, 2010), tots els altres ofereixen anàlisis empíriques d'informes financers, gestió de problemes de comptabilitat i auditoria en empreses familiars.

A més, el problema relacionat amb la disponibilitat de dades per als investigadors que pretenen estudiar a les empreses familiars és un fet. No obstant això, aquesta dificultat es redueix quan es tracta d'estudiar empreses familiars cotitzades, ja que els estats financers i les dades de govern corporatiu d'aquestes empreses estan disponibles públicament. Pel que la majoria d'estudis de comptabilitat se centren en empreses familiars cotitzades. En canvi, quan la recerca es refereix al camp de la comptabilitat de gestió, s'utilitzen principalment dades d'enquesta, ja que aquests normalment necessiten d'informació que no està disponible públicament i difícil d'aconseguir d'una altra manera. D'altra banda, en els estudis empírics sobre auditoria en empreses familiars, es barregen l'ús de dades d'enquesta i dades d'arxiu. Per tant, dos tipus de dades semblen dominar la recerca en comptabilitat d'empreses familiars: dades d'arxiu (principalment d'empreses cotitzades) i dades d'enquesta. No obstant això, l'estudi conclou que la recerca qualitativa sembla significativament infrautilitzada i assenyala que aquest enfocament, podria potenciar la comprensió d'una forma més profunda dels fenòmens comptables dins de les empreses familiars.

La falta de consens en la definició operativa de què és una empresa familiar, fa que sigui difícil comparar els estudis existents (Ramadani i Hoy, 2015) i determinar els límits del camp de recerca (Hoy i Verser, 1994) així com la delimitació clara d'aquest tipus d'empreses dins del teixit empresarial. El treball de Basco Rodrigo (2006) posa de manifest l'existència de cert escepticisme dins de l'àmbit de la Direcció d'Empreses sobre si l'empresa familiar requereix d'un camp d'estudi independent o ha de considerar-se com una extensió de la visió de l'empresa, desenvolupada per les teories existents en àmbits com la direcció estratègica, la teoria de l'organització, o el camp de l'emprenedor entre altres. El citat estudi, indaga sobre els diferents elements que, segons el parer de l'investigador, podrien jutjar-se com a indicadors de l'existència d'un camp d'estudi independent de l'empresa familiar. La seva anàlisi comprèn tant factors extrínsecs relacionats amb aspectes perifèrics del camp (problema inspirador de la recerca, difusió del coneixement, recolzament científic i reconeixement social i visió multidisciplinària) i intrínsecs que conformen el cos teòric i desenvolupament del coneixement (concepte d'empresa familiar, característiques dels treballs publicats i estructura i integració del coneixement) arribant a la conclusió que, sens dubte la recerca en empresa familiar està desenvolupant els passos per a ser considerada un camp independent, i el seu procés evolutiu s'assembla amb altres camps del saber.

La visió multidisciplinària sobre la qual s'està construint aquest àmbit, la creació d'organismes i associacions especialitzades, revistes i congressos, permeten als investigadors intercanviar els seus coneixements i demostren els avanços que s'han produït en la disciplina científica. No obstant això, encara existeix una gran fragmentació del coneixement degut a una falta de definició de l'empresa familiar i a l'escàs desenvolupament de teories pròpies que expliquin el fenomen de l'empresa familiar i, per tant, facin possible la seva consolidació.

6. Conclusions

La rellevància a Espanya de l'empresa familiar i en la majoria de les economies desenvolupades, ha incentivat la creació de cambres de comerç especialitzades, càtedres d'universitat i empreses de consultoria especialitzades, suscitant un interès creixent en la societat donat el seu important paper com a motor de creació de riquesa i ocupació, així com en generació d'estabilitat i benestar (IEF, 2018; Prencipe et al., 2014; Gómez-Mejía et al., 2011). És per això que, l'estudi tant a nivell teòric com empíric d'aquest tipus d'empreses resulta especialment interessant, tant per a la comunitat acadèmica com per a la societat en general. No obstant això, encara queda molt terreny per recórrer abans que la intensitat de la recerca sobre empresa familiar, assoleixi un estatus similar a altres disciplines acadèmiques (Prencipe et al., 2014), així com en la conscienciació per part de la classe política a l'hora de crear un entorn públic que pugui resultar favorable a empreses familiars, posant l'accent principalment en els camps de l'educació empresarial, la fiscalitat, la transferència d'empreses i l'emprenedoria femenina (Mandl, 2008).

Sovint, es confon el terme empresa familiar amb PIME, la qual cosa fa que no es tingui en compte que també existeixen grans empreses familiars i, per tant, deixa al marge que les empreses familiars posseeixen unes característiques diferencials independentment de la seva grandària que les fa diferents i que requeririen d'un suport governamental específic, donat el seu rellevant paper com a motor econòmic. Això ocorre bàsicament per dos motius: primer per la falta d'una definició comuna d'empresa familiar i una falta de demarcació clara del sector i, en segon lloc, perquè encara existeix poca representació específica per a aquest tipus d'empreses ja que les organitzacions/xarxes d'empresa familiar existents encara són relativament joves. Per això, un major suport institucional, la potenciació de les organitzacions representatives d'aquest tipus d'empreses i una major difusió de les recerques sobre empresa familiar fomentarien el seu major coneixement.

Referències

- Achleitner, A. K.; Fichtl, N.; Kaserer, C. i Siciliano, G. (2014). Real Earnings Management and Accrual-based Earnings Management in Family Firms. *European Accounting Review*, 23(3), 431-461.
- Agrawal, A. i Nagarajan, N.J. (1990). Corporate capital structure, agency costs, and ownership control: the case of all-equity firms. *The Journal of Finance*, 45(4), 1325-1331.
- Ali, A.; Chen, T. i Radhakrishnan, S. (2007). Corporate disclosures by family firms. *Journal of Accounting and Economics*, 44(1/2), 238-286.
- Anderson, R. C. i Reeb, D. M. (2003). Founding-family ownership and firm performance: Evidence from the S&P 500. *Journal of Finance*, 58(3), 1301-1328.
- Anderson, R.C.; Duru, A. i Reeb, D.M. (2012). Investment policy in family controlled firms. *Journal of Banking and Finance*, 36(6), 1744-1758.
- Astrachan, J.; Klein, S. i Smyrnios, K. (2002). The F-PEC scale of family influence: A proposal for solving the FB definition problem. *Family Business Review*, 15(1), 45-58.
- Astrachan, J. i Kolenko, T. (1994). A neglected factor explaining family business success: human resource practices. *Family Business Review*, 7, 251-262.

- Barnes, L. i Hershon, S. A. (1976). Transferring power in the family business. *Harvard Business Review*, 54(4), 105-114.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Barton, S.L. i Matthews, C.H. (1989). Small firm financing: implications from a strategic management perspective. *Journal of Small Business Management*, 27, 1-7.
- Basco Rodrigo, J.T. (2006). La investigación en la empresa familiar: “Un debate sobre la existencia de un campo independiente. *Investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa*, 12(1), 33-54.
- Basco, R. (2013). The family's effect on family firm performance: A model testing the demographic and essence approaches. *Journal of Family Business Strategy*, 4(1), 42-66.
- Benavides Velasco, C.; Guzman Parra, V. i Quintana Garcia, C. (2011). Evolución de la literatura sobre Empresa Familiar como disciplina científica. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14(1), 78-90.
- Bernadich, M. i Urbano, D. (2013). Creación y desarrollo de empresas familiares: Una revisión de literatura desde el enfoque institucional. *OmniaScience*, 11-44.
- Berrone, P.; Cruz, C. i Gómez-Mejia, L. R. (2012). Socioemotional wealth in family firms: Theoretical dimensions, assessment approaches and agenda for future research. *Family Business Review*, 25(3), 258-279.
- Berrone, P.; Cruz, C.; Gómez-Mejia, L. R. i Larraza-Kintana, M. (2010). Socioemotional wealth and corporate responses to institutional pressures: Do family-controlled firms pollute less? *Administrative Science Quarterly*, 55(1), 82-113.
- Bertrand, M. i Schoar, A. (2006). The role of family in family firms. *Journal of Economic Perspectives*, 20(2), 73-96.
- Bird, B.; Welsch, H.; Astrachan, J. H. i Pistrui, D. (2002). Family business research: The evolution of an academic field. *Family Business Review*, 15(4), 337-350.
- Bloom, N. i Van Reenen, J. (2007). Measuring and explaining management practices across firms and countries. *Quarterly Journal of Economics*, 122(4), 1351-1408.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.). *Handbook of theory and research for the sociology of education*, 241-258.
- Brockhaus, R. (1994). Entrepreneurship and family business research: Comparisons, critiques and lessons. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 19(1), 25-39.
- Cabrera Suárez, K. i García Falcón, J.M. (2000). Planteamiento multinivel para el estudio del proceso de sucesión en la empresa familiar. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 6, 187-212.
- Cano-Rubio, M.; Fuentes-Lombardo, G. i Vallejo-Martos, M.C. (2017). Influence of lack of a Standard definition of “family business” on research into their international strategies. *European Research on Management and Business Economics*, 23(3), 132-146.
- Carrasco, A.; Sánchez, G. i Meroño; A.L. (2012). Efectos de las prácticas de recursos humanos sobre el desempeño: influencia del carácter familiar. En: *El éxito de la empresa familiar*. Cívitas, cap. 3, 87-120.

- Carrasco-Herández, A.J. i Sánchez-Marín, G. (2007). The determinants of employee compensations in family firms: empirical evidence. *Family Business Review*, 20, 215-228.
- Cennamo, C.; Berrone, P.; Cruz, C. i Gómez-Mejia, L. R. (2012). Socioemotional wealth and proactive stakeholder engagement: Why family-controlled firms care more about their stakeholders. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36(6), 1153-1173.
- Chen, S.; Chen, X. i Cheng, Q. (2014). Conservatism and equity ownership of the founding family. *European Accounting Review*, 23(3), 403-430.
- Chirico, F. i Nordqvist, M. (2010). Dinamic capabilities and transgenerational value creation in family firms: The role of organizational culture. *International Small Business Journal*, 28(5), 487-504.
- Chrisman, J. J.; Chua, J. H. i Litz, R. A. (2004). Comparing the agency costs of family and non-family firms: Conceptual issues and exploratory evidence. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 28(4), 335-354.
- Chrisman, J. J.; Chua, J. H.; Kellermanns, F. W. i Chang, E. P. C. (2007). Are family managers agents or stewards? An exploratory study in privately held family firms. *Journal of Business Research*, 60(10), 1030-1038.
- Chrisman, J. J.; Chua, J. H.; Pearson, A. W. i Barnett, T. (2012). Family involvement, family influence, and familycentered non-economic goals in small firms. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36(2), 267-293.
- Chrisman, J.J.; Chua, J. i Litz, R. (2003). A unified systems perspective of family firm performance: An extension and integration. *Journal of Business Venturing*, 18(4), 467-472.
- Chua, J. H.; Chrisman, J. J. i Sharms, P. (1999). Defining the family business by behavior. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23(4), 19-39.
- Chua, J. H.; Chrisman, J. J. i Steier, L. P. (2003). Extending the theoretical horizons of family business research. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 27(4), 331-338.
- Cole, P. (1997) Women in family business. *Family Business Review*, 10(4), 353-371.
- Croci, E.; Doukas, J.A. i Gonenc, H. (2011). Family control and financing decisions. *European Financial Management*, 17(5), 860-897.
- Cromie, S.; Stephenson, B. i Montieth, D. (1995). The management of family firms: An empirical investigation. *International Small Business Journal*, 13, 11-34.
- Cruz, C.; Gómez-Mejia, L.R. i Becerra, M. (2010). Perceptions of benevolence and the design of agency contracts: CEO-TMT relationships in family firms. *Academy of Management Journal*, 53, 69-89.
- Cruz, C.; Lazarra-Kintana, M.; Garcés-Galdeano, L. i Berrone, P. (2014). Are Family Firms Really More Socially Responsible? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38, 1295-1316.
- D'Allura, G.M. (2019). The leading role of the top management team in understanding family firms: Past research and future directions. *Journal of Family Business Strategy*, 10(2), 87-104.
- D'arquer, J. (1992). Pyme y empresa familiar. *Alta dirección*, 166, 459-464.

- Daily, C. M. i Dollinger, M. J. (1992). An empirical examination of ownership structure in family and professionally managed firms. *Family Business Review*, 5(2), 117-136.
- Davis, J. H.; Schoorman, F. D. i Donaldson, L. (1997). Towards a stewardship theory of management. *Academy of Management Review*, 22(1), 20-47.
- Debicki, B.J.; Matherne, C.F.; Kellermanns, F.W. i Chrisman, J.J. (2009). Family business research in the new millennium: An overview of the who, the where, the what, and the why. *Family Business Review*, 22(2), 151-166.
- Deephouse, D. L. i Jaskiewicz, P. (2013). Do family firms have better reputations than non-family firms? An integration of socioemotional wealth and social identity theories. *Journal of Management Studies*, 50(3), 337-360.
- Déniz-Déniz, D. i Cabrera-Suárez, M. K. (2005). Corporate social responsibility and family business in Spain. *Journal of Business Ethics*, 56, 59-71.
- Devers, C.E.; Cannella, A.A.; Reilly, G.P. i Yoder, M.E. (2007). Executive compensation: A multidisciplinary review of Recent Developments. *Journal of Management*, 33, 1016-1072.
- Donaldson, L. (1990). The ethereal hand: Organizational economics and management theory. *Academy of Management Review*, 15(3), 369-381.
- Donaldson, L. i Davis, J. H. (1991). Stewardship theory or agency theory: CEO governance and shareholder returns. *Australian Journal of Management*, 16(1), 49-64.
- Donckels, R. i Lambrecht, J. (1999). Are family businesses really different? What we know from western European business research that could be applied to their emergence of family-based enterprises in east Central Europe. *Family Business Review*, 12(2), 171-191.
- Dou, J.; Zhang, Z. i Su, E. (2014). Does Family Involvement Make Firms Donate More? Empirical Evidence From Chinese Private Firms. *Family Business Review*, 27(3), 259-274.
- Duréndez, G. i García, D. (2005). Diferències econòmico-financeres entre les empreses familiars i les no familiars. *Revista de Comptabilitat i Direcció*, 2, 243-267.
- Dyer, W. i Sánchez, M. (1998). Current estate of Family Business Theory and Practice as Reflected in Family Business Review 1988-1997. *Family Business Review*, 11(4), 287-296.
- Fama, E. F. i Jensen, M. C. (1983a). Separation of ownership and control. *Journal of Law and Economics*, 26(2), 301-325.
- Fama, E. F. i Jensen, M. C. (1983b). Agency problems and residual claims. *Journal of Law and Economics*, 26(2), 327-350.
- Gallo, M.A. (1996). The role of family business and its distinctive characteristics behavior in industrial activity. *Family Business Review*, 2(2), 83-97.
- Galve, C. i Salas, V. (2011). ¿Determina la propiedad familiar diferencias en las relaciones entre preferencias, comportamiento, y resultados en las empresas españolas cotizadas? *Revista de Economía Aplicada*, 57(XIX), 5-34.
- García-Álvarez, E.; López-Sintas, J. i Saldaña Gonzalvo, P. (2002). Socialization Patterns of Successors in First- to Second-Generation Family Businesses. *Family Business Review*, 15(3), 189-203.

- Giovanoni, E.; Maraghini, M. P. i Riccaboni, A. (2011). Transmitting knowledge across generations: The role of management accounting practices. *Family Business Review*, 24(2), 126-150.
- Gómez-Mejía, L. R.; Cruz, C. i Imperatore, C. (2014). Is all that glitters really gold? Financial reporting and the protection of socioemotional wealth in family controlled firms. *European Accounting Review*, 23(3), 387-402.
- Gómez-Mejía, L. R.; Cruz, C.; Berrone, P. i De Castro, J. (2011). The bind that ties: Socioemotional wealth preservation in family firms. *Academy of Management Annals*, 5(1), 653-707.
- Gómez-Mejía, L. R.; Haynes, K. T.; Núñez-Nickel, M.; Jacobson, K. J. L. i Moyano-Fuentes, J. (2007). Socioemotional wealth and business risks in family-controlled firms: Evidence from Spanish oil mills. *Administrative Science Quarterly*, 52(1), 106-137.
- Gómez-Mejía, L. R.; Makri, M. i Kintana, M. L. (2010). Diversification decisions in family-controlled firms. *Journal of Management Studies*, 47(2), 223-252.
- Gómez-Mejía, L. R.; Welbourne, T. M. i Wiseman, R. M. (2000). The role of risk sharing and risk taking under gainsharing. *Academy of Management Review*, 25(3), 492-507.
- Gómez-Mejía, L.; Núñez, M. i Gutierrez, I. (2001). The role of family ties in agency contracts. *Academy of Management Journal*, 44 (1), 81-95.
- González, M.; Guzmán, A.; Pombo, C.; Trujillo, M.A. (2013). Family firms and debt: risk aversion versus risk of losing control. *Journal of Business Research*, 66 (11), 2308-2320.
- Habbershon, T. G. i Williams, M. L. (1999). A resource-based framework for assessing the strategic advantages of family firms. *Family Business Review*, 12(1), 1-22.
- Habbershon, T. G.; Williams, M. i MacMillan, I. C. (2003). A unified systems perspective of family firm performance. *Journal of Business Venturing*, 18(4), 451-465.
- Hamilton, R.T. i Fox, M.A. (1998). The financing preferences of smalls firm owners. *International Journal of the Economics of Business*, 6(1), 41-55.
- Hiebl, M. R. W.; Feldbauer-Durstmüller, B. i Duller, C. (2013). The changing role of management accounting in the transition from a family business to a non-family business. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 9(2), 119-154.
- Howorth, C.; Rose, M.; Hamilton, E. i Westhead, P. (2010). Family firm diversity and development: An introduction. *International Small Business Journal*, 28(5), 437-451.
- Hoy, F. i Verser, T. G. (1994). Emerging business, emerging field: Entrepreneurship and the family firm. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 19(1), 9-23.
- Iannarelli, C. (1992). The socialization of leaders: A study of gender in family business. Unpublished doctoral dissertation. University of Pittsburgh.
- Instituto de la Empresa Familiar (2015). La Empresa Familiar en España. *Editado por IEF*.
- Instituto de la Empresa Familiar (2017). La dimensión empresarial como factor de competitividad. *Editado por IEF*.

- Instituto de la Empresa Familiar (2018). Factores de competitividad y análisis financiero en la empresa familiar. *Editado por IEF*.
- Jensen, M. i Meckling, W. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.
- Jensen, M.C. i Murphy, K.J. (1990). Performance Pay and Top-Management Incentives. *Journal of Political Economy*, 98 (2), 225-264.
- Karra, N.; Tracey, P. i Phillips, N. (2006). Altruism and agency in the family firms: Exploring the role of family, kinship and ethnicity. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 30(6), 861-877.
- Lansberg, I. (1988). The succession conspiracy. *Family Business Review*, 1(2), 119-143.
- Lansberg, I.; Perrow, E. i Rogolsky, S. (1988). Family business as an emerging field. *Family Business Review*, 1(1), 1-8.
- Le Breton-Miller, I.; Miller, D. i Lester, R. H. (2011). Stewardship or agency: A social embeddedness reconciliation of conduct and performance in public family businesses. *Organization Science*, 22(3), 704-721.
- Littunen, H. i Hyrsky, K. (2000). The early entrepreneurial stage in Finnish family and non-family firms. *Family Business Review*, 13(1), 41-54.
- Llano, C. i Olguin, F. (1986). La sucesión en la empresa familiar. In V. F. Pascual (Ed.), *La empresa familiar 2*, 36-66. Barcelona: IESE. Universidad de Navarra.
- Lumpkin, G.T.; Steier, L.I. i Wright, M. (2011). Strategic entrepreneurship in family business. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 5(4), 285-306.
- Mandl, I. (2008). Overview of family business relevant Issues. Final Report. European Commission, Enterprise and Industry Directorate-General. *Austrian Institute for SME Research*. Vienna.
- Marquès, P.; Presas, P. i Simon, A. (2014). The Heterogeneity of Family Firms in CSR Engagement: The Role of Values. *Family Business Review*, 27(3), 206-227.
- Martínez-Romero, M. J. i Rojo-Ramírez, A. A. (2015). La riqueza socioemocional en la empresa familiar. *Revista Balance*, 20, 12-14.
- McConaughy, D.L.; Matthews, C.H. i Fialko, A.S. (2001). Founding family controlled firms: performance, risk, and value. *Journal of Small Business Management*, 39(1), 31-49.
- Melin, L. i Nordqvist, M. (2007). The reflexive dynamics of institutionalization: The case of the family business. *Strategic Orientation*, 5(3), 321-333.
- Miller, D. i Le Breton-Miller, I. (2005). Managing for the long run: Lessons in competitive advantage from great family businesses. *Boston, MA: Harvard Business School Press*.
- Miller, D. i Le Breton-Miller, I. (2006). Family governance and firm performance: Agency, stewardship and capabilities. *Family Business Review*, 19(1), 73-87.
- Miller, D.; Le Breton-Miller, I. i Scholnick, B. (2008). Stewardship vs. stagnation: An empirical comparison of small family and non-family business. *Journal of Management Studies*, 45(1), 50-78.

- Miller, D.; Steier, L. i Le Breton-Miller, I. (2003). Lost in time: Intergenerational succession, change, and failure in family business. *Journal of Business Venturing*, 18(4), 513-531.
- Moores, K. i Mula, J. M. (2000). The salience of market, bureaucratic and clan controls in the management of family firm transitions: Some tentative Australian evidence. *Family Business Review*, 13(2), 91-106.
- Morck, R.; Wolfenzon, D. i Yeung, B. (2005). Corporate governance, economic entrenchment, and growth. *Journal of Economic Literature*, 43(3), 655-720.
- Muñoz-Bullón, F. i Sanchez-Bueno, M.J. (2011). The impact of family involvement on the R&D intensity of publicly traded firms. *Family Business Review*, 24(1), 62-70.
- Nahapiet, J. i Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-246.
- Núñez-Cacho Utrilla, P.; Grandre Torraleja, F.A. i Muñoz Vázquez, A. (2012). Rendimiento en las empresas familiares desde las teorías de recursos y capacidades y de agencia. *Revista de Empresa Familiar*, 2 (1), 7-20.
- Pearson, A.W.; Carr, J.C. i Shaw, J.C. (2008). Toward a theory of familiness: A social capital perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(6), 949-969.
- Penrose, E. (1959). The theory of the growth of the firm. *Oxford: Basil Blackwell*.
- Prencipe, A.; Bar-Yosef, S. i Dekker, H.C. (2014). Accounting Research in Family Firms: Theoretical and Empirical Challenges. *European Accounting Review*, 23(3), 361-385.
- Putnam, R. D. (2000). Bowling alone: The collapse and revival of American community. *New York, NY: Simon & Schuster*.
- Ramadani, V. i Hoy, F. (2015). Context and uniqueness of family business. In Dana, L.P. i Ramadani, V. (eds), *Family businesses in transition economies*. Springer, 9-37.
- Reid, R.S. i Adams, J.S. (2001). Human resource management – a survey of practices within family and non-family firms. *Journal of European Industrial Training*, 25(6), 310-320.
- Romano, C.A.; Tanewski, G.A. i Smyrniotis, K.X. (2000). Capital structure decision making: a model for family business. *Journal of Business Venturing*, 16, 285-310.
- Sacristán Navarro M. (2002). La Dirección Estratégica de Empresas Familiares como Proyecto de Investigación. *Boletín de Estudios Económicos*, 177(VII), 517-542.
- Salvato, C. i Moores, K. (2010). Research on accounting in family firms: Past accomplishments and future challenges. *Family Business Review*, 23(3), 193-215.
- Schulze, W. S.; Lubatkin, M. H. i Dino, R. N. (2002). Altruism, agency and the competitiveness of family firms. *Managerial & Decision Economics*, 23(4/5), 247-259.
- Schulze, W. S.; Lubatkin, M. H. i Dino, R. N. (2003). Exploring the agency consequences of ownership among the directors of private family firms. *Academy of Management Journal*, 46(2), 179-194.
- Schulze, W. S.; Lubatkin, M. H.; Dino, R. N. i Buchholz, A. K. (2001). Agency relationships in family firms: Theory and evidence. *Organization Science*, 12(2), 99-116.

- Schulze, W.S.; Lubatkin, M.H. i Dino, R.N. (2003). Toward a theory of agency and altruism in family firms. *Journal of Business Venturing*, 18(4), 473-490.
- Shanker, M. C. i Astrachan, J. H. (1996). Myths and realities: Family businesses' contribution to the US economy – a framework for assessing family business statistics. *Family Business Review*, 9(2), 107-123.
- Shanker, M. C. i Astrachan, J. H. (2003). Family businesses' contribution to the US economy: A closer look. *Family Business Review*, 16(3), 211-219.
- Sharma, P. (2004). An overview of the field of family business studies: current status and directions for the future. *Family Business Review*, 17(1), 1-36.
- Steier, L. (2003). Variants of agency contracts in family-financed ventures as a continuum of familial altruistic and market rationalities. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 597-618.
- Stewart, A. (2008). Who could best complement a team of family business researchers-scholars down the hall or in another building? *Family Business Review*, 21(4), 279-293.
- Stockmans, A.; Lyabert, N. i Voordeckers, W. (2010). Socioemotional wealth and earnings management in private family firms. *Family Business Review*, 23(3), 280-294.
- Suess, J. (2014). Family governance – Literature review and the development of a conceptual model. *Journal of Family Business Strategy*, 5(2), 138-155.
- Teece, D.; Pisano, G. i Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-553.
- Tong, Y. H. (2008). Financial reporting practices of family firms. *Advances in Accounting*, 23, 231-261.
- Trotman, A. J. i Trotman, K. T. (2010). The intersection of family business and audit research: Potential opportunities. *Family Business Review*, 23(3), 216-229.
- Trow, D. B. (1961). Executive succession in small companies. *Administrative Science Quarterly*, 6(2), 228-239.
- Upton, N.; Teal, E. J. i Felan, J. T. (2001). Strategic and business planning practices of fast growing family firms. *Journal of Small Business Management*, 39(1), 60-72.
- Villalonga, B. i Amit, R. (2006). How do family ownership, control and management affect firm value? *Journal of Financial Economics*, 80(2), 385-417.
- Wang, D. (2006). Founding family ownership and earnings quality. *The Accounting Review*, 44(3), 619-656.
- Westhead, P. i Cowling, M. (1998). Family firm research: the need for a methodological rethink. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23(1), 31-57.
- Wiseman, R. M. i Gómez-Mejía, L. R. (1998). A behavioral agency model of managerial risk taking. *Academy of Management Review*, 23(1), 133-153.
- Zahra, S.A, Hayton, J.C. i Salvato, C. (2004). Entrepreneurship in family vs. non-family firms: A resource-based analysis of the effect of organizational culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(4), 363-381.
- Zahra, S.A. i Sharma, P. (2004). Family business research: A strategic reflection. *Family Business Review*, 17, 331-346.

Zellweger, T.; Kellermanns, F.W.; Eddleston, K. H. i Memili, E. (2012). Building a Family Firm Image: How Family Firms capitalize on their Family Ties. *Journal of Family Business Strategy*, 3, 239-250.