DOI 10.21001/QPEF.2021.8.cast.01

Cuadernos Prácticos de Empresa Familiar, 8 (2021)

CUADERNOS PRÁCTICOS DE EMPRESA FAMILIAR

La empresa familiar: Marcos teóricos y estado del arte

Laura Sánchez Pulido
Profesora colaboradora permanente en el departamento de Administración de Empresas de la Universidad de Lleida
*Correo de contacto: laura.sanchez.udl.cat
Recibido 26 de enero de 2021; Revisado 3 de marzo de 2021; Aceptado 30 de marzo de 2021

Resumen

La empresa familiar se describe como una estructura donde se solapan el ámbito familiar y el empresarial, ambos con objetivos y necesidades no siempre compatibles. La fuerte interacción entre familia y empresa, no presente en empresas no familiares, hacen que factores no económicos como el vínculo emocional de la familia con el negocio, así como otro tipo de sentimientos (como el amor, la lealtad o el sentimiento de pertenencia) influyan directamente en sus decisiones estratégicas. El presente trabajo realiza una revisión literaria sobre aspectos fundamentales que deben abordarse en la investigación empírica sobre empresa familiar, centrándose especialmente en los diferentes marcos teóricos (o teorías) empleados y que tratan de explicar el comportamiento distintivo de este tipo de empresas, así como analizar el estado del arte para poder conocer cómo y a qué se han dirigido la mayoría de estudios relacionados con la investigación sobre contabilidad en empresas familiares. El trabajo concluye que, aunque en las últimas décadas se ha producido un gran avance en esta disciplina científica, aún existe una gran fragmentación del conocimiento debido a la falta de consenso sobre una definición operativa de empresa familiar y al escaso desarrollo de teorías propias que expliquen la esencia (o la naturaleza) de la empresa familiar.

Clasificación JEL: M10, M14

Palabras Clave: Características empresa familiar, marcos teóricos empresa familiar, estado del arte en empresa familiar.

1. Introducción

Las empresas familiares, constituyen un elemento fundamental de la actividad económica, tanto en España como en el resto del mundo, tal como demuestra su participación en términos de contribución al PIB y de creación de empleo. Aunque las cifras pueden ser diferentes en función de la definición concreta que se adopte, el alcance de este tipo de empresas en el conjunto de la economía resulta muy significativo. En este sentido, y según datos del informe publicado por el Instituto de la Empresa Familiar (IEF) "La Empresa Familiar en España (2015)"; las empresas

© 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

familiares[1] suponen el 89% del total de las empresas privadas en España (1,1 millones de empresas), generan el 57% del PIB y crean el 67% del empleo privado, ocupando a 6,58 millones de personas. Siendo su presencia mayoritaria en el sector primario y secundario.

Según este mismo informe, su relevancia traspasa fronteras siendo el tipo de organización con más volumen de facturación y creación de empleo a nivel global. Concretamente, se estima que en la Unión Europea, las empresas familiares suponen el 60% del total de las empresas y representan el 25% de las 100 primeras empresas europeas en cifra de negocios, generando más de 60 millones de los empleos del sector privado. Así mismo, se estima que en Estados Unidos las empresas familiares ocupan el 80% del tejido empresarial y generan el 50% del empleo privado.

El informe realizado por Mandl (2008), sobre cuestiones relevantes de la empresa familiar en Europa, señala que, aunque también existen grandes empresas en Europa que son familiares, el sector de la empresa familiar está dominado en general por las pymes y, en particular por las microempresas. Además, este mismo informe indica que, aunque las empresas familiares están activas en todos los sectores de la economía, en muchos de los países europeos analizados, la presencia de las empresas familiares es más frecuente en los sectores tradicional y laboral intensivos (manufactura, construcción, comercio minorista, turismo…) si bien es cierto que, se está produciendo un cambio hacia industrias más modernas.

En este trabajo se pretende realizar una profunda revisión literaria en torno a distintos aspectos que autores previos han analizado de la empresa familiar. Por ejemplo, en el siguiente apartado se repasarán las principales características que la literatura ha identificado como propias de la empresa familiar. A continuación, se analizarán también los marcos teóricos que los distintos autores han utilizado en la investigación empírica en este ámbito. También se abordará en este trabajo la cuestión relativa a la conceptualización de la empresa familiar, y es que la definición de la misma constituye un elemento fundamental en cualquier análisis empírico. A continuación, también se analizará brevemente cual es el estado del arte en este momento. Finalmente, el estudio concluirá con algunas reflexiones sobre la empresa familiar.

2. Características de las empresas familiares

Se puede decir que, en términos generales, la empresa familiar presenta las mismas características que cualquier otra compañía, siendo la diferencia esencial su estrecha relación con un grupo familiar, que posee influencia directa tanto en sus órganos de gobierno como en su gestión. Esta interrelación familia-empresa supone que este tipo de empresas posean unos valores y características diferenciadoras respecto a las empresas no familiares. Su vocación de permanencia a largo plazo y la estabilidad, constituyen algunos de sus rasgos esenciales. Siendo uno de sus principales objetivos estratégicos, la transmisión de la empresa a futuras generaciones, garantizando su supervivencia, realizando cambios generacionales en la propiedad y administración, por encima de la obtención de beneficios económicos a corto plazo. En consonancia con esto, las empresas familiares son en promedio más longevas que las no familiares (Mandl, 2008; Zellweger, 2012; Westhead y Cowling, 1998).

[1] No se incluyen autónomos, ni otras formas jurídicas distintas a S.A. o S.L.

 © 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

En este sentido, han sido numerosos los estudios empíricos que han tratado de identificar cuáles son los rasgos que caracterizan a la empresa familiar frente a la empresa no familiar (Suess (2014) presenta una extensa revisión de la literatura existente en el ámbito de la empresa familiar). Con esta finalidad, han sido distintos los elementos analizados de la realidad económico-financiera de estas empresas.

Entre las principales características identificadas en los diferentes estudios, una de las que genera un mayor consenso en la literatura es la referente a la mayor aversión al riesgo que muestran las empresas familiares (Hiebl, 2013), dado que la elevada concentración de la propiedad provoca que la empresa sea considerada como una prolongación del patrimonio familiar, de forma que el riesgo de ésta se identifica como un riesgo propio por la familia. Esta aversión, se pone de manifiesto, por ejemplo, a través de unos menores niveles de endeudamiento, tanto a largo, como a corto plazo (Agrawal y Nagarajan, 1990; McConaughy et al., 2001). En esta misma dirección, algunos trabajos han observado como las empresas familiares prefieren financiarse a través de dinero de la propia familia (Hamilton y Fox, 1998; Romano et al., 2000) o a través de beneficios no distribuidos (Hamilton y Fox, 1998; Barton y Matthews, 1989) en vez de utilizar endeudamiento bancario o la entrada de nuevos accionistas. Un comportamiento que, como se apunta en Romano et al. (2000) o en González et al. (2013), se justifica por el miedo a perder el control de la empresa ante la posibilidad de no poder hacer frente a las deudas o por la entrada de nuevos accionistas.

Por otro lado, esta aversión al riesgo también se ha puesto de manifiesto en otros ámbitos de la empresa, así al analizar las decisiones de inversión en proyectos de I+D+i se observa como las empresas familiares tienden a invertir en proyectos de menor riesgo (Muñoz-Bullon y Sanchez-Bueno, 2011; Croci et al., 2011; Anderson et al., 2012).

Otra de las características identificadas en numerosos estudios es la referente a que las empresas familiares suelen ofrecer una mayor estabilidad en el empleo a sus trabajadores, aunque sea a costa de menores beneficios económicos, soportando menores niveles de productividad. Estudios previos, ponen de manifiesto que, generalmente, las prácticas de recursos humanos aplicadas en las empresas familiares toman distintas orientaciones en función de la complejidad de relación entre miembros familiares, no familiares y empresa (Astrachan y Kolenko, 1994; Reid y Adams, 2001). Según Schulze et al. (2001), esto es debido a que las relaciones propiedad/dirección/familia/empresa generan un escenario peculiar y único en el que se crean vínculos comunes y expectativas mutuas sustentadas en aspectos psicológicos distintos a los contractuales, en base a emociones, sentimientos y valores (Carrasco et al., 2012). Con lo que las recompensas que reciben los trabajadores suelen poner más énfasis en la antigüedad como criterio para guiar las promociones y establecer los niveles retributivos (Carrasco-Hernández y Sánchez-Marín, 2007), suelen dar más peso en las recompensas no monetarias (Cruz et al., 2010). Por lo que podemos deducir que la empresa familiar ofrece a sus trabajadores otros incentivos de carácter no pecuniario como pueden ser confianza, equidad, lealtad, o incluso una mayor estabilidad laboral en momentos de crisis.

Según datos del estudio publicado por el Instituto de Empresa Familiar “La Empresa Familiar en España (2015)” y el informe “Factores de Competitividad y Análisis Financiero de la Empresa Familiar (2018)” las empresas familiares aportan aproximadamente a la economía el doble de puestos de trabajo que las empresas no

© 2021 Càtedra d’Empresa Familiar de la UdL

familiares del conjunto de S.A. y S.L. y generan más empleo por cada millón de euros facturados. Aunque según ese mismo informe, las empresas familiares obtienen una menor productividad (ventas por empleados) y una menor rentabilidad económica, excepto en el caso de las grandes empresas, dónde la rentabilidad económica de la empresa familiar es superior a la de las empresas no familiares.

La dimensión humana es otra de las características diferenciales de las empresas familiares, que se refleja en su compromiso con la propia empresa y con su entorno. La empresa está vinculada a un apellido, lo que supone un plus de responsabilidad, credibilidad y confianza. A ello se une un profundo sentimiento de pertenencia y arraigo a su lugar de origen, que se traduce en unos estándares de responsabilidad social corporativa más elevados (IEF). El trabajo de Marquès et al. (2014) aborda los patrones de compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) dentro de las empresas familiares en términos de valores, concluyendo que una mayor participación familiar en la empresa familiar se asocia a una mayor participación en la RSE. Así mismo, los resultados del estudio revelan que, en referencia al alcance de la RSE en las empresas familiares los campos más activos en nivel de importancia son en primer lugar, la RSE relacionada con el lugar de trabajo (empleados), seguida de la RSE comunitaria (sociedad) y la RSE medioambiental. Por tanto, el estudio pone de manifiesto que en términos de RSE, las empresas familiares dan mayor importancia a las acciones relacionadas directamente con las personas. Dando menor importancia a la RSE relacionada con el mercado, probablemente porque las acciones voluntarias que benefician a los clientes, son consideradas más como acciones de marketing y no como de RSE (Marquès et al., 2014). En esa misma línea, el trabajo de Dou et al. (2014) referente a empresas privadas chinas, encuentra que las dos dimensiones de participación familiar (propiedad familiar y la duración del control familiar), tienen un impacto positivo significativo en las donaciones caritativas de las empresas. No obstante, cuando existe una falta de voluntad de la próxima generación para hacerse cargo del negocio, debilita el efecto positivo de la propiedad familiar en las donaciones caritativas de las empresas.

Actualmente, entre los principales retos a los que se enfrentan las empresas familiares en España, según el informe publicado por el IEF "Factores de Competitividad y Análisis Financiero de la Empresa Familiar (2018)" se encuentran el de adoptar una mayor dimensión que mejore su competitividad, apostar por la captación, formación y retención del talento y planificar de forma adecuada los procesos de sucesión generacional.

Según el estudio publicado por el Instituto de Empresa Familiar "La dimensión empresarial como factor de competitividad (2017)" una de las variables macroeconómicas que caracteriza a nuestro tejido empresarial es la pequeña dimensión de las empresas familiares españolas, con respecto a la Unión Europea y a las de otros países económicamente desarrollados. Este aspecto tiene un impacto directo en la competitividad de este tipo de empresas, ya que supone una peor situación para influir en aquellos elementos que determinan su productividad, tales como el acceso a los mercados financieros, la captación del talento o mayores recursos para invertir en innovación, investigación y desarrollo. Además, el estudio del IEF (2017) pone de manifiesto que, una mayor dimensión empresarial supone una mayor propensión exportadora, ya que cuanto mayor es la empresa, mayor es su capacidad para acometer proyectos en el exterior. Y de igual manera sucede con la propensión a invertir en

 © 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

innovación, que crece a medida que lo hace la empresa. En este sentido, España en general y las empresas familiares en particular se encuentran todavía muy lejos de sus socios europeos, principalmente debido a que las empresas españolas son de reducida dimensión, lo cual limita su capacidad de competir. El trabajo de Galve y Salas (2011) sobre empresas familiares cotizadas en España, pone de manifiesto que la fuerte preferencia por el control que se atribuye a este tipo de empresas, supone una restricción al crecimiento y a la dimensión empresarial y con ello, un impedimento para tomar decisiones que maximizan el beneficio, que no afecta a las empresas no familiares.

Otro de los desafíos que debe afrontar la empresa familiar, hace referencia a establecer de forma adecuada los procesos de sucesión generacional. En las empresas familiares el objetivo estratégico de garantizar la continuidad de la empresa supera en importancia al de los beneficios económicos, de las empresas no familiares (IEF, 2018; Mandl, 2008; Prencipe et al., 2014; Arderson y Reeb, 2003; Berrone et al., 2012; Gómez-Mejia et al., 2011). Por ello, las empresas familiares deben planificar de forma adecuada los procesos de sucesión generacional con el fin de garantizar la continuidad de la empresa, diseñando y planificando de forma clara cuáles van a ser las relaciones de los miembros de la familia con la empresa en todas aquellas cuestiones que puedan provocar discrepancias o tensiones entre sus miembros. Es decir, debe elaborarse lo que se conoce como "protocolo familiar" que recoja y defina todos estos elementos. Además, se debe planificar como se van a afrontar las necesidades financieras que pueden derivarse del cambio generacional (indemnizaciones a otros herederos, impuesto de sucesiones y donaciones…) y que pueden poner en riesgo la continuidad de la empresa.

La literatura señala que las familias presentan diferencias en sus criterios de selección de sucesor. La regla del hijo primogénito se mencionó hace algunos años como el patrón más frecuente de elección de sucesor (Llano y Olguin, 1986; D'arquer, 1992) dónde las candidatas femeninas se consideran sucesoras potenciales principalmente cuando todos los descendientes del fundador son mujeres (Iannarelli, 1992) o cuando son las primogénitas (Barnes y Herson, 1976). El trabajo de García-Álvarez et al. (2002) señala que, en la actualidad los fundadores optan principalmente por crear un equipo de hermanos y hermanas que comparten la propiedad y gestión, rompiendo la regla de la primogenitura. Y que las hijas se tienen en cuenta como sucesoras principalmente cuando todos los descendientes de los fundadores son mujeres o cuando son las primogénitas. Cuando las hijas de los fundadores son miembros de un equipo que también incluye hermanos, suelen incorporarse a la firma en puestos claramente delimitados. Según Cole (1997) las mujeres ocupan puestos de trabajo en la empresa familiar de menor importancia y responsabilidad. No obstante, los resultados de García-Álvarez et al. (2002) contradicen a Cole. Señalando que las diferencias de género en la educación académica, está cambiando esta tendencia, ya que las sucesoras suelen tener niveles de educación más altos que los sucesores masculinos y se unen a la empresa para hacerse cargo de áreas que anteriormente no estaban ocupadas por otros miembros de la familia, asumiendo responsabilidades que son estratégicamente clave para el futuro como, por ejemplo, diseño, marketing e información y tecnología.

En referencia al gobierno corporativo en la empresa familiar, el informe publicado por el Instituto de Empresa Familiar "Factores de competitividad y análisis financiero de la empresa familiar (2018)" revela que, en el 90% de los casos el CEO de la empresa pertenece a la familia propietaria, siendo éste el principal criterio para la elección del sucesor en la empresa familiar, seguido de que el CEO tenga experiencia profesional en

la empresa y que tenga estudios universitarios. Este mismo informe indica que la participación femenina en los órganos de gobierno de las empresas familiares todavía es escasa (tan sólo un 21% de los CEOs son mujeres, frente al 79% de hombres) haciéndolo principalmente en aquellos órganos de ámbito más familiar, como son la Asamblea Familiar (41%) o los Consejos de Familia (39%). Además, el estudio muestra que la mayoría de las empresas familiares españolas se encuentran entre la primera (54%) y la segunda generación (37%) de propietarios, dando lugar a la convivencia de varias generaciones en la empresa.

Por su naturaleza, las empresas familiares deben velar por su continuidad traspasando el patrimonio a las futuras generaciones. Un elemento importante para las familias empresarias es la formación de los futuros directivos de la empresa que asumirán la gestión del patrimonio empresarial. El sucesor miembro de la familia debe ser competente para gestionar y administrar la empresa, de lo contrario no quedará otra opción que incorporar directivos (CEOs) no familiares. El proceso de globalización y la creciente transformación digital de la economía actual, requiere de un capital humano formado y capaz de adaptarse a los cambios, y en este sentido las empresas deben ser capaces de atraer y retener el talento, para mejorar su competitividad (IEF, 2018).

Así, por todo lo expuesto y como constatan numerosos estudios previos, las empresas familiares suelen ser empresas con unas características particulares en cuanto a tamaño (Galve y Salas 2011; Duréndez y García, 2005; Cromie et al., 1995; Anderson y Reeb, 2003), financiación y gestión (Hielb, 2013; Agrawal y Nagarajan, 1990; McConaughy et al., 2001; Romano et al., 2000; Anderson y Reeb, 2003) influidas por una cultura familiar que se ve reflejada en sus órganos de gobierno y gestión (Habbershon y Williams, 1999; D'Allura, 2019; Basco, 2013).

3. Marco teórico

Una de las cuestiones importantes que debe afrontar la investigación a la hora de abordar cuestiones relacionadas con la empresa familiar, es teórica. Como ya se ha comentado, las empresas familiares poseen unas características diferentes a las empresas no familiares, lo que implica que elegir el marco teórico correcto es una tarea bastante compleja (Prencipe et al., 2014). Estas características se derivan de la fuerte interacción entre la vida familiar y empresarial, no presente en empresas no familiares (Habbershon y Williams, 1999). En las empresas familiares los factores económicos no desempeñan un papel tan destacado como el vínculo emocional de la familia con el negocio (Gómez-Mejía et al., 2011). Las cuestiones familiares y las emociones de los miembros de la familia, como el amor, la lealtad, el sentimiento de pertenencia, los celos…pueden impregnar los asuntos comerciales ya que la empresa está vinculada a un apellido que afecta directamente a su imagen y reputación (Chisman et al., 2007; Miller y Le Breton-Miller, 2006; Miller et al., 2008) y por tanto pueden influir de manera directa en las decisiones estratégicas de la empresa.

Como ya se ha comentado, un factor no económico que afecta directamente a la gestión de las empresas familiares es el deseo de la familia de preservar el negocio a largo plazo, con el objetivo final de transmitirlo a las próximas generaciones (Anderson y Reeb, 2003; Anderson et al., 2012; Berrone et al., 2012; Gómez-Mejia et al., 2011; Miller et al., 2008). Por tanto, en las empresas familiares es más probable que los propietarios se centren más en la supervivencia de la empresa que en la mera

 © 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

maximización de beneficios, con consecuencias directas en términos de estrategias y proceso de toma de decisiones (Prencipe et al., 2014).

Otra característica destacable de las empresas familiares se relaciona con la vinculación entre propietarios y administradores (Anderson y Reeb, 2003), ya que los gerentes de la empresa son a menudo miembros de la familia o mantienen estrechas relaciones personales con la familia. Una consecuencia relevante para los gerentes de empresas familiares es que las motivaciones típicas relacionadas con el mercado de trabajo ejecutivo son menos importantes (Prencipe et al., 2014). Los gerentes tienen como objetivo mantener su puesto de trabajo a largo plazo y en muchos casos lo que cuenta para el éxito es su lealtad y capacidad de preservar la confianza de la familia, en lugar de generar recursos financieros (Miller y Le Breton-Miller, 2006). Además, los miembros de la familia en muchos casos, están involucrados en la gestión de la misma y, por tanto, tienen un conocimiento superior de los negocios que les permite tener capacidad para interactuar estrechamente con los gerentes, incluso cuando éstos no pertenecen a la familia (Anderson y Reeb, 2003). A menudo en las empresas familiares predomina la gestión desde dentro de la familia y en ese contexto, el paternalismo y el nepotismo pueden aparecer en este tipo de empresas, así como la existencia de una toma de decisiones emocional e informal (Mandl, 2008).

Los diferentes marcos teóricos empleados en la literatura dan mayor protagonismo a una u a otras de las características mencionadas y por tanto la elección "correcta" del marco teórico a la hora de realizar un estudio de estas características no es una cuestión menor. La mayoría de los trabajos previos sobre investigación contable de empresa familiar, en áreas de gestión y empresa ponen de manifiesto que principalmente, se emplean cuatro marcos teóricos (Prencipe et al., 2014). Estos son: la teoría de la agencia, la teoría de la administración o "mayordomía", la teoría de los recursos y capacidades de la firma (RBV) y el paradigma de la riqueza socioemocional (SEW). A continuación, exponemos cada una de ellas y su conexión con las características y funcionamiento de las empresas familiares.

3.1. Teoría de la agencia

La definición tradicional de la teoría de la agencia (Jensen y Meckling, 1976) se desarrolla en base a la estructura de gobierno en empresas que se caracterizan por tener una estructura de propiedad dispersa. Se trata de empresas dónde en general, la propiedad y la gestión están a cargo de diferentes agentes y cuyos intereses pueden no coincidir (Jensen y Meckling, 1976). La relación entre los diferentes agentes se conoce como "una relación de agencia", es decir, una relación que implica la delegación de decisiones por parte de los propietarios (principal) en manos de los gerentes, administradores o directores (agente). Si ambas partes buscan maximizar su propio beneficio, se deduce que esta situación puede dejar cierto margen al gerente para tomar decisiones que no están verdaderamente alineadas con los intereses de los propietarios. Ese contexto y de acuerdo con Jensen y Meckling (1976), puede suponer la aparición de los conocidos costes de agencia entre el agente y el principal: existencia de motivaciones diferentes entre agente y principal, asimetría de información, ya que el agente dispone de información específica y detallada sobre su trabajo, que el principal desconoce; y predisposición a asumir diferentes niveles de riesgo.

La teoría de la agencia, por tanto, determina que los agentes no actuaran en el mejor interés del principal, a menos que su comportamiento sea estrechamente controlado o se

© 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

ofrezcan incentivos suficientes para controlarlo (Jensen y Meckling, 1976). Así pues, los problemas de agencia y sus costes son menores en empresas con estructuras de propiedad concentrada, como son las empresas familiares, ya que el control de la familia propietaria sobre el agente será mayor. Trabajos como los de Jensen y Murphy (1990) y Devers et al. (2007) contemplan la posibilidad de que las empresas establezcan medidas encaminadas a "mitigar" los conflictos de agencia mediante sistemas y estructuras de retribución adecuados, que aproximen los intereses de ambas partes y procuren alinear los intereses de la empresa con los del agente.

Por ello, la separación entre propiedad y control se ha considerado durante mucho tiempo como la principal relación de agencia en la empresa (Fama y Jensen, 1983b), denominándose en la literatura a este tipo de conflicto, como el problema de agencia "Tipo I" (Villalonga y Amit, 2006). No obstante, se argumenta que cuando los gerentes también son propietarios de la empresa, como ocurre en numerosas empresas familiares, los problemas de agencia de Tipo I se minimizan, y que la propiedad personal contribuye a alinear los intereses de los gerentes con los de los propietarios no gerentes (Fama y Jensen, 1983a, 1983b; Jensen y Meckling, 1976; Schulze et al., 2002).

Muchas empresas familiares se caracterizan por la presencia de miembros ejecutivos familiares que además son propietarios y, por tanto, se argumenta que este tipo de empresas en general, están expuestas a menores costes de agencia Tipo I y requieren comparativamente menos inversión en mecanismos de seguimiento y control (Prencipe et al, 2014; Chrisman et al., 2004; Daily y Dollinguer, 1992; Gómez-Mejia et al., 2011; Jensen y Meckling, 1976). Este fenómeno se conoce como el "efecto de alineación" (por ejemplo, Ali et al., 2007; Wang, 2006). Sin embargo, las características propias de las empresas familiares pueden dar lugar a un problema de agencia diferente, es decir, el conflicto entre propietarios familiares y otros propietarios (principalmente minoritarios o familiares no gerentes). Los ejecutivos familiares pueden potencialmente usar sus puestos y mayor información para obtener ventajas sobre los propietarios menos influyentes e informados (Prencipe et al., 2014). A este tipo de problema de agencia se le denomina problema de Agencia "Tipo II" (Villalonga y Amit, 2006) o también problema de agencia "principal-principal" (Morck et al., 2005). Dónde la idea básica de este tipo de problema es que los miembros dominantes de la familia, son al mismo tiempo propietarios y en este sentido, podrían aprovechar su posición para servir a sus intereses personales en detrimento de otros propietarios (Schulze et al., 2002; Schulze et al., 2001).

El problema de agencia tipo II da lugar al llamado efecto atrincheramiento (por ejemplo, Ali et al., 2007; Wang, 2006). Es decir, aparecen otro tipo de costes como el altruismo y la tendencia al blindaje de los directivos, que son los principales aspectos en que se distinguen las empresas familiares de las no familiares, en términos de costes de agencia (Chrisman et al., 2003). Núñez-Cacho et al. (2012) señala que por lo que respecta al altruismo, diversos estudios de empresa familiar asumen que la tendencia hacia el altruismo puede manifestarse como un problema de autocontrol (Schulze et al., 2001; 2003), creando diversos costes de agencia. En definitiva, se puede plantear que la relación familiar presente unas características de benevolencia que no se dan en la no familiar, siendo éste, el factor diferenciador de las empresas familiares. Por otra parte, Gómez-Mejía et al. (2001) exponen que en la empresa familiar existen mayores costes de agencia que en el resto, por el solapamiento de objetivos de los familiares directivos y del resto de la familia. Según Núñez-Cacho et al. (2012) existen unos costes, que no

 © 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

se contemplan en las empresas no familiares, como son la falta de oportunidades para el desarrollo de una carrera profesional por parte de directivos no familiares, la falta de planificación y la ausencia de estrategia.

Al final, se observa que una empresa familiar típica se caracteriza por un problema de agencia propietario-gerente menos relevante que el que se da en las empresas no familiares y un problema propietario-propietario potencialmente más relevante, dada la posición preponderante de los ejecutivos familiares frente a los propietarios minoritarios no influyentes (Prencipe et al. 2014).

3.2. Teoría de la administración o "mayordomía"

La teoría de la mayordomía (stewardship en inglés) fue definida por Davis et al. (1997) como un modelo de gobierno por el que el agente está motivado por el interés organizativo, antes que por el suyo propio. De modo que, el objetivo de éste, sería maximizar la riqueza de los propietarios en lugar de buscar su propio beneficio. De este modo, la teoría de la administración proporciona un marco teórico alternativo para el análisis de las empresas familiares (Miller y Le Breton-Miller, 2006; Miller et al., 2008). Esta teoría sustituye la asunción de comportamientos oportunistas por parte de los agentes, y sugiere que los agentes (denominados "mayordomos") están motivados por objetivos distintos a los exclusivamente de interés económico-privado y, a menudo, actúan en beneficio de toda la organización (Davis et al., 1997; Donaldson, 1990; Donaldson y Davis, 1991). En otras palabras, los mayordomos están motivados por necesidades de nivel superior, como la devoción responsable, la lealtad, la generosidad, sintiéndose parte de la organización y actuando por el bien colectivo de los grupos de interés.

El trabajo de Prencipe et al. (2014), señala que la teoría de la administración se aplica particularmente bien a las empresas familiares. Ya que la mayordomía surge entre partes en las que las relaciones son estables, donde existe una interdependencia significativa e interacción y dónde las personas comparten una red social similar (Bourdieu, 1986; Nahapiet y Ghoshal, 1998; Putnam, 2000). La empresa se considera un legado de la familia, algo de lo que estar orgulloso y que debe ser preservado para las futuras generaciones. Por tanto, los administradores familiares están fuertemente motivados para trabajar para la supervivencia a largo plazo de la firma (Miller y Le Breton-Miller, 2005; Miller et al., 2008).

Miller et al. (2008) identifican tres dimensiones de la teoría de la administración en el contexto de las empresas familiares: "continuidad", "comunidad" y "conexión". La continuidad, hace referencia a la aspiración de la familia de asegurar la longevidad de la empresa, en beneficio de los miembros de la familia. Comunidad, se refiere a la creación de una cultura corporativa colectiva, que consiga unos miembros competentes y motivados, mientras que conexión se refiere a las sólidas relaciones de la familia con las partes interesadas externas (stakeholders) que podrían ayudar a mantener el negocio en momentos difíciles.

Sin embargo, cuando la mayordomía se establece no hacia todo el negocio, sino hacia la familia misma, la línea divisoria entre las perspectivas de agencia y administración se vuelve menos clara (Prencipe et al., 2014; Bertrand y Schoar, 2006; Bloom y Van Reenen, 2007; Schulze et al., 2001). El altruismo hacia los miembros de la familia que no merecen sus puestos o recompensas, pueden ser perjudiciales para la organización tal

© 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

como establece la perspectiva de la agencia (Karra et al., 2006). No obstante, entre las características particulares de las empresas familiares, ya destacadas anteriormente, la teoría de la administración o mayordomía da protagonismo a factores no económicos que impulsan las decisiones y los comportamientos de la familia, como la identificación y el apego de los miembros de la familia al negocio, el cuidado de su reputación y de las partes interesadas, además de la voluntad de preservar el negocio para futuras generaciones (Prencipe et al., 2014). Por tanto, esta teoría pone énfasis en la alineación de intereses entre propietario y gerente, basada en la lealtad y el altruismo de los miembros de la familia hacia la organización en lugar de tener comportamientos oportunistas que la puedan perjudicar. Algunos trabajos, como los de Le Breton-Miller et al. (2011) sugieren que las dos perspectivas o teorías se pueden aplicar de manera útil en el estudio de las empresas familiares, pero en diferentes circunstancias. Concretamente, ellos argumentan que el buen entendimiento dependerá del grado en que la empresa y sus ejecutivos estén integrados en la familia y por tanto se identifiquen con sus intereses.

3.3. Teoría de los recursos y capacidades de la firma (RBV)

La teoría de los recursos y capacidades de la firma o RBV (Resource Based View) se basa en el supuesto de que los rendimientos obtenidos por las empresas se pueden atribuir en gran medida a sus recursos (Penrose, 1959). El argumento principal es que las empresas pueden mantener su ventaja competitiva cuando son capaces de desarrollar recursos valiosos y diferentes, que no pueden ser fácilmente sustituidos o imitados por sus competidores (Barney, 1991; Teece et al., 1997). Por tanto, la teoría de los recursos y capacidades, se puede utilizar para identificar recursos particulares que distinguen a las empresas familiares de las no familiares (Chua et al., 2003) como, por ejemplo; la reputación de la empresa, las relaciones con el entorno o el capital humano, entre otros. En este sentido, los trabajos de Habberson y Williams (1999) y Habbershon et al. (2003) argumentan que la intersección de la familia y la empresa, si se gestiona de forma adecuada y eficiente, puede conducir a capacidades difíciles de imitar, y pueden favorecer la supervivencia y crecimiento de las empresas familiares, así como ejercer efectos potenciales en el rendimiento o performance de las mismas. A nivel estratégico, tanto los factores económicos como los no económicos se deben tener en cuenta, y en este caso, las particularidades que caracterizan a las empresas familiares y que las distingue de las no familiares, pueden suponer una ventaja competitiva que les ayude a tener éxito. No obstante, según Prencipe et al. (2014), aunque la teoría de los recursos y capacidades, ofrece potencial y puede proporcionar información valiosa a la hora de estudiar a las empresas familiares y la configuración de sus recursos distintivos, la evidencia empírica a este respecto todavía es limitada.

3.4. El paradigma de la riqueza socioemocional (SEW)

Un marco teórico más reciente en la investigación sobre la empresa familiar, es el paradigma de la "riqueza socioemocional" o SEW (Socioemotional Wealth), para referirse a todos aquellos elementos que aportan valor a los propietarios de una empresa y que no están necesariamente relacionados con la creación de valor económico. Este marco teórico se desarrolló como una extensión de la teoría comportamental de agencia (Cenmano et al., 2012; Gómez-Mejia et al., 2011; Gómez-Mejía et al., 2007) la cual sostiene que, las empresas familiares están más motivadas y comprometidas con la preservación de su SEW, como por ejemplo; la perpetuación del nombre de la familia (empresa), los valores familiares, el sentimiento de pertenencia, el afecto e intimidad, la

 © 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

identificación de la familia con la firma, el deseo de ejercer autoridad y el control de la empresa por parte de la familia y el empleo de sus miembros, garantizar la continuidad de los valores familiares a través de la firma, la preservación del capital social de la empresa que se identifica con el nombre de la familia o la capacidad de actuar de manera altruista hacia los miembros de la familia (Berrone et al., 2010; Gómez-Mejía et al., 2007; Gómez-Mejía et al., 2010).

Berrone et al. (2012) desglosan la SEW en cinco dimensiones: control e influencia familiar, identificación de los miembros de la familia con la empresa, sucesión dinástica, apego emocional con la empresa y vínculos sociales. Así, de acuerdo con la teoría de la agencia conductual, el modelo SEW se basa en el supuesto de que las decisiones de los gerentes de las empresas familiares están motivadas por el deseo de preservar la dotación de la empresa, que para el caso de las empresas familiares está representada por la dotación socioemocional (Gómez-Mejía et al., 2000; Wiseman y Gómez-Mejía, 1998). Por tanto, este enfoque plantea que los factores que impulsan las decisiones de gestión y comportamientos de los directores/gerentes familiares no son necesariamente económicos, sino más bien, la preservación socioemocional de la empresa, incluso cuando éstos contrastan con los objetivos puramente económicos y/o metas financieras, de manera que éstas estarían dispuestas a tomar decisiones más arriesgadas, desde el punto de vista económico, si con ello pueden evitar pérdidas en la riqueza socioemocional.

La estrategia de futuro de las empresas familiares está influida por cuestiones relacionadas con la continuidad del negocio, el prestigio, la reputación o las relaciones establecidas (Cruz et al. 2014). Además, en las empresas familiares la confluencia de empresa y familia permite que sus miembros actúen de forma simultánea en ambas dimensiones. Esto supone según Chirico y Nordqvist (2010): adquisición y transmisión de conocimientos, aprendizaje colectivo, integración de conocimientos y transmisión de experiencia entre generaciones, lo cual permite desarrollar un conocimiento singular propio, importantísimo para la continuidad de la empresa y que la familia considera necesario proteger.

Por tanto, y por todo lo expuesto, la empresa familiar se describe como una estructura donde se solapan dos ámbitos importantes: el familiar y el empresarial, ambos con objetivos y necesidades no siempre compatibles, y dónde la riqueza generada, puede medirse desde dos puntos de vista: el económico-financiero (a través de variables como la rentabilidad económica, la productividad, la cuota de mercado, entre otros) y desde el punto de vista socio-emocional (Martínez-Romero y Rojo, 2015). En este sentido, algunos autores como Berrone et al. (2012) consideran que la SEW es un concepto aplicable en exclusiva a las empresas familiares y donde se centra el comportamiento distintivo de este tipo de empresas.

4. Conceptualización de Empresa Familiar

Otra de las principales dificultades empíricas a la que se enfrenta la investigación sobre empresa familiar, hace referencia a su conceptualización. Existe una falta de acuerdo en la definición operativa de qué es una empresa familiar. Aunque hay consenso acerca de ciertos “criterios generales” que permiten identificar a las empresas familiares, como, por ejemplo; el control de la propiedad, la implicación de la familia en la gestión y el deseo de transmitir la empresa a futuras generaciones. No obstante, este consenso no es suficiente para establecer los criterios que rigen la definición general de empresa

© 2021 Càtedra d’Empresa Familiar de la UdL

familiar. Este hecho, supone un escollo importante a la hora de identificar este tipo de empresas y de hacer comparables los diferentes estudios existentes en este campo.

El debate en torno a una definición adecuada de empresa familiar ha continuado durante mucho tiempo, desde el artículo publicado en el primer número de Family Business Review (Lansberg, 1988), muchas han sido las definiciones propuestas por estudios previos. Un estudio realizado por Mandl (2008) en nombre de la European Commission, analizó la definición de "empresa familiar" en 33 países europeos (EU-27, Islandia, Noruega, Liechtenstein, Turquía, Croacia y Macedonia), identificando más de 90 definiciones diferentes. La mayoría de ellas incluyen combinaciones de elementos como: la influencia familiar en la propiedad, el papel de la familia en la gestión y/o control estratégico, la participación activa de los miembros de la familia en las actividades diarias de la empresa (ya sea de manera formal o informal) o la intención de asegurar la transmisión generacional de la empresa. Cada uno de estos elementos a su vez, ha sido operativo de varias formas diferentes, por ejemplo, el estudio de Prencipe et al. (2014) expone que la propiedad familiar se ha hecho operativa de formas alternativas, como por ejemplo, que la familia posea la mayoría de votos, que la familia posea al menos un 10-25% (para empresas cotizadas), o que la familia sea el mayor propietario. Por tanto, esta variedad de definiciones y de medidas, señalan la dificultad para llegar a una definición operativa común.

El trabajo de Cano-Rubio et al. (2017) expone que algunos autores establecen como componentes clave para definir una empresa como familiar, la interacción de los sistemas familiar y empresarial (Chua et al., 1999), a lo que algunos investigadores agregan propiedad (Lansberg et al., 1988; Donckels y Lambrecht, 1999). Sin embargo, ninguna de las definiciones de empresa familiar existente en la literatura ha sido ampliamente aceptada (Sharma, 2004) y autores como Brockhaus (1994) y Littunen y Hyrsky (2000) afirman que no existe una definición ampliamente aceptada de empresa familiar. Este argumento es apoyado por Astrachan et al. (2002) y Chua et al. (1999), y sorprende, teniendo en cuenta que el estudio de la empresa familiar como disciplina académica independiente data de la década de los noventa (Bird et al., 2002). Esta falta de unanimidad sobre la definición, hace que sea difícil comparar estudios (Ramadani y Hoy, 2015) y determinar los límites del campo de investigación (Hoy y Verser, 1994). El trabajo de Ramadani y Hoy (2015) identifica los criterios más utilizados para definir empresas familiares; entre los que destaca el criterio de la propiedad, seguido de la participación en la administración de la empresa y de tener un cargo como director o CEO, además se tienen en cuenta otros criterios como la autoidentificación o autopercepción del empresario como empresa familiar, la existencia de varias generaciones en el negocio o la intención de que se produzca una sucesión intrafamiliar (Tabla 1).

En referencia a la Tabla 1, Ramadani y Hoy (2015) señalan que varios autores combinan algunos de los criterios citados para definir empresa familiar, lo que hace que los porcentajes sumen más del 100%. El trabajo de Cano-Rubio et al. (2017) analiza diversos estudios de investigación (1999-2016) relacionados con la estrategia internacional de las empresas familiares, sobre la base de que en cada uno de ellos se han empleado diferentes definiciones de empresa familiar. El estudio llega a la conclusión de que, dependiendo de la definición utilizada, los resultados varían considerablemente, incluso hasta el punto de volverse contradictorios. Las diferencias en los resultados obtenidos son notorias cuando se utiliza una definición menos

 © 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

restrictiva (es decir, autopercepción) y una más restrictiva (por ejemplo: propiedad, gestión, implicación y continuidad). Los comportamientos estratégicos y el desempeño pueden diferir, no solo entre empresas familiares y no familiares, sino también entre empresas familiares con diferentes atributos (Melin y Nordqvist, 2007).

Tabla 1. Criterios utilizados para la definición de empresa familiar

Criterio de definición	Nº de ocurrencias	Frecuencia (%)
Propiedad	98	79
Administración	66	53
Cargo de director	35	28
Autopercepción	19	15
Varias generaciones	11	9
Intención sucesión intrafamiliar	9	7
Total	238	100

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

Además, en los últimos años el enfoque del problema de la definición ha pasado de ser dicotómico (empresa familiar/no familiar), a definiciones más articuladas que permitan distinguir entre varios tipos de empresas familiares (Deephouse y Jaskiewicz, 2013). Aunque un enfoque dicotómico todavía es común en estudios empíricos, numerosos académicos reconocen que las empresas familiares son bastante heterogéneas en varios aspectos (Chrisman et al., 2012; Chua et al., 1999) y han empezado a buscar un enfoque más adecuado para la medición empírica de este tipo de empresas.

Varios autores han tratado de identificar diferentes niveles de participación familiar en la empresa que puedan resultar útiles para la definición de empresa familiar. Shanker y Astrachan (1996) y Shanker y Astrachan (2003) sugirieron un rango, partiendo de una definición amplia dónde hay limitaciones de participación familiar (la familia controla la dirección estratégica del negocio y participa de alguna manera en el negocio), una definición media caracterizada por algún nivel de participación familiar (el fundador/descendiente dirige la empresa y se pretende que la empresa permanezca en la familia), hasta una definición limitada donde la participación familiar es de alto nivel (múltiples generaciones están involucradas en la empresa y más de un miembro tiene responsabilidades de dirección).

El trabajo de Prencipe et al. (2014) señala que la mayoría de definiciones, enfatizan sobre los diversos niveles de participación de la familia en la empresa. Esto se conoce como el "enfoque de participación" que se centra en el poder de la familia para dirigir metas, estrategias y acciones (Deephouse y Jaskiewicz, 2013; Gómez-Mejia et al., 2011), aunque este enfoque no captura la diferencia de objetivos entre empresas familiares. Como consecuencia surgió un segundo enfoque: el "enfoque de la esencia" (Chrisman et al., 2012; Chua et al., 1999; Deephouse y Jaskiewicz, 2013). Este enfoque se centra en la "esencia" de las empresas familiares derivado del papel de la familia en la configuración de la identidad de la compañía. El enfoque de la esencia reconoce que, las empresas familiares, aun teniendo un nivel similar de participación, pueden tener diferentes niveles de identificación en lo que hace referencia a los miembros de la familia con la empresa, y por lo tanto diferir en términos de visión, cultura, valores, metas y comportamientos. El enfoque de la esencia considera la participación familiar como condición necesaria, pero no suficiente para distinguir empresas familiares de no familiares, o varios niveles de la dimensión familiar entre empresas familiares.

© 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

Astrachan et al. (2002) sugieren medir el grado de influencia familiar empleando una escala bidimensional que incorpore tanto el enfoque de participación como el de esencia. Ellos proponen la "escala de cultura de experiencia de poder familiar" que permite medir el grado de influencia familiar en una escala continúa combinando tres dimensiones principales: poder, experiencia y cultura. Se calcula una puntuación para cada dimensión y la medida de la influencia familiar se calcula como una combinación de las diferentes puntuaciones. Dicho esto, los empiristas que utilizan para sus estudios grandes bases de datos deben confiar en medidas más reduccionistas, por ejemplo, propiedad familiar, composición de la junta directiva o miembros de la familia en la alta dirección para medir el grado de influencia familiar, que permitan una buena aproximación a la población de este tipo de empresas.

En la actualidad, todavía son muchos los estudios que utilizan varias definiciones operativas en sus investigaciones empíricas, siendo muy complicado hacer comparaciones entre ellos y suponiendo en muchos casos una limitación. No obstante, quizá la cuestión más relevante no está en que exista una definición estándar común y única, si no que se utilice en cada caso, en cada pregunta de investigación aquella definición que resulte más operativa y conduzca mejor a obtener una buena aproximación de los resultados y sus conclusiones.

5. Estado del arte

Como ya se ha comentado, la investigación sobre empresa familiar debe abordar una serie de cuestiones importantes, como son; la elección del tema clave, el marco teórico apropiado, la adopción de una definición operativa de empresa familiar, el método de investigación (teórico o empírico), así como el tipo de datos a utilizar. A través del "estado del arte" podemos conocer cómo y a qué se han dirigido la mayoría de estudios relacionados con la investigación sobre contabilidad en empresas familiares.

En las tres últimas décadas, los trabajos académicos sobre empresa familiar se han desarrollado de forma muy notable, acentuándose su importancia como campo de investigación, sobretodo en el área de la dirección de empresas (Bernadich y Urbano, 2013). No obstante, todavía se considera que la investigación sobre empresa familiar se encuentra en un estado emergente.

La ausencia de unidad de criterio, se evidencia, en la falta de consenso sobre una definición de empresa familiar (Benavides et al., 2011). La destacada relevancia de la empresa familiar en el conjunto del tejido empresarial, dada su contribución en términos de PIB y creación de empleo ha suscitado un interés creciente por esta disciplina científica (Stewart, 2008). Trabajos como el de Benavides et al. (2011) sintetizan la trayectoria de la investigación en empresa familiar desde el primer artículo publicado por Trow (1961) hasta la actualidad. Este análisis coincide con el de Debicki et al. (2009) que sugiere que el lanzamiento de esta disciplina se produjo a mediados de la década de los 80, cuando la publicación de trabajos relacionados con la empresa familiar tomó un volumen importante. Las temáticas de investigación se han ido multiplicando a medida que la disciplina se ha ido desarrollando, aunque tradicionalmente los temas más tratados han sido la sucesión, el gobierno corporativo y la dirección estratégica (Howorth et al., 2010). Destacando claramente las investigaciones dedicadas al tema de la "sucesión" ya que ésta, constituye uno de los retos más importantes para la mayoría de las empresas familiares, llegándose a considerar la principal amenaza para este tipo de organizaciones (Benavides et al., 2011;

 © 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

Cabrera Suárez y García Falcón, 2000). A mediados de los años 90 empiezan a irrumpir investigaciones relacionadas con el emprendimiento y la innovación (Lumpkin et al., 2011). Otros trabajos como el de Dyer y Sánchez (1998), utilizando como referencia los artículos publicados en la Family Business Review entre el período 1988-1997 señalan que, entre los tópicos más publicados sobre empresa familiar, se encuentran las dinámicas familiares, la sucesión, la dinámica de los negocios, el crecimiento y los resultados. Utilizando la misma revista y siguiendo el proceso de Dyer y Sánchez (1998), con relación al período 1998-2001, Sacristán Navarro (2002) distingue entre los temas más publicados, la sucesión, la dirección de empresas, las relaciones familiares y los trabajos que analizan las formas de estudiar las empresas familiares.

En referencia a los enfoques teóricos desarrollados, el trabajo de Bernadich y Urbano (2013) en una revisión de la literatura durante el período 1980-2011, establece que en este campo, destacan especialmente los trabajos que emplean la teoría de la agencia para analizar los aspectos relacionados con la eficiencia y los resultados de la empresa familiar (Gallo, 1996; Schulze et al., 2003; Pearson et al., 2008) y aquellos que hacen uso de la teoría de recursos y capacidades para analizar las similitudes y diferencias entre los recursos de las empresas familiares y no familiares (Steier, 2003; Zahra et al., 2004).

El trabajo de Benavides et al. (2011) hace una revisión bibliográfica de trabajos publicados sobre empresa familiar en revistas indexadas en el Social Science Citation Index durante el período 1961-2008, señalando que la mayoría de artículos publicados, son artículos de naturaleza empírica (56,6%) mientras que el resto (43,3%) son contribuciones teóricas, siendo frecuentes las entrevistas a los fundadores y sus sucesores y el registro de sus respuestas. Además, estos trabajos se caracterizan por ser estudios que utilizan muestras de reducido tamaño (menos de 100 observaciones) y se basan predominantemente en el estudio de casos descriptivos. No obstante, a medida que la disciplina ha ido avanzando, se observa un número creciente de trabajos que emplean una mayor observación, variedad de métodos y el empleo de técnicas estadísticas más avanzadas, ampliando también el tamaño de la muestra (más de 100 observaciones) (Bird et al., 2002; Zahra y Sharma, 2004). En cuanto a la dimensión temporal de los trabajos, Benavides et al. (2011) señalan que, aunque el número de estudios longitudinales ha aumentado de forma considerable en los últimos años, aún predomina la investigación de corte transversal.

Además de los marcos teóricos citados y más utilizados en la investigación de empresas familiares, la literatura también indica la adopción de otras perspectivas teóricas. Por ejemplo, la teoría del ciclo de vida organizacional, que se ha empleado para estudiar cuestiones de dinámica, transición y cambio generacional dentro de las empresas familiares (por ejemplo, Miller et al., 2003) y ha sido adoptado por investigadores contables para estudiar cómo el ciclo de vida o etapas, cambios y transiciones generacionales están relacionados con la contabilidad y el control de gestión (Giovannoni et al., 2011; Hiebl et al., 2013; Moores y Mula, 2000).

En lo referente a la definición de empresa familiar utilizada por los académicos, el estudio de Prencipe et al. (2014) identifica trabajos que emplean directamente clasificaciones preparadas por instituciones externas (por ejemplo, Ali et al., 2007; Tong, 2008), a clasificaciones basadas en la propiedad familiar y/o la presencia familiar en la junta u órganos de dirección de la empresa (por ejemplo, Achleitner et al., 2014;

© 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

Chen et al., 2014), llegando a definiciones que consideran la percepción de la alta dirección o la intención de transmitir la empresa a la siguiente generación (por ejemplo, Stockmans et al., 2010; Upton et al., 2001). Pero sin duda, las definiciones más utilizadas en estudios de contabilidad son aquellas que se basan principalmente en la proporción de acciones en poder de la familia y/o la presencia familiar en el consejo de administración, ya que este enfoque encaja bien con la teoría de la agencia, que se centra en la separación entre socios propietarios y administradores o propietarios dominantes y minoritarios, utilizada en la mayoría de trabajos empíricos relacionados con la contabilidad (Prencipe et al., 2014). Además, el estudio resalta que la mayoría de los trabajos se basan en la distinción dicotómica entre empresa familiar y no familiar, más que en las diferencias entre empresas familiares como grupo heterogéneo. Desde ese punto de vista, la investigación sobre empresas familiares y sus diferentes niveles de dimensión familiar, todavía se considera una línea emergente. Por ejemplo, el estudio realizado por Déniz-Déniz y Cabrera-Suárez (2005) identifica los enfoques que las empresas familiares españolas mantienen sobre la responsabilidad social, señalando que este tipo de organizaciones no constituye un grupo homogéneo en cuanto a su orientación hacia la responsabilidad social corporativa. En esa misma línea, el trabajo de Marquès et al. (2014) aborda la heterogeneidad de las empresas familiares en su compromiso con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en términos de valores, concluyendo que una mayor participación familiar se asocia a una mayor participación en la RSE.

Por último, y en referencia a los métodos de investigación y tipo de datos empleados, la contribución de los trabajos sobre contabilidad y presentación de informes en empresas familiares son predominantemente empíricos. Con la excepción de pocos trabajos conceptuales (Gómez-Mejia et al., 2014; Salvato y Moores, 2010; Trotman y Trotman, 2010), todos los demás ofrecen análisis empíricos de informes financieros, gestión de problemas de contabilidad y auditoría en empresas familiares.

Además, el problema relacionado con la disponibilidad de datos para los investigadores que pretenden estudiar a las empresas familiares es un hecho. No obstante, esta dificultad se reduce cuando se trata de estudiar empresas familiares cotizadas, ya que los estados financieros y los datos de gobierno corporativo de estas empresas están disponibles públicamente. Por lo que la mayoría de estudios de contabilidad se centran en empresas familiares cotizadas. En cambio, cuando la investigación se refiere al campo de la contabilidad de gestión, se utilizan principalmente datos de encuesta, ya que éstos normalmente necesitan de información que no está disponible públicamente y difícil de conseguir de otro modo. Por otro lado, en los estudios empíricos sobre auditoria en empresas familiares, se mezclan el uso de datos de encuesta y datos de archivo. Por tanto, dos tipos de datos parecen dominar la investigación en contabilidad de empresas familiares: datos de archivo (principalmente de empresas cotizadas) y datos de encuesta. Sin embargo, el estudio concluye que la investigación cualitativa parece significativamente infrautilizada y señala que este enfoque, podría potenciar la comprensión de una forma más profunda de los fenómenos contables dentro de las empresas familiares.

La falta de consenso en la definición operativa de qué es una empresa familiar, hace que sea difícil comparar los estudios existentes (Ramadani y Hoy, 2015) y determinar los límites del campo de investigación (Hoy y Verser, 1994) así como la delimitación clara de este tipo de empresas dentro del tejido empresarial. El trabajo de Basco Rodrigo

 © 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

(2006) pone de manifiesto la existencia de cierto escepticismo dentro del ámbito de la Dirección de Empresas sobre si la empresa familiar requiere de un campo de estudio independiente o debe considerarse como una extensión de la visión de la empresa, desarrollada por las teorías existentes en ámbitos como la dirección estratégica, la teoría de la organización, o el campo del emprendedor entre otras. El citado estudio, indaga sobre los diferentes elementos que, a juicio del investigador, podrían juzgarse como indicadores de la existencia de un campo de estudio independiente de la empresa familiar. Su análisis comprende tanto factores extrínsecos relacionados con aspectos periféricos del campo (problema inspirador de la investigación, difusión del conocimiento, respaldo científico y reconocimiento social y visión multidisciplinar) e intrínsecos que conforman el cuerpo teórico y desarrollo del conocimiento (concepto de empresa familiar, características de los trabajos publicados y estructura e integración del conocimiento) llegando a la conclusión de que, sin duda la investigación en empresa familiar está desarrollando los pasos para ser considerada un campo independiente, y su proceso evolutivo se asemeja con otros campos del saber.

La visión multidisciplinar sobre la que se está construyendo este ámbito, la creación de organismos y asociaciones especializadas, revistas y congresos, permiten a los investigadores intercambiar sus conocimientos y demuestran los avances que se han producido en la disciplina científica. No obstante, aún existe una gran fragmentación del conocimiento debido a una falta de definición de la empresa familiar y al escaso desarrollo de teorías propias que expliquen el fenómeno de la empresa familiar y, por tanto, hagan posible su consolidación.

6. Conclusiones

La relevancia en España de la empresa familiar y en la mayoría de las economías desarrolladas, ha incentivado la creación de cámaras de comercio especializadas, cátedras de universidad y empresas de consultoría especializadas, suscitando un interés creciente en la sociedad dado su importante papel como motor de creación de riqueza y empleo, así como en generación de estabilidad y bienestar (IEF, 2018; Prencipe et al., 2014; Gómez-Mejia et al., 2011). Es por ello que, el estudio tanto a nivel teórico como empírico de este tipo de empresas resulta especialmente interesante, tanto para la comunidad académica como para la sociedad en general. No obstante, aún queda mucho terreno por recorrer antes de que la intensidad de la investigación sobre empresa familiar, alcance un estatus similar a otras disciplinas académicas (Prencipe et al., 2014) así como en la concienciación por parte de la clase política a la hora de crear un entorno público que pueda resultar favorable a empresas familiares, haciendo especial hincapié en los campos de la educación empresarial, la fiscalidad, la transferencia de empresas y el emprendimiento femenino (Mandl, 2008).

A menudo, se confunde el término empresa familiar con PYME, lo que descuida que también existen grandes empresas familiares y, por tanto, deja al margen que las empresas familiares poseen unas características diferenciales independientemente de su tamaño que las hace distintas y que requerirían de un apoyo gubernamental específico, dado su relevante papel como motor económico. Esto ocurre básicamente por dos motivos: primero por la falta de una definición común de empresa familiar y una falta de demarcación clara del sector y, en segundo lugar, porque aún existe poca representación específica para este tipo de empresas ya que las organizaciones/redes de empresa familiar existentes todavía son relativamente jóvenes. Por ello, un mayor apoyo institucional, la potenciación de las organizaciones representativas de este tipo de

© 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

empresas y una mayor difusión de las investigaciones sobre empresa familiar fomentarían su mayor conocimiento.

Referencias

Achleitner, A. K.; Fichtl, N.; Kaserer, C. y Siciliano, G. (2014). Real Earnings Management and Accrual-based Earnings Management in Family Firms. *European Accounting Review*, 23(3), 431-461.

Agrawal, A. y 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. y Radhakrishnan, S. (2007). Corporate disclosures by family firms. *Journal of Accounting and Economics*, 44(1/2), 238-286.

Anderson, R. C. y 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. y Reeb, D.M. (2012). Investment policy in family controlled firms. *Journal of Banking and Finance*, 36(6), 1744-1758.

Astrachan, J.; Klein, S. y 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.; Kolenko, T. (1994). A neglected factor explaining family business success: human resource practices. *Family Business Review*, 7, 251-262.

Barnes, L. y 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. y 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. y 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. y Urbano, D. (2013). Creación y desarrollo de empresas familiares: Una revisión de literatura desde el enfoque institucional. *OmniaScience*, 11-44.

Berrone, P.; Cruz, C. y 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. y 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.

 © 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

Bertrand, M. y 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. y Pistrui, D. (2002). Family business research:The evolution of an academic field. *Family Business Review*, 15(4), 337-350.

Bloom, N. y 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. y 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. y 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. y 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. y 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. y 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. y Cheng, Q. (2014). Conservatism and equity ownership of the founding family. *European Accounting Review*, 23(3), 403-430.

Chirico, F. y 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. y 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. y 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. y 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. y Litz, R. (2003). A unified systems perspective of family firm performance: An extension and integration. *Journal of Business Venturing,* 18(4), 467-472.

© 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

Chua, J. H.; Chrisman, J. J. y Sharms, P. (1999). Defining the family business by behavior. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23(4), 19-39.

Chua, J. H.; Chrisman, J. J. y 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. y Gonenc, H. (2011). Family control and financing decisions. *European Financial Management*, 17(5), 860-897.

Cromie, S.; Stephenson, B. y Montieth, D. (1995). The management of family firms: An empirical investigation. *International Small Business Journal*, 13, 11-34.

Cruz, C.; Gómez-Mejia, L.R. y 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. y 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. y 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. y 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. y 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. y 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. y 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. y 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. y Davis, J. H. (1991). Stewardship theory or agency theory: CEO governance and shareholder returns. *Australian Journal of Management*, 16(1), 49-64.

Donckels, R. y Lambrecht, J. (1999). Are family businesses really different? Whatwe know from western European business research that could be applied to thereemergence of family-based enterprises in east Central Europe. *Family BusinessReview*, 12(2), 171-191.

 © 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

Dou, J.; Zhang, Z. y 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. y García, D. (2005). Diferències econòmico-financeres entre les empreses familiars i les no familiars. *Revista de Comptabilitat i Direcció*, 2, 243-267.

Dyer, W. y 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. y Jensen, M. C. (1983a). Separation of ownership and control. *Journal of Law and Economics*, 26(2), 301-325.

Fama, E. F. y 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. y 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. y Saldaña Gonzalvo, P. (2002). Socialization Patterns of Successors in First- to Second-Generation Family Businesses. *Family Business Review*, 15(3), 189-203.

Giovannoni, E.; Maraghini, M. P. y Riccaboni, A. (2011). Transmitting knowledge across generations: The role of management accounting practices. *Family Business Review*, 24(2), 126-150.

Gómez-Mejia, L. R.; Cruz, C. y 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-Mejia, L. R.; Cruz, C.; Berrone, P. y De Castro, J. (2011). The bind that ties: Socioemotional wealth preservation in family firms. *Academy of Management Annals*, 5(1), 653-707.

Gómez-Mejia, L. R.; Haynes, K. T.; Núñez-Nickel, M.; Jacobson, K. J. L. y 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-Mejia, L. R.; Makri, M. y Kintana, M. L. (2010). Diversification decisions in family-controlled firms. *Journal of Management Studies*, 47(2), 223-252.

Gómez-Mejia, L. R.; Welbourne, T. M. y Wiseman, R. M. (2000). The role of risk sharing and risk taking under gainsharing. Academy of Management Review, 25(3), 492-507.

Gómez-Mejia, L.; Núñez, M. y 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.

© 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

Habbershon, T. G. y 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. y MacMillan, I. C. (2003). A unified systems perspective of family firm performance. *Journal of Business Venturing*, 18(4), 451-465.

Hamilton, R.T. y 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. y 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. y Westhead, P. (2010). Family firm diversity and development: An introduction. *International Small Business Journal,* 28(5), 437-451.

Hoy, F. y Verser, T. G. (1994). Emerging business, emerging field: Entrepreneurshipand 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. y Meckling, W. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.

Jensen, M.C. y Murphy, K.J. (1990). Performance Pay and Top-Management Incentives. *Journal of Political Economy*, 98 (2), 225-264.

Karra, N.; Tracey, P. y 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. y Rogolsky, S. (1988). Family business as an emerging field. *Family Business Review*, 1(1), 1-8.

Le Breton-Miller, I.; Miller, D. y 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. y Hyrsky, K. (2000). The early entrepreneurial stage in Finnish familyand non-family firms. *Family Business Review*, 13(1), 41-54.

Llano, C. y 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.l. y Wright, M. (2011). Strategic entrepreneurship in family business. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 5(4), 285-306.

 © 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

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. y 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. y Rojo-Ramírez, A. A. (2015). La riqueza socioemocional en la empresa familiar. *Revista Balance*, 20, 12-14.

McConaughy, D.L.; Matthews, C.H. y Fialko, A.S. (2001). Founding family controlled firms: performance, risk, and value. *Journal of Small Business Management*, 39(1), 31-49.

Melin, L. y Nordqvist, M. (2007). The reflexive dynamics of institutionalization: Thecase of the family business. *Strategic Orientation*, 5(3), 321-333.

Miller, D. y 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. y 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. y Scholnick, B. (2008). Stewardship vs. stagnation: And empirical comparison of small family and non-family business. *Journal of Management Studies*, 45(1), 50-78.

Miller, D.; Steier, L. y 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. y 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. y Yeung, B. (2005). Corporate governance, economic entrenchment, and growth. *Journal of Economic Literature*, 43(3), 655-720.

Muñoz-Bullón, F. y 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. y 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. y Múñoz 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. y 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. y 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*.

© 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

Ramadani, V. y Hoy, F. (2015). Context and uniqueness of family business. In Dana, L.P. y Ramadani, V. (eds), *Family businesses in transition economies*. Springer, 9-37.

Reid, R.S. y 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. y Smyrnios, 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. y 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. y 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. y 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. y Buchholz, A. K. (2001). Agency relationships in family firms: Theory and evidence. *Organization Science*, 12(2), 99-116.

Schulze, W.S.; Lubatkin, M.H. y 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. y 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. y 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. y 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. y 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.

 © 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL

Trotman, A. J. y 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. y 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. y 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. y Cowling, M. (1998). Family firm research: the need for a methodological rethink. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 23(1), 31-57.

Wiseman, R. M. y Gómez-Mejia, 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. y 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. y Sharma, P. (2004). Family business research: A strategic reflection. *Family Business Review*, 17, 331-346.

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

© 2021 Càtedra d'Empresa Familiar de la UdL