

La riqueza socioemocional: factor clave en la investigación sobre empresa familiar

Felipe Hernández-Perlines



Reial Acadèmia Europea de Doctors
Real Academia Europea de Doctores
Royal European Academy of Doctors

BARCELONA - 1914



FELIPE HERNÁNDEZ PERLINES es Catedrático de Organización de Empresas en la Universidad de Castilla-La Mancha. Posee una amplia formación académica, licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales en la Universidad de Valladolid, especialista en Docencia Universitaria y doctor en Economía y Empresa por la UCLM.

Reconocido internacionalmente, miembro de grupos de investigación en prestigiosas universidades como: Vermont, Carolina del Norte y Muskingum (Estados Unidos), Autónoma de Baja California (México), Andrés Bello (Chile), Bolonia y Verona (Italia) y Valencia y Jaén (España). También ha realizado estancias de investigación y docencia en diversas instituciones académicas en Europa y América.

Ha publicado más de 95 artículos en revistas indexadas y ha participado en más de 173 congresos nacionales e internacionales. Habiendo dirigido 11 tesis doctorales, con otras 6, en curso.

Además de su destacada labor investigadora, ha ocupado varios cargos académicos y de dirección, como Vicedecano y Decano de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, director de la Cátedra de Estudios Cooperativos, del Aula “Manuel Díaz” de la Cátedra de la Empresa Familiar. Director General de Política Científica de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

Ha recibido numerosos premios internacionales por su investigación y también ha sido reconocido, en el ranking 2022 de la Universidad de Stanford, como uno de los mejores científicos del mundo en su campo. Es miembro de varias organizaciones académicas y desempeña roles importantes en comités y consejos relacionados con la economía social y la empresa familiar. En la actualidad, es vicepresidente de Relaciones Institucionales de la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM) .

La riqueza socioemocional: factor clave en la investigación sobre empresa familiar

Excmo. Sr. Dr. Felipe Hernández-Perlines

La riqueza socioemocional: factor clave en la investigación sobre empresa familiar

Discurso de ingreso en la Real Academia Europea de Doctores, como
Académico Numerario, en el acto de su recepción
el 28 de junio de 2023

por

Excmo. Sr. Dr. Felipe Hernández-Perlines
Doctor en Economía y Empresa

Y contestación del Académico de Honor

Excmo. Sr. Dr. Francisco González de Posada
Doctor en Ingeniería de Caminos, Canales y Puertos, Doctor en Teología,
Doctor en Filosofía, Doctor en Sociología, Doctor en Medicina,
Doctor en Filología Hispánica, Doctor en Historia y Doctor en Química

COLECCIÓN REAL ACADEMIA EUROPEA DE DOCTORES



Reial Acadèmia Europea de Doctors
Real Academia Europea de Doctores
Royal European Academy of Doctors
BARCELONA - 1914
www.raed.academy

© Felipe Hernández-Perlines
© Real Academia Europea de Doctores

La Real Academia Europea de Doctores, respetando como criterio de autor las opiniones expuestas en sus publicaciones, no se hace ni responsable ni solidaria.

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del “Copyright”, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático y la distribución de ejemplares de ella mediante alquiler o préstamos públicos.

Producción Gráfica: Ediciones Gráficas Rey, S.L.

Impreso en papel offset blanco Superior por la Real Academia Europea de Doctores.

ISBN: 978-84-09-52492-1

D.L: B-13862-2023

Impreso en España –Printed in Spain- Barcelona

Fecha de publicación: junio 2023

❖ PRESENTACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Excelentísimo Señor Presidente,
Excelentísimos Señores Académicos,
Excelentísimas e Ilustrísimas Autoridades,
Señoras y Señores,
Querida familia y amigos:

Es un honor y un privilegio estar hoy aquí, frente a ustedes, para iniciar mi discurso de ingreso como Académico Numerario de la prestigiosa Real Academia Europea de Doctores.

La costumbre exige, justamente, que las primeras palabras de quien es recibido en el seno de la Academia sean para agradecer el honor que con ello se le hace. En mi caso, este deber de gratitud es tanto mayor cuanto que, como dijo en su diálogo con Don Quijote, el Caballero de la Sierra “quisiera yo hallarme en términos, que con más que la voluntad pudiera servir la que habéis mostrado tenerme en el buen acogimiento que me habéis hecho; más no quiere mi suerte darme otra cosa con que corresponda a las buenas obras que me hacen, que buenos deseos de satisfacerlas” (Cervantes, 2022: 222).

Como en este memorable pasaje de Cervantes, el que os habla no puede hoy corresponderos más que con la gratitud y la voluntad de servir en todo a la Academia. Soy consciente del honor que me habéis otorgado, dejo constancia de que las obras realizadas y las que en el futuro pueda hacer en pro de los fines y propósitos de la Real Academia Europea de Doctores podrán justificar la decisión que habéis expresado de acogerme entre vosotros. Valga, desde luego, como expresión de mi agradecimiento, la manifestación de esa voluntad.

En primer lugar, debo expresar mi profundo agradecimiento a la Real Academia Europea de Doctores por brindarme la oportunidad de formar parte de esta comunidad de eruditos y expertos en diversas disciplinas. Este es un momento significativo en mi carrera y un hito que valoro enormemente. Mi gratitud y reconocimiento al Presidente de esta Real Corporación, Excmo. Sr. Dr. Alfredo Rocafort Nicolau, a los miembros de la Junta de Gobierno por haberla admitido a trámite y a la Junta General, por su aprobación. Y como no, hacia mi muy querido y admirado Excmo. Prof. Dr. Francisco González de Posada por proponerme para Académico Numerario de la Real Academia Europea de Doctores. Conocí a Francisco en la Cofradía Internacional de Investigadores, cuya sede se encuentra en Toledo. En las asambleas y reuniones de esta Cofradía he podido conocerle y admirarle. Siempre nos cautiva con su capacidad de navegar sin esfuerzo en todos los campos del saber. Su experiencia abarca los ámbitos de la ciencia, la tecnología, la comprensión humana y la espiritualidad, fusionando un rico tapiz de conocimientos que pocos pueden igualar. Es un verdadero compendio de sabiduría con el que nos ilumina e inspira a todos. Lo considero un referente de calidad humana, profesionalidad y valía intelectual que lo distingue. Son muchas las inquietudes que me unen a él. Desde hoy tenemos un lazo más que nos vincula: pertenecer a esta Real Academia Europea de Doctores. Su propuesta no hace más que reafirmarme en mi deuda de gratitud hacia él.

Al ingresar en esta Academia, me uno a una tradición centenaria de excelencia académica y contribuciones sobresalientes al conocimiento. Reconozco la responsabilidad que conlleva formar parte de esta distinguida institución y me comprometo a honrar sus valores y objetivos.

La academia desempeña un papel crucial en la promoción de la investigación y el avance del conocimiento en Europa. Como

académico, me comprometo a fomentar el intercambio de ideas y colaborar con mis colegas para abordar los desafíos más apremiantes de nuestra sociedad. Juntos, podemos marcar la diferencia en campos tan diversos como la ciencia, la tecnología, la medicina, las humanidades y las ciencias sociales.

Además, valoro profundamente el espíritu interdisciplinario de esta Academia. La solución a los problemas más complejos y urgentes, a menudo, requiere la convergencia de múltiples disciplinas y enfoques. A través de la colaboración y el diálogo entre expertos de diversos campos, podemos lograr avances significativos y encontrar soluciones innovadoras a los desafíos que enfrentamos como sociedad.

Como investigador y académico, me comprometo a trabajar incansablemente en mi campo de estudio, a buscar nuevas fronteras de conocimiento y a contribuir con avances que beneficien a la sociedad. Reconozco la importancia de la divulgación científica y me esforzaré por comunicar mis investigaciones de manera clara y accesible para que puedan tener un impacto más amplio.

Estoy emocionado por las posibilidades que, desde hoy, se abren ante mí como académico de esta Real institución y espero con ansias colaborar con todos ustedes en la promoción del conocimiento.

Si he llegado hasta aquí, ha sido gracias a quienes me acompañan en el camino. Aprovecho para rendir un sentido homenaje a todos ellos. Con su inestimable ayuda, en el tantas veces duro día a día, con su dedicación, con su amistad, con su cariño, con su comprensión, con su paciencia, me ayudan a ser lo que soy y cómo soy.

No puedo dejar de mencionar a todos mis profesores en todos los niveles educativos. Mis profesores de la Universidad de Valladolid, de la Universidad de Castilla-La Mancha y de todas aquellas en las que he realizado estancias de investigación y de docencia: Muskingum College, Universidad de Passau, de Verona, de Viena, de Lisboa, de Baja California, de Turín, de Bolonia... Muchos de ellos, en la actualidad, son verdaderos amigos. Gracias a todos aquellos que han propiciado mi crecimiento tanto académico como personal: ellos han sido faros en mi trayectoria académica, trasladándome su saber y generosidad, siendo guías en el camino de búsqueda de la excelencia: les debo gratitud eterna.

Tengo la suerte de que algunos, hoy, me acompañan en este acto. Otros lo hubieran deseado, pero sus obligaciones se lo impiden, y otros más, que yo a mi vez, hubiera deseado tanto que estuvieran aquí, se fueron para siempre, pero de alguna manera siento que también están presentes. Para todos ellos, mi más sincero y profundo agradecimiento, y mi más afectuoso recuerdo.

Gracias también a mi Universidad, la Universidad de Castilla-La Mancha, donde he desarrollado gran parte de mi carrera docente e investigadora.

Gracias, a Virginia Barba, Catedrática Acreditada de Organización de Empresas, con la que comparto la dirección del Grupo de Investigación ENSITMA de la UCLM.; Me alegra mucho que hayas podido venir!

También quiero hacer un agradecimiento expreso a tantas empresas e instituciones que me han permitido transferir el conocimiento desde la Universidad a la sociedad. En especial, quiero manifestar mi afecto a la Familia Yanes, cuyo origen

en tierras toledanas ha labrado, a lo largo de cinco generaciones, un espléndido legado, consagrándose como una empresa familiar española de alta joyería de resonancia internacional. Querido Jesús y apreciada Familia Yanes, agradezco de corazón vuestra compañía en este importante momento de mi trayectoria académica. Extiendo también este afecto a Juanma Albelda, te agradezco que hayas seguido la senda de la colaboración con nuestra universidad desde tu empresa familiar, dando los primeros pasos para la elaboración de una tesis doctoral sobre la innovación en San Telesforo, empresa familiar centenaria de mi querido Toledo.

Gracias a las diferentes asociaciones académicas a las que pertenezco. En especial a la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa, por haberme permitido crear una red de conocimiento con muchos investigadores de Universidades españolas e internacionales. Gracias querido Camilo, Presidente de la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa. También, gracias a Alicia y a Francisco, miembros de la Junta de Gobierno de AEDEM, por acompañarme hoy en un día tan especial. Un placer contar con vuestra amistad. Gracias, querido Antonio Ariza, de la Universidad Loyola de Andalucía, no sabes cuánto te agradezco que hayas venido. Por todos los proyectos que hemos compartido y por los que están por venir. Muchas gracias, querido amigo.

Termino el capítulo de agradecimientos refiriéndome a mi familia.

Mi vocación por el estudio y la investigación se inició buceando en los libros de la extensa biblioteca de mi abuelo Felipe, recuerdo leer y releer impresionado la primera edición de la Historia de España del Padre Juan de Mariana o la infinidad de manuscritos y dibujos que mi abuelo había utilizado en sus

estudios de Farmacia, en Santiago de Compostela, siempre fue un modelo a seguir para mí, sin duda contribuyó a fomentar mi interés por la investigación.

Siendo el octavo hijo de una familia numerosa de nueve hermanos, quiero destacar el increíble esfuerzo que realizaron mis padres para motivarnos y acompañarnos en nuestra vida por todos los caminos, también por nuestro recorrido universitario. Hoy estarían felices conmigo, desde el cielo lo estarán. Mis padres, como mis hermanos han sido una fuente inagotable de valores, inspiración y apoyo en mi vida.

En cuanto a mi esposa, Rosi, ha sido mi pilar, mi apoyo incondicional y mi compañera de vida en cada paso de este camino hacia la excelencia académica. Querida Rosi: tu amor, paciencia y ayuda han sido la base que me ha permitido dedicarme a mi pasión y perseguir incansablemente el conocimiento. Gracias, sobre todo por haberme dado lo mejor de nuestras vidas: nuestro hijo, que es extraordinario, dotado de una mente privilegiada y de una personalidad excepcional. Querido Felipe, tu determinación, inteligencia y pasión por el aprendizaje son un constante recordatorio de todo lo bueno y la esperanza que reside en las generaciones venideras.

A continuación, paso a leer mi discurso de ingreso en la Real Academia Europea de Doctores, que lleva por título **“La riqueza socioemocional: factor clave en la investigación sobre empresa familiar”**



ÍNDICE

| | |
|--|----|
| PRESENTACIÓN Y AGRADECIMIENTOS | 7 |
| DISCURSO DE INGRESO | 17 |
| 1. LA EMPRESA FAMILIAR | 17 |
| 1.1 Introducción | 17 |
| 1.2 Importancia y principales características de la empresa familiar | 19 |
| 1.2.1 Importancia de la empresa familiar | 19 |
| 1.2.2 Sectores de actividad | 22 |
| 1.2.3 Antigüedad. | 23 |
| 1.2.4 Gobierno corporativo y participación familiar..... | 24 |
| 1.3 Concepto de empresa familiar | 26 |
| 1.4 Investigación en empresa familiar | 36 |
| 1.4.1. Principales revistas especializadas en investigación en empresa familiar | 36 |
| 1.4.2. Asociaciones científicas y académicas de empresa familiar | 38 |
| 1.4.3. Estudios académicos sobre investigación en empresa familiar . | 40 |
| 1.4.4. Análisis bibliométrico sobre empresa familiar. | 42 |
| 1.4.4.1 Número de trabajos publicados sobre empresa familiar. | 43 |
| 1.4.4.2 Número de citas de los trabajos publicados sobre empresa familiar..... | 43 |
| 1.4.4.3. Artículos más influyentes sobre empresa familiar..... | 44 |
| 1.4.4.4 Autores más influyentes y productivos en empresa familiar | 46 |
| 1.4.4.5 Revistas más influyentes en investigación sobre empresa familiar..... | 48 |
| 1.4.4.6 Instituciones más influyentes en investigación sobre empresa familiar..... | 50 |
| 1.4.4.7 Países más influyentes en investigación sobre empresa familiar | 52 |
| 1.4.4.8 Mapa bibliométrico de investigación sobre empresa familiar. | 52 |

| | |
|---|------------|
| 2. RIQUEZA SOCIOEMOCIONAL | 55 |
| 2.1 Introducción | 56 |
| 2.2 Concepto de la riqueza socioemocional | 58 |
| 2.2.1 Definición de la riqueza socioemocional | 58 |
| 2.2.2 Dimensiones de la riqueza socioemocional | 59 |
| 2.3 Investigación en riqueza socioemocional | 63 |
| 2.3.1 Estudios académicos sobre investigación en riqueza socioemocional | 63 |
| 2.3.2 Análisis bibliométrico sobre riqueza socioemocional | 65 |
| 2.3.2.1 Número de trabajos publicados sobre riqueza socioemocional | 68 |
| 2.3.2.2 Número de citas de los trabajos publicados sobre riqueza socioemocional | 68 |
| 2.3.2.3 Artículos más influyentes sobre riqueza socioemocional. | 70 |
| 2.3.2.4 Autores más influyentes y productivos en riqueza socioemocional | 71 |
| 2.3.2.5 Revistas más influyentes en investigación sobre riqueza socioemocional | 74 |
| 2.3.2.6 Instituciones más influyentes en investigación sobre riqueza socioemocional | 75 |
| 2.3.2.7 Países más influyentes en investigación sobre riqueza socioemocional | 76 |
| 2.3.2.8. Mapa bibliométrico de investigación sobre riqueza socioemocional | 77 |
| 3. REFLEXIONES A MODO DE EPÍLOGO..... | 81 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 89 |
| DISCURSO DE CONTESTACIÓN..... | 107 |



ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1 – Empresas familiares más longevas..... | 24 |
| Tabla 2 – Estructura general de citas en empresa familiar en WoS | 44 |
| Tabla 3 – Artículos más influyentes en empresa familiar | 45 |
| Tabla 4 – Autores más influyentes y productivos en empresa familiar | 47 |
| Tabla 5 – Revistas más influyentes en investigación sobre empresa familiar... | 48 |
| Tabla 6 – Instituciones más influyentes en investigación sobre empresa familiar | 50 |
| Tabla 7 – Estructura general de las citas sobre riqueza socioemocional en la WoS | 69 |
| Tabla 8 – Artículos más influyentes en riqueza socioemocional..... | 70 |
| Tabla 9 – Autores más influyentes y productivos en riqueza socioemocional. | 72 |
| Tabla 10 – Revistas más influyentes sobre riqueza socioemocional..... | 74 |
| Tabla 11 – Instituciones más influyentes en la riqueza socioemocional | 76 |



ÍNDICE DE FIGURAS

| | |
|---|----|
| Figura 1 – Importancia de la empresa familiar en el mundo..... | 20 |
| Figura 2 – Número de grandes empresas por país | 22 |
| Figura 3 – Características de las definiciones de empresa familiar..... | 29 |
| Figura 4 – Dimensiones de la escala F-PEC..... | 31 |
| Figura 5 – Red de Cátedras de Empresa Familiar..... | 40 |
| Figura 6 – Número de trabajos publicados por año sobre empresa familiar... .. | 43 |
| Figura 7 – Número de citas por año de los trabajos publicados sobre empresa familiar | 44 |
| Figura 8 – Perfil de Frans W. Kellermanns en Google Académico | 48 |
| Figura 9 – Portadas de Family Business Review y Journal of Family Business Strategy | 50 |
| Figura 10 – Página web de Mississippi State University | 51 |
| Figura 11 – Países más productivos en investigación sobre empresa familiar . | 52 |
| Figura 12 – Mapa bibliométrico de la investigación sobre empresa familiar .. | 53 |
| Figura 13 – Página inicial del artículo “Socioemotional wealth: a systematic literature review from a family business perspective” | 67 |
| Figura 14 – Número de trabajos publicados por año sobre riqueza socioemocional..... | 68 |
| Figura 15 – Número de citas por año de los trabajos publicados sobre riqueza socioemocional..... | 69 |
| Figura 16 – Perfil en Google Académico de Alfredo de Massis | 73 |
| Figura 17 – Mapa de colaboración de los autores en la investigación sobre la riqueza socioemocional | 74 |
| Figura 18 – Países más productivos en investigación en riqueza socioemocional..... | 77 |
| Figura 19 – Mapa bibliométrico de la investigación sobre la riqueza socioemocional | 79 |



❖ 1. LA EMPRESA FAMILIAR

1.1. Introducción.

Es mi objetivo, centrar este discurso de ingreso en la Real Academia Europea de Doctores en una de mis líneas de investigación, la empresa familiar. Dos razones justifican esta decisión. La primera, de carácter general, porque las empresas familiares son la forma de empresa más extendida en la mayoría de las economías del mundo, independientemente de su nivel de desarrollo. Si atendemos a las cifras que este tipo de empresas representan a nivel mundial, las empresas familiares son el 80% del total de organizaciones empresariales existentes, generando el 65% de los empleos y el 55% del PIB global (KPMG, 2017; Rueda y Rueda, 2019). Según el Instituto de la Empresa Familiar, en Europa hay más de 14 millones de empresas familiares, que dan empleo a 60 millones de personas. Por su parte, según el Family Business Center, en Estados Unidos el 90% de las empresas son familiares y generan el 62% de empleo (Family Business Center, 2018). España no es una excepción. En el estudio “La Empresa Familiar en España: 2015” realizado por la Red de Cátedras de la Empresa familiar para el Instituto de la Empresa Familiar y patrocinado por el Banco Santander y, que fue coordinado por el Excmo. Prof. Dr. Juan Corona, Académico Supernumerario de la Real Academia Europea de Doctores y por Isabel del Sol, del Instituto de la Empresa Familiar y en el que tuve el honor de participar, ya se puso de manifiesto la importancia de la empresa familiar en España: 88,8% de las empresas son familiares, generan el 66,7% del empleo y el 57,1% del valor añadido bruto (V.A.B.).

La segunda, de carácter más personal, porque la empresa familiar ha constituido el devenir de mi labor investigadora desde que en el año 2004 fui nombrado director del Aula “Manuel Díaz” de la Cátedra de la Empresa Familiar de la Universidad de Castilla-La Mancha y el Instituto de la Empresa Familiar. Momento a partir del cual, comencé a estudiar diferentes aspectos relevantes en el comportamiento de la empresa familiar, como la orientación emprendedora, la capacidad de absorción, la capacidad de innovación y, más recientemente, la riqueza socioemocional. La empresa familiar me ha permitido crecer a lo largo de mi carrera investigadora, conocer a investigadores de primer nivel e incluso poder escribir con algunos de ellos, con los que comparto ser uno de los investigadores más influyentes, según el último ranking World’s Top 2% Scientists, de la Universidad de Stanford, de 2022. Así, he compartido publicaciones con Jeffrey Covin, de la Universidad de Indiana (USA), con Domingo Ribeiro Soriano, de la Universidad de Valencia o con Antonio Ariza Montes, de la Universidad Loyola de Andalucía.

Con este discurso pretendo arrojar luz sobre la investigación, tanto en empresa familiar como en riqueza socioemocional. En empresa familiar, porque es dónde surge y dónde se debe estudiar este término, por ser uno de los rasgos diferenciadores de este tipo de empresas. Pretendo orientar a los investigadores que elijan la empresa familiar como campo de investigación y, dentro de ella, a la riqueza socioemocional para facilitarles la labor de búsqueda de los principales trabajos, autores e instituciones que investigan en empresa familiar y en riqueza socioemocional a nivel mundial. Y también a mis alumnos, mi objetivo ha sido siempre llevar los resultados de mis investigaciones a las aulas para formar a los alumnos como líderes organizacionales capaces de competir exitosamente en un contexto globalizado y altamente competitivo. La investigación no conoce límites geográficos por lo que es necesario acudir a los trabajos, autores e instituciones

que están marcando el devenir de la investigación sobre la riqueza socioemocional desde la óptica de la empresa familiar.

Este discurso lo voy a estructurar de la siguiente manera:

En primer lugar, creo necesario centrarnos en la empresa familiar, como forma de organización empresarial, donde se focaliza el análisis de la riqueza socioemocional, por ser una característica distintiva y diferenciadora de la misma. Hablaré de la importancia, del concepto y de la investigación en la empresa familiar.

En segundo lugar, analizaré la riqueza socioemocional, abordando su definición, sus dimensiones y describiré los elementos que nos permitan caracterizar la investigación en riqueza socioemocional.

Terminaré este discurso ofreciendo una serie de reflexiones, a modo de epílogo, sobre futuras líneas de investigación en la riqueza socioemocional en la empresa familiar, que sirvan de orientación para investigadores noveles y no tan noveles en este campo.

1.2. Importancia y principales características de la empresa familiar.

1.2.1. Importancia de la empresa familiar.

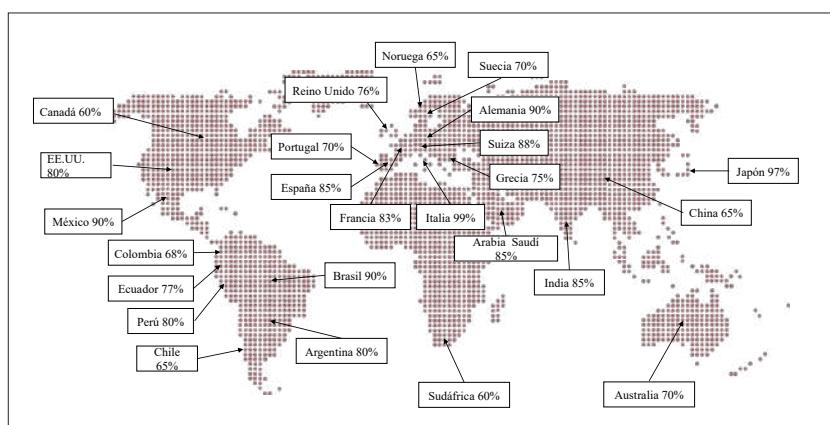
Comenzaré por la importancia de la empresa familiar, tanto a nivel mundial como en España, al tiempo que destacaré algunas de las principales características que nos permitirán señalar el perfil de las empresas familiares en estos ámbitos.

El tejido empresarial de gran parte de las economías del mundo está integrado, de forma mayoritaria, por empresas familiares,

siendo estas el tipo de empresa más extendido (Gómez-Mejía et al., 2007; Gedajlovic et al., 2012; Hernández-Perlines et al., 2021; Hernández-Perlines & Ribeiro-Soriano, 2023). Según el Índice Global de Empresas Familiares 2023, elaborado por la consultora EY y la Universidad de St. Gallen, en Suiza, las empresas familiares son el pilar de la mayoría de las economías, representando entre el 80% y el 90% de las empresas mundiales (Center for Family Business at the University of St. Gallen y EY, 2023).

Pero la empresa familiar no tiene la misma importancia en las diferentes economías. Si observamos la figura 1, podemos destacar que, por ejemplo, en Alemania el 90% de las empresas son familiares, porcentaje que se eleva al 99% en el caso de Italia o al 97% en Japón. En EE.UU., el porcentaje de empresas familiares es del 80%, el 90% en Brasil o el 85% en Arabia Saudí. Para cerrar este repaso, podemos observar que en el Reino Unido las empresas familiares representan el 76%, el 70% en Australia y en España el 85%, incluso en China, país en el que la economía de mercado no es la predominante, las empresas familiares representan el 65% del total de las mismas.

Figura 1 – Importancia de la empresa familiar en el mundo.



Fuente: elaboración propia.

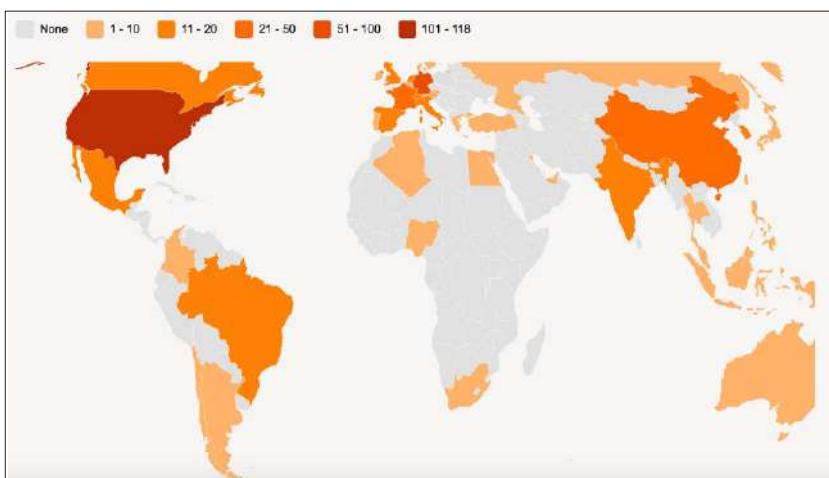
Las empresas familiares son, en gran medida, responsables del crecimiento, el bienestar (Astrachan y Shanker, 2003), la riqueza y el empleo (Chang, Memili, Chrisman, Kellermanns y Chua, 2009; Fan, Wei y Xu, 2011; Matthews, Hechavarria y Schenkel, 2012) de muchos países. Según, el Índice de Empresa Familiar 2023, las 500 mayores empresas familiares del mundo generan unos ingresos de 8,02 billones de dólares y emplean a 24,5 millones de personas en todo el mundo (Center for Family Business at the University of St. Gallen y EY, 2023). Además, las empresas familiares crecen más rápido que la economía mundial, casi el doble que las economías avanzadas y alrededor de 1,5 veces más que las economías emergentes y en desarrollo (Center for Family Business at the University of St. Gallen y EY, 2023).

Del análisis de los anteriores datos y de los que aparecen en la figura 2 comprobamos que las empresas familiares no se reparten de manera uniforme a nivel mundial. Se observan diferencias en el número de este tipo de empresas, por lo que es importante tener en cuenta el efecto contexto/país (Shirokova, Bogatyрева, Beliaeva, & Puffer, 2016), puesto que las dimensiones sociales y culturales (Ferreira et al., 2019) así como las instituciones socioeconómicas (Reynolds, Hay y Camp, 1999) de cada país influyen de manera clara en la creación de empresas familiares. La cuestión sería, como señalan Covin y Miller (2014), tratar de analizar qué factores determinan que en unos países haya un mayor número de empresas familiares y, en otros, un menor número de éstas.

Teniendo en cuenta el citado índice, casi la mitad de las 500 mayores empresas familiares tienen su sede en Europa, el 30% se ubican en Norteamérica y el 16% se sitúan en la zona de Asia-Pacífico. Debemos señalar que esta zona de Asia-Pacífico es la que está experimentando un mayor crecimiento en el nú-

mero de empresas familiares de gran dimensión. Este dato nos muestra la fortaleza económica de esta área geográfica. Por países, EE.UU. es el país con mayor número de grandes empresas familiares en el citado Índice, 118, seguido de Alemania con 78; en tercer lugar, Francia, con 32 y China con 31, ocupa el cuarto puesto. El número de grandes empresas familiares españolas que aparece en el Índice ascendió a 11.

Figura 2 – Número de grandes empresas por país.



Fuente: Center for Family Business at the University of St.Gallen y EY, 2023

1.2.2. Sectores de actividad.

Otra cuestión relevante es comprobar en qué sectores operan las empresas familiares. El sector del consumo es el preferido para la mayoría de las empresas incluidas en este índice, en el que se sitúan el 37,4%, aunque el sector de la fabricación avanzada y el de movilidad son los que más crecen en los últimos años, el 28,6%. En España, la distribución no es muy diferente. Según el libro “Factores de competitividad y análisis financiero en la empresa familiar” realizado por la Red de Cátedras

de la Empresa Familiar del Instituto de la Empresa Familiar, en 2018, las empresas familiares españolas se sitúan en un 31% en el sector del comercio al por mayor y, el 21,3% en la industria manufacturera (Corona y Del Sol, 2018).

1.2.3. Antigüedad.

Como veremos más adelante, uno de los aspectos que define a una empresa familiar, según se recoge en el libro “La Empresa Familiar en cifras: 2015”, aparte de los aspectos cuantitativos señalados por el Grupo Europeo de Empresas Familiares (GEEF), en 2008 en Bruselas, y por el Board del Family Business Network (FBN), en 2015 en Milán, es el necesario “argumento cualitativo, que dota a la empresa de un carácter verdaderamente familiar... que reside en tener a la continuidad generacional como objetivo estratégico de la empresa, basada en el deseo conjunto de fundadores y sucesores de mantener el control de la propiedad, el gobierno y la gestión de la empresa en manos de la familia” (pág. 34, Corona y Del Sol, 2016: 34).

Esta vocación de traspasar el negocio familiar a generaciones venideras se observa de forma clara en las empresas familiares que se recogen en la tabla 1. Todas ellas tienen más de 385 años de antigüedad y llevan en la misma familia más de 10 generaciones. La empresa más longeva es Kongo Gumi, que opera en el sector de la construcción en Japón, que fue fundada en el año 578, por lo tanto, tiene 1.445 años de antigüedad y que en la actualidad se encuentra en la 40^a generación. La segunda empresa más longeva en el mundo opera en el sector hotelero, también en Japón, que fue fundada en el año 718, por lo que tiene 1.305 años de antigüedad, siendo la 46^a generación la que dirige actualmente la empresa.

Tabla 1 – Empresas familiares más longevas

| Año de fundación | Nombre de la empresa | Nivel generacional | País | Sector |
|------------------|-------------------------------|--------------------|-------------|-----------------------------|
| 578 | Kongo Gumi | 40 ^a | Japón | Construcción |
| 718 | Hoshi Ryokan | 46 ^a | Japón | Hotelero |
| 1000 | Chateau de Goulaine | 30 ^a | Francia | Vinícola |
| 1000 | Fondería Pontificia Marinelli | 28 ^a | Italia | Fábrica de campanas |
| 1141 | Barone Ricasoli | 25 ^a | Italia | Aceite de oliva |
| 1295 | Barovier y Toso | 20 ^a | Italia | Fábrica de vidrio de murano |
| 1304 | Hotel Pilgrim Haus | 20 ^a | Alemania | Hotelero |
| 1326 | Richard De-Bas | 19 ^a | Francia | Fabricación de papel |
| 1369 | Torrini Firenze | 18 ^a | Italia | Joyería |
| 1385 | Antinori | 19 ^a | Italia | Vinícola |
| 1541 | John Brooke Sons | 14 ^a | Reino Unido | Fabricación de paños |
| 1638 | Tuttle | 10 ^a | EE.UU. | Cereales |

Fuente: elaboración propia.

Esta vocación de perdurar en el tiempo también se observa en las 500 mayores empresas. Así, el 76% de las mismas tiene más de 50 años y el 30,8% tiene más de 100 años. En el caso español, la edad media de las empresas familiares es de 30 años, siendo mayoritarias las que se fundaron en los años 80 y 90 del siglo pasado. Tan solo un 3% de las empresas familiares son centenarias (Corona y Del Sol, 2018).

1.2.4. Gobierno corporativo y participación familiar.

Como veremos más adelante, la propiedad, la dirección/control, la implicación familiar y el relevo generacional son aspectos clave a la hora de definir una empresa familiar. En este sentido, no podemos pasar por alto el gobierno corporativo y la participación familiar.

Antes de continuar, creemos necesario definir qué se entiende por gobierno corporativo. En este discurso vamos a seguir la definición que Quintana expuso en el documento nº 165 del Instituto de la Empresa Familiar titulado “Guía práctica para el buen gobierno de las empresas familiares” (Quintana, 2012) y que también ha sido utilizada en el libro “La empresa familiar en España: 2015”. En este sentido, entendemos por gobierno corporativo “el sistema formado por las relaciones entre los accionistas, los órganos de administración y la dirección ejecutiva, y por los procesos a través de los cuales estas tres figuras controlan y dirigen la empresa” (Quintana, 2012: 16).

Solo un 5% de los CEOs de las 500 mayores empresas familiares son mujeres (Center for Family Business at the University of St. Gallen y EY, 2023). En el caso español, esta cifra es ligeramente superior, ya que el 36,9% de los CEOs de las empresas familiares son mujeres (Corona y Del Sol, 2016). Por otro lado, el 56% los CEOs de las 500 mayores empresas familiares pertenecen a la familia (Center for Family Business at the University of St. Gallen y EY, 2023). En España dicho porcentaje se eleva al 73% (Corona y Del Sol, 2016).

El Consejo de Dirección de las 500 mayores empresas familiares está compuesto por 9,16 personas de media, siendo el consejo de mayor dimensión el que está integrado por 27 miembros (Center for Family Business at the University of St. Gallen y EY, 2023). El 22,78% de los miembros del consejo son mujeres y el 22,85% pertenecen a la familia (Center for Family Business at the University of St. Gallen y EY, 2023). Para España los datos reflejan que el 45,3% de los miembros del consejo son mujeres y el 69,2% pertenecen a la familia (Corona y Del Sol, 2016).

Finalmente, para terminar este apartado, cabe señalar que en el 38,4% de las 500 mayores empresas familiares la totalidad del

capital es de propiedad familiar (Center for Family Business at the University of St.Gallen y EY, 2023). Este dato se eleva al 83,5% en el caso de las empresas familiares españolas (Corona y Del Sol, 2016).

1.3. Concepto de empresa familiar.

Una vez señalada la importancia de la empresa familiar y antes de abordar el objeto principal de este discurso de ingreso en la Real Academia Europea de Doctores, que versará sobre la riqueza socioemocional como factor clave en la investigación sobre empresa familiar, es necesario abordar el concepto de empresa familiar, por constituir el campo de investigación en el que surgió.

Cuando un investigador analiza diferentes aspectos del comportamiento de la empresa familiar, como es nuestro caso, resulta necesario detenerse en su concepto, para poder destacar la singularidad de la empresa familiar como forma de organización empresarial, que la diferencia de otro tipo de empresas en las que la dimensión familiar no es relevante a la hora de determinar los objetivos, las estrategias, el funcionamiento e incluso la forma de desarrollar la empresa en su conjunto (Lansberg, 1983; Chua et al., 1999). La empresa familiar se distingue de otras formas de organización no sólo por la participación familiar, es decir, por la presencia de la familia en la propiedad y en los consejos de dirección y administración, sino por la forma en que la familia es capaz de perseguir su visión, valores y aportar su razón de ser (Pérez et al., 2007; Cabrera-Suárez et al., 2014). Esta participación familiar afecta al proceso de toma de decisiones estratégicas y al comportamiento de la empresa familiar (Chua et al., 1999).

Las primeras investigaciones sobre empresa familiar, que surgiieron hace algo más de 30 años, ya se cuestionaban sobre el

concepto de empresa familiar. Así, Lansberg, Perrow y Rogolsky, como editores del primer número de la Family Business Review, en 1988, lanzaban la pregunta sobre qué se debe entender por empresa familiar. En este sentido, definir qué se entiende por empresa familiar constituye el inicio de muchos de los trabajos sobre empresa familiar (Daily y Thmpson, 1994; Litz, 1995 y 1997; Winter, Fitzgerald, Heck, Hynes y Danes, 1998; Cabrera-Suárez y García-Falcón, 1999; Chua, Chrisman y Sharma, 1999; Habershon y Willians, 1999; Basco, 2005). Todavía hoy el concepto de empresa familiar se caracteriza por su elevada ambigüedad (Upton et al., 1993; Chua et al., 1999) como consecuencia de la inexistencia de una única definición de empresa familiar, lo que provoca que el “dilema de definición” de la empresa familiar (Klein et al., 2005) siga estando vigente, por la falta de consenso entre los investigadores en torno a un concepto único y generalmente aceptado. Esta falta de consenso se puede deber, entre otras cuestiones, a que investigadores, profesionales y empresarios han aportado sus propias experiencias a la definición de empresa familiar. En este sentido, desde el ámbito de la investigación, esta falta de una definición se debe a que muchos de los trabajos realizados persiguen un objetivo concreto y son muy específicos (Chua, Chrisman y Sharma, 1999).

La empresa familiar se caracteriza por su elevada complejidad y por la gran pluralidad de organizaciones que pueden ser consideradas como empresas familiares (Santos-Martos, 2015). Además, son tantos los temas abordados en la empresa familiar que no es fácil concretar qué dimensiones deben ser utilizadas para definirla y cuál debe ser su relevancia en dicha definición (Basco, 2005). En este sentido, encontramos diferentes medidas que se utilizan para definir la empresa familiar, entre las que destacan medidas de tipo estructural, como la participación de la familia en el capital y en la dirección de la empresa;

o medidas subjetivas, como la intención de continuidad de la familia en la empresa; y, medidas organizativas, como el poder, la experiencia y la cultura derivadas de la participación de la familia, etc.

Autores como Westehad y Cowling (1998) y Chua, Chrisman y Sharma (1999) apuntan la necesidad de encontrar una definición de empresa familiar para, entre otras cosas, poder realizar comparaciones en las investigaciones sobre empresa familiar y poder llegar a conclusiones extrapolables y generalizables. Westehad y Cowling (1998) constataron que la definición de empresa familiar utilizada afectaba, en gran medida, a los resultados de la investigación e incluso, determinaba sus resultados (Miller, Le Breton-Miller, Lester y Cannella, 2007).

A continuación, vamos a hacer un repaso por los principales trabajos que se centran en el concepto de empresa familiar, con la intención de poder ofrecer una definición de consenso.

El primer gran estudio que recoge una clasificación de las diferentes definiciones de empresa familiar, hasta ese momento, fue el que realizaron Shanker y Astrachan, en 1996. Estos autores clasifican en tres grandes bloques las diferentes definiciones de empresa familiar:

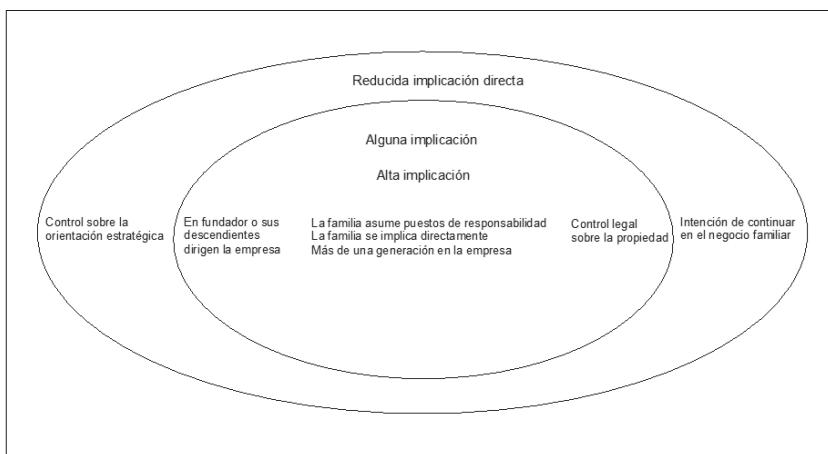
1. **Primer Bloque** – Engloba las definiciones más restrictivas de empresa familiar, que se caracterizan porque exigen un elevado grado de implicación de la familia. Este bloque supone que la familia propietaria posea algún tipo de control sobre la dirección e intención de que la empresa permanezca en manos de la familia.
2. **Segundo Bloque** – este bloque agrupa una serie de definiciones que se caracterizan por una menor exigencia en los

anteriores requisitos, aunque la presencia del fundador o de los descendientes en la empresa adquiere una gran relevancia.

3. Tercer Bloque – considera definiciones más abiertas de empresa familiar haciendo hincapié en la necesaria presencia de varias generaciones y más de un familiar participando en la dirección y en los asuntos de la empresa familiar.

A modo de resumen, en la figura 3 se establecen las características más relevantes de los tres bloques antes mencionados del trabajo de Shanker y Astrakan (1996).

Figura 3 - Características de las definiciones de empresa familiar.



Fuente: Shanker y Astrachan (1996).

Chua, Chrisman y Sharma en un estudio publicado en 1999 también abordan el análisis de las diferentes definiciones de empresa familiar. Estos autores apuntan que, aunque no exista consenso en torno a una definición de empresa familiar, si parece existir acuerdo sobre las dimensiones que debe contener el concepto de empresa familiar. Estas dimensiones son:

1. Propiedad/dirección de la familia,
2. Implicación de la familia en el negocio,
3. Voluntad de traspasar la empresa a posteriores generaciones.

Chua, Chrisman y Sharma (1999) destacan tres conclusiones relevantes que se pueden extraer de la revisión que realizaron del concepto de empresa familiar:

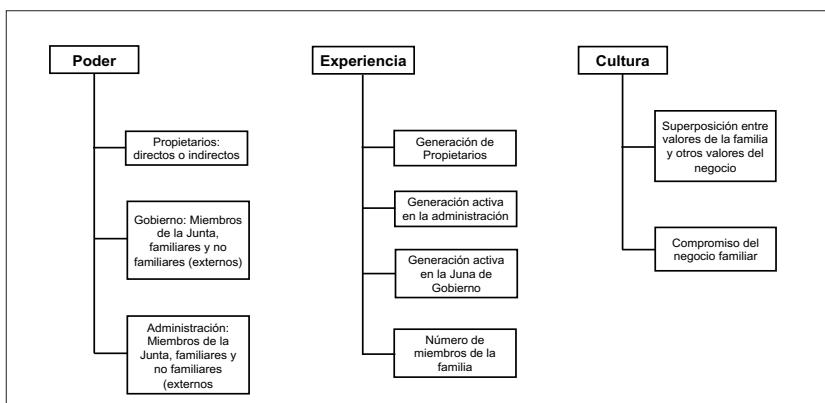
1. la mayoría de las definiciones incluye la dimensión propiedad-dirección,
2. la gran mayoría de las definiciones suponen que para que una empresa sea considerada como familiar debe aparecer la propiedad o el control familiar o ambas a la vez y,
3. algunas definiciones difieren en la consideración de diferentes formas de control de la propiedad.

Estos autores expresan la necesidad de encontrar una definición de empresa familiar que recoja su “singularidad”, insistiendo en las características únicas y distintivas que poseen en relación con las empresas no familiares.

Derivada de esta singularidad, Astrachan, Klein y Smyrnios (2002) afirman que las características particulares de las empresas familiares se pueden interpretar en un continuo, teniendo en cuenta tres dimensiones: el poder, la experiencia y la cultura. La combinación de estas tres dimensiones dará lugar a diferentes definiciones de empresa familiar a partir de la escala F-PEC. Para estos autores, lo relevante a la hora de definir una empresa como familiar no es diferenciarla de otra empresa no familiar. En su definición se deberá tener en cuenta el poder, la experiencia y la cultura como dimensiones que determinan la forma y la exten-

sión de la implicación de la familia en la empresa. Para estos autores, el poder viene determinado por la influencia de la familia en la propiedad, el gobierno y la participación en la gestión. Por su parte, la experiencia define la influencia de la familia en la generación que se encuentra a cargo de la empresa. En concreto, se deberá analizar el número de miembros y generaciones diferentes que participan activamente en la empresa y en el proceso de sucesión. Finalmente, la cultura se refiere al compromiso de la familia con la empresa y con sus valores. Según el grado de implicación y los efectos de cada una de estas tres dimensiones en el comportamiento y en los resultados de las empresas familiares podremos hacer comparaciones entre dichas empresas y establecer tipologías de empresas familiares integrando diferentes posiciones teóricas. En la figura 4 se puede observar gráficamente este enfoque.

Figura 4 - Dimensiones de la escala F-PEC.



Fuente: Astrachan, Klein y Smyrnios (2002).

Vallejo, en el año 2005, realiza un análisis de las definiciones de empresa familiar teniendo en cuenta dos grandes categorías:

1. **Definiciones unidimensionales de empresa familiar**, que tratan de definir la empresa familiar a partir de una única di-

mensión o aspecto. Dentro de esta categoría, el autor señala la existencia de varias subcategorías de definiciones como:

- 1.1. Definiciones centradas en la propiedad:** la empresa es familiar si el grupo familiar controla el capital de la empresa.
 - 1.2. Definiciones centradas en la dirección:** una empresa se puede calificar como familiar si la dirección de la empresa está en manos de un grupo familiar (control de dirección).
 - 1.3. Definiciones centradas en la implicación de la familia en la empresa:** una empresa es familiar si existe implicación de la familia en el negocio familiar.
 - 1.4. Definiciones centradas en el relevo generacional:** una empresa es familiar si hay intención de traspasar la empresa a los miembros de las siguientes generaciones, con la intención de perpetuar el carácter familiar de la misma.
-
- 2. Definiciones multidimensionales de empresa familiar,** que tratan de definir la empresa familiar considerando más de una dimensión o aspecto de la empresa familiar. Esta categoría contaría con dos subcategorías que permiten englobar diferentes definiciones:
 - 2.1. Definiciones centradas en la propiedad y en la dirección,** que son los dos criterios más utilizados para determinar que una empresa es una empresa familiar.
 - 2.2. Definiciones centradas en tres dimensiones.** En esta subcategoría, además de la propiedad y el control, suelen incluir una tercera dimensión, que suele ser implicación de más de una generación familiar en la empresa, expresando, de esta manera, el deseo de continuidad

de las siguientes generaciones, perpetuando la “cultura familiar” en la empresa a lo largo del tiempo.

Mandl (2008) identificó 90 definiciones diferentes de empresa familiar en 33 países europeos, lo que nos permite concluir que el término de empresa familiar es muy amplio.

Mazzi tras analizar las diferentes definiciones de empresa familiar, señaló en el año 2011, que dichas definiciones se pueden englobar en tres enfoques:

1. Enfoque basado en la participación de la familia. Este enfoque fue propuesto por Chrisman et al. (2005) y afirman que la participación de la familia se basa en cuatro elementos que nos permiten definir de una manera más o menos amplia la empresa familiar en función de la estructura y los factores organizativos de la empresa. Dichos elementos son:

- a. la propiedad familiar,
- b. el control familiar,
- c. la dirección familiar y,
- d. el número de generaciones presentes en la empresa.

2. Enfoque basado en el comportamiento de la familia en la empresa. Dicho comportamiento es el aspecto fundamental en la definición de la empresa familiar (Chua et al., 1999). Desde ese enfoque, la empresa familiar se define a partir de la visión que tiene la familia de la empresa, siendo lo relevante el propósito de la familia de mantener el control, su forma de comportarse en la empresa y su visión de crear valor para luego traspasarlo a generaciones futuras. La gran dificultad para aplicar este enfoque en la definición de empresa familiar estriba en el alto grado de subjetividad que incorpora.

3. Enfoque de la escala poder, experiencia y cultura (PEC).

Este enfoque ha sido desarrollado por Astrachan, Klein y Smyrnios (2002) y Klein (2005). Con esta perspectiva es posible definir una empresa familiar a partir del poder, de la experiencia y de la cultura, como dimensiones que son capaces de integrar diferentes posiciones teóricas centrándose en la forma y la extensión de la implicación de la familia en la empresa. Según el grado en el que cada una de estas dimensiones esté presente en la empresa, se pueden realizar comparaciones entre empresas familiares más que de éstas con empresas no familiares.

Barroso et al. (2012) realizaron una revisión de las diferentes definiciones de empresa familiar y llegaron a la conclusión que los elementos principales que la definen son la propiedad, el control, la implicación familiar y el relevo generacional. Posteriormente, Barroso (2013) afirma que el abanico de definiciones de empresa familiar es muy amplio, aunque la mayoría de ellas o, bien poseen una de las anteriores características, o bien consideran más de una a la vez. No cabe duda, que cada empresa posee un conjunto de aspectos que la definen en función de sus intereses, de sus objetivos y de sus relaciones. Las empresas familiares poseen unas particularidades que las diferencia de las empresas no familiares, al poseer elementos y pautas de comportamiento propios que las diferencia de estas últimas (Hernández-Perlines et al., 2019).

Ariza-Montes, Molina-Sánchez y Ramírez-Sobrino (2014) realizan una recopilación de las diferentes definiciones de empresa familiar considerando la propiedad y participación de los miembros de la familia en la gestión de la empresa familiar, clasificando dichas definiciones en cinco grupos según posibles combinaciones de las anteriores dimensiones.

Finalmente, Abelló-Gamazo (2015) realiza un repaso por las diferentes aproximaciones del concepto de empresa familiar según los criterios ya señalados de implicación de la familia, la utilización de una o varias dimensiones y, el enfoque básico, como la participación o el comportamiento de la familia en la empresa o la escala F-PEC.

Después de este repaso por los principales trabajos que se centran en la definición de empresa familiar queremos ofrecer una definición generalmente aceptada, que está siendo muy utilizada en gran cantidad de trabajos y que permite ofrecer esa necesaria homogeneidad que antes hemos señalado. Se trata de la definición de empresa familiar propuesta por el Instituto de la Empresa Familiar de España, siguiendo las recomendaciones del European Group of Family Businesses (GEEF) y del Board of the Family Business Network (FBN). Para esta institución, una empresa familiar es aquella que, tenga el tamaño que tenga, cumple con los siguientes requisitos (Corona y del Sol, 2016, pág. 34):

1. “La mayoría de los votos son propiedad de la persona o personas de la familia que fundó o fundaron la empresa; o son propiedad de la persona que tiene o ha adquirido el capital social de la empresa; o son propiedad de sus esposas, hijos o herederos directos del hijo (s).
2. La mayoría de los votos pueden ser poseídos directa o indirectamente.
3. Al menos un representante de la familia o pariente participa en la gestión o gobierno de la compañía.
4. Cuando se trate de empresas cotizadas serían empresas familiares si la persona que la fundó o adquirió o sus familiares o descendientes poseen el 25% de los derechos de voto a los que da derecho el capital social.

Además de estos criterios cuantitativos, es preciso añadir un argumento cualitativo, que dota a la empresa de un carácter verdaderamente familiar. Dicha variable reside en especificar la continuidad generacional como objetivo estratégico de la empresa, basado en el deseo conjunto de fundadores y sucesores de mantener el control de la propiedad, el gobierno y la gestión de la empresa en manos de la familia”.

1.4. Investigación en empresa familiar.

La empresa familiar ha logrado, en los últimos años, una atención que se refleja en el incremento de trabajos publicados en revistas especializadas y no especializadas. Las empresas familiares han pasado a ser objeto de estudio por parte de muchos investigadores que tratan de conocer, describir y explorar su comportamiento (Basco, 2005). Desde los años 60 han surgido gran cantidad de investigaciones centradas en la empresa familiar, que han dado lugar a su reconocimiento como campo de investigación propio al mismo nivel que la Dirección Estratégica o la Dirección de la Producción o el Emprendimiento. En dicho campo se consideran diferentes factores que lo definen como: la problemática que se analiza, la difusión del conocimiento generado, el respaldo científico, el reconocimiento social, la visión multidisciplinar. Todo ello configura un cuerpo teórico y permite el desarrollo de conocimientos en torno al concepto de empresa familiar y sus características.

1.4.1. Principales revistas especializadas en investigación en empresa familiar.

Hay que destacar que en la consolidación de la empresa familiar como campo de investigación propio ha tenido mucho que ver la aparición de revistas especializadas y de asociaciones de académicos y profesionales para la generación de investigación específica

sobre empresa familiar. Hemos de destacar el papel jugado por la *Family Business Review*, el *Journal of Family Business Strategy*, el *Journal of Family Business Management* y *European Journal of Family Business*, entre otras revistas, en la configuración de este cúmulo de conocimientos sobre empresa familiar. La primera de las revistas mencionadas, **Family Business Review (FBR)** es la principal publicación académica dedicada exclusivamente a la exploración de la dinámica de las empresas familiares, con independencia de su tamaño, nivel generacional o procedencia. El **Journal of Family Business Strategy** publica investigaciones que aportan nuevos conocimientos y comprensión al campo de la empresa familiar, especialmente los trabajos centrados en el análisis de la forma en cómo la familia influye en la empresa y viceversa. **Journal of Family Business Management (JFBM)** tiene como objetivo publicar las últimas investigaciones y conocimientos sobre la empresa familiar en todo el mundo para el beneficio de los académicos y los profesionales de la empresa familiar. He de señalar que en el año 2019 recibí el Premio *Highly Commended Emerald Literati Awards* de Emerald Publishing por el artículo publicado en esta revista titulado “Moderating effect of absorptive capacity on the entrepreneurial orientation of international performance of family businesses”. **European Journal of Family Business**, publica trabajos de investigación sobre empresa familiar en campos como sucesión, gobernanza, internacionalización, género, ética, responsabilidad social, gestión de la producción, etc. Esta revista tiene como propósito avanzar en la comprensión de las empresas, tratando de salvar la brecha entre la investigación y la práctica de empresas familiares, reconociendo las diferentes perspectivas y enfoques adoptados por los académicos y los profesionales. En la actualidad, esta revista está auspiciada por la Sociedad Española de Investigación en Empresa Familiar (**SAFER**). He de señalar que he recibido tres premios patrocinados por dicha revista por los mejores trabajos presentados en el Área de Empresa Familiar en las XXVII Jornadas

Hispano-Lusas de Gestión Científica celebradas en Benidorm (Alicante), en 2017, en el XXXII Congreso Anual de AEDEM, celebrado en Gandía (Valencia), en 2018 y, en las XXIX Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica celebradas en Osuna (Sevilla), en 2019.

1.4.2. Asociaciones científicas y académicas de empresa familiar.

Por otro lado, el reconocimiento científico de la empresa familiar también se muestra porque las principales asociaciones científicas y académicas, como la **Academy of Management**, la **Strategic Management Society**, la **Academia Europea de Dirección y Economía de Empresa** o **Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa** incluyen, entre sus áreas, una específica sobre empresa familiar. Desde 2019 soy responsable del Área de Empresa Familiar de la Academia Europea de Dirección y Economía de Empresa.

A nivel internacional, existen diferentes organizaciones que tienen como objeto la empresa familiar. Así, destacamos, por un lado, el **Family Firm Institute (FFI)**, que durante más de treinta años se ha dedicado a educar, conectar e inspirar a los profesionales que sirven a las empresas familiares. FFI es la principal asociación mundial de profesionales de empresas familiares, siendo su objetivo ayudar a la supervivencia de la empresa familiar a lo largo de sucesivas generaciones. El FFI considera a la empresa familiar como un motor fundamental del crecimiento económico, la prosperidad y la estabilidad mundiales y promueve su estudio desde una perspectiva multidisciplinar y global. Por otro lado, **Family Enterprise Research Conference**, creada en 2005 por Mark Green y Pramodita Sharma, tiene como objetivo desarrollar una comunidad de académicos interesados en llevar a cabo investigaciones, con estándares de

calidad rigurosos, para comprender las empresas familiares y crear conocimientos utilizables en este campo. El objetivo de la FERC es permitir a los académicos diseñar y desarrollar proyectos de investigación que sean teóricamente sólidos, empíricamente precisos y de importancia práctica para las empresas familiares. Tengo el honor de pertenecer al grupo de español de la FERC. Por último, a nivel internacional destacamos la **International Family Enterprise Research Academy (IFERA)** que es la asociación de estudiosos de negocios familiares más grande del mundo. IFERA tiene como misión promover la empresa familiar como una disciplina científica y ayudar a avanzar en la investigación y la educación sobre la misma.

En el caso español encontramos la **Sociedad Española de Investigadores en Empresa Familiar (SAFER)**, que fue creada en 2020 con el objetivo de impulsar la investigación y fortalecer una red de investigadores en empresa familiar en España. Tengo el honor de haber sido uno de sus socios fundadores. SAFER pretende generar y transmitir conocimiento especializado mediante la investigación, la formación y la transferencia entre la universidad y la empresa familiar. En la actualidad pertenecemos a dicha sociedad, profesores e investigadores de 28 universidades y centros de educación superior de todo el territorio nacional.

Si nos centramos en el ámbito empresarial, destacamos el **Instituto de la Empresa Familiar (IEF)**, que desde 1992, es un referente del ámbito empresarial español, volcado en defender los intereses de la empresa familiar, identificar las mejores prácticas en gobierno corporativo y gestión, además de velar por la formación de las siguientes generaciones. El IEF celebra cada año un congreso nacional, que reúne a más de 700 empresarios familiares y que suele contar con la presencia de Su Majestad El Rey en el acto inaugural. El último Congreso Nacional se celebró en Cáceres. Además, IEF con el fin de elevar la inves-

tigación, el estudio y el análisis de las empresas familiares, creó en 1998 la Red de Cátedras, mediante diversos acuerdos con universidades, siendo hoy en día la mayor red del mundo en esta disciplina. Esta Red de conocimiento tiene como finalidad transmitir a la sociedad los valores de la empresa familiar y está compuesta por 38 Cátedras, en las que trabajan 200 profesores universitarios, que forman a una media de 2.000 alumnos al año en toda España. He de señalar que pertenezco a dicha Red desde 2004. En la figura 5 se especifica la configuración, en las diferentes universidades, de las Cátedras de Empresa Familiar

Figura 5 - Red de Cátedras de Empresa Familiar.



Fuente: Cinco días: Informe especial Red de Cátedras. Publicado el 30 de noviembre de 2018.

1.4.3. Estudios académicos sobre investigación en empresa familiar.

A continuación, creo necesario enumerar los principales estudios académicos publicados sobre investigación en empresa

familiar, para poder así, abordar el análisis de la investigación sobre empresa familiar.

Uno de los primeros trabajos fue realizado por Casillas y Acebo, que fue publicado en la Family Business Review, en 2007. En dicho estudio, analizaron todos los trabajos aparecidos en dicha revista desde su fundación, en 1988, hasta el número de diciembre de 2005. Los autores concluyen que a pesar de que la literatura está fragmentada y muestra una falta de consenso, estamos asistiendo a un desarrollo de la investigación sobre empresa familiar a través de un amplio número de enfoques (Casillas y Acebo, 2007).

Otro trabajo de referencia fue el realizado por Benavides Velasco, Guzmán Parra y Quintana García. Publicado en 2011 en Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa y que describe la evolución de la investigación en empresa familiar en el período 1961-2008, a través del análisis de los contenidos de los artículos sobre dicha temática publicados en revistas indexadas en el Social Science Citation Index. Este proceso ha llevado a la creación de una base de datos con 684 documentos. La aplicación de métodos y técnicas bibliométricas ha permitido a los autores reflejar la evolución del nivel de publicaciones, instituciones activas, metodologías empleadas y principales temas de investigación tratados.

En el año 2011, Journal of Family Business Strategy publicó un trabajo de Wright y Kellermanns en el que los autores identificaron una serie de cuestiones en las que centrarse en la investigación de las empresas familiares, desarrollando un marco para la futuras investigaciones sobre empresa familiar basado: en los tipos de empresarios familiares, el proceso de reconocimiento de oportunidades, el tipo de organización, el entorno y las interacciones entre los elementos mencionados. Además,

señalan cómo debe ser la investigación futura sobre empresas familiares, considerando variables de resultados económicos y no económicos y, así, facilitar la publicación de trabajos sobre empresa familiar.

Gedajlovic, Carney, Chrisman y Kellermanns publicaron en el año 2012 en el *Journal of Management* un trabajo de revisión con el que los autores pretenden documentar la creciente madurez de la investigación sobre la empresa familiar, que se plasma en la publicación de trabajos de calidad en revistas de primer nivel.

Más recientemente, Rovelli, Ferasso, De Massis y Kraus en el año 2021 efectuaron una revisión de 1.381 trabajos publicados en *Family Business Review*, *Journal of Family Business Strategy* y *Journal of Family Business Management*, que son, como ya hemos mencionado anteriormente, las tres principales revistas académicas que publican trabajos exclusivamente sobre empresa familiar. Dicho trabajo fue publicado en *Journal of Family Business Strategy*.

1.4.4. Análisis bibliométrico sobre empresa familiar.

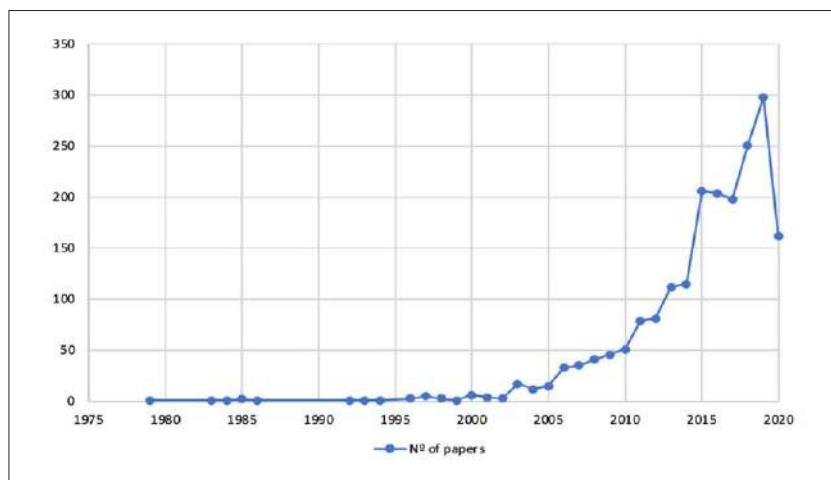
Finalmente, para terminar el análisis de la investigación sobre empresa familiar queremos hacer referencia al trabajo en el que he participado en colaboración con los profesores Araya-Castillo, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros. Se trata de un trabajo publicado en *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, en 2022, en el que se realiza un análisis bibliométrico de trabajos sobre empresa familiar publicados en la *Web of Science* (WoS) hasta mayo de 2020. En dicho trabajo, además de realizar un análisis de la situación de la investigación en empresa familiar,

se ofrecen una serie de orientaciones a los investigadores y se muestran las tendencias de la investigación futura.

1.4.4.1. Número de trabajos publicados.

Lo primero que se destaca en este trabajo es que el número total de trabajos publicados en la WoS en el periodo analizado alcanzó la cifra de 1.990 trabajos. La publicación sobre empresa familiar experimenta un crecimiento hasta llegar a los 300 trabajos en el año 2019, como se puede ver en la figura 6.

Figura 6 – Número de trabajos publicados por año sobre empresa familiar.

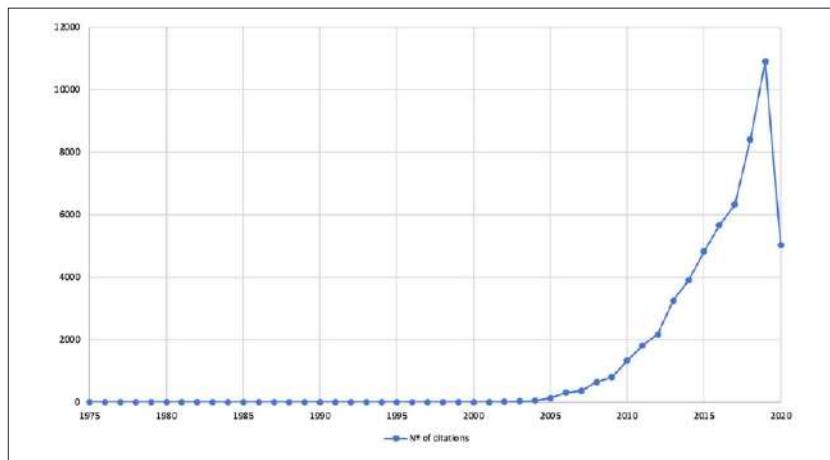


Fuente: Araya-Castillo, Hernández-Perlines, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros (2022).

1.4.4.2. Número de citas de los trabajos publicados sobre empresa familiar.

Los 1.990 trabajos generaron un total de 55.982, lo que nos da una idea de la influencia de estos. El mayor número de citas por año se produjo en el año 2019, consecuencia también del mayor número de trabajos publicados (ver figura 7).

Figura 7 – Número de citas por año de los trabajos publicados sobre empresa familiar.



Fuente: Araya-Castillo, Hernández-Perlines, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros (2022).

En cuanto a la estructura de las citas, he de decir que sólo 11 trabajos poseen más de 500 citas. La gran mayoría de los trabajos de empresa familiar, 86,83% de los artículos publicados poseen menos de 50 citas (ver tabla 2).

Tabla 2 - Estructura general de citas en empresa familiar en WoS

| Número de Citas | Número de Artículos | % de Artículos |
|-----------------|---------------------|----------------|
| ≥ 500 citas | 11 | 0,55% |
| ≥ 250 citas | 18 | 0,90% |
| ≥ 100 citas | 99 | 4,97% |
| ≥ 50 citas | 143 | 7,19% |
| < 50 citas | 1.719 | 86,38% |
| Total | 1.990 | 100,00 |

Fuente: Araya-Castillo, Hernández-Perlines, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros (2022).

1.4.4.3. Artículos más influyentes sobre empresa familiar.

Otro aspecto que podemos destacar hace referencia a los artículos más influyentes, que son aquellos que poseen un mayor

número de citas. El artículo que mayor número de citas acumula es “Founding-family ownership and firm performance: Evidence from the S&P 500”, de Anderson y Reeb, publicado en *Journal of Finance*, en el año 2003 y, que acumula 1.807 citas, con 100,4 citas anuales.

Como podemos comprobar en la tabla 3, el trabajo más influyente publicado en una revista especializada en empresa familiar aparece en quinto lugar. Se trata del trabajo, que con el título “Socioemotional Wealth in Family Firms: Theoretical Dimensions, Assessment Approaches, and Agenda for Future Research”, fue publicado, en 2012, en la Family Business Review, siendo sus autores Berrone, Cruz y Gómez-Mejía.

Tabla 3 - Artículos más influyentes en empresa familiar

| R | Titulo | TC | C/A | Autor/s | Journal | Año |
|---|--|-------|-------|---|----------------------------------|------|
| 1 | Founding-family ownership and firm performance: Evidence from the S&P 500 | 1.807 | 100,4 | Anderson, RC; Reeb, DM | Journal of Finance | 2003 |
| 2 | How do family ownership, control and management affect firm value? | 1.374 | 91,6 | Villalonga, Belen; Amit, Raphael | Journal of Financial Economics | 2006 |
| 3 | Socioemotional wealth and business risks in family-controlled firms: Evidence from Spanish olive oil mills | 1.219 | 87,1 | Gómez-Mejía, Luis R.; Haynes, Katalin Takacs; Núñez-Nickel, Manuel; Jacobson, Kathryn J. L.; Moyano-Fuentes, José | Administrative Science Quarterly | 2007 |
| 4 | Corporate governance in emerging economies: A review of the principal-principal perspective | 676 | 52,0 | Young, Michael N.; Peng, Mike W.; Ahlstrom, David; Bruton, Garry D.; Jiang, Yi | Journal of Management Studies | 2008 |

Cont...

| R | Titulo | TC | C/A | Autor/s | Journal | Año |
|----|--|-----|------|---|--------------------------------------|------|
| 5 | Socioemotional Wealth in Family Firms: Theoretical Dimensions, Assessment Approaches, and Agenda for Future Research | 624 | 69,3 | Berrone, Pascual; Cruz, Cristina; Gómez-Mejía, Luis R. | Family Business Review | 2012 |
| 6 | The Bind that Ties: Socioemotional Wealth Preservation in Family Firms | 605 | 60,5 | Gómez-Mejía, Luis R.; Cruz, Cristina; Berro- nne, Pascual; De Castro, Julio | Academy of Management Annals | 2011 |
| 7 | Founding family ownership and the agency cost of debt | 579 | 32,2 | Anderson, RC; Mansi, SA; Reeb, DM | Journal of Financial Economics | 2003 |
| 8 | Comparing the agency costs of family and non-family firms: Conceptual issues and exploratory evidence | 540 | 31,8 | Chrisman, JJ; Chua, JH; Litz, RA | Entrepreneurship Theory and Practice | 2004 |
| 9 | Family firms | 538 | 29,9 | Burkart, M; Panunzi, F; Shleifer, A | Journal of Finance | 2003 |
| 10 | Board composition: Balancing family influence in S&P 500 firms | 506 | 29,8 | Anderson, RC; Reeb, DM | Administrative Science Quarterly | 2004 |

Fuente: Araya-Castillo, Hernández-Perlines, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros (2022).

Notas: TC: total de citas del artículo.

C/A: promedio de citas por año del artículo.

1.4.4.4. Autores más influyentes y productivos en empresa familiar.

En cuanto a los autores más influyentes y productivos, destaca en primer lugar Kellermanns, con 46 trabajos sobre empresa familiar, lo que supone el 53% de sus trabajos totales. Este autor logró 2.790 citas de sus trabajos en empresa familiar, lo que supone el 56,26% del total de citas que posee este autor de todos

sus trabajos. Este autor posee un índice H de 39 y, dos de sus trabajos, están entre los 30 trabajos más influyentes del mundo en empresa familiar (ver tabla 4).

Tabla 4 - Autores más influyentes y productivos en empresa familiar.

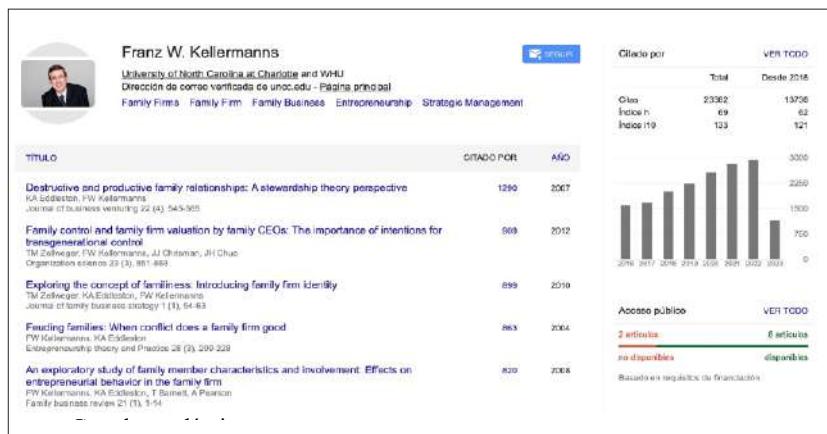
| R | Nombre Autor | TP-FF | TC-FF | %TP-FF / TP | H | TP | TC | T30 |
|-----------|--------------------|-------|-------|-------------|----|----|-------|-----|
| 1 | Kellermanns FW | 46 | 2.790 | 53% | 39 | 86 | 4.959 | 2 |
| 2 | Chrisman JJ | 39 | 3.864 | 41% | 43 | 95 | 7.420 | 5 |
| 3 | De Massis A | 39 | 1.557 | 56% | 28 | 70 | 2.609 | 0 |
| 4 | Miller D | 28 | 1.980 | 34% | 31 | 83 | 4.189 | 1 |
| 5 | Eddleston KA | 26 | 1.704 | 46% | 29 | 56 | 3.435 | 1 |
| 6 | Chua JH | 25 | 2.757 | 32% | 36 | 79 | 5.776 | 4 |
| 7 | Chirico F | 23 | 1.073 | 27% | 18 | 84 | 1.486 | 0 |
| 8 | Nordqvist M | 23 | 1.679 | 32% | 33 | 71 | 3.199 | 1 |
| 9 | Le Breton-Miller I | 22 | 1.753 | 54% | 22 | 41 | 4.026 | 1 |
| 10 | Voordeckers W | 22 | 772 | 67% | 18 | 33 | 1.113 | 0 |

Fuente: Araya-Castillo, Hernández-Perlines, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros (2022).

Abreviaturas: R: ranking del autor; TP-FF: total de papers del autor en family firms; TC-FF: total citas del autor de los papers de family firms; %TP-FF/TP: porcentaje del total de papers del autor solo en family firms; H: H-index del autor; TP: total de papers del autor; TC: total de citas por autor; T30: total de papers del autor que están entre los 30 papers más influyentes publicados en todos los tiempos.

Actualmente, este autor posee 23.382 citas en Google Académico, 13.736 desde 2018, siendo su índice h de 69 y el índice i10 de 133. Este autor está adscrito a la Universidad de Carolina del Norte, en EE.UU., en el Campus de Charlotte (ver figura 8).

Figura 8 – Perfil de Frans W. Kellermanns en Google Académico.



Fuente: Google académico.

1.4.4.5. Revistas más influyentes en empresa familiar.

De las 5 revistas más influyentes en empresa familiar, 2 son de carácter generalista, estando las otras tres especializadas en empresa familiar. La revista más influyente es la Family Business Review, con 139 trabajos sobre empresa familiar, seguida de la Journal of Family Business Strategy, con 132 trabajos en esta temática (ver tabla 5). La Family Business Review obtuvo un factor de impacto en la base de datos de la Journal Citation Report (JCR) de 7.545, siendo una revista del primer cuartil (Q1). Para el Journal of Family Business Strategy, dicho índice fue de 6.114, situándose también en el primer cuartil (Q1).

Tabla 5 - Revistas más influyentes en investigación sobre empresa familiar.

| R | Journal | H | FF | TC FF | TP FF | %P FF | >250 | >100 | >50 | >20 | TP | TC | T 30 | H |
|---|-------------------------------------|----|-------|-------|-------|-------|------|------|-----|-----|--------|----|------|---|
| 1 | Family Business Review | 51 | 7.883 | 139 | 34% | 3 | 19 | 30 | 34 | 407 | 16.422 | 3 | 71 | |
| 2 | Journal of Family Business Strategy | 24 | 2.023 | 132 | 56% | 0 | 1 | 5 | 32 | 234 | 3.197 | 0 | 28 | |

Cont...

| R | Journal | H-FF | TC FF | TP FF | %P FF | >250 | >100 | >50 | >20 | TP | TC | T 30 | H |
|----|---------------------------------------|------|-------|-------|-------|------|------|-----|-----|------|--------|------|-----|
| 3 | Entrepreneurship Theory and Practice | 50 | 8.805 | 130 | 15% | 8 | 22 | 20 | 31 | 867 | 62.762 | 8 | 135 |
| 4 | Journal of Family Business Management | 7 | 186 | 55 | 54% | 0 | 0 | 0 | 1 | 102 | 309 | 0 | 9 |
| 5 | Journal of Business Research | 19 | 1.256 | 51 | 1% | 0 | 2 | 5 | 11 | 6720 | | 0 | 176 |
| 6 | Journal of Business Ethics | 15 | 1.003 | 45 | 1% | 0 | 2 | 5 | 4 | 8257 | | 0 | 168 |
| 7 | Journal of Small Business Management | 21 | 1.622 | 44 | 4% | 0 | 6 | 7 | 8 | 1021 | 34.921 | 0 | 94 |
| 8 | Small Business Economics | 20 | 1.428 | 44 | 2% | 0 | 4 | 6 | 10 | 1955 | 64.036 | 0 | 112 |
| 9 | Journal of Corporate Finance | 18 | 1.790 | 38 | 3% | 2 | 2 | 2 | 10 | 1470 | 33.935 | 2 | 85 |
| 10 | Business History | 12 | 351 | 33 | 1% | 0 | 0 | 0 | 6 | 5043 | 9.616 | 0 | 31 |

Fuente: Araya-Castillo, Hernández-Perlines, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros (2022).

R: Ranking; H-FF: Índice H sólo con empresas familiares; TC-FF: total de citas sólo con empresas familiares; TP-FF: total de trabajos sólo con empresas familiares en la revista; %P FF: porcentaje de trabajos con empresas familiares en la revista; >250, >100, >50, >20, número de trabajos con más de 250, 100, 50 y 20 citas en la revista; TP: número total de trabajos de la revista; CT: número total de citas de la revista; FI 2018: factor de impacto de la revista en 2018; T 30: número de trabajos que figuran en el ranking Top 30 mostrado en la tabla anterior; H: Índice h de la revista.

En la figura 9 se pueden ver las portadas de Family Business Review y del Journal of Family Business Strategy.

Figura 9 – Portadas de Family Business Review y Journal of Family Business Strategy.



Fuente: Family Business Review y Journal of Family Business Strategy.

1.4.4.6. Instituciones más influyentes en investigación en empresa familiar.

La institución más influyente en investigación en empresa familiar es la Mississippi State University, de Estados Unidos, con un índice h en empresa familiar de 35. Aunque la institución con mayor número de trabajos publicados en los últimos 5 años es la University of Alberta, de Canadá, con 34.497 trabajos publicados.

Tabla 6 - Instituciones más influyentes en investigación sobre empresa familiar

| R | Nombre | País | H FF | TP FF | TC FF | %TP FF/TP5 | TP5 |
|---|------------------------------|----------------|------|-------|-------|------------|--------|
| 1 | Mississippi State University | Estados Unidos | 35 | 80 | 5.973 | 1,32% | 6.075 |
| 2 | University of Alberta | Canadá | 34 | 70 | 4.967 | 0,20% | 34.497 |
| 3 | Lancaster University | Inglaterra | 24 | 59 | 1.982 | 0,61% | 9.662 |

Cont...

| R | Nombre | País | H FF | TP FF | TC FF | %TP FF/TP5 | TP5 |
|---|--|----------|------|-------|-------|------------|-----|
| 4 | Jönköping International Business School | Suecia | 24 | 44 | 2.317 | 32,84% | 134 |
| 5 | WHU - Otto Beisheim School of Management | Alemania | 20 | 42 | 1.886 | 14,29% | 294 |

Fuente: Araya-Castillo, Hernández-Perlines, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros (2022).

Abreviaturas: R: ranking de la institución; H-FF: H-index de la institución en family firms; TP-FF: total de papers de la institución en family firms; TC-FF: total de citas de la institución en family firms; %TP-FF/TP5: porcentaje del total de papers de la institución de los últimos cinco años sólo en family firms; TP5: total de publicaciones de la institución en los últimos cinco años.

En la figura 10 se puede ver la página web de la Mississippi State University.

Figura 10 – Página web de Mississippi State University.



Fuente: Mississippi State University.

1.4.4.7. Países más influyentes en investigación sobre empresa familiar.

Por países, Estados Unidos es el país que acumula un mayor número de publicaciones, en concreto 589. Le sigue Italia con 272 y el tercer país con un mayor número de publicaciones en empresa familiar es España, con 266 (ver figura 11).

Figura 11– Países más productivos en investigación sobre empresa familiar.

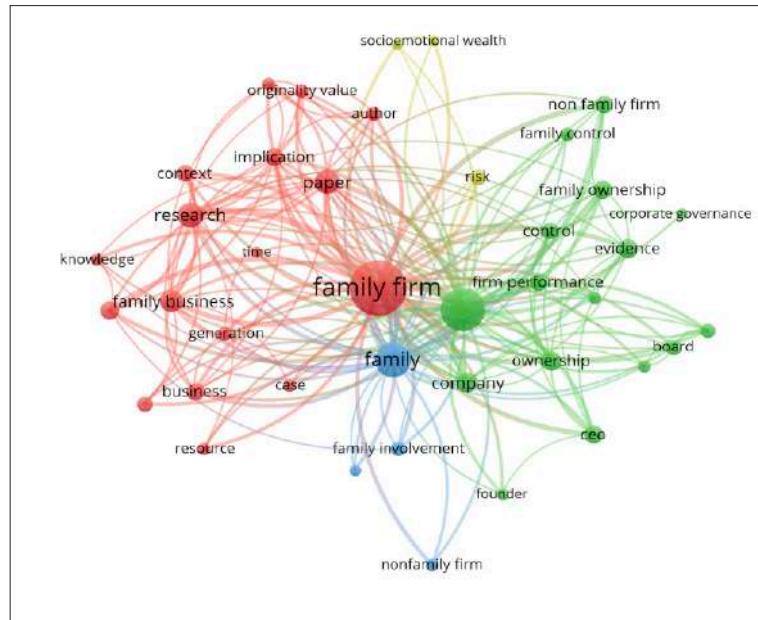


Fuente: Araya-Castillo, Hernández-Perlines, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros (2022).

1.4.4.8. Mapa bibliométrico de investigación sobre empresa familiar.

Finalmente, podemos realizar un mapa bibliométrico que nos permite visualizar redes o clúster de investigación. Cada clúster contiene los conceptos más utilizados en la investigación sobre empresa familiar y el tamaño de cada concepto está relacionado con la frecuencia de cada elemento.

Figura 12 – Mapa bibliométrico de la investigación sobre empresa familiar.



Fuente: Araya-Castillo, Hernández-Perlines, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros (2022).

Como podemos comprobar en la figura 12, la investigación en empresa familiar se ha centrado en los fundamentos teóricos de la empresa familiar y su comprensión. Siendo de interés, también, factores como el tipo de propiedad, el gobierno corporativo o la participación de la familia en el negocio familiar. Finalmente, en los últimos años ha surgido con fuerza, la riqueza socioemocional como tópico de investigación.



❖ 2. LA RIQUEZA SOCIOEMOCIONAL.

Como ha quedado de manifiesto tras el análisis del mapa biométrico de la investigación en empresa familiar, que se recoge en la figura 12, uno de los tópicos de la investigación en empresa familiar lo constituye la riqueza socioemocional. En los últimos años, este tópico ha centrado el interés de muchos investigadores.

No sólo hemos elegido la riqueza socioemocional por ser un tópico de actualidad. Otra de las razones que justifica esta elección es que, en los últimos años, parte de mi investigación sobre empresa familiar, se ha centrado en su análisis. Además, algunos de los trabajos que he realizado en este campo han merecido el reconocimiento en Congresos y Jornadas en los que han sido presentados y, posteriormente, han sido publicados en revistas académicas de gran prestigio. Así, al trabajo titulado “Socioemotional influence on the entrepreneurial orientation of family businesses?” le fue otorgado el Paper Award en la 8th Global Innovation and Knowledge Academy Conference, celebrada en la Catholic University of Valencia, en 2018. En 2019, el trabajo titulado “Socioemotional wealth, entrepreneurial orientation and international performance in family businesses.” fue reconocido con el Paper Award en la 10th Innovation, Entrepreneurship and Knowledge Academy Conference, celebrada en la Universidad de Verona (Italia). Ambos trabajos fueron publicados posteriormente en revistas de alto impacto en la base de datos JCR. El primero, en la International Entrepreneurship and Management Journal, revista editada por

Springer y, el segundo, en Economic Research-Ekonomska Istraživanja, revista editada por Taylor & Francis. Además, me gustaría destacar un tercer trabajo, realizado en colaboración con Jeffrey Covin, de la Universidad de Indiana, en Estados Unidos y Domingo Ribeiro Soriano, de la Universidad de Valencia, que fue publicado en 2022 en el Journal of Business Research, con el título “Entrepreneurial orientation, concern for socioemotional wealth preservation, and family firm performance”. Esta revista, según se recoge en la tabla 5, se encuentra en el quinto puesto del ranking de las revistas más influyentes del mundo en empresa familiar.

2.1. Introducción.

Las empresas familiares por sus propias características poseen una elevada heterogeneidad que les confiere un alto grado de complejidad. En este sentido, en las últimas décadas han proliferado investigaciones que pretenden mejorar la comprensión de su comportamiento (Chrisman et al, 2010; Sharma et al., 2012), en el que las emociones juegan un gran papel. En consecuencia, las emociones han pasado a ser un atributo distintivo de las empresas familiares (Astrachan y Jaskiewicz , 2008; Zellweger y Astrachan, 2008; Berrone et al., 2012), que juegan un papel importante en el comportamiento empresarial (Goss, 2005), por su impacto en la toma de decisiones (Astrachan y Jaskiewicz, 2008). En las empresas familiares, los miembros de la familia sienten un vínculo emocional con otros miembros de la familia, identificándose fuertemente con la empresa familiar, que a menudo, se ve como una extensión de la familia (Kallmuenzer et al., 2018). El afecto (sentimientos y emociones) podría aumentar la creatividad y el reconocimiento de oportunidades en entornos de riesgo (Baron, 2008), y la sucesión en las empresas familiares está determinada por el grado de implicación de los descendientes y la forma en cómo perciben

las recompensas obtenidas por sus antecesores (Wang et al., 2018). Las empresas familiares persiguen una combinación de objetivos empresariales y no económicos (Mahto et al., 2010), que se suelen superponer (Klein et al., 2005; Gómez-Mejía et al., 2011). Entre estos objetivos no económicos se encuentra la preservación de la riqueza socioemocional (Berrone et al., 2010; Glover y Reay, 2015), que representa las recompensas no económicas que los propietarios de empresas familiares obtienen de sus negocios (Gómez-Mejía et al., 2007). Podemos afirmar que la riqueza socioemocional es esencial en las decisiones estratégicas de las empresas familiares, por ser una de las características que las distingue de otro tipo de organizaciones (Gómez-Mejía et al., 2011). Las empresas familiares no son un grupo homogéneo, siendo la riqueza socioemocional el elemento que nos permite analizar las características, el comportamiento y los intereses diferenciadores entre empresas familiares (Berrone et al., 2012).

La riqueza socioemocional adquiere una mayor relevancia como consecuencia de que algunos autores la consideran como uno de los elementos distintivos de las empresas familiares (Holt et al., 2018; Hernández-Perlines et al., 2020; Hernández-Perlines et al., 2021), siendo el factor clave de su heterogeneidad (Odom et al., 2019; Fang et al., 2019; Swab et al., 2020). Además, coincidimos con Brigham y Payne (2019) y Swab et al. (2020) cuando afirman que el crecimiento que ha experimentado la investigación en empresa familiar se debe, en gran medida, a la irrupción de la riqueza socioemocional a partir del trabajo seminal de Gómez-Mejía et al. (2007).

La riqueza socioemocional permite analizar cómo la empresa familiar se comporta de manera diferente (Gómez-Mejía et al., 2007), utilizando recursos y capacidades específicos (Bascu, 2013), proporcionando un marco conceptual que explica

adecuadamente las diferencias entre empresas familiares y no familiares, así como las diferencias entre las propias empresas familiares (Salvato y Aldrich 2012), al incorporar las relaciones entre empresa y familia (Habbershon et al., 2003; Zahra y Sharma, 2004; Araya-Castillo et al., 2021).

2.2. Concepto de riqueza socioemocional.

2.2.1. Definición de la riqueza socioemocional.

Como hemos comentado, la riqueza socioemocional fue definida como los “aspectos no financieros de la empresa que incluyen las necesidades afectivas de la familia, tales como la identidad, la capacidad para ejercer influencia familiar y la perpetuación de la dinastía familiar” (Gómez-Mejía et al., 2007, p. 106). El concepto de riqueza socioemocional ha sido ampliamente analizado en estudios sobre empresa familiar (p.e., Gómez-Mejía et al., 2010; Cruz et al., 2012; Goel et al., 2013; Naldi et al. 2013; Schepers et al., 2014; Sciascia et al., 2014; Vandemaele y Vancauteren 2015; Hernández-Perlines et al., 2019; Hernández- Perlines et al., 2020; Araya-Castillo et al., 2021; Hernández- Perlines et al., 2021). Las empresas familiares persiguen objetivos no financieros que reflejan únicamente los intereses, la visión y la actitud de la familia que ejerce el control (Christman et al., 2012), que lucha por generar y preservar su riqueza socioemocional (Domenichelli y Bettin, 2021), aunque estas decisiones impliquen pérdidas financieras (Gómez-Mejía et al., 2007; Berrone et al., 2012; Naldi et al., 2013).

Miller y Le Breton-Miller (2005) propusieron cuatro dimensiones de riqueza socioemocional: continuidad, control, comunidad y conexiones. Por su parte, Berrone et al. (2012) identificaron cinco dimensiones de la riqueza socioemocional: control e influencia familiar, identificación de los miembros de la familia

con la empresa, lazos sociales vinculantes, apego emocional de los miembros de la familia y renovación de los lazos familiares con la empresa a través de la sucesión dinástica.

Kellermanns et al. (2012) ampliaron el concepto de riqueza socioemocional, considerando dos perspectivas que son fundamentales cuando se analiza la riqueza socioemocional en las empresas familiares: una favorable y otra desfavorable (Miller y Le Breton-Miller, 2014). Dentro de la primera perspectiva, Cennamo et al. (2012) sostuvieron que la riqueza socioemocional permite a las empresas familiares adoptar una política proactiva de participación de las partes interesadas. Dentro del segundo, Schepers et al. (2014) analizaron el efecto moderador de la riqueza socioemocional en la relación orientación emprendedora-desempeño en empresas familiares, concluyendo que la riqueza socioemocional limita dicha relación.

2.2.2. Dimensiones de la riqueza socioemocional.

Una vez que hemos concretado qué se entiende por riqueza socioemocional, es necesario proceder a su medición. Ha habido un intenso debate sobre cómo medir la riqueza socioemocional. Así, los primeros estudios midieron la riqueza socioemocional a través de un enfoque indirecto, considerando tanto la propiedad como la gestión familiar (Berrone et al., 2010; Gómez-Mejía et al., 2010; Zellweger et al. 2012; Vandemaele y Vancauteren, 2015). Posteriormente, otros trabajos trataron de captar el concepto de riqueza socioemocional desde la orientación estratégica de las Pymes (Schepers et al., 2014; Goel et al., 2013). Sin embargo, la revisión de las dimensiones de la riqueza socioemocional realizada por Berrone et al. en 2012 es la más extendida, por su vinculación con otros enfoques teóricos. Estos autores propusieron cinco dimensiones para medir la riqueza socioemocional (Berrone et al., 2012), que se conoce con el acrónimo FIBER. Estas dimensiones son las siguientes:

1 - Control e influencia familiar - La participación familiar suele afectar tanto al comportamiento de las empresas familiares (Chrisman et al., 2012) como a sus resultados (Eddleston y Kellermanns, 2007). Esta dimensión se centra en los aspectos clave de la definición de la empresa familiar: propiedad, control e influencia de la familia. Con esta dimensión se trata de averiguar si la propiedad de la empresa es fundamentalmente familiar, o si la familia posee el control en la toma de decisiones estratégicas, o si los cargos directivos son ocupados por miembros de la familia o si la familia tiene facultad para nombrar a directivos de la empresa, o si el Comité de dirección está compuesto principalmente por miembros de la familia o, finalmente, si como objetivos importantes de la empresa familiar, se encuentra el mantenimiento del control e independencia de la familia.

2 - Identificación de los miembros de la familia con la empresa - Berrone et al. (2010) y Delmas y Gergaud (2014) afirman que el deseo de preservar la imagen de la familia en las empresas familiares mejora su rendimiento. Además, los miembros de la familia suelen adoptar comportamientos empresariales dirigidos a mejorar el estatus social de la empresa familiar (Davis et al., 2000) y su identificación con la empresa mejora el rendimiento (Anderson y Reeb, 2003; Zellweger y Nason, 2008). Con esta dimensión se pregunta sobre el sentimiento de pertenencia de los miembros de la familia con el negocio familiar, o si los miembros de la familia sienten el éxito de la empresa familiar como su propio éxito, o si el negocio familiar tiene un gran significado personal para los miembros de la familia. También se cuestiona si ser un miembro de la empresa familiar ayuda a definir quiénes somos. Además, también se trata de averiguar si los

miembros de la familia están orgullosos de contar a los demás que son parte del negocio familiar. Finalmente, se pregunta si los clientes suelen asociar el nombre de la familia con los productos y servicios del negocio familiar.

3 - Vínculos sociales vinculantes – Las relaciones familiares son una característica única de las empresas familiares y, como tales, afectan significativamente a su rendimiento (Eddleston et al., 2008). Aldrich y Cliff (2003) afirman que las relaciones familiares afectan positivamente a las actividades empresariales de la empresa (Eddleston et al., 2012). Además, los fuertes lazos entre los miembros de la familia afectan al reconocimiento de las oportunidades empresariales (Jack 2005) y a la acumulación de recursos (Khayesi et al., 2014). En esta dimensión se consulta sobre si la empresa familiar se muestra muy activa a la hora de promover actividades sociales en el entorno en el que opera. También se trata de averiguar si en la empresa familiar, los empleados que no son miembros de la familia son tratados como parte de ésta. Por otra parte, también interesa conocer si las relaciones contractuales se basan principalmente en la confianza y la reciprocidad. También se interroga sobre si la empresa familiar pone énfasis en construir relaciones estrechas y fuertes con otras instituciones (ej. otras empresas, asociaciones profesionales, organismos públicos, etc.). Finalmente, también resulta interesante conocer en esta dimensión, si los contratos con los proveedores se basan en establecer relaciones a largo plazo.

4 - Apego emocional de los miembros de la familia – Como ya hemos afirmado anteriormente, las emociones son otro atributo distintivo de las empresas familiares (Astrachan y Jaskiewicz, 2008; Zellweger y Astrachan, 2008; Berrone

et al., 2012), resultado de los ambiguos límites entre la familia y la empresa (Berrone et al., 2010). Las familias son grupos sociales que comparten una serie de emociones debido a su historia y a los recuerdos que comparten (Kets de Vries et al., 2007). Las emociones pueden desempeñar un papel esencial en el comportamiento de la empresa familiar (Goss 2005), debido a su impacto en la toma de decisiones (Astrachan y Jaskiewicz 2008). Con esta dimensión se trata de averiguar si las emociones y sentimientos suelen afectar a los procesos de toma de decisiones en el negocio familiar o si proteger el bienestar de los miembros de la familia es esencial, o si los vínculos emocionales entre los miembros de la familia son muy fuertes, o si las consideraciones afectivas suelen ser tan importantes como las consideraciones económicas. También se cuestiona sobre si los fuertes vínculos emocionales de los miembros de la familiar ayudan a mantener un autoconcepto positivo de la empresa y, finalmente, si en la empresa familiar, los miembros de la familia se sienten arropados entre ellos.

5 - Renovación de los vínculos familiares con la empresa a través de la sucesión dinástica - La sucesión es uno de los retos más importantes en las empresas familiares (Le Breton-Miller et al., 2004), ya que en este tipo de empresas las decisiones estratégicas tienen una perspectiva a largo plazo (Miller y Breton-Miller, 2005; Miller et al., 2008). Además, como afirmábamos al definir la empresa familiar, este es uno de los elementos cualitativos que la define. Con esta última dimensión se pretenden conocer si continuar con la tradición y legado familiar es un objetivo importante para el negocio familiar o si los familiares propietarios de la empresa son menos dados a evaluar sus inversiones a corto plazo o si es poco probable que los miembros de la familia consideren vender el negocio

familiar o si la transferencia de un negocio exitoso a las siguientes generaciones es un objetivo importante para los miembros de la familia.

2.3. Investigación en riqueza socioemocional.

Una vez que se ha señalado la importancia de la riqueza socioemocional, su concepto y las dimensiones que permiten su medición, creo necesario realizar un análisis sistemático y riguroso de la investigación sobre riqueza socioemocional.

La riqueza socioemocional es una nueva corriente de investigación que se centra en la dotación emocional de las empresas familiares (Hernández-Perlines et al., 2021), basada en el modelo de agencia conductual (Chrisman y Patel, 2012), que se adecua al estudio de las empresas familiares al tener en cuenta objetivos familiares, personales y organizacionales (Llanos-Contreras y Santos, 2018), que en ocasiones chocan entre sí (Franco y Prata, 2019), ofreciendo un marco teórico integral, que permite analizar diferentes aspectos de la empresa familiar (Kabbach de Castro et al., 2016). Algunos autores, entre los que me incluyo, afirman que la riqueza socioemocional es un factor relevante para explicar el comportamiento de las empresas familiares (Gómez-Mejía et al., 2007; Berrone et al., 2012; Miller y Le Breton-Miller, 2014; Chua et al., 2015; Martínez-Romero y Rojo-Ramírez, 2016; Hernández-Perlines et al., 2021) y, su supervivencia (Araya-Castillo et al., 2021; Hernández-Perlines et al., 2021).

2.3.1. Estudios académicos sobre investigación en riqueza socioemocional.

Una revisión de la literatura permite encontrar una gran cantidad de investigaciones que analizan el papel de la riqueza

socioemocional como factor explicativo del comportamiento de las empresas familiares (Hernández-Perlines et al., 2019). Los estudios sobre el impacto de la riqueza socioemocional en la toma de decisiones de la empresa familiar se han centrado, entre otras cosas, en las estrategias de adquisición (Pazaglia et al., 2013; Gómez-Mejía et al., 2018), en los procesos de internacionalización (Kraus et al., 2016; Hernández-Perlines et al., 2020), estrategias de salida (DeTienne y Chirico, 2013), asunción de riesgos (Gómez-Mejía et al., 2007; Gómez-Mejía et al., 2019), innovación (Li y Daspit, 2016; Kosmidou y Ahuja, 2019), orientación emprendedora (Gómez-Mejía et al., 2011; Alonso-Dos Santos y Llanos-Contreras, 2019; Hernández-Perlines et al., 2019; Llanos-Contreras y Jabri, 2019; Hernández-Perlines et al., 2021), y los enfoques de responsabilidad social empresarial (Berrone et al., 2010; Cruz et al., 2014; Diéguez-Soto et al., 2021).

En este discurso me voy a centrar en el análisis de los artículos publicados en revistas indexadas en WoS. Esta investigación permitirá conocer los elementos más relevantes de la investigación en este campo.

Es posible destacar los siguientes trabajos, que analizan la investigación sobre riqueza socioemocional, como:

- 1) **Jiang et al. (2018)** realizaron una revisión sistemática de 421 artículos publicados durante la primera década de investigación sobre riqueza socioemocional en 25 revistas, revisados por pares, que habían publicado al menos cinco artículos que citaban el estudio seminal sobre el modelo SEW desarrollado por Gómez-Mejía et al. (2007). Estos autores, estudiaron cómo y por qué la investigación en psicología social puede contribuir a evitar la cosificación en la riqueza socioemocional.

- 2) **Chang y Mubarik (2021)** revisaron 188 artículos publicados entre 2007 y 2020 en seis bases de datos académicas (Elsevier, Emerald, Sage, Springer, Taylor & Francis, Wiley). Los hallazgos revelaron brechas en la investigación que podrían ser exploradas por futuros investigadores. Según los autores, la riqueza socioemocional, como constructo, aún se encuentra en relativo crecimiento, por lo que aparece como un constructo paradójico con varias contradicciones y vacíos.
- 3) **Migliori y Za (2021)** analizaron 294 publicaciones centradas en la riqueza socioemocional publicadas hasta mayo de 2020 en cualquier fuente de la base de datos Scopus. Mediante un análisis bibliométrico, los autores clasificaron la comunidad científica que estudia la riqueza socioemocional según el número de publicaciones por autor, revista, país, y el impacto de la publicación medido en términos de citación por autor y por año. También desarrollaron un análisis de co-palabras sobre las palabras clave más utilizadas por autor a través de herramientas de análisis de redes sociales.
- 4) **Araya-Castillo et al. (2021)** llevaron a cabo un estudio cienciométrico de la riqueza socioemocional en el que analizaron 501 artículos publicados en el Science Citation Index de WoS entre 1975 y 2019, y concluyeron que se trata de un área de investigación en rápido crecimiento, centrado en la empresa familiar.

2.3.2. Análisis bibliométrico sobre riqueza socioemocional.

El objetivo de este análisis bibliométrico es conocer el estado en el que se encuentra la investigación sobre riqueza socioemocional. Para realizar este análisis utilizaré como fuente el tra-

bajo titulado “Socioemotional wealth: a systematic literature review from a family business perspective”, publicado recientemente en la European Research on Management and Business Economics. Ésta es una de las revistas de la Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa (AEDEM), editada en colaboración con Elsevier, con un alto factor de impacto. Este trabajo ha sido realizado por quien les habla en colaboración con Luis Araya-Castillo, de la Universidad Católica Silva Henríquez (UCSH), de Chile; Cristian Millán-Toledo, de la Universidad Autónoma de Chile y Manuel Alejandro Ibarra Cisneros, de la Universidad Autónoma de Baja California, en México. Este trabajo es un ejemplo de colaboración en red de profesores de diferentes universidades, de distintos países. En la figura 13 se puede ver la primera página del mencionado artículo.

Se trata de un análisis bibliométrico de la investigación sobre riqueza socioemocional de artículos publicados en revistas indexadas en la WoS Core Collection. En dicho trabajo se han identificado 1.026 artículos científicos publicados sobre riqueza socioemocional, con un total de 23.227 citas. Con este análisis será posible sentar las bases de la investigación en riqueza socioemocional y las tendencias de futuro (Jiménez-Bucarey et al., 2020; Vicencio-Ríos et al., 2020; Araya-Castillo et al., 2021). En el mismo se ha realizado una revisión sistemática de la literatura sobre la riqueza socioemocional desde el enfoque de la empresa familiar. El uso de este enfoque se justifica porque, siguiendo a Cano-Rubio et al. (2017), la riqueza socioemocional permite analizar cómo la empresa familiar se comporta de manera diferente (Gómez-Mejía et al., 2007), utilizando recursos y capacidades específicas (Basco , 2013). Además, si nos fijamos en las dimensiones consideradas para medir la riqueza socioemocional, todas ellas tienen una relación directa con aspectos propios de la empresa familiar (Berrone et al., 2012).

Otra razón que justifica el uso de este enfoque es que la riqueza socioemocional es un área de investigación con un rápido crecimiento, pero sin olvidar la empresa familiar (Araya-Castillo et al., 2021), que es el ámbito en el que se analiza.

Figura 13 – Página inicial del artículo “Socioemotional wealth: a systematic literature review from a family business perspective”.

European research on management and business economics 29 (2023) 100218



European Research
on Management and Business Economics

www.elsevier.es/ermbe



Socioemotional wealth: A systematic literature review from a family business perspective

Felipe Hernández-Perlines^{a,*}, Luis Araya-Castillo^b, Cristian Millán-Toledo^c,
Manuel Alejandro Ibarra Cisneros^d

^a Full Professor Faculty of Law and Social Sciences, University of Castilla-La Mancha, C/ San Pedro Martír s/n, Toledo 45071, Spain
^b Professor Faculty of Engineering and Business, Universidad Católica Silva Henríquez (UCSH), Santiago de Chile, Chile
^c Facultad de Administración y Negocios, Universidad Autónoma de Chile, Ricardo Morales 2369, Comuna San Miguel, Santiago de Chile, Chile
^d Faculty of Administrative Sciences, Autonomous University of Baja California, Mexicali, Baja California, México

ARTICLE INFO

Article History:
Received 13 July 2022
Revised 24 May 2023
Accepted 25 May 2023
Available online 2 June 2023

Keywords:
Socioemotional wealth
Family firms
Bibliometric analysis
VOSviewer

JEL Code:
C88
D21
M21

ABSTRACT

The purpose of this study is to conduct a bibliometric analysis of socioemotional wealth research from the perspective of the family business. This analysis describes the current research trends and shows the future lines of research to guide future research in this field. A detailed and systematic analysis of the scientific production of 1026 articles on socioemotional wealth published in the Web of Science (WoS) between 1975 to May 2021. This work shows the consolidation of socioemotional wealth as an area of research in family business, whose development has occurred since 2007. On the other hand, the most important articles, authors, countries and institutions in research on socioemotional wealth are pointed out. Finally, this paper concludes that the theoretical foundation of socioemotional wealth as an area of research is due to its connection with Family Business Theory.

© 2023 The Authors. Published by Elsevier España, S.L.U. on behalf of ADEM. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

1. Introduction

Family firms pursue a combination of both business and family goals (Mahroo et al., 2010), which usually overlap (Klein et al., 2005; Gómez-Mejía et al., 2011). Among these non-economic objectives is the preservation of socioemotional wealth (Berrone et al., 2010; Glover & Ray, 2015), which represents the non-economic rewards that owners of family firms obtain from their businesses (Gómez-Mejía et al., 2007).

This is an essential factor for the strategic decisions of family businesses and is a characteristic that distinguishes them from other types of organizations (Gómez-Mejía et al., 2011). On this line, we agree with Brigham and Payne (2019) and Swab et al. (2020) in that the rise and consolidation of the research on family firms are, to some extent, due to the emergence of the concept of socioemotional wealth, especially considering the definition given by Gómez-Mejía et al. (2007) and their measurement based on the model proposed by Berrone et al. (2012).

Therefore, socioemotional wealth is a rather interesting phenomenon that is found exclusively in family businesses and which guides their strategic behaviors (Chang & Mobarik, 2021), as this entails the creation of a non-financial utility that benefits the family in terms of their investment decisions (Soudar et al., 2017; Hernández-Perlines et al., 2019). According to Diéguez-Soto et al. (2021) socioemotional wealth is seen as the most important differentiator of the family firm as a unique entity, and it can help to understand why family firms are not a homogeneous group with identical characteristics, behavior, and interests (Berrone et al., 2012).

For this reason, socioemotional wealth is one of the distinctive elements of family businesses (Holt et al., 2018; Hernández-Perlines et al., 2020; Andreu et al., 2020, 2021). This has been so important that has led some authors to state that socioemotional wealth is the key factor in the heterogeneity of family businesses and therefore a distinguishing element of this type of firm (Odion et al., 2019; Fang et al., 2019; Swab et al., 2020) and also to assert that the development of research on family businesses is due to the introduction of socioemotional wealth (Brigham & Payne, 2019; Swab et al., 2020).

Moreover, socioemotional wealth provides a conceptual framework that adequately explains the differences between family and

* Corresponding author.
E-mail address: felipe.hperlines@udm.es (F. Hernández-Perlines).

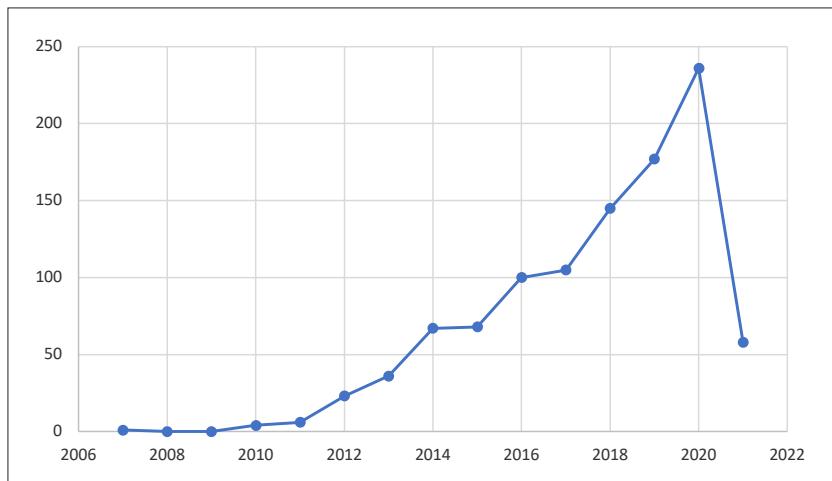
<https://doi.org/10.1016/j.ermbe.2023.100218>
2444-8834/© 2023 The Authors. Published by Elsevier España, S.L.U. on behalf of ADEM. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

Fuente: European Research on Management and Business Economics. 2023.

2.3.2.1. Número de trabajos publicados sobre riqueza socioemocional.

En primer lugar, queremos señalar la importancia de la riqueza socioemocional. Un elemento que nos permite identificar dicha relevancia viene marcada por el número de trabajos y las citas que han generado. Desde el primer trabajo publicado sobre riqueza socioemocional en 2007, se han publicado 1.026 trabajos indexados en la WoS. Como se puede ver en la figura 14, la publicación experimenta un constante crecimiento hasta 2020, año en el que se publican casi 250 trabajos científicos.

Figura 14 - Número de trabajos publicados por año sobre riqueza socioemocional.



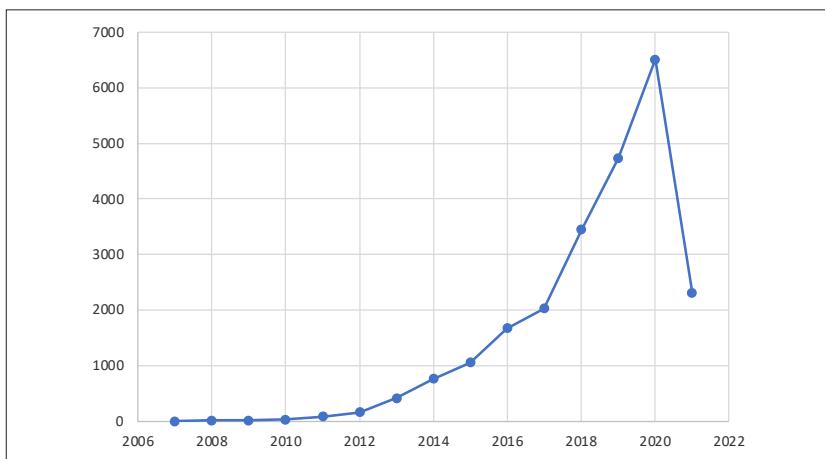
Fuente: Hernández-Perlines, Araya-Castillo, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros (2023).

2.3.2.2. Número de citas de los trabajos publicados sobre riqueza socioemocional.

Los anteriores 1.026 trabajos acumulan un total de 23.227 citas. La primera cita sobre riqueza socioemocional se produce en 2008 y es del trabajo seminal que Gómez-Mejía et al. publicaron en

2007. Dicha cita se produce al año siguiente de su publicación. Las citas de los trabajos publicados sobre riqueza socioemocional han experimentado un crecimiento constante hasta 2020, año en el que acumulan casi 7.000 citas (ver figura 15).

Figura 15 – Número de citas por año de los trabajos publicados sobre riqueza socioemocional.



Fuente: Hernández-Perlines, Araya-Castillo, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros (2023).

Tan sólo 5 artículos poseen más de 500 citas y, otros dos, más de 250. El 89,08% de los trabajos sobre riqueza socioemocional, es decir, 914 poseen menos de 50 citas (ver tabla 7).

Tabla 7 – Estructura general de las citas sobre riqueza socioemocional en la WoS

| Número de citas | Número de trabajos | % de trabajos |
|-----------------|--------------------|----------------|
| ≥ 500 citas | 5 | 0,49% |
| ≥ 250 citas | 2 | 0,19% |
| ≥ 100 citas | 32 | 3,12% |
| ≥ 50 citas | 73 | 7,12% |
| <50 citas | 914 | 89,08% |
| Total | 1.026 | 100,00% |

Fuente: Hernández-Perlines, Araya-Castillo, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros (2023).

2.3.2.3. Artículos más influyentes sobre riqueza socioemocional.

El artículo más relevante de la literatura en riqueza socioemocional sigue siendo el trabajo seminal de Gómez-Mejía et al., titulado “Socioemotional Wealth and Business Risks in Family-Controlled Firms: Evidence from Spanish Olive Oil Mills”, publicado en el año 2007, en *Administrative Science Quarterly*. Este trabajo acumula un total de 1.457 citas, lo que supone unas 97,13 citas por año (ver tabla 8).

Tabla 8 – Artículos más influyentes en riqueza socioemocional

| R | Título | TC | C/A | Autor | Journal | Año |
|---|--|-------|-------|---|---|------|
| 1 | Socioemotional Wealth and Business Risks in Family-Controlled Firms: Evidence from Spanish Olive Oil Mills | 1.457 | 97,13 | Gómez-Mejía, Luis R.; Haynes, Katalin Takacs; Nunez-Nickel, Manuel; Jacobson, Kathryn J. L.; Moyano-Fuentes, Jose | <i>Administrative Science Quarterly</i> | 2007 |
| 2 | Socioemotional Wealth in Family Firms: Theoretical Dimensions, Assessment Approaches, and Agenda for Future Research | 797 | 79,7 | Berrone, Pascual; Cruz, Cristina; Gómez-Mejía, Luis R. | <i>Family Business Review</i> | 2012 |
| 3 | The Bind that Ties: Socioemotional Wealth Preservation in Family Firms | 743 | 67,55 | Gómez-Mejía, Luis R.; Cruz, Cristina; Berrone, Pascual; De Castro, Julio | <i>Academy of Management Annals</i> | 2011 |

Cont...

| R | Título | TC | C/A | Autor | Journal | Año |
|---|---|-----|-------|---|----------------------------------|------|
| 4 | Socioemotional Wealth and Corporate Responses to Institutional Pressures: Do Family-Controlled Firms Pollute Less? | 671 | 55,92 | Berrone, Pascual; Cruz, Cristina; Gómez-Mejía, Luis R.; Larraza-Kintana, Martín | Administrative Science Quarterly | 2010 |
| 5 | Variations in R&D Investments of Family and Nonfamily Firms: Behavioural Agency and Myopic Loss Aversion Perspectives | 533 | 53,3 | Chrisman, James J.; Patel, Pankaj C. | Academy of Management Journal | 2012 |

Fuente: Hernández-Perlines, Araya-Castillo, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros (2023).

Abreviaturas: R: Clasificación; TC: total de citas de artículos; C/A: media de citas de artículos por año.

2.3.2.4. Autores más influyentes y productivos en riqueza socioemocional.

Se da la paradoja que no siempre los autores más influyentes son los más importantes en productividad científica. Así, De Massis es el autor con el mayor número de artículos publicados sobre riqueza socioemocional, con 40 trabajos, mientras que Kellermanns es el autor con un mayor índice H, 41. Por otro lado, el autor que acumula un mayor número de citas es Gómez-Mejía, con 4.491 citas de sus trabajos sobre riqueza socioemocional (ver tabla 9).

Tabla 9 - Autores más influyentes y productivos en riqueza socioemocional

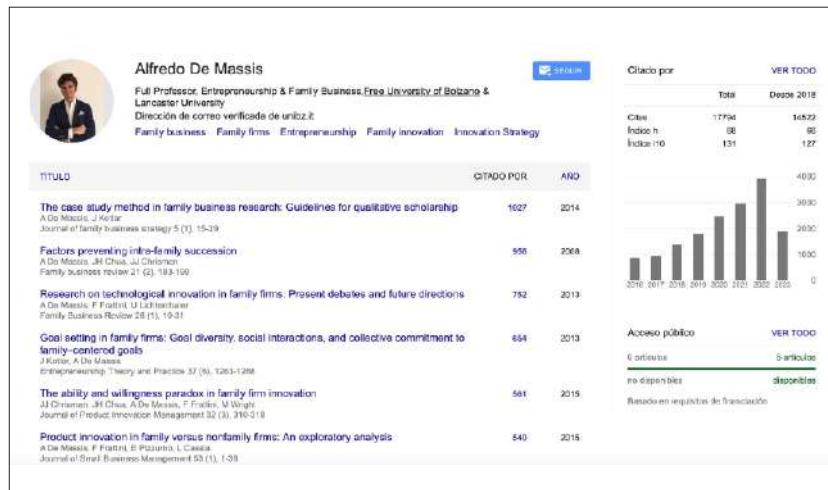
| R | Nombre del autor | TP-SW | TC-SW | %TP-SW / TP | H | TP | TC | T10 |
|----|------------------|-------|-------|-------------|----|----|-------|-----|
| 1 | De Massis A. | 40 | 1.725 | 44% | 34 | 91 | 3.662 | 4 |
| 2 | Kellermanns Fw. | 29 | 1.614 | 31% | 41 | 95 | 6.067 | 3 |
| 3 | Chrismann JJ. | 26 | 2.333 | 37% | 39 | 70 | 5.547 | 6 |
| 4 | Miller D. | 21 | 980 | 25% | 32 | 84 | 5.113 | 3 |
| 5 | Calabro A. | 20 | 562 | 42% | 17 | 48 | 1.320 | 1 |
| 6 | Gómez-Mejía Lr. | 19 | 4.491 | 40% | 26 | 47 | 6.993 | 6 |
| 7 | Kammerlander N. | 17 | 698 | 52% | 14 | 33 | 950 | 2 |
| 8 | Chirico F. | 16 | 491 | 21% | 23 | 77 | 1.912 | 0 |
| 9 | Kotlar J. | 16 | 589 | 48% | 21 | 33 | 1.606 | 1 |
| 10 | Memili E. | 16 | 301 | 41% | 15 | 39 | 718 | 0 |

Fuente: Hernández-Perlines, Araya-Castillo, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros (2023).

Abreviaturas: R: ranking del autor; TP-SW: total de artículos del autor sobre riqueza socioemocional; TC-SW: total de citas del autor en artículos sobre riqueza socioemocional; %TP-SW/TP: porcentaje del total de artículos del autor solo sobre riqueza socioemocional; H: Índice H del autor; TP: número total de artículos del autor; TC: número total de citas por autor; T30: número total de artículos del autor que se encuentran entre los 30 artículos más influyentes publicados en todo momento.

Alfredo De Massis posee actualmente 17.794 citas, con un índice h de 68 y un índice i10 de 131. Este autor está adscrito a la Universidad de Bolzano, en Italia y a la Universidad de Lancaster, en el Reino Unido (ver figura 16).

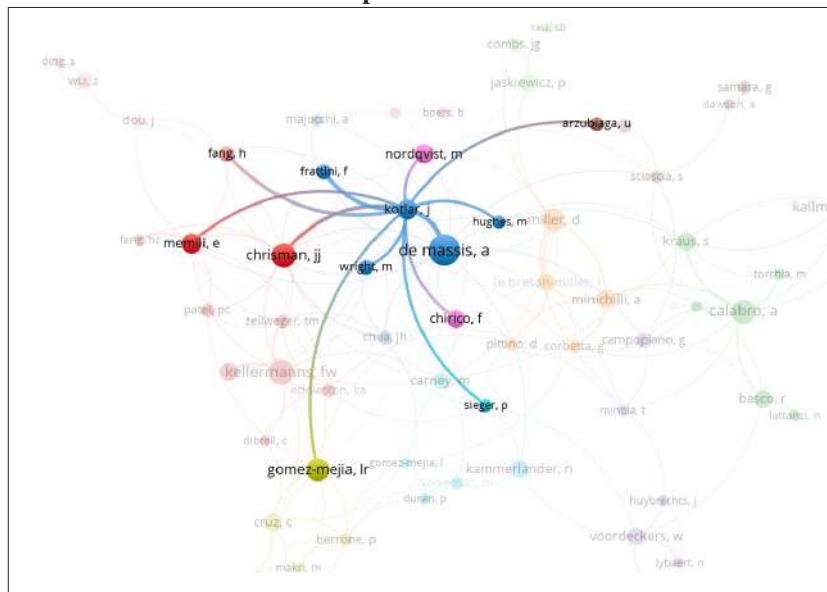
Figura 16 – Perfil en Google Académico de Alfredo de Massis.



Fuente: Google Académico

Cada vez es más relevante tejer redes de colaboración entre investigadores de diferentes Universidades y Centros de Investigación de todo el mundo. La investigación en riqueza socioemocional no es una excepción. En la figura 17 se muestran las 10 redes de colaboración científica más importantes. Para el diseño de dicho mapa se ha considerado la existencia de al menos 5 autorías conjuntas. De todas las redes, 8 incluyen a los autores más prolíficos. Además, Gómez-Mejía, el creador del término riqueza socioemocional, aparece en dos redes colaborativas, siendo en una de ellas el autor principal.

Figura 17 – Mapa de colaboración de los autores en la investigación sobre la riqueza socioemocional.



Fuente: Hernández-Perlines, Araya-Castillo, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros (2023).

2.3.2.5. Revistas más influyentes en investigación sobre riqueza socioemocional.

La revista más influyente es el *Journal of Family Business Strategy* por haber publicado 104 trabajos sobre riqueza socioemocional, aunque la *Family Business Review* posee 3.655 citas totales sólo por trabajos relacionados con la riqueza socioemocional. *Entrepreneurship Theory and Practice* ha publicado 6 trabajos que figuran en el ranking Top 30 (ver tabla 10).

Tabla 10 – Revistas más influyentes sobre riqueza socioemocional

| R | Journal | H-SW | TC-SW | TP-SW | %P-SW | >250 | >100 | >50 | >20 | TP(*) | TC(*) | T-30 | H(*) |
|---|--|------|-------|-------|-------|------|------|-----|-----|-------|-------|------|------|
| 1 | <i>Journal of Family Business Strategy</i> | 24 | 1.833 | 104 | 39,2% | 0 | 0 | 9 | 24 | 265 | 4.554 | 0 | 34 |

Cont...

| R | Journal | H-SW | TC SW | TP SW | %P SW | >250 | >100 | >50 | >20 | TP(*) | TC(*) | T 30 | H(*) |
|---|---------------------------------------|------|-------|-------|-------|------|------|-----|-----|-------|---------|------|------|
| 2 | Family Business Review | 32 | 3.655 | 93 | 25,1% | 1 | 5 | 14 | 25 | 371 | 15.359 | 4 | 69 |
| 3 | Entrepreneurship Theory and Practice | 27 | 2.771 | 65 | 7,7% | 0 | 7 | 9 | 17 | 845 | 54.288 | 6 | 126 |
| 4 | Journal of Family Business Management | 9 | 190 | 42 | 25,5% | 0 | 0 | 0 | 1 | 165 | 670 | 0 | 12 |
| 5 | Journal of Business Ethics | 13 | 484 | 26 | 0,5% | 0 | 1 | 0 | 7 | 5.574 | 162.853 | 1 | 154 |

Fuente: Hernández-Perlines, Araya-Castillo, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros (2023).

Abreviaturas: R: Ranking; H-SW: Índice H sólo con riqueza socioemocional; TC SW: número total de citas sólo con riqueza socioemocional; TP SW: número total de trabajos sólo con riqueza socioemocional en la revista, %P SW: porcentaje de trabajos sobre riqueza socioemocional en la revista; >250, >100, >50, >20, número de trabajos con más de 250, 100, 50 y 20 citas en la revista; TP(*): número total de trabajos en la revista (2007-2021); TP(*): número total de citas en la revista (2007-2021); T 30: número de trabajos que figuran en el ranking Top 30 mostrado en la tabla anterior; H(*): Índice H de la revista (2007-2021).

2.2.1.6. Instituciones más influyentes en investigación sobre riqueza socioemocional.

La institución más influyente en investigación en riqueza socioemocional es la Mississippi State University y la Universidad de Lancaster, ambas con un índice h 26. Ambas también destacan en la investigación en empresa familiar, la primera con un índice h de 35 y, la segunda, con un índice h de 24.

Tabla 11 - Instituciones más influyentes en la riqueza socioemocional.

| R | Nombre | País | H SW | TP SW | TC SW | %TP SW/ TP5 | TP5(*) |
|---|--|----------------|------|-------|-------|-------------|--------|
| 1 | Mississippi State University | United States | 26 | 52 | 2.889 | 0.7% | 7.681 |
| 2 | Lancaster University | United Kingdom | 26 | 52 | 1.747 | 0.4% | 12.016 |
| 3 | WHU - Otto Beisheim School of Management & Euromasters | Germany | 19 | 47 | 2.075 | 11.8% | 399 |
| 4 | University of Alberta | Canada | 29 | 46 | 3.611 | 0.1% | 42.957 |
| 5 | University of North Carolina | United States | 14 | 35 | 896 | 0.1% | 48.318 |

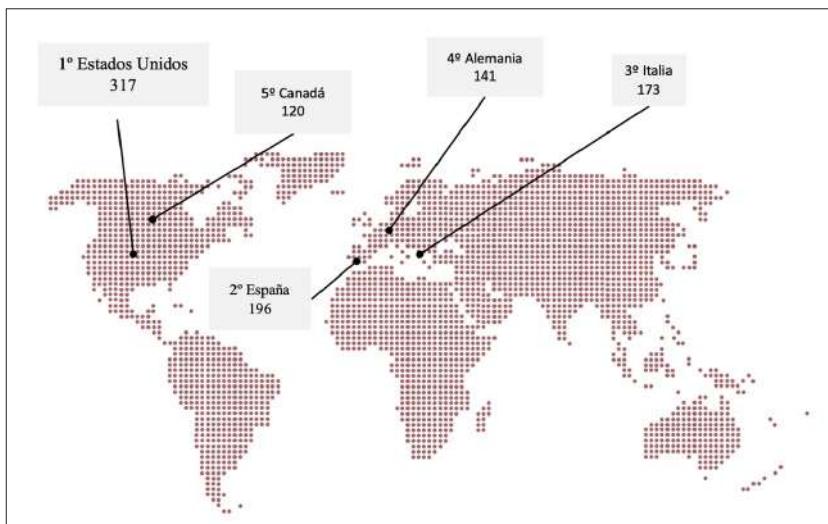
Fuente: Hernández-Perlín, Araya-Castillo, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros (2023).

Abreviaturas: R: clasificación de las instituciones; H-SW: Índice H de las instituciones que se ocupan de la riqueza socioemocional; TP-SW: número total de artículos de las instituciones que se ocupan de la riqueza socioemocional; TC-SW: número total de citas de las instituciones que se ocupan de la riqueza socioemocional; %TP-SW/TP5: porcentaje de artículos de las instituciones que se ocupan únicamente de la riqueza socioemocional en los últimos cinco años; TP5: número total de publicaciones de la institución en los últimos cinco años * (2016 - 2021) TP 5.

1.2.1.7. Países más influyentes en investigación sobre riqueza socioemocional.

El análisis de los países más influyentes sobre investigación en riqueza socioemocional se caracteriza porque algunos de los autores más destacados poseen varias filiaciones, lo que supone que el número de publicaciones por institución puede estar sobreestimado. Destaca Estados Unidos como país con mayor producción científica con 317 trabajos publicados, seguido de España con 196 e Italia con 173. Como podemos comprobar hay dos regiones relevantes en la investigación en riqueza socioemocional: por un lado, Europa, con 900 trabajos y, por otro, América del Norte, con 437 trabajos (ver figura 18).

Figura 18 - Países más productivos en investigación en riqueza socioemocional.



Fuente: Hernández-Perlines, Araya-Castillo, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros (2023).

1.2.1.8. Mapa bibliométrico de investigación sobre riqueza socioemocional.

Donthu et al. (2021) recomienda completar el análisis de la investigación de una disciplina científica incluyendo un mapa bibliométrico. Dicho mapa pone de relieve las relaciones entre los componentes más relevantes de la investigación que se esté realizando (Baker et al., 2021), ya que incluye análisis de citas, análisis de co-citación, acoplamiento bibliográfico, análisis de co-palabras, análisis de co-autoría y algunos elementos bibliométricos más (Donthu et al., 2021; Guzmán-Sánchez y Trujillo-Cancino, 2013). En nuestro caso, hemos utilizado el software VOSviewer (Van Eck y Waltman, 2010) para visualizarlo, pues permite crear redes con las que mostrar una estructura bibliométrica e intelectual del campo de investigación (Baker et al., 2020; Tunger y Eulerich, 2018; Donthu et al., 2021). La

Figura 19 muestra la red de co-palabras o de co-ocurrencia de palabras clave a través de 6 clústers, que contienen las palabras más utilizadas en la investigación sobre riqueza socioemocional. El tamaño de cada concepto depende de la frecuencia de cada ítem. Las conexiones de la red muestran las relaciones entre las palabras, de modo que los temas estrechamente relacionados están muy cerca unos de otros y, los temas no relacionados o apenas relacionados, están más separados.

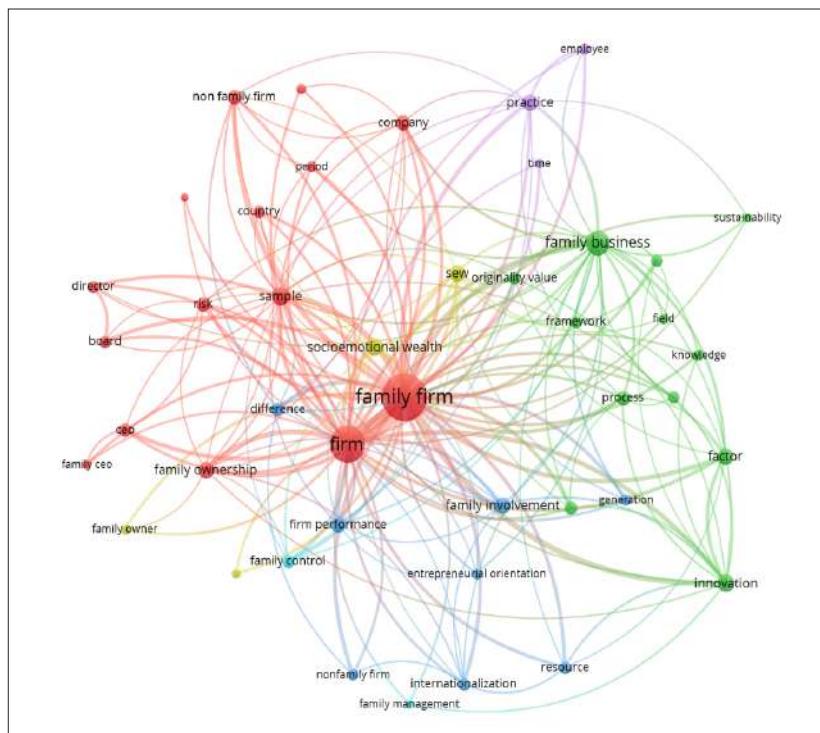
En la figura 19, se muestran las 6 redes que surgen del mapa bibliométrico sobre riqueza socioemocional:

- 1) En la **red roja**, los conceptos clave que aparecen hacen referencia a la literatura general sobre empresas familiares y, en este contexto, al tipo particular de propiedad y gestión de este tipo de empresas.
- 2) En la **red verde**, los conceptos clave hacen referencia al marco conceptual de las empresas familiares, y al proceso de generación de valor e innovación en este tipo de empresas.
- 3) En la **red azul**, los conceptos clave están relacionados con la participación de la familia en la gestión de la empresa, y cómo ésta facilita la orientación empresarial y el enfoque de internacionalización en este tipo de empresas.
- 4) En la **red amarilla**, los conceptos clave se vinculan con el origen de la propiedad de las empresas familiares, que es la base de la existencia e influencia de la riqueza socioemocional.
- 5) En la **red morada**, los conceptos clave se circunscriben a la gestión del equipo de trabajo en las empresas familiares

y cómo, en este tipo de empresas, las relaciones laborales se prolongan en el tiempo.

- 6) Finalmente, en la **red celeste**, los conceptos clave hacen referencia al papel que juegan los miembros de la familia en el control y dirección de las empresas familiares.

Figura 19 - Mapa bibliométrico de la investigación sobre la riqueza socioemocional.



Fuente: Hernández-Perlines, Araya-Castillo, Millán-Toledo e Ibarra Cisneros (2023).



❖ 3. LA RIQUEZA SOCIOEMOCIONAL.

La empresa familiar se ha convertido en un campo de investigación consolidado, cuyos comienzos se produjeron hace 30 años. Como hemos podido comprobar anteriormente, el interés de los académicos por la empresa familiar es consecuencia de la importancia que este tipo de organización empresarial tiene en la mayoría de las economías de todo el mundo, tanto por el número como por el bienestar, empleo y riqueza que generan en su entorno.

A pesar de la consolidación de la investigación sobre empresa familiar, todavía no encontramos una definición generalmente aceptada de la misma. Surgen matices en dicha conceptualización como consecuencia de las diferentes perspectivas desde la que se ha abordado la empresa familiar, aunque todas ellas tienen puntos en común como la propiedad, el control, la implicación de la familia en el negocio familiar y la vocación de legar a futuras generaciones. Animo a que se consensue una definición que sea generalmente aceptada por todos, para clarificar en concepto de empresa familiar.

Dentro de las perspectivas para analizar la empresa familiar, desde 2007, ha aparecido con fuerza el enfoque de la riqueza socioemocional, que se centra en la dotación emocional de las empresas familiares (Hernández-Perlines et al., 2021). El enfoque de riqueza socioemocional sugiere a los investigadores que tienen que orientar sus investigaciones hacia los objetivos no económicos de las empresas familiares (Berrone et

al., 2012; Martínez-Romero y Rojo-Ramírez, 2017) y no sólo hacia los puramente económicos, pues los primeros afectan a los segundos (Chrisman y Patel, 2012). La investigación del cómo se comportan las empresas familiares puede ser explicada, de manera adecuada, a partir de la riqueza socioemocional, que implica poner en el centro a la familia empresaria desde una visión más emocional y no tanto desde una óptica tan economicista. El enfoque de la riqueza socioemocional implica la creación de utilidad no financiera que beneficia a la familia a través de las decisiones de inversión que realiza (Soudar et al., 2017; Hernández-Perlines et al., 2019). Coincido con Diéguez-Soto et al. (2021) cuando afirman que la riqueza socioemocional es el verdadero elemento que permite diferenciar a la empresa familiar como entidad única, permitiendo la comprensión de por qué las empresas familiares no son un grupo homogéneo, con características, comportamiento e intereses idénticos (Berrone et al., 2012). La heterogeneidad de la empresa familiar, percibida por los investigadores a partir de la riqueza socioemocional, se ha abierto camino en la literatura de empresa familiar (Schulze y Kellermanns, 2015) siendo, cada vez, mayor el número y la relevancia de los trabajos de investigación publicados en revistas de impacto que giran sobre este tópico de investigación.

Como ya hemos dicho, un elemento que nos permite identificar relevancia de la investigación sobre riqueza socioemocional viene marcada por el número de trabajos y las citas que han generado. Desde el primer trabajo publicado sobre riqueza socioemocional en 2007, se han publicado 1.026 trabajos indexados en la WoS. Además, se produce un crecimiento constante en el número de publicaciones, llegando a 250 trabajos científicos en 2020. Si comparamos estos datos con los que ofrecíamos anteriormente de la investigación en empresa familiar, el 51,55% de los trabajos que se desarrollan sobre empresa familiar se centran

en analizar la riqueza socioemocional. En relación con las citas de todos los trabajos, los que se circunscriben en la empresa familiar, acumulan el 41,49% del total de todas las citas de los trabajos que se encuadran en el campo de la empresa familiar. La primera cita sobre riqueza socioemocional se produce en 2008 y es del trabajo seminal que Gómez-Mejía et al. publicaron en 2007. Dicha cita se produce al año siguiente de su publicación. Las citas de los trabajos publicados sobre riqueza socioemocional han experimentado un crecimiento constante hasta 2020, año en el que acumulan casi 7.000 citas. Tan sólo 5 artículos poseen más de 500 citas y, otros dos, más de 250. El 89,08% de los trabajos sobre riqueza socioemocional, es decir, 914 poseen menos de 50 citas. Finalmente, de los 300 trabajos publicados en 2019 en empresa familiar, el 56,67% giraban en torno a la riqueza socioemocional. Los anteriores datos no hacen más que corroborar la afirmación de Brigham y Payne (2019) y Swab et al. (2020) que la riqueza socioemocional ha supuesto un verdadero revulsivo para el desarrollo y afianzamiento de la investigación de la empresa familiar.

Ha quedado clara la consolidación de la investigación tanto en empresa familiar como en riqueza socioemocional. Pero la investigación precisa avanzar. Por eso, para terminar, quiero señalar que para realizar trabajos de excelencia, los investigadores de empresa familiar deben conocer cuáles son los principales trabajos, autores e instituciones que desarrollan investigaciones relevantes en riqueza socioemocional. Además, dejo aquí expuestas algunas de las principales líneas de investigación para poder avanzar en este campo. Dichas líneas surgen a partir de la utilización de un mapa bibliométrico, en el que se especifican los clústers con los temas relevantes de investigación. Cada clúster contiene una serie de preguntas que pueden ser utilizadas como guías de investigación.

Así, en primer lugar, destacamos un grupo temático que incluye elementos vinculados a las características específicas de las empresas familiares y su contraste con las empresas no familiares, el tipo de propiedad y gestión, y el contexto en el que operan las empresas familiares. Considero que en este primer grupo temático, las futuras líneas de investigación podrían tratar de responder a las siguientes cuestiones:

- ¿Es la riqueza socioemocional una característica de las empresas familiares que las diferencia de las no familiares?
- Si se adapta el concepto de riqueza socioemocional, ¿podría analizarse en empresas no familiares?
- ¿Es diferente la influencia de la riqueza socioemocional en función del CEO de la empresa, si es miembro de la familia o no, y/o si es mujer u hombre?
- ¿Es diferente el efecto de la riqueza socioemocional si alguno de los miembros del Consejo de Administración de una empresa familiar son externos?
- ¿El efecto país es relevante para la riqueza socioemocional?

El segundo grupo temático de futuras líneas de investigación gira en torno a la sostenibilidad, la innovación y la generación de valor por parte de las empresas familiares. Las preguntas de investigación que se incluirían aquí serían las siguientes:

- ¿Cómo afecta la riqueza socioemocional a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible?
- ¿Cómo influye la riqueza socioemocional en la sostenibilidad económica, social y medioambiental?

- ¿Cómo se relaciona la riqueza socioemocional con la innovación?
- ¿Tiene el mismo impacto en la innovación de productos que en la innovación de procesos?
- ¿Cómo afecta la riqueza socioemocional a la innovación abierta?
- ¿Cómo se relaciona la riqueza socioemocional con la co-innovación?

La tercera línea de investigación futura sería la implicación de la familia en la gestión de la empresa, el espíritu emprendedor y la internacionalización en este tipo de empresas. Las preguntas de investigación en esta línea incluirían:

- ¿La riqueza socioemocional es diferente según el grado de participación de la familia en la empresa familiar?
- ¿La riqueza socioemocional influye en el espíritu emprendedor de la empresa familiar, medido a través de la orientación emprendedora? ¿y en el intraemprendimiento?
- ¿Cada una de las dimensiones de la riqueza socioemocional afecta de manera diferente en las dimensiones de la orientación emprendedora?
- ¿La riqueza socioemocional influye y de qué manera en la decisión de internacionalización de la empresa familiar?
- En caso afirmativo, ¿a en qué modalidad de internacionalización: exportación, sistemas contractuales o inversión directa afecta más?

La cuarta línea de investigación se refiere al origen de la empresa familiar. Las preguntas de esta línea de investigación incluirían:

- ¿Es posible diferenciar el efecto de la riqueza socioemocional en función del nivel generacional de la empresa familiar?
- ¿Es igual la riqueza socioemocional en las empresas en las que participa más de una generación?
- ¿Afecta el legado de la empresa familiar, expresado a través de los valores transmitidos de generación en generación, a la relevancia de la riqueza socioemocional en la gestión de dicha empresa?

El quinto grupo temático está relacionado con la gestión de los recursos humanos. En esta línea, las preguntas de investigación incluirían:

- ¿Cómo influye la riqueza socioemocional en la gestión de personas y en las distintas prácticas de gestión de personas?
- ¿Ayuda la riqueza socioemocional a resolver posibles conflictos entre empleados familiares y otros empleados?
- ¿Cómo afecta la riqueza socioemocional a la contratación para cubrir un puesto vacante en la empresa familiar?
- ¿Cómo influye la riqueza socioemocional en el ambiente de trabajo en la empresa familiar?

El sexto y último grupo temático se centra en el papel de los miembros de la familia en el control y la gestión de la empresa familiar. Aquí, las preguntas de investigación incluirían:

- ¿Afecta la riqueza socioemocional al modo en que los miembros de la familia se comportan en la empresa familiar?
- ¿Difiere la riqueza socioemocional en función del porcentaje de propiedad, control e implicación de la familia en la empresa familiar?

En conclusión, hoy me siento profundamente orgulloso de haber sido partícipe del avance en la investigación de la riqueza socioemocional en el contexto de la empresa familiar. Durante mi trayectoria académica, he sido testigo de su creciente relevancia y del impacto significativo que tiene en la comprensión del cómo funciona la empresa familiar.

Sin embargo, debemos recordar que el trabajo no se detiene aquí. Cumpliendo con el objetivo que me he planteado al principio, he dejado expuestas algunas posibilidades para continuar. La investigación sobre la riqueza socioemocional en la empresa familiar sigue en constante avance y evolución. Es un campo dinámico y enriquecedor, que nos brinda muchas oportunidades para seguir explorando, descubriendo y aplicando nuevos conocimientos encaminados a entender el comportamiento de las empresas familiares.

Como académicos, debemos mantenernos comprometidos con la investigación rigurosa y de calidad, buscando siempre la excelencia. Está en mi ánimo, seguir impulsando el crecimiento y la difusión del conocimiento, colaborando con colegas, fomentando el diálogo interdisciplinar y promoviendo la aplicación práctica de nuestros hallazgos.

Gracias a todos los presentes por su atención y por ser parte de este capítulo trascendental en mi vida académica.

Termino reiterando, querido presidente, queridos compañeros, querido Francisco, mi disposición a colaborar con la que, desde hoy, es también mi Academia.

He dicho.



❖ BIBLIOGRAFÍA

- Abelló-Gamazo, J. C. (2015). Análisis de la continuidad de la empresa familiar. Una aplicación a los grandes patrimonios españoles. Tesis Doctoral. Universidad Rey Juan Carlos de Madrid.
- Aldrich, H. E., & Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. *Journal of Business Venturing*, 18(5), 573–596.
- Alonso-Dos-Santos, M., & Llanos-Contreras, O. (2019). Family business performance in a post-disaster scenario: The influence of socioemotional wealth importance and entrepreneurial orientation. *Journal of Business Research*, 101, 492–498.
- Anderson, R. C., & Reeb, D. M. (2003). Founding-family ownership and firm performance: Evidence from the S&P 500. *The Journal of Finance*, 58(3), 1301–1327.
- Araya-Castillo, L., Hernández-Perlines, F., Millán-Toledo, C., & Ibarra Cisneros, M. A. (2022). Bibliometric analysis of studies on family firms. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 35(1), 4778-4800.
- Araya-Castillo, L., Hernández-Perlines, F., Moraga, H., & Ariza-Montes, A. (2021). Scientometric Analysis of Research on Socioemotional Wealth. *Sustainability*, 13, 3742.
- Ariza-Montes, J. A., Molina-Sánchez, H. & Ramírez-Sobrino, J. (2005). El concepto de empresa familiar. ETEA Universidad de Córdoba. XIII Congreso Nacional de AECA. Dis-

- ponible en: <http://www.aeca1.org/xiiicongresoaeca/cd/237b.pdf>.
- Astrachan, J. H., & Jaskiewicz, P. (2008). Emotional returns and emotional costs in privately held family businesses: Advancing traditional business valuation. *Family Business Review*, 21(2), 139–149.
- Astrachan, J. H., & Shanker, M. C. (2003). Family businesses' contribution to the US economy: A closer look. *Family Business Review*, 16(3), 211–219.
- Astrachan, J. H., Klein, S. B., & Smyrnios, K. X. (2002). The F-PEC scale of family influence: A proposal for solving the family business definition problem. *Family Business Review*, 15(1), 45–58.
- Baker, H. K., Pandey, N., Kumar, S., & Haldar, A. (2020). A bibliometric analysis of board diversity: Current status, development, and future research directions. *Journal of Business Research*, 108, 232-246.
- Baron, R. A. (2008). The role of affect in the entrepreneurial process. *Academy of Management Review*, 33(2), 328-340.
- Barroso Martínez, A., Sanguino Galván, R., & Bañegil Palacios, T. M. (2012). El enfoque basado en el conocimiento en las empresas familiares. *Investigación Administrativa*, 41(109), 62-69.
- Barroso, A. (2013). La importancia de la gestión del conocimiento en el espíritu emprendedor de las empresas familiares. Tesis Doctoral. Universidad de Castilla-La Mancha.
- 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.
- Basco, R. J. T. (2005). Comportamientos en la dirección y gobierno de la empresa familiar análisis empírico de la profe-

sionalización como garantía de continuidad. Tesis Doctoral. Universidad Complutense.

Benavides Velasco, C. A., Guzmán Parra, V. F., & Quintana García, C. (2011). Evolución de la literatura sobre empresa familiar como disciplina científica. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14(2), 78-90.

Berrone, P., Cruz, C., & Gomez-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., Gomez-Mejia, L. R., & 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.

Brigham, K. H., & Payne, G. T. (2019). Socioemotional wealth (SEW): Questions on construct validity. *Family Business Review*, 32(4), 326-329.

Cabrera-Suárez, M. K., Déniz-Déniz, M. D. L. C., & Martín-Santana, J. D. (2014). The setting of non-financial goals in the family firm: The influence of family climate and identification. *Journal of Family Business Strategy*, 5(3), 289-299.

Cano-Rubio, M., Fuentes-Lombardo, G., & Vallejo-Martos, M. C. (2017). Influence of the 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.

Casillas, J. C., & Moreno, A. M. (2010). The relationship between entrepreneurial orientation and growth: The moderating role of family involvement. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(3–4), 265–291.

Cennamo, C., Berrone, P., Cruz, C., & Gomez-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.
- Cervantes Saavedra, Miguel de (2022). El ingenioso hidalgo Don Quijote de la Mancha. Primera Parte, Capítulo XXIV: 222.
- Chang, A. A., & Mubarik, M. S. (2021). Where Socioemotional Wealth (SEW) Stands Today? Review Into The Past, Present and the Future. *Journal of Tianjin University Science and Technology*, 54(11), 71-87.
- Chang, E. P., Memili, E., Chrisman, J. J., Kellermanns, F. W., & Chua, J. H. (2009). Family social capital, venture preparedness, and start-up decisions: A study of Hispanic entrepreneurs in New England. *Family Business Review*, 22(3), 279–292.
- Chrisman, J. J., & Patel, P. C. (2012). Variations in R&D Investments of Family and non- family firms: Behavioral agency and myopic loss aversion perspectives. *Academy of Management Journal*, 55(4), 976-997.
- Chrisman, J. J., Chua, J. H., Pearson, A. W., & Barnett, T. (2012). Family involvement, family influence and family-centred non-economic goals in small firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(2), 267-293.
- Chrisman, J. J., Kellermanns, F. W., Chan, K. C., & Liano, K. (2010). Intellectual foundations of current research in family business: An identification and review of 25 influential articles. *Family Business Review*, 23(1), 9–26.
- Chua, J. H., Chrisman, J. J., & De Massis, A. (2015). A closer look at socioemotional wealth: Its flows, stocks, and prospects for moving forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(2), 173–182.

- Chua, J. H., Chrisman, J. J., & Sharma, P. (1999). Defining the family business by behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(4), 331–338.
- Corona, J. & Del Sol, I. (2018). Factores de competitividad y análisis financiero en la empresa familiar, Instituto de la Empresa Familiar: Barcelona.
- Corona, J., & Del Sol, I. (2016). La Empresa Familiar en España (2015). Barcelona: Instituto de la Empresa Familiar: Barcelona.
- Covin, J. G., & Miller, D. (2014). International entrepreneurial orientation: Conceptual considerations, research themes, measurement issues, and future research directions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 11–44.
- Cruz, C., & Nordqvist, M. (2012). Entrepreneurial orientation in family firms: A generational perspective. *Small Business Economics*, 38(1), 33–49.
- Cruz, C., Larraza-Kintana, M., Garcés-Galdeano, L., & Berrone, P. (2014). Are family firms really more socially responsible? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(6), 1295-1316.
- Daily, C. M., & Thompson, S. S. (1994). Ownership structure, strategic posture, and firm growth: An empirical examination. *Family Business Review*, 7(3), 237-249.
- Davis, J. A., Pitts, E. L., & Cormier, K. (2000). Challenges facing family companies in the Gulf Region. *Family Business Review*, 13(3), 217–238.
- Delmas, M. A., & Gergaud, O. (2014). Sustainable certification for future generations: The case of family business. *Family Business Review*, 27(3), 228–243.
- DeTienne, D. R., & Chirico, F. (2013). Exit strategies in family firms: How socioemotional wealth drives the threshold

- of performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(6), 1297-1318.
- Diéguez-Soto, J., Campos-Valenzuela, M., Callejón-Gil, Á. M., & Aldeanueva-Fernández, I. (2021). Family firm heterogeneity on CSR approach: A socio-emotional (SEW) perspective. *BRQ Business Research Quarterly*, 23409444211063889.
- Domenichelli, O., & Bettin, G. (2021). Generational Socioemotional Wealth and Debt Maturity: Evidence from Private Family Firms of GIPSI Countries. *International Journal of Economics and Finance*, 13(12), 67-81.
- Donthu, N., Kumar, S., & Pattnaik, D. (2020). Forty-five years of Journal of Business Research: A bibliometric analysis. *Journal of Business Research*, 109(1), 1-14.
- Eddleston, K. A., & Kellermanns, F. W. (2007). Destructive and productive family relationships: A stewardship theory perspective. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 545–565.
- Eddleston, K. A., Kellermanns, F. W., & Sarathy, R. (2008). Resource configuration in family firms: Linking resources, strategic planning and technological opportunities to performance. *Journal of Management Studies*, 45(1), 26–50.
- Eddleston, K. A., Kellermanns, F. W., & Zellweger, T. M. (2012). Exploring the entrepreneurial behaviour of family firms: Does the stewardship perspective explain differences? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(2), 347–367.
- Family Business Center. (2018). Family Business Facts. The Conway Center for Family Business.
- Fan, J. P., Wei, K. C., & Xu, X. (2011). Corporate finance and governance in emerging markets: A selective review and an agenda for future research. *Journal of Corporate Finance*, 17(2), 207–214.

- Fang, H. C., Kellermanns, F. W., & Eddleston, K. A. (2019). Empirical modeling in testing for family firm heterogeneity. In E. Memili, & C. Dibrell (Eds.), *The Palgrave handbook of heterogeneity among family firms* (pp. 69-85). Palgrave Macmillan.
- Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., & Kraus, S. (2019). Entrepreneurship research: Mapping intellectual structures and research trends. *Review of Managerial Science*, 13(1), 181–205.
- Franco, M., & Prata, M. (2019). Influence of the individual characteristics and personality traits of the founder on the performance of family SMEs. *European Journal of International Management*, 13(1), 41–68.
- Gedajlovic, E., Carney, M., Chrisman, J. J., & Kellermanns, F. W. (2012). The adolescence of family firm research taking stock and planning for the future. *Journal of Management*, 38(4), 1010–1037.
- Glover, J. L., & Reay, T. (2015). Sustaining the family business with minimal financial rewards: How do family farms continue? *Family Business Review*, 28(2), 163–177.
- Gómez-Mejía, L. R., Cruz, C., Berrone, P., & De Castro, J. (2011). The bind that ties: Socioemotional wealth preservation in family firms. *The Academy of Management Annals*, 5(1), 653–707.
- Gómez-Mejía, L. R., Haynes, K. T., Nuñez-Nickel, M., Jacobson, K. J., & Moyano-Fuentes, J. (2007). Socioemotional wealth and business risks in family-controlled firms: Evidence from Spanish olive oil mills. *Administrative Science Quarterly*, 52(1), 106–137.
- Gómez-Mejía, L. R., Makri, M., & Kintana, M. L. (2010). Diversification decisions in family controlled firms. *Journal of Management Studies*, 47(2), 223–252.

- Gómez-Mejía, L. R., Patel, P. C., & Zellweger, T. M. (2018). In the horns of the dilemma: Socioemotional wealth, financial wealth, and acquisitions in family firms. *Journal of Management*, 44(4), 1369-1397.
- Gómez-Mejía, L., Neacsu, I., & Martin, G. (2019). CEO risk-taking and socioemotional wealth: The behavioral agency model, family control, and CEO option wealth. *Journal of Management*, 45(4), 1713-1738.
- Goss, D. (2005). Schumpeter's legacy? Interaction and emotions in the sociology of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(2), 205–218.
- Guzmán-Sánchez, M., & Trujillo-Cancino, J. (2013). Los mapas bibliométricos o mapas de la ciencia: una herramienta útil para desarrollar estudios métricos de información. *Biblioteca Universitaria*, 16(2), 95-108.
- Habbershon, T. G., & Williams, M. L. (1999). A resource-based framework for assessing the strategic advantages of family firms. *Family Business Review*, 12(1), 1–25.
- Habbershon, T. G., Williams, M., & MacMillan, I. C. (2003). A unified systems perspective of family firm performance. *Journal of Business Venturing*, 18(4), 451-465.
- Hernández-Perlines, F., & Ribeiro-Soriano, D. (2023). 15. Analysis of the internationalization of the family business from the approach of entrepreneurial orientation. In *Research Handbook on Entrepreneurship and Innovation in Family Firms* (pp. 298-324). Edward Elgar Publishing.
- Hernández-Perlines, F., Araya-Castillo, L., Millán-Toledo, C., & Cisneros, M. A. I. (2023). Socioemotional wealth: A systematic literature review from a family business perspective. *European Research on Management and Business Economics*, 29(2), 100218.

- Hernández-Perlines, F., Ariza-Montes, A., & Araya-Castillo, L. (2020). Socioemotional wealth, entrepreneurial orientation and international performance of family firms, *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 33(1), 3125-3145.
- Hernández-Perlines, F., Covin, J. G., & Ribeiro-Soriano, D. E. (2021). Entrepreneurial orientation, concern for socioemotional wealth preservation, and family firm performance. *Journal of Business Research*, 126, 197-208.
- Hernández-Perlines, F., Moreno-García, J., & Yáñez-Araque, B. (2019). The influence of socioemotional wealth in the entrepreneurial orientation of family businesses. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(2), 523-544.
- Holt, D. T., Pearson, A. W., Payne, G. T., & Sharma, P. (2018). Family business research as a boundary spanning platform. *Family Business Review*, 31(1), 14-31.
- Jack, S. L. (2005). The role use and activation of strong and weak network ties: A qualitative analysis. *Journal of Management Studies*, 42(6), 1233–1259.
- Jiang, D. S., Kellermanns, F. W., Munyon, T. P., & Morris, M. L. (2018). More than meets the eye: A review and future directions for the social psychology of socioemotional wealth. *Family Business Review*, 31(1), 125-157.
- Jiménez-Bucarey, C. G., Araya-Castillo, L., & Rojas-Vallejos, J. (2020). Calidad de servicio como área de investigación en educación superior. *Interciencia*, 45, 329-337.
- Kabbach de Castro, L. R., Crespi-Cladera, R., & Aguilera, R. V. (2016). An organizational economics approach on the pursuit of socioemotional and financial wealth in family firms: Are these competing or complementary objectives? *Management Research: Journal of the Iberoamerican Academy of Management*, 14(3), 267–278.

- Kallmuenzer, A., Hora, W., & Peters, M. (2018). Strategic decision-making in family firms: an explorative study. *European Journal of International Management*, 12(5-6), 655-675.
- Kellermanns, F. W., Eddleston, K. A., & Zellweger, T. M. (2012). Extending the socioemotional wealth perspective: A look at the dark side. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(6), 1175–1182.
- Kets de Vries, M., Carlock, R., & Florent-Treacy, E. (2007). Family business on the couch: A psychological perspective. Chichester: Wiley.
- Khayesi, J. N., George, G., & Antonakis, J. (2014). Kinship in entrepreneur networks: Performance effects of resource assembly in Africa. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(6), 1323–1342.
- Klein, S. B., Astrachan, J. H., & Smyrnios, K. X. (2005). The F-Pec scale of family influence: Construction, validation, and further implication for theory. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(3), 321-339.
- Kosmidou, V., & Ahuja, M. K. (2019). A configurational approach to family firm innovation. *Family Business Review*, 32(2), 154-173.
- KPMG. (2017). Family businesses in the digital economy.
- Kraus, S., Mensching, H., Calabò, A., Cheng, C.-F., & Filser, M. (2016). Family firm internationalization: A configurational approach. *Journal of Business Research*, 69(11), 5473-5478.
- Lansberg, I. S. (1983). Managing human resources in family firms: The problem of institutional overlap. *Organizational dynamics*, 12(1), 39-46.
- Le Breton-Miller, I., Miller, D., & Steier, L. P. (2004). Toward an integrative model of effective FOB succession. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(4), 305–328.

- Li, Z., & Daspit, J. J. (2016). Understanding family firm innovation heterogeneity: A typology of family governance and socioemotional wealth intentions. *Journal of Family Business Management*, 6(2), 103-121.
- Litz, R. A. (1995). The family business: Toward definitional clarity. *Family Business Review*, 8(2), 71-81.
- Litz, R. A. (1997). The family firm's exclusion from business school research: Explaining the void; addressing the opportunity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(3), 55-71.
- Llanos-Contreras, O., & Jabri, M. (2019). Exploring family business decline with socioemotional wealth perspective. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 1(32), 386-407.
- Llanos-Contreras, O., A.-D., & Santos, M. A. (2018). Exploring the asymmetric influence of socioemotional wealth priorities on entrepreneurial behaviour in family businesses. *European Journal of International Management*, 12(5/6), 576–595.
- Mahto, R. V., Davis, P. S., Pearce, J. A., & Robinson, R. B., Jr (2010). Satisfaction with firm performance in family businesses. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(5), 985-1002.
- Mandl, I. (2008). "Overview of family business relevant issues. Final Report". Viena, Australia. Austrian Institute for SME Research.
- Martínez-Romero, M. J., & Rojo-Ramírez, A. A. (2016). SEW: Temporal trajectory and controversial issues. *European Journal of Family Business*, 6(1), 1–9.
- Martínez-Romero, M. J., & Rojo-Ramírez, A. A. (2017). Socioemotional wealth's implications in the calculus of the minimum rate of return required by family businesses' owners. *Review of Managerial Science*, 11(1), 95–118.

- Matthews, C. H., Hechavarria, D., & Schenkel, M. T. (2012). Family business: A global perspective from the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics and the Global Entrepreneurship Monitor. In A. L. Carsrud & M. Bréannback (Eds.), *Understanding Family Businesses* (pp. 9–26). New York, NY: Springer.
- Mazzi, C. (2011). Family business and financial performance: Current state of knowledge and future research challenges. *Journal of Family Business Strategy*, 2(3), 166-181.
- Migliori, S., & Za, S. (2021). Exploring Socioemotional Wealth Debate: A Bibliometric Analysis. *Exploring Innovation in a Digital World*, 51, 122-136.
- Miller, D., & Le Breton-Miller, I. (2005). Managing for the long run: Lessons in competitive advantage from great family businesses. Boston, MA: Harvard Business Press.
- Miller, D., & Le Breton-Miller, I. (2014). Deconstructing socioemotional wealth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(4), 713–720.
- Miller, D., Le Breton-Miller, I., & Scholnick, B. (2008). Stewardship vs. stagnation: An empirical comparison of small family and non-family businesses. *Journal of Management Studies*, 45(1), 51–78.
- Miller, D., Le Breton-Miller, I., Lester, R. H., & Cannella Jr, A. A. (2007). Are family firms really superior performers? *Journal of Corporate Finance*, 13(5), 829-858.
- Naldi, L., Cennamo, C., Corbetta, G., & Gomez-Mejia, L. (2013). Preserving socioemotional wealth in family firms: Asset or liability? The moderating role of business context. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(6), 1341–1360.
- Odom, D. L., Chang, E. P., Chrisman, J. J., Sharma, P., & Steier, L. (2019). The most influential family business arti-

cles from 2006 to 2013 using five theoretical perspectives. In E. Memili, & C. Dibrell (Eds.), *The Palgrave handbook of heterogeneity among family firms* (pp. 41-67). Palgrave Macmillan.

Pazzaglia, F., Mengoli, S., & Sapienza, E. (2013). Earnings Quality in Acquired and Nonacquired Family Firms: A Socioemotional Wealth Perspective. *Family Business Review*, 26(4), 374-386.

Pérez Rodríguez, M. J., Basco, R., García-Tenorio Ronda, J., Giménez Sánchez, J., & Sánchez Quirós, I. (2007). Fundamentos en la Dirección de la Empresa Familiar. Universidad Complutense de Madrid: THOMSON.

Quintana, J. (2012). Guía práctica para el buen gobierno de las empresas familiares. Instituto de la Empresa Familiar: Barcelona.

Reynolds, P. D., Hay, M., & Camp, S. M. (1999). Global entrepreneurship monitor. Kansas City, Missouri: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership.

Rovelli, P., Ferasso, M., De Massis, A., & Kraus, S. (2021). Thirty years of research in family business journals: Status quo and future directions. *Journal of Family Business Strategy*, 100422.

Rueda, J.F. & Rueda, M. A. (2019). Definición, importancia y análisis de la empresa familiar. *Lúmina*, (20), 8-28.

Salvato, C., & Aldrich, H. E. (2012). "That's interesting!" in family business research. *Family Business Review*, 25(2), 125-135.

Santos Martos, E. (2015). Éxito y tipología de la empresa familiar: implicaciones. Doctoral dissertation, Tesis para opta el grado de Doctor, Universidad de la Rioja.

- Schepers, J., Voordeckers, W., Steijvers, T., & Laveren, E. (2014). The entrepreneurial orientation-performance relationship in private family firms: The moderating role of socioemotional wealth. *Small Business Economics*, 43(1), 39–55.
- Schulze, W. S., & Kellermanns, F. W. (2015). Reifying socioemotional wealth. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(3), 447-459.
- Sciascia, S., Mazzola, P., & Kellermanns, F. W. (2014). Family management and profitability in private family-owned firms: Introducing generational stage and the socioemotional wealth perspective. *Journal of Family Business Strategy*, 5(2), 131-137.
- Shanker, M. C., & 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.
- Sharma, P., Chrisman, J. J., & Gersick, K. E. (2012). 25 years of family business review: Reflections on the past and perspectives for the future. *Family Business Review*, 25(1), 5-15.
- Shirokova, G., Bogatyreva, K., Beliaeva, T., & Puffer, S. (2016). Entrepreneurial orientation and firm performance in different environmental settings: contingency and configurational approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 703-727.
- Souder, D., Zaheer, A., Sapienza, H., & Ranucci, R. (2017). How family influence, socioemotional wealth, and competitive conditions shape new technology adoption. *Strategic Management Journal*, 38(9), 1774-1790.
- Suárez, M. K. C., & Falcón, J. M. G. (1999). La empresa familiar: dimensiones conceptuales y perspectivas teóricas. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(1), 7-30.

- Swab, R. G., Sherlock, C., Markin, E., & Dibrell, C. (2020). “SEW” What Do We Know and Where Do We Go? A Review of Socioemotional Wealth and a Way Forward. *Family Business Review*, 33(4), 424-445.
- The 2023 EY and University of St Gallen Global Family Business Index. (2023). Center for family business University of St Gallen, Retrieved from <http://familybusinessindex.com/>
- Tunger, D., & Eulerich, M. (2018). Bibliometric analysis of corporate governance research in German-speaking countries: applying bibliometrics to business research using a custom-made database. *Scientometrics*, 117, 2041-2059.
- Upton, N., Teal, E. J., & Felan, J. T. (2001). Strategic and business planning practices of fast growth family firms. *Journal of Small Business Management*, 39(1), 60-72.
- van Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOS-viewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84, 523-538.
- Vandemaele, S., & Vancauteren, M. (2015). Non-financial goals, governance and dividend payout in private family firms. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 166-182.
- Vicencio-Ríos, G., Araya-Castillo, L., Millán-Toledo, C., & Rivera Flores, Y. (2020). Desarrollo de la investigación en personalidad de marca. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(92), 1583-1599.
- Wang, D., Wang, L., & Chen, L. (2018). Unlocking the influence of family business exposure on entrepreneurial intentions. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 14(4), 951-974.
- Westhead, P., & Cowling, M. (1998). Family firm research: The need for a methodological rethink. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(1), 31-56.

- Winter, M., Fitzgerald, M. A., Heck, R. K. Z., Haynes, G. W., & Danes, S. (1998). Revisiting the study of family businesses: Methodological challenges, dilemmas, and alternative approaches. *Family Business Review*, 11(3), 239-252.
- Wright, M., & Kellermanns, F. W. (2011). Family firms: A research agenda and publication guide. *Journal of Family Business Strategy*, 2(4), 187-198.
- Zahra, S. A., & Sharma, P. (2004). Family business research: A strategic reflection. *Family Business Review*, 17(4), 331-346.
- Zellweger, T. M., & Astrachan, J. H. (2008). On the emotional value of owning a firm. *Family Business Review*, 21(4), 347-363.
- Zellweger, T. M., & Nason, R. S. (2008). A stakeholder perspective on family firm performance. *Family Business Review*, 21(3), 203-216.
- Zellweger, T. M., Kellermanns, F. W., Chrisman, J. J., & Chua, J. H. (2012). Family control and family firm valuation by family CEOs: The importance of intentions for transgenerational control. *Organization Science*, 23(3), 851-868.



Discurso de contestación

Excmo. Sr. Dr. Francisco González de Posada

En la larga y densa **historia del movimiento académico universal**, concretado en la creación de instituciones activas relevantes¹, las **Academias modernas** nacieron con el sello de la búsqueda de extrema excelencia intelectual de sus miembros, signo que se personificó de modo excepcional con la concesión del título de académico linceo a Galileo Galilei en diciembre de 1611, en la *Accademia dei Lincei* creada por Federico Cesi en 1603. En la etapa de alumbramiento de la Ilustración se observa el fenómeno de la proliferación germinal y firme constitución de Academias en un proceso que ha continuado hasta la actualidad. Dos ámbitos principales se ofrecieron: uno, el correspondiente a las establecidas como corporaciones de derecho público creadas por los monarcas; y otro, el de las que pueden considerarse como privadas o libres, con pocas posibilidades de establecerse al carecer de firmes apoyaturas económicas, entre las que desempeñó papel relevante la citada Academia de los Linceos y se perpetúa hasta hoy la Royal Society of London. El modelo ilustrado de origen francés, de creación regia y consideración jurídica estatal, ha predominado en las corporaciones consideradas como 'nacionales'; por otra parte, las libres ocupan el marco hoy de creciente difusión para las academias internacionales. Así, la personalidad jurídica de las academias generadas desde la época moderna ha presentado dos vías paralelas: la oficial, dependiente de los poderes públicos, y la propiamente ciudadana, carente, de ordinario, de aportaciones reglamentadas en los presupuestos estatales.

En el marco de las **academias españolas**² el movimiento académico ha cobrado un gigantesco desarrollo en el tiempo presen-

1. González de Posada (2003): Puede verse Discurso de ingreso en la Academia de Ciencias, Ingenierías y Humanidades de Lanzarote, nº 1. 2003. “La Academia de Ciencias e Ingenierías de Lanzarote en el contexto histórico del movimiento académico”.

2. González de Posada (2022): “Las Reales Academias Nacionales de Madrid al servicio de la ciudad” en *Las Reales Academias Nacionales en Madrid*, Instituto de Estudios Madrileños, pp. 241-263.

te, por la ampliación de la vía administrativa originada por el régimen de autonomías una vez establecida la correspondiente transferencia a los gobiernos autonómicos. Y sobre toda esta estructura, se dispone de un organismo, ciertamente impreciso y mutable, Instituto de España, al que no se le acaba de dar una personalidad, consistencia y valoración adecuadas.

Quizás lo más importante en la actualidad de las Academias Nacionales españolas sea su patrimonio inmaterial representado fundamentalmente por la extrema calidad intelectual de sus miembros. A nuestro juicio el objetivo común que deben defender y desarrollar cada una de nuestras academias es el de vivir como “**institución ejemplar capaz de dar consejos y servir de guía a la sociedad**”³. Y ... ¡cuán lejos estamos de este objetivo!

La doctrina acumulada⁴ relativa a las características que deben ornar a sus miembros, fruto de las reflexiones de numerosos académicos, se concretan por las siguientes notas: 1) autoridad moral; 2) faros de libertad; 3) real independencia; 4) buscadores de la verdad; 5) abiertos a la actualidad; y 6) excelencia intelectual. Así, las Academias se presentan como “senados de cultura que atesoran el saber y estimulan el progreso”⁵.

Bajo esta perspectiva: “Nuestras Academias también hacían en otros tiempos informes de parecida naturaleza a solicitud de los gobiernos, pero éstos rara vez los piden ahora, a pesar de lo necesarios que son. Es más, son imprescindibles para la ciudadanía y muy convenientes para la más alta magistratura del Estado”. Pero ... no nos necesitan. Poseen hoy otros

3. Instituto de España (2004): *Misión de las Reales Academias*. Madrid. Preámbulo.

4. *Las Reales Academias Nacionales en Madrid*, Instituto de Estudios Madrileños, Instituto de España (2004): *Misión de las Reales Academias*. Madrid. Preámbulo.

5. Alfonso XIII (1922): Discurso de 7 de mayo en la Real Academia de Ciencias con ocasión de la entrega de la Medalla Echegaray a D. Santiago Ramón y Cajal

organismos que generan cuantiosos gastos, pero están bien disciplinados.

Las Reales Academias se conciben como “centros de cultivo del saber y de difusión del conocimiento. Han sido y siguen siendo las entidades que representan la excelencia en los diversos campos de las ciencias, las artes y las humanidades”⁶, centros que “aporten luz sobre los complejos problemas de nuestro tiempo”.

Pues bien, entre las academias españolas ocupa lugar preminentemente la **Real Academia Europea de Doctores**, con sede en Barcelona, que me concedió la distinción, diciembre de 2020, de integrarme en ella como Académico de Honor, en año y fecha de recuerdo de la pandemia Covid-19 que tanto nos hizo sufrir, año que yo deseaba para conmemorar el centenario de la invención por Leonardo Torres Quevedo del aritmómetro, primer ordenador del mundo que presentaría en París en el centenario a su vez de Thomas de Colmar, y de cuyo encuentro con Maurice d'Ocagne, presidente de la Sociedad Matemática Francesa, que lo calificaría como “el más prodigioso inventor de su tiempo”. Este discurso⁷ sería el primero de la trilogía que dedicamos a esta figura excelsa de la ciencia e ingeniería españolas. Tras diferentes encuentros presenciales y de colaboraciones escritas, hoy participo en un acto singular de nuestra Real Academia en este extraordinario Paraninfo de la Universidad Complutense de Madrid.

Al recipiendario debemos decirle que la Real Academia Europea de Doctores es una academia regional catalana, nacional española y mundial europea, y que por estos caminos plurales

6. R.D. 1160/2010, de 17 de diciembre sobre el Instituto de España.

7. González de Posada (2020): *El aritmómetro electromecánico de Torres Quevedo (1920), primer ordenador. Conmemoración de su centenario (2020) a la luz de la historia de la ciencia del último siglo*”. Real Academia Europea de Doctores.

desarrolla su vida, abierta a los tres ámbitos usuales de la proximidad, de la nacionalidad y de la humanidad.

Doctor Felipe Hernández Perlines sé bienvenido, recibe por mi modesta acogida formal la plena aceptación del cuerpo académico de ésta tu Real Academia Europea de Doctores que se muestra como garantía de independencia frente a intereses económicos y políticos, y es un órgano activo de cultura, un centro de pensamiento libre, un foco de aportación de luz sobre los complejos problemas de nuestro tiempo y está a disposición de la sociedad.

Los nuevos académicos se integran en un grupo de personas ciertamente selectas que deben ser ejemplos de libertad, independencia y compromiso. Esta Real Academia promueve la generación de conocimiento y lo trasfiere a la sociedad mediante sus diversas actividades y en estos últimos años de manera concreta por sus *Retos Vitales*. Exhibe su carácter interdisciplinario, de valor general, que publica y difunde.

A nuestra Real Academia me honro en presentar hoy a un hombre, el profesor **Felipe Hernández Perlines**, ornado por las características que deben exigirse⁸ a sus miembros: excelencia intelectual y moral, libertad de pensamiento y de acción, y responsabilidad en la exposición de sus conocimientos e ideas y en sus compromisos. Garantizo que el nuevo académico hoy recipiendario posee generosamente estas cualidades.

Recordamos, queridos compañeros, al principio de estas palabras, el alto galardón con que esta Real Academia compensaba mi carencia de méritos al concederme el título de Académico

8. Real Decreto Instituto de España

de Honor. ¡Cuánto honor para tan pocos méritos! Pues bien, debo deciros que no es menor honor el que se me concede hoy, al designarme, para presentarles en este nuevo solemne acto, queridos y admirados compañeros, al profesor Felipe Hernández Perlines.

Damos entrada en el día de hoy, con la consideración de Académico Numerario, a una ilustre personalidad castellana, natural de Valladolid y residente en Toledo, las dos capitales de las Castillas que abrieron el camino para la inicial constitución de España y su apertura y consolidación con un nuevo mundo. Hoy se integra en esta Academia de la Barcelona capital de Cataluña que, integrada en la Corona de Aragón, abrió España al Mediterráneo y a Europa, en acuerdo con el nombre de 'Europa' que nos define. Felipe Hernández Perlines sabe dónde entra con toda su ilusión y sus ganas de integración al servicio de la sociedad. Como hemos sugerido, porta en su trayectoria las características que deben ofrecer los académicos: excelencia, libertad e integridad moral, aptitud para la solidaridad y el encuentro, diálogo y debate, personalidad de grata relación para realizaciones conjuntas, ámbito en el que es un auténtico referencial.

El doctor Felipe Hernández Perlines se presenta acompañado por sus títulos académicos de Ldo. en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Valladolid (1987) y Dr. en Economía y Empresa por la Universidad de Castilla La Mancha (1993). Su tesis doctoral se tituló: "Estructura y Resultados de la Economía Social en Castilla-La Mancha. Rasgos Diferenciadores".

Su carrera de profesor universitario ha estado jalona por las situaciones de Profesor Encargado de Curso en el Colegio Universitario de Toledo, adscrito a la Universidad Complutense de

Madrid, desde el 1 de octubre de 1988 hasta el 30 de septiembre de 1990; Profesor Asociado T/C N1, adscrito a la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de Toledo de la Universidad de Castilla-La Mancha, Departamento de Economía y Empresa, Área de Organización de Empresas, desde el 1 de octubre de 1990 hasta el 13 de febrero de 1997; ámbito universitario en el que ha continuado su función docente de Profesor Titular de Universidad, desde el 14 de febrero de 1997 y Catedrático de Universidad, adscrito a la referida Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de Toledo de la Universidad de Castilla-La Mancha, Departamento de Administración de Empresas, Área de Organización de Empresas, desde el 17 de noviembre de 2020 hasta la actualidad.

Con objeto de situar las enseñanzas universitarias desempeñadas por el nuevo académico puede registrarse que ha impartido docencia ininterrumpida en diversas asignaturas de Licenciatura, Grado y Posgrado (Máster y Doctorado) desde 1988, tanto en universidades nacionales, principalmente en la Universidad de Castilla-La Mancha, en la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de Toledo, como en universidades internacionales, como Verona, Turín, Lisboa, Mexicali, Santa Cruz de la Sierra, Monterrey, Passau, Linz o Chile, mediante la explicación de las disciplinas siguientes: Dirección Estratégica, Estrategias de Crecimiento, Fundamentos de Administración de Empresas, Gestión de Servicios Públicos, Gestión Hospitalaria, Gestión Educativa, Economía de la empresa, Ética Empresarial, Dirección y Gestión de Recursos Humanos, Gestión de PYMES, Economía de la Empresa (Organización y Gestión), y Planificación Financiera.

No está de más recordar su docencia en postgrado/máster en estos últimos años mediante el desarrollo de las asignaturas: Estrategias de Recursos Humanos, Operaciones de Creación

de Empresas y Grupos de Empresas Reestructuración Empresarial, Gestión de Operaciones Internacionales.

Como profesor, maestro decimos, de alta vocación pedagógica está a disposición, al servicio, de sus alumnos mediante la dirección de TFGs, DEAs, TFM s y Tesis doctorales, Diplomas de Estudios Avanzados, Tutorías de investigadores de otras Universidades y Diploma de Módulos de Investigación. Cabe resaltar que ha dirigido 11 tesis doctorales, dos con mención internacional y, actualmente, dirige 6 más. Además, ha dirigido-tutorizado 42 TFM/TFG en distintas titulaciones oficiales.

Ha realizado estancias de docencia e investigación en diferentes universidades europeas y americanas, siendo, además, coordinador de los Programas de Movilidad Internacional de la Universidad de Castilla-La Mancha con las Universidades de Carolina del Norte y Muskingum, en Estados Unidos y de las de Bolonia, Turín y Verona, en Italia. Ha recibido 2 premios internacionales de docencia: Premio Docente Internacional Destacado de la Escuela de Postgrado y Formación Permanente de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad Andrés Bello de Chile, en 2021; y el Premio Docente Destacado en docencia de Módulos para la Investigación de la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad Andrés Bello de Chile, en 2020.

Como otras notas de su currículum, propiamente intrínseco, pueden recordarse su condición de miembro de diferentes grupos de investigación de la Universidad de Castilla-La Mancha, Universidad Autónoma de Baja California (México), Universidad de Valencia, Universidad Rey Juan Carlos, Universidad de Jaén, Universidad de Andrés Bello (Chile) y Universidad de Vermont (Estados Unidos). Sus principales líneas de investigación giran en torno a la Economía Social, Empresa Familiar, Responsabilidad Social de la Empresa, Hostelería y Gestión

Turística y Competitividad. Ha publicado más 94 artículos de investigación en revistas nacionales e internacionales indexadas en JCR y Scopus. Habiendo recibido 12 premios internacionales de investigación por algunos de estos trabajos.

El doctor Hernández Perlines, también, es autor de distintos libros y capítulos de libros entre los que destacan los publicados en editoriales internacionales de reconocido prestigio como Emerald Group Publishing Limited, Springer, Thomson Reuters, NOVA, Edward Elgar, entre otros. Cabe destacar que coordinó el Informe Socioeconómico del Consejo Económico y Social de Castilla-La Mancha desde 1998 hasta 2006. Y ha coordinado, además, el Libro Blanco de Economía Social de Castilla-La Mancha en 2020 y el Libro de Casos de Éxito en la Economía Social de Castilla-La Mancha en 2021, ambos editados por CIRIEC-España.

Destaca su participación como investigador en 26 proyectos competitivos europeos, nacionales y regionales del Fondo Europeo de Desarrollo Regional, del Plan Nacional de I+D, del Programa bilateral de Acciones Integradas de investigación científica y técnica, del Programa ALFA de Cooperación para la formación científica y tecnológica de la Comisión Europea, entre otros.

Y por no ser exhaustivos en exceso dejemos, al menos, constancia de su participación en algunos Proyectos de investigación, por ejemplo, en los *Proyectos de investigación subvencionados en convocatorias competitivas como consultor externo* SPRING: Succession Planning and Regeneration in Family Businesses for New Growth through an Innovative Training Programme; ARTISAN (Aspiring Entrepreneurial Families to Perpetuate Agri-tourism Business Across Generations), Proyecto Erasmus+; Increasing Employment by Supporting Enterprises in Urban

Nonagricultural Profile, Call Diaspora Start Up, del Fondo Social Europeo para Rumanía; Continuous Training an Advantage in Ensuring the Quality of Service Provided by the SPS Staff, del Fondo Social Europeo para Rumanía. O el más reciente, sobre la Monetización del Valor Social de la Economía Social de Castilla-La Mancha, concedido por la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha.

Ha sido incluido en el ranking del 2% de los mejores científicos del mundo en su edición de 2022 realizada por John P.A. Ioannidis y publicado por la Universidad de Stanford (California, EE. UU.).

En sus numerosas relaciones universitarias, brilla su sociabilidad científica que se ha puesto de manifiesto en la participación con ponencias y comunicaciones en 173 congresos científicos (103 internacionales). Además, ha organizado e impartido numerosos cursos y conferencias, tanto científicos como de transferencia del conocimiento. Ha sido miembro de las Comisiones Científicas de 21 Congresos y Jornadas Científicas, destacando la presidencia del Comité Científico y del Comité Organizador del XVII Congreso Internacional de Investigadores en Economía Social y Cooperativa y la presidencia del Comité Organizador de las XXXI Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica, ambos celebrados en Toledo. A los que añadirá en el próximo curso académico la presidencia del Comité Organizador de las XXXVIII AEDEM Anual Meeting, también en Toledo.

Es miembro del comité científico de diversas revistas nacionales e internacionales: del *Journal of Innovation and Knowledge* y de la revista *European Journal of Family Business*, entre otras, y del Consejo de Redacción de la Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa de CIRIEC-España. Editor asociado de la *European Research on Management and Business Econo-*

mics (ERMBE). *Guest Editor del Special Issue de la International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research.* Coordinador de la Sección de Empresa Familiar de la Academia Europea de Dirección y Economía de Empresa (AEDEM). Miembro de la Comisión de Dirección y Administración de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA). Director de la Cátedra de Estudios Cooperativos “Fundación Caja Rural de Castilla-La Mancha” de la Universidad de Castilla-La Mancha. Miembro del Comité Científico y Asesor del Portal Estadístico de la Economía Social CIRIECSTAT. Director del Portal Estadístico de Economía Social de Castilla-La Mancha CLMSTAT. Miembro de diversas Asociaciones Científicas: Academia Europea de Dirección y Economía de Empresa (AEDEM), Centro Internacional de Investigación e Información sobre la Economía Pública, Social y Cooperativa (CIRIEC), Asociación Científica de Economía y Dirección de la Empresa (ACEDE), Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA). Es evaluador de varias revistas de impacto JCR y SJR. Ha formado parte del Comité evaluador de diferentes premios de investigación sobre creación de empresas y emprendimiento.

Su extensa actividad investigadora se caracteriza por la participación en grupos de investigación. Así puede señalarse que es Co-Investigador Principal del Grupo de Investigación (ENSITMA) *Environmental Strategy Interdisciplinary Team & Management* de la Universidad de Castilla-La Mancha. Co-Investigador Principal del Grupo de Investigación de Ciencias Económico-Administrativas de la Universidad Autónoma de Baja California. Miembro del Grupo de Investigación: (FERC) *Family Enterprise Research Conference*, integrado por investigadores de 40 países. Miembro del Organizational Legitimacy Observatory.

Su labor investigadora ha sido muy reconocida, son muchos los Premios de investigación y ayudas recibidos: *Elsevier Best Paper Award* de la XVI ACIEK Conference 2022 celebrado en Sevilla (España), por el trabajo titulado: Effects of social responsibility on legitimacy and revisit intention: the moderate role of anxiety. Premio Mejor Trabajo del Área Científica de Economía Social en las XXX Jornadas Luso-Españolas de Gestión Científica 2020, celebradas en Braganza (Portugal) por el trabajo titulado: Orientación emprendedora y desempeño de las Cooperativas Agroalimentarias: análisis del efecto moderador de la capacidad de absorción. Highly Commended 2019 Emerald Literati Awards por el artículo publicado en *Journal of Family Business Management* titulado: Moderating effect of absorptive capacity on the entrepreneurial orientation of international performance of family businesses. Paper Award in the 10th Innovation, Entrepreneurship and Knowledge Academy 2019 (INEKA Conference) celebrado en la Universidad de Verona por el trabajo titulado: Socioemotional wealth, entrepreneurial orientation and international performance in family businesses. Premio Best Paper del Área Científica de Empresa Familiar en las XXIX Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica 2019, celebradas en Osuna (España) por el trabajo titulado: Riqueza socioemocional, emprendimiento y desempeño internacional en las empresas familiares. Mención especial a la Mejor Tesis Doctoral sobre Responsabilidad Social Corporativa y Sostenibilidad por la Cátedra Santander de Responsabilidad Social Corporativa de la Universidad de Málaga, como co-director de la tesis titulada “La influencia de la responsabilidad social empresarial, en los resultados económicos, de las micro, pequeñas y medianas empresas”, realizada por el Dr. Juan Pablo Sánchez-Infante Hernández. Paper Award in the 8th Global Innovation and Knowledge Academy 2018 (GIKA Conference) celebrado en la Universidad Católica de Valencia por el trabajo titulado: Socio-emotional influence on the entrepreneurial orienta-

tion of family businesses. Premio “European Journal of Family Business” a la Mejor Investigación en Empresa Familiar en el XXXII AEDEM Annual Meeting 2018 celebrado en Gandía (España) por el trabajo titulado: Capacidad de innovación, capacidad de absorción y desempeño en las empresas familiares: propuesta de un modelo de mediación; Premio a la mejor comunicación del Área Científica de Empresa Familiar en las XXVII Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica celebradas en Benidorm 2017 por el trabajo titulado: Mediación condicionada de la estrategia competitiva y el entorno en la orientación emprendedora internacional de las empresas familiares. Accésit Premio CEUSAL-USAL EMPRENDE 2016 de la Universidad de Salamanca, como director de la tesis doctoral titulada: Influencia de la orientación emprendedora internacional en el desempeño internacional de las empresas familiares, realizada por el Dr. Esteban Mancebo Lozano. Premio UDEM Adalberto Viesca Sada 2014 a la Mejor Investigación en América Latina en Empresa Familiar, de la Universidad de Monterrey (México) por el trabajo titulado: Orientación emprendedora internacional y desempeño exportador en las empresas familiares del Estado de Baja California. Accésit XII Edición Premio del Centro de Estudios Financieros de Madrid (España) modalidad Recursos Humanos 2006, por el trabajo titulado: La dirección de Recursos Humanos en las entidades financieras de la Economía Social desde el enfoque contingente, universalista y configuracional.

Tampoco debemos obviar que el nuevo académico fue Director General de Política Científica de la Consejería de Educación y Ciencia de la Junta de Comunidades de Castilla-La Mancha. Y asimismo Decano, Vicedecano y Vicesecretario de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de Toledo. Y en la actualidad es miembro del Consejo Regional de Economía Social de Castilla-La Mancha, habiendo participado en los grupos de

trabajo para el desarrollo y preparación del borrador de la Ley 20/2002, de 14 de noviembre de Cooperativas de Castilla-La Mancha y del borrador de la Ley 11/2010, de 4 de noviembre de Cooperativas de Castilla-La Mancha.

Aunque sólo sea como símbolo nominal dejemos también constancia de su condición de cofrade de la Cofradía Internacional de Investigadores y miembro de la Debe poner Academia Europea de Dirección y Economía de Empresa (AEDEM) desde 1992, siendo en la actualidad vicepresidente de Relaciones Institucionales de la misma.

Poco debo comentar del regalo que el profesor Hernández Perlines nos ha obsequiado con tan brillante discurso sobre la materia elegida, en la que es maestro indiscutible.

A modo de preludio anticipa las dificultades que caracterizan a la empresa familiar: una elevada complejidad conceptual y la existencia de una gran pluralidad de tipologías que pueden integrarse en su marco. Y con una loable brillantez desentraña en amplio periplo toda la casuística que se presenta.

Así, su discurso se ha centrado en la empresa familiar, una de sus líneas de investigación, y la elección la ha fundamentado en dos razones: la forma de empresa más extendida en la mayoría de las economías del mundo; y la segunda por llevar 20 años ligado a la cátedra de Empresa Familiar de la UCLM y al Instituto de Empresa Familiar. Y en este ámbito, creación y progreso ha concluido con el tema seleccionado para esta importante ocasión en la construcción de la biografía intelectual. Y desde ella y para ella realiza una investigación que da sus frutos: ahora completada con el aporte de la riqueza socioemocional, uno de

los rasgos diferenciales de la empresa familiar. Y con la luz de la investigación realizada para que con los prismas de su inteligencia y su dedicación se refuerzen criterios, fundamentos y aplicaciones.

Hace un estudio histórico y geográfico pormenorizado destacando la importancia y principales características de la empresa familiar, con una extensa referencia a las contribuciones más significativas entre las que se encuentran algunas de su autoría. La documentación que ha exhibido es impresionante.

Característica básica de los escritos del Dr. Hernández Perlínes es la conceptualización mediante precisas definiciones, tales como gobierno corporativo y participación familiar, de modo que permite adentrarse en los correspondientes a la propiedad, la dirección y/o control de la implicación familiar y el relevo generacional.

En su descripción señala que la empresa familiar se caracteriza por su elevada complejidad y por la gran pluralidad de organizaciones que pueden ser consideradas como empresas familiares. Su evolución en el tiempo, sus sucesivas caracterizaciones, según las dimensiones que pueden considerarse como 1) la propiedad y dirección; 2) La implicación de la familia en el negocio y la voluntad de traspaso de la empresa a posteriores generaciones. Son relevantes los estudios relativos al enfoque basado en la participación de la familia en la empresa (la propiedad, el control, la dirección y el número de generaciones presentes en la empresa), y no menor el énfasis exhibido en tanto que análisis del comportamiento de la familia con el propósito de mantener el control.

Tema complejo que, a pesar de la prolífica documentación que se exhibe se lee con fluidez dada la claridad que ofrece su texto.

Un aspecto que se nos hace especialmente interesante es el de las asociaciones y en especial las académicas que reconocen a la empresa familiar como uno de las secciones que integran como una de sus áreas.

Finalmente, unas notas de nuestro nuevo académico relativas a su marco vital. Octavo hijo de una familia numerosa de nueve hermanos, conjunto humano que considera fuente inagotable de valores, inspiración y apoyo en su vida.

Está casado con Rosa María Marín Canorea, licenciada en Derecho y profesora de Formación y Orientación Laboral en el IES Azarquiel de Toledo. Su soporte y compañera de vida. Tienen un hijo, también Felipe, que ha concluido en estos días el bachillerato y se prepara para cursar la carrera de Farmacia.

Rosi y Felipe, recibid, compartid y participad con vuestro esposo y padre de la alegría de este día abierto al futuro.

Y tú, doctor Hernández Perlines, recibe, en nombre de esta Real Academia Europea de Doctores, a la que en este acto represento, el simbólico fraternal abrazo de compañerismo.



**PUBLICACIONES DE LA REAL ACADEMIA
EUROPEA DE DOCTORES**

Publicaciones



Revista RAED Tribuna Plural





FRANCISCO GONZÁLEZ DE POSADA

Nació en Cádiz, el 5 de enero de 1942. Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos (1966) por la Universidad Politécnica de Madrid, doctorándose en 1973. Licenciado en Filosofía y Letras por la Universidad Pontificia de Salamanca (1968). Licenciado en Ciencias Físicas por la UCM (1971).

Catedrático de Fundamentos Físicos, Universidad de Cantabria (1977-87), de la que fue Rector (1984-86). Fundador de la Asociación de Amigos de la Cultura Científica, de la que es presidente desde 1983.

Catedrático de Física Aplicada. Universidad Politécnica de Madrid (1987-2012). Medalla de Honor al Fomento de la Invención (1995).

Dr. en Teología (2013). Dr. en Filosofía (2015). Dr. en Sociología (2018). Dr. en Medicina (2019). Dr. en Filología Hispánica (2019).

Académico de Número de la Real Academia Nacional de Medicina de España (1998) y Correspondiente de las Reales Academias Nacional de Farmacia (2002) y Bellas Artes de San Fernando (2002).

Académico de Honor de las Reales Academias de Ciencias Médicas de Cantabria (2000), de Medicina de Santa Cruz de Tenerife (2009), de Cultura Valenciana (2014), de Ciencias, Bellas Artes y Buenas Letras de Écija (2015), Asambleísta de Honor de la Asamblea Amistosa Literaria (2007) y *Fellow of the World Academy of Art and Science* (2019).

Promotor Académico Numerario de la Academia de Ciencias, Ingenierías y Humanidades de Lanzarote (2003).

Biógrafo de Leonardo Torres Quevedo (Molledo, 1852; Madrid, 1936), es hijo adoptivo de Molledo, condición que comparte con Miguel Delibes.



“Las empresas familiares son la forma de empresa más extendida en la mayoría de las economías del mundo, independientemente de su nivel de desarrollo (Hernández-Perlines, 2023).

La riqueza socioemocional representa las recompensas no económicas que los propietarios de empresas familiares obtienen de sus negocios (Gómez-Mejía et al., 2007), siendo una característica que las diferencias de otro tipo de organizaciones (Hernández-Perlines et al., 2021).”

Felipe Hernández-Perlines

1914 - 2023

Colecció Reial Acadèmia Europea de Doctors



**Generalitat
de Catalunya**



MINISTERIO
DE EDUCACIÓN, CULTURA
Y DEPORTE