

**LA FILANTROPÍA EN LAS EMPRESAS FAMILIARES: UNA APROXIMACIÓN
CONCEPTUAL.**

Michelle Dawn Pacheco Moreira, MAE.

Arquitecta. Magíster en Administración de Empresas (MAE), Universidad Particular de Especialidades Espíritu Santo. Docente de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil.

mikydawn@hotmail.com

Jeffrey Víctor Vizqueta Villacréses, PhD.

Doctor of Education (Ed.D.), Ethical Leadership, Olivet Nazarene University (USA). Director del Programa MBA de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo UEES, Ecuador.

jeffreyvizqueta@uees.edu.ec

Recibido: 1 de noviembre de 2015.

Aceptado: 22 de diciembre de 2015.

RESUMEN

La intención de realizar este proyecto es estudiar a modo de revisión, los antecedentes, bases de concepto, particularidades, observaciones y experiencias propias que varios intelectuales han elaborado sobre la "Filantropía en las empresas familiares". Se trata de identificar compendios característicos, estereotipos conceptuales y elementos a discurrir en su ejecución, para lo cual se ha preparado una primera entrega de la revisión bibliográfica de las formas en que se practica la filantropía en las empresas familiares a nivel mundial y en una próxima oportunidad revisar este tema a nivel nacional.

Palabras clave: Filantropía, empresa familiar, compromiso social, ventaja competitiva.

ABSTRACT

The aim of this project is to study as a review, the background, base concept, features, comments and my own experiences that several intellectuals have drawn on "Philanthropy in family businesses". It is about identifying characteristic compendiums, conceptual stereotypes and elements to run in its performance, for which it has prepared a first draft of the bibliographical review on the ways in which the family businesses practice philanthropy worldwide and in a next opportunity to review this issue, nationally.

Keywords: Philanthropy, family business, social commitment, competitive advantage.

INTRODUCCIÓN

En el ámbito empresarial como en todo negocio se practican diversas formas de hacer empresa, llevando a cabo tácticas, estrategias, funciones, etc., que permitan el éxito de los negocios, dentro de estas estrategias y a modo de co-existencia con la sociedad, existe la filantropía, misma que en el mejor de los casos es una motivación de orden benéfico, social que da lugar a que los empresarios sientan que están invirtiendo en beneficio de las clases sociales más desposeídas. Las empresas familiares tienen actuaciones que deben ser dadas a conocer para que sean apreciadas por la sociedad en la que realizan sus ejecutorias tales como: su interés de continuar con las actividades en las que basan su gestión, la preocupación por que el trabajo que se ejecuta cumpla con todas las expectativas de sus clientes, el involucrarse con el hábitat que lo rodea, etc. Estas situaciones dan lugar a que se identifique un problema central: ¿Es la Filantropía en las empresas familiares un fenómeno cuya concepción está perfectamente delimitada?. El enfrentar desafíos necesarios de analizar y resolver con celeridad y amplitud de tal forma que permita encontrar metas que permitan aumentar su estabilidad media: la actitud para llevar el paso a la sucesión. Los procedimientos y el entorno, tienen un peso en estos contextos donde la relación familia - empresa es muy estrecha y dan lugar a que intervengan variables que son vastas y complicadas (Barrios, 2008). La empresa familiar es la consecuencia de la elaboración del sueño del o de quienes la fundaron, quienes van progresando y desarrollando acorde a como se dan las circunstancias y escenarios del mercado. Han resistido el paso del tiempo aquellas empresas que han sabido robustecer los apoyos originales sobre los cuales se instauraron: perspectiva, gestión, productos, liderazgo, afinidad, comunicación, filosofía de vida y agrupación y suficiencia familiar (Díaz, 2014).

Según Poza (2005), autor del libro "Empresas Familiares", estas constituyen del 80% al 98% de todos los negocios en las economías libres del mundo y emplean a más del 85% de la población trabajadora de todo el globo. Pero así mismo, afirma, que en Latinoamérica, entre el 70% y 88% de estas empresas no lograrán llegar más allá de la subsiguiente generación, y esto no es porque obedezca a situaciones externas, sino por la falta de tácticas aplicadas por el ente precursor. Esto se da en razón de que con el pasar del tiempo y el haber logrado el éxito y tener experiencia en la compañía, se cree que las soluciones pasadas van a lograr resolver los inconvenientes de hoy, pero no funciona así. Actualmente hay códigos que asignan el compromiso social para las compañías, esto es un modelo de la actual formativa institucional a nivel mundial, que de cierta forma reemplaza la concepción de generosidad dentro de las empresas, proverbialmente realizado, sobre todo en los estados más desarrollados (Oporto, 2011). El compromiso humanitario de las pequeñas y medianas empresas (PYMES: pequeñas y medianas empresas), definitivamente es el de fusionar tanto lo financiero – social - medio ambiente y concertar, obviamente, las metas que trata de conseguir la empresa con la colectividad (Olmedo, 2012). El contexto de lo filantrópico es mucho más sustancial que el donativo de fondos para fines de interés corriente, se encamina más allá del movimiento de las fundaciones y sobrepasa, en su complicación, la enunciación teórica de un tramo no lucrativo independiente del Estado, la organización y la religión y digno de un procedimiento fiscal especial (Rey, 2013).

Es incuestionable que la filantropía se trata de un prodigio tan intrincado como seductor, con extensiones de perfil de la ética, economía, política y la parte social. En momentos, la definición del fenómeno en cuanto a lo filantrópico se realiza desde el contexto íntegro, perseverando en la forma voluntaria creada en provecho del bien poblacional que esté de acuerdo a valores morales tanto caritativos como generosos, de solidaridad y de la aportación cívica; con consecuencias tanto transcendental como perceptibles, y por lo tanto en gran parte no cuantificados (Rey, 2013). En la empresa familiar, la tarea filantrópica posee un beneficio interno que es doble, pues proporciona la unión familiar y asimismo la transferencia de valores, dos situaciones primordialmente notables partiendo de la segunda descendencia. Otro escenario que es notorio en la acción filantrópica en este prototipo de sociedades es que la disposición concluyente sólo obedece del grupo familiar empresarial, que ni debe ni tiene que dar cuentas a personas u organizaciones sobre la manera en que

realiza esta tarea ni sobre los beneficios que la originan (Tápies, 2009). La filantropía no está limitada a operaciones de caridad, sino que implica una extensa situación de operaciones con variadas motivaciones, se incluye el comienzo de una transacción o negocio, y/o a su vez ayudar a terceros a conservar, desplegar o establecer un propósito corporativo, la familia implicada con la colectividad es necesaria e importante para promover la filantropía (Trevinyo-Rodríguez & Goel, 2009). La filantropía es un segmento de la táctica de marketing de la compañía para adquirir ingresos (Pava & Krausz, 1996).

La Filantropía es la manera de devolver algo de lo considerable que poseemos, a la colectividad, por ética, generosidad o por consumir un “contrato social”: preservar los logros de otras partes implicadas o *stakeholders* (Donaldson & Dunfee, 1999). Realmente, las medidas filantrópicas no son regidas por una u otra perspectiva, sino por una miscelánea de las motivaciones expuestas anteriormente (Trevinyo-Rodríguez & Goel, 2009). La actividad de la filantropía a nivel de familia-empresa igualmente se ofrece como herramienta de “formación” y “bisagra” entre el grupo familiar empresarial, y el negocio familiar; ya que cuando hay personas que pertenecen al grupo familiar que no demuestran ni poseen interés en “laborar” en la empresa o no cumplen o no son aptos para trabajar y colaborar en forma activa y efectiva en la misma, sin embargo ellos podrían actuar y ser partícipes en unión con los demás componentes del grupo familiar en las acciones de RSE, de esa manera se sentirían útiles, desarrollando sus convenientes acciones y entusiasmos y de esa forma robusteciendo la identidad de la familia (Trevinyo-Rodríguez, 2013).

Se ha cuestionado que es imposible que las asociaciones familiares provoquen el alejamiento de sus trabajadores y colaboradores; normalmente mantienen sus infraestructuras en los sitios en donde se iniciaron; y quienes conforman el núcleo familiar dueñas de las empresas regularmente integran o son parte de comités o directivos de centros hospitalarios, centros religiosos, centros de educación u organismos de beneficencia que favorecen a la permanencia y la bienestar de la colectividad en que habitan (Lansber, 1999). Esta acelerada diligencia de filantropía da lugar a una plataforma conformada por un régimen de valores y al mismo tiempo admite un régimen de trabajo substancialmente de voluntariado que involucra significativos fondos, más la recompensa se diría que es un reconocimiento de la sociedad en que se desarrollan y conviven, en forma personal y no económica (Gersick, 2002), citado en (Guibert, 2009).

Dentro de la historia de las empresas familiares, el altruismo que organizan alrededor del grupo de familias que hacen compañías, se desarrolla en conjunto con los mercados que operan libremente, la fortuna privada, y la composición internacional (Bonet, 2010). Estudios que se han elaborado sobre 192 familias, una gran cantidad de las mismas de tercera y cuarta generación, de las que el 87% tiene una participación de más de 50 millones de dólares para invertir. Comprobaron que “llevar a cabo iniciativas filantrópicas compartidas es una estrategia ya probada con éxito por familias multigeneracionales” (Jaffe & Flanagan, 2012, pág. 22). Actualmente, un gran segmento del dinamismo filantrópico está dirigido a prestar asistencias a países en que se encuentra en la fase de desarrollo. El apoyo de este tipo enviado por agentes particulares se encauza fundamentalmente a través de las ONG y las instituciones denominadas fundaciones. Casi siempre, estas últimas contribuyen con capitales de forma permanente, pudiendo de esta manera fomentar proyectos de largo término y, esta condición, consiente proceder sobre la raíz de los problemas. En todo lo que a las ONG se refiere, regularmente si labor se centra en tratar de aplacar el desconuelo de quienes se encuentran en una situación desfavorable (por ejemplo, cuando ocurren circunstancias como en casos de desastres naturales) y, consecuentemente, estaríamos platicando de acciones con una repercusión a plazo inmediato, no obstante, las situaciones reales son considerablemente más ricas de lo que propone esta categorización. Es hasta la saciedad destacado que la filantropía es una destreza que está mucho más desarrollada en Estados Unidos que en España (y, en la misma Europa, generalizando). Se encuentran muy pocos datos o informes que brinden un examen relativo de la filantropía entre estos países. Podríamos decir que una sobresaliente investigación, posiblemente, sobre este tema, es el tratado realizado por la Johns Hopkins University (estudio dirigido por Lester M. Salomón y culminó en el libro *Global Civil Society: Dimensions of the Nonprofit Sector*, Vol. 2 (Salomón, Lester M., Sokolowski, S.W., and Associates; Kumarian Press, 2004), en el cual se explora el compromiso de la filantropía (entre otras situaciones y aspectos que se relacionan con el tercer sector en mención) en un conglomerado de 36 países (Curto, 2012). El progresivo entusiasmo que se da lugar por la filantropía es, en buena parte, un resultado de la vertiginosa instauración de riqueza a través de los tiempos recientes y de su diferente repartición. En la actualidad a través del mundo llegamos a contar aproximadamente con 691 multimillonarios, y en número de 388 han logrado esa fortuna por ellos mismos. La propensión al aumento de los donativos no se circunscribe sólo a los Estados Unidos, en el cual los filántropos continuamente han mantenido un rol preponderante (Bishop, 2006).

En Europa, la cantidad de fundaciones benefactoras ha elevado su número en forma considerable, y es relevante considerar que es usual que ciertos financistas que se han convertido en personajes muy ricos de forma extraordinaria, dispensen gran parte de sus ingresos para fines de beneficencia. Otro rango de mucha importancia para el impulso naciente de la filantropía es el interés de quienes la practican, en invertir su patrimonio de modo empresarial en complicaciones que conmueven a la sociedad, a nivel tanto global como regional. Los filántropos en nuestros días dialogan de «inversión social», «filantropía por proyectos», y «empresa social». La nueva perspectiva de la filantropía gira en torno de las iniciativas a nivel social, la cual es muy sensible al mercado, se apuntala lógicamente sobre la tecnología moderna, e involucra la inmensa disposición del sustento económico del donante. La filantropía a cruzado las fronteras y es ya un escenario real en la Unión Europea, y los Estados quienes como miembros la componen, han solicitado a la Comisión Europea una coordinación más amplia en el plano de los gravámenes directos, para optimizar el trato fiscal en todo el territorio que compone la Unión Europea (Barlinska, 2008).

En Estados Unidos, existieron grandes financistas que tenían los recursos y el volumen de acción ineludibles para reinventar la filantropía, hablando de los comienzos del siglo XX, hay personajes que podemos destacar sin lugar a dudas como figuras prominentes a John D. Rockefeller Sr. y Andrew Carnegie, los mismos que no sólo crearon la fundación grant-giving actual (Grant-giving (proviene del inglés, se define son instituciones sin ánimo de lucro. Dotadas de un fondo de capital, generalmente a perpetuidad, que es invertido de manera prudente en los mercados financieros para generar un flujo estable de ingresos para financiar sus actividades. Las fundaciones grant-giving son la gran invención institucional de la filantropía norteamericana del siglo XX, basándonos en las siguientes referencias: Mark Dowie (2001), Joel Fleishman (2007), Kenneth Prewitt (2006), James Allen Smith (2001) y Elizabeth M. Lynn y D. Susan Wisely (2002), sino que concibieron de ella la herramienta de un nuevo arquetipo de filantropía, técnica y metódica (científica hablando en términos de la época) y en gran progresión (al por mayor), que se planteaba detener de raíz los inconvenientes que afrontaba. Carnegie, además, con su doctrina a favor de una filantropía en vida y su pensamiento del capitalista como regente guardián de la fortuna de la sociedad, y con su prototipo de conveniencia con su doctrina filantrópico, favoreció a apuntar la perspectiva de que un buen capitalista ha de ser de la misma manera un gran filántropo, y que sólo son dignos de los más caros distinciones quienes, a

continuación de triunfar en la organización, tornan a la sociedad una gran fracción de sus patrimonios por el conducto de la filantropía. Pero las creaciones de Rockefeller y Carnegie en el área de la filantropía vinculaban con una costumbre ya absolutamente estable de uso de los Establecimientos sin ánimo de lucro comenzando en el ámbito de la sociedad civil para efectuar proyectos públicos (López, 2008).

La filantropía, que de acuerdo a la Real Academia de la lengua española, es el “amor al género humano”, está muy debatida por numerosas causas. No obstante, nadie en su íntegro juicio obtiene contraponer a que quienes tienen capitales económicos en demasía, que contribuyan con parte de ellos a las inmejorables causas que imaginen y que, en ciertas situaciones, pretendan invertir la espantosa diferencia que existe. Más la circunstancia ha expuesto que en muchos ciclos esa filantropía es únicamente un disfraz para eludir impuestos, ya que numerosas de las donaciones de ciertos filántropos y sus corporaciones llegan acompañadas con el pedido o solicitud de un documento que confieren los miembros receptores, donde consigna que son supeditados a indemnizar dicho donativo en la liquidación de sus impuestos, y deben ser las jurisdicciones fiscales las que poseen la autoridad de ejecutar esos resarcimientos. Por tal motivo, hay que observar con mucho detenimiento la forma de actuar de dichos filántropos acaudalados, los mismos que habitualmente poseen sus propias fundaciones a las que conceden parte o todo su capital y, en la mayoría de las ocasiones, se trata exclusivamente de eludir al fisco, a pesar de que en diversos países, como en México, sufragan sumas grotescas, en base de lo que captan o ganan (Del Val Blanco, 2012). Una manera que llama la atención y es curiosa de razonar es la filantropía que suele ejercitarse con mucho libertinaje en países como Panamá, Liechtenstein, las islas Caimán y más paraísos fiscales, unos cuantos de ellos dependientes del Reino Unido, Estados Unidos, Nueva Zelanda u Holanda. Las fundaciones son para estos feudos filántropos un componente más con el que cautivan los dineros de otros países y de esta manera forjarse una economía próspera. A cambio, procuran preeminencias fiscales y total obscuridad (Atares, 2002)

MARCO TEÓRICO

1.1 Empresas Familiares.

1.1.1 Definición.

La empresa familiar es una estructura intermediada y manejada por dos o más componentes de una familia con la finalidad de que la compañía permanezca en posesión del grupo componente familiar (Betancourt, Arcos, Torres, & Olivares, 2009). Hay situaciones en las que se puede llamar o entender como empresas familiares: a) Una estructura intervenida en forma mayoritaria por los integrantes de una familia pero que no es manejada por quienes la conforman, b) el ejercicio de una empresa transnacional de gran magnitud controlada por componentes de un grupo familiar de la localidad, c) una organización manejada y controlada por dos ejecutivos que no tienen ningún lazo de familia pero que sus hijos laboran en dicha organización, d) una empresa cuyos dueños son dos personas muy allegadas que se tratan como si fueran familiares o hermanos del alma (Belausteguioitia & Belaustegui, 2004).

La empresa familiar se identifica por la presencia de una tradición y un dominio económico que es habitual a los integrantes de la familia empresarial así como la intervención y el involucrarse de ésta en el trabajo y la dirección de la empresa familiar. Esto favorece al perfeccionamiento de una erudición, unos dogmas y virtudes participadas por todos quienes componen el grupo familiar, el proceso de una intrínseca e insondable identidad particular con la familia y con la organización. A la par promueve el anticipado proceso de posibilidades de estipendios de pertenencia sobre la organización así como de los derechos de asociación a la misión y a la dirección. A más de esto, la participación directa de los integrantes del grupo familiar en la organización familiar igualmente estimula la transposición de roles entre los componentes de la familia, la posesión y la compañía (Güenaga & Riva, 2011). La destreza de armonizar empresa y familia sobrelleva a afrontar día a día dos concepciones que, aparentemente, son incompatibles: el Amor y el Dinero. Más no hay nada más lejano a la situación real. La conducción de dos elementos tan distintos y complicados a la vez, la empresa y la familia, cambian las estrategias de cometido en un auténtico arte que hace una mezcla de creatividad, estilo y perspectiva para dar una respuesta a la necesidad que involucra el participar de las labores con los familiares más cercanos. El primordial inconveniente con este arquetipo de corporaciones es que a veces dan por hecho que las relaciones familiares es a las que les corresponden el dominio en la organización. En otras palabras, transportan a lo formal de una estructura técnica, lo informal de la familiaridad (Salazar, 2005).

1.1.2 Características

Existen versiones de personajes como (Moreira & Bortoli, 2007), citado en (Zorzanelli, 2011), para quien las características de las organizaciones familiares son: 1) En que las decisiones se fundamentan en situaciones emotivas: no obstante no es una habilidad solo de los dirigentes de las sociedades familiares a realizar disposiciones apoyadas en las condiciones emotivas, a costas de lo sensato, los lazos sanguíneos dan lugar a ser un componente muy apreciado. La interrogación es cómo conservar la perspectiva y ser profesional en instantes importantes cuando la medida a realizar atañe en forma directa con un componente del núcleo familiar ya sea este el hijo, el hermano u otro ente familiar muy estimado y querido; 2) Problema en la descongestión: los conflictos y las formas de compromiso obligatorio de los precursores, añadido esto con la presencia de entes que colectivizan con todo este estrés en el período de la instauración y el fortalecimiento de la organización, en asistencia de la concentración del poderío. Con el devenir del tiempo, esta habilidad pasa a ser una particularidad de la cultura corporativa, que establece un impedimento que hay que saber superar en el momento que se realice la sucesión y por lo menos enfrentar a la nueva disposición de servicios, lo que demanda de presteza y aplicación en el devenir diario-organizacional; 3) La probidad y la entrega como razonamientos para utilizar recursos humanos: la predisposición es recompensar las horas de labor, la entrega de los que arrimaron el hombro para montar la compañía, fundamentar las disposiciones en estos juicios para el proceso y los aumentos salariales, en base de las eventos destrezas demandadas por los mercados; 4) La confianza recíproca: esta peculiaridad está concernida con la posibilidad de tener posiciones estratégicas. El temor lleva a la nominación de personal de confianza, para tratar lo referente a los requerimientos y a las competencias dentro de la organización. En escenarios en las que las dos particularidades están ordenadas, no instituye un inconveniente, pero de no ser así, podrían complicar la situación; 5) Presencia de problemas: los problemas se originan entre las diferencias generacionales, ya que los precursores se rigen por la experiencia adquirida en la práctica diaria, en cambio la generación actual fundamenta su accionar por las practicas estudiadas y aprendidas. La predisposición del precursor es desconocer las complejidades entre los familiares ya sean estos hijos o primos, no hacer vida social mucho tiempo con sus respectivas familias, para consagrar todo el tiempo posible a la organización o pretender que serán competentes para arreglar los inconvenientes en lo posterior. Estos problemas son más perceptibles y se convierten en aprietos en el período que se produce la sucesión; 6) Perfil = perfil triunfante sucesor: la predisposición de quienes llegan a ocupar

puestos a nivel direccional, es pretender que el mejor y el exitoso nivel de gestión es la suya, fundamentando esta afirmación en la "elección" de su beneficiario, en la realización de este cometido, no valoran ni tienen en consideración el distinto contexto y "adaptación a las necesidades estructurales y estratégicas de la empresa" (Moreira & Bortoli, 2007, pág. 28).

1.1.3 Ventajas y desventajas

De acuerdo a Vadillo (2014), es trascendental para los líderes de estas organizaciones estar informados de que poseen extraordinarios privilegios. La tarea de la orientación de su conjunto inmediato contendrá en aquel momento, gestiones que admitan sortear los quebrantos y los efectos que estos produzcan, al igual que sacar provecho de las situaciones ventajosas, como por ejemplo: 1) Cuentan con valores claros, es frecuente distinguir que los valores morales y espirituales de la familia se transportan a la compañía familiar. Lo cual instituye uno de sus importantes baluartes, es decir complementan la identificación en esta caso insuperable.; 2) La dirección tiene autoridad total para tomar decisiones. Los quebrantos "burocráticos" de las compañías trasnacionales o de los gremios o corporaciones grandes se suceden debido a la diversidad de asociados y/o a la figura de su disposición de estructura organizativa. Una organización familiar es mucho más rápida y su administrador tiene gran autonomía; con ello, obtiene supremacía en relación a aquellas que no lo son; 3) Hay una clara tendencia a pensar en el largo plazo. Como resultado de que el mayor interés de los precursores y aún de quienes los suceden es la prosperidad de la familia, las medidas se ejecutan más especulando en lo posterior que en la utilidad que se obtenga rápidamente o en corto tiempo; 4) Para la dirección es importante un ambiente de armonía. Partiendo de que la forma de pensar de la familia administradora se introduce a la empresa, la conformidad que se gestiona en la familia, se traspasa igualmente a la empresa, se incluye al personal que labora en la misma, a sus clientes y a quienes los proveen.

De igual manera, según Vadillo (2014), es significativo que los dueños asuman claramente que las compañías familiares poseen ciertas situaciones de desventaja con relación de las empresas que no son familiares: 1) La relación familiar puede entorpecer la operación. Hay cierta dificultad para prescindir, en el término de las horas de trabajo, de las necesidades de la familia, con sus problemas, simpatías e inclusive con sus preferencias y salvedades; 2) El trabajo puede generar problemas de familia. No solo las situaciones que se dan debido al trabajo perturban las forma de llevar las relaciones familiares; es habitual que se den

complicaciones aún con familiares que no trabajan en la empresa, por muchas y diversas razones, como aquellos asuntos, en que parentelas no implicados de una forma directa con la parte laboral, tratan de involucrarse, por ejemplo: un familiar que no es empleado o que es cesado; una prestación que no le es otorgada, etc.; 3) No se tratan abiertamente todos los temas. Los directivos, especialmente los fundadores asumen la predisposición a tomar sino todas, la mayoría de las disposiciones, ya que así lo han realizado continuamente, con resultados la mayoría de los casos, buenos. El rango de intervención, en la mayoría de los asuntos, es verdaderamente pobre. El mando es muy dinámico y como resultado la comunicación se despliega de una manera que no es franca y abierta, con lo que, la eficiencia de la empresa no da lugar ni consiente un conveniente desarrollo; 4) Hay pocas posibilidades de discutir. Quien está al frente de la institución habitualmente está al tanto en forma detallada de la empresa, especialmente si es el precursor, razón por la que, sumado a su innegable deseo de que todo salga de la mejor manera, termina creyéndose de que solo él tiene la sabiduría y el conocimiento para dirigir dicha organización. Esta condición, de muchos administradores y directivos, no favorece la labor en conjunto, el buen ambiente de trabajo, las correlaciones y, desde luego, los efectos destacados.

Para Trevinyo-Rodriguez (2010), comúnmente, de las empresas familiares se piensa que tienen una insuficiente organización y escasa profesionalización, con técnicas defectuosas y organizaciones muy débiles estructuralmente que impiden el desarrollo y la evolución de las mismas y con estos esquemas de formación puedan subsistir en un área mercantil de gran demanda, pero notamos que la mayoría de ellas algo deben estar concibiendo de buena manera, con el surgimiento de: 1) El involucrarse los componentes de la familia implicados con el propósito empresarial de la misma. 2) Aspiración de persistir en mantener el legado familiar. 3) El sentido de unión y pertenencia del grupo familiar. 4) Colocar el todo precedentemente al yo. 5) Probidad, responsabilidad, labor ardua, perspectiva a prolongado término. 6) Ser comunicativo, influir confianza y ser transparente. 7) Considerar que la jerarquía es la jerarquía: con objetivos precisos y concretos. 8) Sabiduría familiar participativa.

Asimismo, según Trevinyo-Rodriguez (2010), en momentos en que en la familia no existe una meta entre todos, las ventajas enumeradas pueden constituirse en su conjunto como menoscabos en la empresa. Resumiendo, de no existir metas de logros comunes, esta disociación provocara poco o ningún compromiso de parte de los componentes del grupo familiar, el mismo que se observará agravado por la poca o ninguna información, la

disminución de la seguridad y la carencia del proyecto familiar. Los factores que se involucran como desventajas serían: 1) Componentes del grupo familiar que se enrolan en el proyecto buscando una fuente de trabajo, pero que no se sienten identificados con el proyecto que quiere llevar a cabo el grupo familiar empresarial. 2) Grupo de personas que no muestran el mayor interés por el desarrollo y la implementación a futuro del negocio familiar, mostrándose como socios indiferentes. 3) Disociación del grupo componente de la familia. 4) Lo contrario, colocar el yo previamente al todo. 5) Darle poca o ninguna estimación a lo realizado, y el costo involucrado para alcanzar el legado familiar. 6) Problema de beneficios, la envidia y la desconfianza. 7) Carencia de Valores que propician conflictos encontrados, insuficiencia del conocimiento familiar o falta de cultura.

1.2 Filantropía

En las actividades comerciales, las familias afrontan grandes retos en el equilibrio de situaciones tan discordantes como manejar de forma eficiente y óptima una organización comercial y encargarse de contar con entes relacionados que le brinden el apoyo necesario. Algunas de ellas en su mayoría han dado una demostración de que habitualmente se destacan en ambos contextos con serenidad y éxito destacable. El preocuparse por su colectividad es el centro de la ideología de la mayoría de las familias que cuentan con empresas y por consiguiente esto es lo que las enrumba hacia la filantropía. Las acciones de inversión económica de empresas familiares se producen por lo general y en forma mayoritaria, en lograr un beneficio por y para la familia (Schwass & Lief, 2008). Las empresas familiares logran niveles muy interesantes, diríamos que bastante altos de intervención en la colectividad, en el momento en que las comparamos con sociedades que no pertenecen a grupos familiares, fundamentalmente en economías que se encuentran en vías de desarrollo en que los menos beneficiados asumen escasa o ninguna colaboración financiera y soberanía social, esta situación se debería a que cuentan con las virtudes propias de las familias, costumbres en el ámbito empresa-familia y a la perspectiva de prolongado término (Treviño-Rodríguez, 2010).

1.2.1 Definición

Es un término de origen griego que representa “amor al género humano”. Es una percepción esgrimida de carácter efectiva para concebir referirse a la asistencia que se brinda al prójimo sin pretender una réplica o algo a cambio. Conocemos como filántropos a las personas u organizaciones que habitualmente desarrollan propósitos fraternos. El voluntariado, los donativos y la gestión social sin fines de beneficio o públicos, constituyen

un segmento de la magnanimidad, que proyecta erigir una colectividad más justa y equilibrada, en la cual todos quienes la conforman obtengan similares posibilidades de progreso (Ecured, 2012).

Es trascendente observar muy detenidamente que el denominativo "familia" de la filantropía familiar no se debe ni puede concebirse exclusivamente mirando la eficiencia familiar. La filantropía consigue obtener sus raíces en el pretérito de una familia, en sus satisfacciones y, casi siempre, en su voluntad por dar un sentido al desconsuelo. Normalmente esta situación da lugar que se desee brindar de alguna forma una ayuda principalmente a su entorno y luego a la comunidad que les sirva de soporte y aliento, porque la comunidad en un momento dado no solo sería la gente que cohabita con ellos, sino una institución como la universidad en la que se instruyeron y lograron una profesión, esto da un sentido de lugar que se transforma de alguna manera en algo integral. Una situación que se encuentre muy enraizada en el acto de realizar actos u obras de caridad consigue fundamentar las plataformas para grandes y muy importantes legados filantrópicos; quienes tienen muy bien cimentadas sus raíces, y una fuerte apreciación de quienes son y de donde vienen normalmente están sintiéndose en la obligación de demostrarlo. Sumado a ello, estas personas o grupos familiares sienten la influencia que conlleva las virtudes y valores encausados a través del tiempo por sus ancestros y se sienten comprometidos por ello (Essay, 2010)

1.2.2 Filantropía en las empresas familiares

Estudios realizados sobre la filantropía tienen su identificación en la historia a dos estereotipos de análisis que difieren: uno de ellas manifiesta la filantropía como un evento humanitario que proyecta apaciguar el desconsuelo de las personas y sus necesidades, la otra supone que la filantropía es parte de un episodio adherente en el que se proponen circunstancias. Actualmente, gran parte del movimiento filantrópico está destinada a asistencias a los países en desarrollo. "La filantropía empresarial sí que puede considerarse un acto de responsabilidad social" (Curto, 2012, pág. 10). Las empresas familiares no están apartadas de este contexto y son incontables las que despliegan su trabajo benefactor en forma paralela a su movimiento mercantil desde hace mucho tiempo (Artículo: "Hacer el bien", publicado en el blog "Empresa en familia" de Expansión.com el 21 de septiembre de 2009: <http://blogs.expansion.com/blogs/web/tapies.html?opcion=1&codPost=55245>).

La filantropía es uno de los pilares sobre los que puede sustentarse, puesto que la acción social permite cohesionar a los miembros de la familia a través de algo que les une e identifica, y favorece la aparición de un sentimiento de orgullo de pertenencia. La filantropía permite estar, sentirse y permanecer unidos. Vincularse como familia a un campo de actuación filantrópico tiene una doble ventaja: cohesionar al grupo familiar a la vez que se cumple con el deber de ayudar al prójimo (Tápies, 2010, pág. 2).

Los empresarios a nivel de la familia son "filántropos naturales" La predisposición hacia el altruismo y el compromiso en lo social es un segmento del ambiente propio del negocio familiar. La figura de virtudes particulares y dentro de la familia en el medio de negocios, considera asistir una perspectiva más comprometida o moral de los negocios y produce un hábitat que promueve la filantropía. Como condición, el entorno de un negocio de propiedad familiar aparenta que no hay diferencia que distinga entre la de un dueño "yo real" y su "propia obra" (Breeze, 2009, pág. 47). Las empresas familiares van haciéndose de una manera importante cada vez más intensamente las figuras a nivel mundial en su ámbito y, consecuentemente, da lugar al proceso de una obligación más globalizada. Estas empresas o servicios mercantiles a nivel familiar, son proclives a escudriñar una perspectiva más internacional que la acción misma de proveer, a más de proseguir con su ayuda a sus comunidades. Nos damos cuenta que el deseo de estar participando en la filantropía casi siempre procede de parte de un componente del núcleo familiar, mucho antes de que esto se realice como un propósito familiar. La filantropía es múltiple y los motivos para implicar a la familia son de tantas formas o maneras como variadas son las mismas familias. Éstos son algunos de los impulsos habituales: 1) Sustentar el legado de la familia, perspectiva a largo plazo de los empresarios familiares, dado que su actividad mercantil está basada en la tendencia de establecer valores y fortuna para sus herederos y para la colectividad. El progreso de las empresas normalmente y casi siempre se aguardaba por la sostenibilidad y estos administradores pretenden que la descendencia a futuro, así como la comunidad se favorezcan de su superación. Visto esto, nos damos cuenta que, la filantropía se convierte en un enunciado originario de los valores a nivel personal y espiritual. También diríamos que se produce un afán vehemente de "devolver a la comunidad" y promover al proceso de la acción, el fomento del beneficio general que permita dejar un gran legado al grupo familiar. 2) Fortalecer el vínculo entre las generaciones, la filantropía consigue transformarse convertirse en un área usual, o una forma de espacio imparcial que da lugar a la inclusión de los componentes de la familia como padres, hijos, nietos y socios en un

propósito que no es el negocio propiamente dicho de la familia. En resumen podemos añadir que, se vuelve en un sitio lugar para dialogar, intercambiar opiniones, realizar planes de orden filántropos, a más de compartir experiencias, etc. Es una encantadora y extraordinaria circunstancia para congregar, e inclusive para unir más a los componentes de la familia. Del mismo modo brinda un lugar para establecer diferentes argumentos de diálogo, principalmente en cuanto a virtudes espirituales y aparte de que da la coyuntura para el incremento particular. En un pasaje de cultura, financiero y social que evoluciona cada día con mayor celeridad, participar en un propósito en comunidad con la familia, logra saltar las barreras geográficas, de la misma manera como las fisuras existentes en cada una de las generaciones. Viéndolo de esta forma, la filantropía es un conducto entre dos o más descendencias. 3) La intervención de la próxima generación, filantropía asimismo puede ser un instrumento de enseñanza proporcionando a los padres la eventualidad de: a) Enseñar a sus hijos a compartir sus patrimonios y para proporcionarles la circunstancia de poder realizarlo, b) Poderlos guiar en la indagación de su forma de operar que le permitirá darle carácter a su temperamento, c) Aprender a salvaguardar el criterio de cada uno dentro de la familia, y su entorno, d) Hacer que conozcan y comprendan el verdadero valor del dinero e instruirlos y orientarlos en cuanto al trabajo en unión, e) Exponer lo importante que es la gestión de pertenencias. De esta manera, se consigue prestar ayuda a la generación en crecimiento a obtener experiencias prácticas y el tratamiento de la condición emprendedora que será significativa en sus vidas, de igual forma servirá para cuando tengan que comenzar en el universo de las transacciones mercantiles. Uno de los causes para implicar a los integrantes mozos de la familia es poseer una base de próxima generación apartada, que les admite conceder subvenciones pequeñas para sus elecciones individuales. Esta práctica les da lugar a sentirse responsables y desplegar la seguridad por medio del reconocimiento de sus favoritismos. 4) Algunos buenos preceptos a considerar, quien hace una donación a su vez pretenden magnificencia para ir en unión con las circunstancias reales. Más de acuerdo con lo expresado por un donante "la parte más difícil es encontrar un equilibrio entre el corazón y la razón, este es un desafío perpetuo". El conservar reglas competitivas es, sin lugar a dudas, fundamental para las familias que han levantado sus empresas con relativo éxito. Dicho de otra manera, "ser bueno en hacer el bien". 5) Responsabilidad pro-activa, "Dar" es tratar de aplicar ciertas disposiciones y de tomar una perspectiva sobre lo que supone usted que es la trayectoria de acción adecuada. "Dar" es así mismo en base al escogimiento de personas honestas y de confianza sobre situaciones cercanas a su corazón con la finalidad de mejorar la marca de una donación y

de ser un fragmento de una experiencia que es gratificante y a su vez provocadora. Tal responsabilidad demanda una definición inflexible de intereses para certificar que los socios más apropiados y los dispositivos más preparados se localizan. 6) Perspectiva en el propósito, en circunstancias en que una gran limpidez y sometimiento de estadísticas son convocados para, tener los instrumentos apropiadas para la comisión de propósitos se ha transformado en fundamental. La comisión de proyectos es un asunto complejo que necesita muchas fases en que se incluye la programación de objetivos y consecuencias, asumiendo la previsión y el sostenimiento de un propósito. Enunciación de un plan determinado interiormente de la disposición seleccionada dará lugar a quien hace la donación conocer la estructura mejor, para edificar la confianza y adquirir un mayor reconocimiento. (Essay, 2010).

CONCLUSIONES

Según Peinado-Vara (2011), los movimientos empresariales filantrópicos, dan lugar a que se presente tanto un lado bueno como uno malo de acuerdo como se realiza dicha actividad, y desde la forma como uno las observe. Concuero con el autor puesto que indudablemente, desde el espacio de perspectiva social, el colectivo que absorbe un donativo o una contribución en especie se ve favorecido a breve término. En ciertos casos se presenta simplemente como una asistencia para dar el imperioso primer paso como un donativo que resuelva inicialmente el problema pero luego se desentienden totalmente del mismo. Pero si lo vemos desde otro panorama, de este modo, no se erigen los contenidos ineludibles para llevar a la autosuficiencia, ya que el ente receptor se vuelve una especie de parásito de la sociedad e inclusive se podrían establecer relaciones de subordinación o dependencia nada recomendables.

Se puede instituir que las gestiones filantrópicas organizan prácticas por medio de las que, las corporaciones concurren con presentes o asistencias monetarias, especulando que estas no solo son ejecutadas en dinero como tal, sino que esta ayuda de la misma manera puede proporcionarse con productos medicinales, comestibles, entre otras cosas de acuerdo a las insuficiencias detectadas por la compañía en la colectividad o grupo social al que se va a apadrinar. Para la mayoría de las empresas familiares, un conocimiento de valores y la propiedad responsable es algo normal, como lo es el restituir los beneficios de réditos importantes, tanto a lo interno como a lo externo de su negocio. La filantropía familiar

puede ser una excelente forma de ilustrar a la inmediata generación sobre la regencia financiera y lo bueno que la riqueza consigue conquistar.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Atares, M. (2002). Las fundaciones, ese oscuro objeto del deseo. *El mundo*.
- Barlinska, I. (2008). *La Filantropía tendencias y Perspectivas: La Filantropía en Europa, con especial referencia a la Europa Central y Oriental: Algunos nuevos enfoques*. Fundación de Estudios Financieros.
- Barrios, R. (2008). Reto de continuidad en las empresas familiares: ¿Sucesión o profesionalización? *Revista Apuntes de Ciencia y sociedad. Universidad Continental*, 1(1).
- Belausteguigoitia, I., & Belaustegui, R. (2004). *Empresas Familiares: su dinámica, equilibrio y consolidación*. Mc Graw Hill.
- Betancourt, A., Arcos, S., Torres, A., & Olivares, L. (2009). Empresas Familiares. (Eumed.net, Ed.) *Revista Tlatemoani*.
- Bishop, M. (2006). The business of giving. A survey of wealth and philanthropy. *The Economist*.
- Bonet, A. (2010). *El papel de la empresa familiar ante la crisis: Las fundaciones como herramienta filantrópica*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2013, de Blog angelbonet.com: <http://www.angelbonet.com/2010/09/el-papel-de-la-empresa-familiar-ante-la-crisis-la-fundaciones-como-herramienta-filantrópica/>
- Breeze, B. (2009). *Natural Philanthropists: Findings of the Family Business Philanthropy and social responsibility Inquiry*. Institute for Family Business.
- Curto, M. (. (2012). La filantropía: ¿un acto de responsabilidad social? (C. d. Corporativo., Ed.) *IESE Business School*.(15).
- Del Val Blanco, E. (2012). Filantropía y evasión fiscal. *Excelsior*. Recuperado el 05 de Enero de 2014, de <http://www.excelsior.com.mx/>
- Diaz, B. (2014). Empresas familiares: ¿Cómo lograr la continuidad? *Veritas on line*. Recuperado el 10 de Enero de 2014, de <http://veritasonline.com.mx/empresas-familiares-como-lograr-la-continuidad/>
- Donaldson, T., & Dunfee, T. (1999). *Ties that Bind: A social contracts Approach to Business Ethics*. Harvard Business Press.
- Ecured. (2012). *Ecured*. Recuperado el 28 de Diciembre de 2013, de <http://www.ecured.cu/index.php/Filantrop%C3%ADa>

- Essay, K. (2010). *National Center for Family Philanthropy*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2013, de <https://www.ncfp.org/export/sites/ncfp/knowledge/reports/2010/downloads/Power-to-Produce-Wonders-Value-of-Family-in-Philanthropy-NCFP>
- Gersick, K. (2002). Generations of giving: North America View-Precis of the forthcoming book on the challenges and continuity in family philanthropy. *Forum Proceedings of the family Business Network 13th Annual Conference*. Finland.
- Güenaga, I., & Riva, V. (2011). *La Empresa Familiar*.
- Guibert, J. (2009). *Responsabilidad Social Empresarial: Competividad y casos de buenas prácticas en Pymes*. . Universidad de Deusto.
- Jaffe, D., & Flanagan, J. (2012). *Three Pathways to Evolutionary Survival: Best Practices of Successful, Global, Multi-Generational Family Enterprises Working Paper for Family Office Exchange and Family Business Network*. Family Office Exchange and Family Business Network.
- Lansber, I. (1999). *Succeeding Generations: Realizing the Dream of Families in Business*. Harvard Business Press.
- López, J. (2008). *La Filantropía: Tendencias y Perspectivas. La filantropía en los Estados Unidos: formas, culturas e instituciones*. Fundación de Estudios Financieros.
- Moreira, A., & Bortoli, A. (2007). *Empresa Familiar: um um sonho realizado*. São Paulo: Saraiva.
- Olmedo, N. (2012). *Diseño de un modelo de gestión de responsabilidad social para PYMES*. Universidad Tecnológica Israel.
- Oporto, H. (2011). Responsabilidad social: el nuevo rostro de la filantropía. Filantropía y Desarrollo. Ensayos para potenciar el aporte de las ONGs en Bolivia. *Fundación Milenio*, 13.
- Pava, M., & Krausz, J. (1996). The association between corporate social - responsibility and financial performance: The paradox of social cost. . *Journal of Business Ethics*, 15(3), 321-357.
- Poza, E. (2005). *Empresas familiares*. . Mexico: Thompsom.
- Rey, M. (2013). Filantropía y participación cívica en el albor del siglo XXI. Participación cívica y filantropía. *ICED*, 872.
- Rey, M. (2013). Filantropía, familia, empresa: cómo convertirlas en un triángulo virtuoso. *La suerte de dar*, 179-201.
- Salazar, G. (2005). *Degerencia.com*. Recuperado el 10 de Enero de 2014, de http://www.degerencia.com/articulo/introduccion_al_tema_de_la_empresa_familia

- Schwass, J., & Lief, C. (2008). About Family, Business and Philanthropy. Perspectives for managers. *Perspectives for managers*(165).
- Tápies, J. (2009). Empresa familiar: el valor de los valores. *Revista de Antiguos Alumnos del IEEM*, 12(3), 56-61.
- Tápies, J. (2010). Filantropía en la empresa familiar. Más allá del beneficio económico. *Cátedra de Empresa Familiar*, 53.
- Trevinyo-Rodriguez, R. (2010). *Empresas Familiares. Visión Latinoamericana*. PEARSON Prentice Hall.
- Trevinyo-Rodriguez, R. (2013). *R.N. Trevinyo-Rodriguez & Asociados*. Recuperado el 15 de Diciembre de 2013, de mtrvinyo.wordpress.com: <http://rntrevinyo.wordpress.com/2013/09/16/parte-2-filantropia/>
- Trevinyo-Rodriguez, R., & Goel, S. (2009). Empresa familiar y filantropía: ¿alguna relación? Un modelo de inclinación de las empresas familiares hacia la filantropía. (I. y. Posgrado, Ed.) *Revista Transferencia.*, 22(86).
- Vadillo, S. (2014). *Universo Pyme*. (U. Pyme, Ed.) Recuperado el 26 de Diciembre de 2013, de <http://universopyme.mx/?p=3742>
- Zorzaneli, G. (2011). *Artigos*. (Artigos, Ed.) Recuperado el 27 de Diciembre de 2013, de <http://www.administradores.com.br/artigos/carreira/caracteristicas-da-empresa-familiar/54462/>