

LA INVESTIGACIÓN CUALITATIVA EN EL ACERCAMIENTO A LA IDENTIDAD DE LA EMPRESA FAMILIAR. UN ESTUDIO DE CASO EN MÉXICO

Alba María del Carmen González Vega¹, Julio César Montiel Flores¹ y José Enrique Luna Correa¹

¹Universidad de Guanajuato, Campus Celaya- Salvatierra-México
albagvega117@gmail.com, jc.montiel@ugto.mx , enrique_luncor@hotmail.com

Resumen. El presente estudio busca acercarse al la comprensión de las organizaciones desde la metodología cualitativa; en este caso, se estudió una empresa familiar y los referentes identitarios familiares que se fusionan con la lógica empresarial. La empresa es una escuela privada mexicana situada en la Ciudad de México con más de 35 años y en proceso de sucesión. La indagación se sostuvo a partir de tres variables principales los referentes identitarios familiares, la empresa y la identidad organizacional. Los principales hallazgos exhiben la necesaria inclusión del contexto y la influencia en las organizaciones; así mismo, la importancia de indagar la interpretación del mundo de sus integrantes. El objetivo de la investigación fue comprender la construcción de la identidad organizacional en la empresa familiar a partir de las representaciones familiares con base en su influencia en el desempeño organizacional. La metodología fue cualitativa a partir de un estudio de caso con base en entrevistas semiestructuradas y observación no participante. Los principales resultados sugieren que el habitus familiar y la cultura determina las preconcepciones de la familia en el negocio.

Palabras clave: Empresa Familiar, Habitus, Cultura, Identidad Organizacional, Desempeño.

QUALITATIVE RESEARCH IN THE APPROACH TO THE IDENTITY OF THE FAMILY ENTERPRISE. A CASE STUDY IN MEXICO

Abstract. The present study seeks to approach the understanding of organizations from the qualitative methodology; In this case, a family business and family identity referents that merge with business logic were studied. The company is a private mexican school located in Mexico City with more than 35 years and in succession. The inquiry was based on three main variables, family identity referents, business and organizational identity. The main findings show the necessary inclusion of context and influence in organizations; likewise, the importance of investigating the interpretation of the world of its members. The objective of the research was to understand the construction of the organizational identity in the family business based on family representations based on their influence on organizational performance. The methodology was qualitative based on a case study based on semi-structured interviews and non-participant observation. The main results suggest that family habits and culture determine the family's preconceptions in the business.

Keywords: Family Business, Habitus, Culture, Organizational Identity, Performance.

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación tiene como fundamento contribuir al estudio de la empresa familiar desde la perspectiva de los Estudios Organizacionales, tendiendo como foco central la heterogeneidad, la complejidad, las paradojas y la naturaleza humana que emanan del sistema organizacional. La identidad organizacional ha sido fundamental para observar de cerca lo distintivo y singular que caracteriza a la empresa familiar; sus representaciones

familiares y la interacción con los demás actores, que de cierta forma, crean y recrean sentidos que se construyen intersubjetivamente. Se observa la influencia de la familia en las prácticas organizacionales a través de un acercamiento complejo, dentro de un orden que es creado, no sólo por ésta, sino por los demás integrantes de la organización; así mismo, por el contexto socio-histórico de la organización.

Dentro de la empresa, la familia se recrea de forma diversa y singular, desde la base de sus representaciones de su propio habitus familiar e individual. El acercamiento desde la metodología cualitativa permite mirar desde la especificidad, identificar la representación e interpretaciones desde la perspectiva de los sujetos y la construcción de su realidad. La metodología cualitativa abre puertas para incurrir en la estructura básica de la experiencia, del significado, la conservación, y la reproducción a través del lenguaje y otras construcciones simbólicas que se generan desde la interacción dinámica con base en escuchar y comprender la voz de los actores como sujetos no pasivos sino activos en la realidad que los suscribe; reconfigurando su actuar en términos culturales, organizacionales y cognitivos (Whittington, 2006).

De esta manera, se describe cómo es la relación entre las representaciones familiares y la identidad organizacional, cómo viven los integrantes de la organización la interrelación de la familia y la empresa, reconociendo qué las hace distintas a otras organizaciones, no sólo técnica y operativamente, sino simbólicamente. Por consiguiente, ha sido necesario comprender la dinámica familiar y sus principales referentes dentro del marco de las características de la identidad organizacional reconociendo el contexto que suscribe a las diversas interrelaciones que se entretajan en los niveles individual, organizacional y social. Por lo que el presente trabajo se estructura de la siguiente manera: 1) Marco teórico conceptual- empresa familiar, la familia en la empresa, y la vida familiar mexicana; 2) Las bases de la metodología usada; 3) Conclusiones y referencias.

1.1 La empresa familiar

Definir a la empresa familiar es una cuestión complicada debido a que cada autor tiene una visión de lo que es; algunas propuestas construyen definiciones a partir de los límites de la familia, con base en el control, en el capital y en la propiedad, o bien en las diferencias encontradas con las empresas no familiares y a los diversos roles que se ejercen a partir de la superposición del sistema familiar y empresarial (Allochue et al., 2008; Belausteguigoitia,

2010; Chua et al., 2003; Dolan, 1998; Leach, 1999; Tagiuri & Davis, 1996; Ward & Sharma, 2004). La empresa familiar configura ciertos requerimientos en su naturaleza, el lazo de consanguinidad, la propiedad y el capital, el control (estratégico, administrativo y operativo) y la gestión de la empresa en donde, a partir de esto, se puede definir multiplicidad de caracterizaciones (Belausteguigoitia, 2010).

Para Díaz y Mayett, (2011) una empresa se puede considerar familiar si se dan a la vez las siguientes circunstancias:

- Una familia posee una participación significativa de su capital social¹, normalmente la mayoría.
- Dicha la participación permite a la familia ejercer control –político y/o económico– sobre la empresa.
- La familia participa en la gestión de la empresa de manera activa, mediante el trabajo de esta de alguno o algunos de sus miembros, generalmente en puestos directivos o en el órgano de administración.
- El deseo de los propietarios de que la empresa continúe en manos de la propia familia mediante la incorporación de la siguiente generación familiar a la propiedad y, en su caso, a la gestión y/o al gobierno de esta.

Dentro de estas caracterizaciones podemos observar que la conceptualización de la empresa familiar denota en aspectos técnicos basados en la forma de gestión y sus implicaciones en su desempeño; por ello, la propiedad y la dirección, el grado implicación familiar, y la continuidad persisten como puntos clave para su comprensión; tratando de indagar sobre sus características particulares.

1.2 La familia en la empresa

La dimensión familiar en la empresa ha sido escasamente estudiada desde una perspectiva crítica (de la Rosa Albuquerque et al., 2009). Hemos revisado aquellos documentos que intentan incluir la dimensión familiar a partir de su conducta (Chua et al., 1999), o de su cultura ; Arregle et al., 2007; Dyer, 2006) , o a partir del desarrollo de habilidades y capacidades organizacionales (familiness) con base en familia (Habbershon & Williams, 1999). Dentro de este contexto, los referentes familiares, aunque sean o no ventajas

¹ Como término contable, el capital social es el valor de los bienes o el dinero que los socios aportan a una empresa sin derecho de devolución.

competitivas no pueden ser generalizables, esta unicidad y particularidad se gesta en el habitus familiar y a los diferentes campos que inciden en la dinámica organizacional. Cada familia es única por su estilo de vida condicionada por su clase social y la trama de relaciones que se configuran a partir de la distribución e interpretación de sus capitales (social, cultural, económico) en un tiempo y lugar determinado (Bourdieu, 1988a). Es decir, cada familia determina una visión del mundo, una forma de pensar, actuar y sentir con respecto a lo que son y al sentido de sus acciones (Jiménez, 2005). Exigencias que van desde la construcción de la “familia ideal” que estructura un marco de normas y valores que van desde lo individual hasta lo colectivo. La representación de su vida en un lugar geográfico, un contexto histórico, económico y cultural. Los juicios de valor y las creencias que fundamentan la acción de cómo desenvolverse en la vida social, como una serie de distinciones y esquemas casi prescriptivos e intuitivos incorporados al cuerpo y a la mente de sus integrantes- de forma heterogénea y diversa-.

La familia crea su propia realidad y cada individuo construye e interpreta significados para comprender lo que ocurre a su alrededor. La familia forja su habitus familiar en el juego de la pertenencia, construye las representaciones mentales, ideas, o creencias que tiene sobre su propia identidad, fortaleciendo y expresando las reglas específicas, los roles, los rituales y los mitos que la caracteriza. La dinámica familiar está construida intersubjetivamente dentro de los campos a los que pertenece.

1.3 La vida familiar mexicana

Dentro de la recomposición de la familia mexicana se puede observar varios elementos que identifican la idiosincrasia como religión, las festividades y la cosmovisión de la interacción familiar “tradicional”. Con respecto a la religión, el INEGI en el Censo de Población 2010² identificó que la diversidad religiosa se concentra en 83% en el catolicismo, lo que concuerda con la festividad de la “Virgen de Guadalupe”, la cual es un símbolo arraigado en muchas familias mexicanas, herencia de la invasión española que inició el mestizaje en el siglo XVI (Murrueta, 2009). El día de las madres, el día de muertos, fiestas patrias; así como de las fiestas decembrinas forman parte de la convivencia de las familias mexicanas.

Dentro de este orden de ideas, la cosmovisión de la vida familiar mexicana se encuentra permeada de diversos estereotipos sobre los diferentes roles que se deben llevar a cabo.

² El Censo de Población en México se hace cada 10 años, por lo que el próximo censo se realizó en este 2020.

A partir de la división sexual de trabajo, encontramos a la madre mexicana quien, desde una perspectiva cultural, debe llevar la crianza y el cuidado de los hijos; exigiéndole el amor necesario y sacrificado (Flores, 2011), la cual para cumplir con su rol debe cumplir de dos a tres jornadas³. Por el otro lado, encontramos al padre mexicano que ha tenido como referente los patrones tradicionales de masculinidad basados en el machismo; siendo la figura de poder y de supremacía (Flores, 2011). Aunque cabe mencionar y como lo hemos indicado anteriormente, la familia mexicana y sus miembros se encuentran inmersos en un proceso de cambio y de reestructura, donde algunas premisas culturales persisten y al mismo tiempo se encuentran en transición.

Para finalizar el presente apartado, debemos tener en cuenta que la familia mexicana no es homogénea, ni se determina como única, existen múltiples configuraciones con diferentes formas de convivir y de llevar a cabo sus funciones sustanciales a partir de su singularidad interpretada y reconstruida por parte de sus integrantes. La cultura y la idiosincrasia tienen influencia sobre estas interpretaciones, pero no determinan impositiva y causalmente las relaciones familiares. Los datos estadísticos sólo señalan y focalizan el fenómeno del cambio y de la reestructuración en el que se encuentra inmersa la familia mexicana.

2. EL MÉTODO

Dentro de la perspectiva de los Estudios Organizacionales se ha buscado encontrar referencias particulares y únicas que delimiten la singularidad de la realidad mexicana a través de conocer a sus organizaciones. La importancia del contexto entreteje nuevas visiones y percepciones sobre el desempeño organizacional, su eficiencia y eficacia; así mismo, de la cultura que define, en gran parte, los comportamientos de los sujetos en espacios específicos; en este sentido, se optó por el método estudio de caso como la vía metodológica más idónea a las pretensiones investigativas del objeto de estudio en cuestión. La selección del caso a estudiar se basó en conocer esta particularidad y unicidad de la empresa familiar en el contexto mexicano. La empresa que se seleccionó es una escuela particular que imparte el nivel básico y medio superior, que reúne varias características; entre ellas, que es de propiedad familiar, con la intención de continuar teniendo esta naturaleza (Belausteguigoitia, 2010; Díaz & Mayett, 2011; Ward & Dolan, 1998) y, además de tener integrada a algunos integrantes de la familiar nuclear y ampliada.

³ Para más información <http://estadistica.inmujeres.gob.mx/>

La vida de la organización oscila entre los 35 años, definiendo un crecimiento paulatino y de éxito para los dueños.

La investigación cualitativa nos permite entrar al terreno de la significación de los sujetos, en su mundo y en sus representaciones (Denzin & Lincoln, 2011). Consiste una serie de prácticas interpretativas y materiales que hacen al mundo visible, que sitúan al observador en un tiempo y en un lugar. Involucra una aproximación interpretativa y naturalista del mundo en el que los objetos son estudiados en sus escenarios naturales, interpretando los fenómenos en términos de los significados que las personas les dan. La investigación cualitativa hace uso de la recolección y el uso de una variedad de materiales empíricos como estudios de caso; experiencia personal; introspección; historia de vida; entrevista; artefactos; textos y producciones culturales; textos observacionales, históricos, de interacción y visuales (Denzin & Lincoln, 2011) que tienen como finalidad describir las rutinas y los momentos significativos en la vida de los individuos. La metodología cualitativa “produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas, y la conducta observable” (Taylor y Bogdan, 1986, p. 20). Taylor y Bogdan (1986) describen a la investigación cualitativa como diversas características que distinguen las formas y métodos de acercarse y de comprender al objeto de estudio.

Dentro de este marco, el diseño metodológico se apoya en objetivo de la investigación cualitativa que comprende la experiencia vivida por los seres humanos que, ostentan espacios de libertad, poseedores y productores de significados (Schutz, 1993). La pertinencia en la utilización de dicha metodología en el estudio de la empresa familiar recae en:

1. Observar a la organización como un espacio donde se construyen realidades y significados.
2. La necesidad de observar la realidad social de forma heurística, reconociendo su heterogeneidad y su dinamismo.
3. La comprensión de su complejidad dinámica y multidimensional en la que se encuentra inmersa.
4. Poner en el centro a los individuos como sujetos de acción y creadores de sentido (De la Garza, 2006).

2.1 Fases del proceso / de la investigación

Tabla 1 Proceso de la Investigación

Primera etapa	Segunda etapa	Tercera etapa	Cuarta etapa
Construcción del marco teórico.	Elección del estudio de caso. Realización de 13 entrevistas a grupo endógeno y 7 entrevistas a grupo exógeno.	Construcción de constructos teóricos y dimensiones de análisis	Contrastación de la realidad, marco teórico y análisis de la información con base en las variables y niveles de análisis.

Fuente: Elaboración propia

Para entender la creación y recreación del significado de los integrantes de la empresa familiar estudiada, se decidió establecer tres niveles de análisis, teniendo en cuenta que éstos interactúan y se entrecruzan de forma compleja y que, además, esta interacción genera una realidad única que siempre es interpretada por los sujetos inmersos.

Para el primer nivel, encontramos al individuo como un ser bio-psico-social. Un ser complejo con diversas dimensiones que lo hacen un único (Chanlat, 1994). Para el segundo nivel, se hace referencia a la organización, donde interactúan el grupo endógeno y exógeno. Para el último nivel, tenemos el contexto delimitado por diversos campos que inciden directa e indirectamente en el actuar de los sujetos que trabajan en la empresa familiar.

Para la observación y las entrevistas se utilizó la tabla 1 que dirigió la investigación y el análisis de la información. Para llevar a cabo las entrevistas se dividió en dos grupos a los integrantes de la organización; grupo endógeno y exógeno, por un lado, los familiares que laboran actualmente en ella, y los empleados sin ninguna relación consanguínea. Para el grupo endógeno se realizaron 13 entrevistas y, para el grupo exógeno 7. Para la observación no participante se llevó a cabo mientras se esperaba a llevar a cabo las diversas entrevistas; además, de solicitar la asistencia a alguna junta donde estuvieran presente la familia y los empleados no familiares; sin embargo, la asistencia a ésta fue negada. Se analizaron las entrevistas y con base en el análisis y la contrastación con la teoría, las categorías fueron emergiendo.

Tabla 2 Categorías y dimensiones

Constructos teóricos	Dimensión	Definición	Aplicación operativa de las variables y sus dimensiones.
Familia	Tipo de familia	Estructuración y relaciones	Análisis de la situación actual de la

Constructos teóricos	Dimensión	Definición	Aplicación operativa de las variables y sus dimensiones.
Referentes Identitarios	Historia familiar	de parentesco de la familia con respecto a la sociedad mexicana.	familia mexicana.
	Capital económico	<ul style="list-style-type: none"> El patrimonio material de la familia. El dinero ocupa un lugar preeminente por su papel de equivalente universal 	<ul style="list-style-type: none"> Nivel socioeconómico de la familia nuclear. Nivel socioeconómico de la familia propietaria de la empresa. Nivel socioeconómico de los integrantes (familia ampliada). Patrimonio material como inmuebles y automóviles.
	Capital cultural	Son las formas de conocimiento, educación, habilidades, y ventajas que tiene una persona y que le dan un estatus más alto dentro de la sociedad	<p>Grado educativo de la familia nuclear ampliada</p> <p>Gustos por el arte, la lectura, las bellas artes, en general acercamiento a la cultura.</p> <p>Participación en eventos culturales como opera, ballet, teatro, conciertos de música sinfónica, visita a museos y galerías.</p> <p>Bienes culturales: disponibilidad de literatura clásica o moderna, libros de poesía, obras de arte.</p> <p>Recursos educativos; disponibilidad de diccionarios, libros de texto, calculadora, escritorio.</p>
	Capital social	Se refiere a las relaciones que la familia establece con personas que gozan de prestigio, permitiendo acentuar las ganancias provenientes del capital económico y cultural	<p>Dimensión estructural: Las ventajas obtenidas a partir de una situación o localización de contactos de un actor en la estructura social.</p> <p>Dimensión relacional: las relaciones basadas en la confianza, el cual se utiliza como mecanismo que regula las relaciones arraigadas. Atributo del actor envuelto en la relación.</p> <p>Dimensión cognitiva: Incluye atributos como un código o un paradigma compartido que facilita una comprensión de los objetivos generales y los caminos apropiados para actuar en un sistema social. Aquellos recursos que proveen representaciones compartidas, interpretaciones, y sistema de significados entre las partes. Nahapiet y Ghoshal en (Molina, 2008, p. 18)</p>
	Universo simbólico de la familia	<ul style="list-style-type: none"> Patrones de crianza: creencias, mitos, roles de género. Dimensión psicoafectiva: relaciones intrafamiliares, emociones, 	<ul style="list-style-type: none"> Experiencias y percepciones sobre la crianza de los padres hacia los hijos. <ul style="list-style-type: none"> Religión Obligaciones y derechos de los hijos Castigos y prohibiciones Roles de género Representación del amor, odio, lo prohibido, lo obligado. Relaciones entre hermanos,

Constructos teóricos	Dimensión	Definición	Aplicación operativa de las variables y sus dimensiones.
		manejo de actitudes.	entre padres y entre todos los miembros. <ul style="list-style-type: none"> • Representación de las actitudes de los hijos y padres.
		<ul style="list-style-type: none"> • Dimensión ética: Formación y práctica de valores. 	<ul style="list-style-type: none"> • Valores aprendidos y fundamentales para guiar la conducta de los hijos. • Lo prohibido, lo negado y lo apreciado.
Empresa	Evolución en el tiempo	Análisis del crecimiento de la organización Recreación de su historia.	Análisis histórico del proceso de transformación de la empresa.
	Funcionamiento de la organización	<ul style="list-style-type: none"> • Descripción de la división y coordinación del trabajo. • Dinámica organizacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Estructura y funcionamiento actual de la organización. • Principales referentes en la interacción cotidiana de la organización
	Desempeño	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia y eficacia organizacional. Logro de objetivos. • Competencias, habilidades y aptitudes del grupo endógeno. 	<ul style="list-style-type: none"> • Forma de evaluar el logro de los objetivos. • Competencias, habilidades y aptitudes de cada miembro de la familia que labora en la organización.
Identidad Organizacional	Imaginariocolectivo	Percepción colectiva e individual de lo que es la organización.	Integración de la visión del grupo endógeno y exógeno.
	Características centrales y únicas	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas organizacionales que permanecen, que se han transformado o eliminado. • Universo simbólico de la empresa familiar estudiada: valores, creencias, discurso oficial y discurso de la vida cotidiana de la organización: Visión del grupo endógeno y exógeno. 	<ul style="list-style-type: none"> • Perdurabilidad: Pasado, presente y futuro de la organización. • Distintividad- lo que los hace diferentes • Discurso oficial y discurso de los integrantes sobre la misión y objetivos de la organización.
	Algunos referentes del contexto	<ul style="list-style-type: none"> • Campo organizacional e institucional: Las prácticas, formas y usos sobre lo que debe de ser la organización. Legitimidad de las prácticas organizacionales (Powel&Di Maggio, 1983). 	<ul style="list-style-type: none"> • Regulaciones y normas que deben de llevar a cabo de forma explícita por las organizaciones reguladoras del campo. • Percepción de los clientes con respecto al cumplimiento de la misión de la organización.

Fuente: Elaboración propia.

2.2 Resultados

La empresa familiar estudiada sustenta sus actividades con base en la consanguinidad, el amor, el respeto y la confianza, las cuales se entremezclan con las necesidades empresariales y las familiares; la cooperación y la tensión inherentes de las relaciones de

producción, de las interacciones entre la familia empresaria, los empleados familiares y no familiares; las expectativas e intereses de cada rol, juego y alianzas políticas que se entrecruzan con su inserción en los campos organizacional, institucional y social, estableciendo ciertas prácticas concretas en la dinámica organizacional, en donde el comportamiento del individuo es significado y significativo por la alineación de su rol, aptitudes y conocimientos con base en la racionalidad instrumental y otras racionalidades como la simbólica, cultural, psíquica, y, en este caso de estudio, la afectiva.

La familia resulta ser un pilar fundamental para la empresa, donde ésta última se convierte en un medio, un empleo y una forma de vida que establecen ciertos requerimientos por parte de los integrantes para su continuidad y consolidación. La cooperación y la colaboración están sujetas a partir de los comportamientos esperados y deseados con base en la relación afectiva que los une y que los identifica. Es necesario puntualizar que la construcción del marco moral y ético no es homogéneo y que siempre tendrá significados particulares para cada integrante y para cada familia, lo que delimita la particularidad de cada cosmovisión de la realidad, de lo sagrado y lo prohibido; en consecuencia, la lealtad y la confianza se revelan como mecanismos de control y de gobierno, mismos que en el proceso de gestión apoyan y nutren el logro de los objetivos y el desempeño eficiente y eficaz.

En cuanto a los modelos de gestión y su complejidad en la práctica, es importante tener en cuenta que es un proceso en el que intervienen diversas formas de concebir los objetivos a alcanzar. El comportamiento de los individuos no está sujeto únicamente al acatamiento por obediencia a cada una de las reglas y de lo que se espera de él; sino a su naturaleza compleja como ser humano y a su identidad individual y familiar que lo define; esto es, a partir de los patrones de comportamiento bajo ciertos esquemas sociales requeridos y aprendidos desde la familia. En este sentido, la organización se vuelve un espacio donde los valores y la ideología determinan la interpretación de las acciones de los integrantes con base en un universo simbólico específico, así como su forma de ver el espacio organizacional, su rol y expectativas de su conducta como miembro de la organización.

La empresa y la familia no son instituciones inamovibles, sus necesidades cambian y evolucionan constantemente y esto; en el contexto organizacional alude más que a buscar las mejores prácticas, a comprender la lógica y la naturaleza que se suscribe en este tipo de organizaciones.

3. CONCLUSIONES

Para comprender la IO en el estudio de la empresa familiar, se considera importante recalcar la visión ontológica y epistemológica del presente estudio, cuyo fundamento es la construcción social, en donde la metodología cualitativa nos permitió un acercamiento a la intersubjetividad y la reflexividad del sentido creado por los miembros de la organización; así mismo, se entiende que las organizaciones son colectivos que se integran por individuos con historias de vida, creencias, actitudes, y visiones del mundo diversos, los cuales involucran su identidad individual en todas las acciones realizadas; adicionalmente, se considera que las organizaciones se integran por diversos grupos y que su interacción delimita un sistema complejo en el que la suma de las partes no es igual al todo. En este sentido, se comprende a la naturaleza de la IO a partir de la paradoja de lo central y distintivo que se mantiene en el tiempo y que a la vez es adaptable según los requerimientos de su entorno (Gioia et al., 2000), se transforma a través de la intersubjetividad, reflexividad, reconstrucción, negociación e imputación de significados (Czarniawska-Joerges, 1994) (Balmer et al., 1997); esto es, la imbricación de lo general y lo particular, lo que somos y lo que soy en y para la organización en un determinado tiempo y espacio.

Dentro de este contexto, una de las principales cuestiones en el cuerpo teórico desarrollado en las empresas familiares ha sido definir qué es lo que diferencia a este tipo de organizaciones de las otras; qué es lo central, distintivo y único. Como se ha revisado en los anteriores capítulos, algunos autores hacen referencia a su naturaleza operativa en donde la familia juega un papel principal (Astrachan et al., 2002; Allouche & Amann, 2002; Barry, 1989; Chua et al., 2004; Dyer, 2003; Lansberg, 1988; Steier, 2001; Ward, 2006; Ward & Dolan, 1998 y Tagiuri & Davis, 1996); sin embargo, esta perspectiva se limita a observar las diferencias medibles y cuantificables que impactan en el desempeño desde la racionalidad instrumental y obviando las diversas interacciones que se llevan a cabo en la organización a partir de ignorar la complejidad del ser humano dentro de un espacio social y como parte de diversos campos como el social, el cultural y el económico. Es así que el diseño metodológico se enfocó en comprender cómo la empresa familiar, en tanto organización, establece sus propias prácticas y formas de lograr sus objetivos a partir de la construcción de un sentido por parte de sus integrantes, sean familiares o no, en donde los recursos tangibles e intangibles gestionados se delimitan en el interjuego de una historia compartida por los integrantes de la familia, la exigencia de roles y el entrecruce de las identidades individuales, profesionales, de género, de etnia; así como el establecimiento de los procesos

de identificación de los empleados que generan ciertos comportamientos deseados que no obstante pueden estar ausentes; finalmente, en torno al campo organizacional que define ciertas prácticas propias del sector y que funcionan sobre una base cultural e identitaria que se apropia como organización, como grupo y como individuo.

4. REFERENCIAS

- Allochue, J., Amman, B., Jaussaud, J., & Kurashina, T. (2008). The Impact of Family Control on the Performance and Financial Characteristics of Family Versus Nonfamily Businesses in Japan: A Matched-Pair Investigation. *Family Business Review*, *XXI*(4), 315-329.
- Allouche, J., & Amann, B. (2002). L'actionnaire dirigeant de l'entreprise familiale. *Revue Française de Gestion*, *141*(5), 109-130.
- Arregle, J., Hitt, M. A., Sirmon, D. G., & Very, P. (2007). The Development of Organizational Social Capital: Attributes of Family Firms*. *Journal of management studies*, *44*(1), 73-95.
- 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 problem1. *Family business review*, *15*(1), 45-58.
- Balmer, J. M., van Riel, C. B., Jo Hatch, M., & Schultz, M. (1997). Relations between organizational culture, identity and image. *European Journal of marketing*, *31*(5/6), 356-365.
- Barry, B. (1989). The development of organization structure in the family firm. *Family Business Review*, *2*(3), 293-315.
- Belausteguigoitia Rius, I. (2010). *Empresas familiares. Su dinámica, equilibrio y consolidación*. McGraw-Hill, México.
- Bourdieu, P. (1988). El habitus y el espacio de los estilos de vida. *La Distinción, Madrid, Taurus*.
- Chanlat, J.-F. (1994). Hacia una antropología de la organización. *Gestión y Política Pública*, *2*, 317-364.
- Chua, J. H., Chrisman, J. J., & Chang, E. P. C. (2004). Are Family Firms Born or Made? An Exploratory Investigation. *Family Business Review*, *17*(1), 37-54. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2004.00002.x>
- Chua, J. H., Chrisman, J. J., & Sharma, P. (1999). Defining the family business by behavior. *Entrepreneurship theory and practice*, *23*, 19-40.
- Chua, J. H., Chrisman, J. J., & Steier, L. P. (2003). Extending the theoretical horizons of family business research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *27*(4), 331-338.
- Czarniawska-Joerges, B. (1994). Narratives of individual and organizational identities. *Communication yearbook*, *17*, 193-221.
- De la Garza, T. E. (2006). CAPÍTULO I ¿ HACÍA DÓNDE VA LA TEORÍA SOCÍAL? En *Tratado latinoamericano de sociología* (pp. 19-38). Anthropos y Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa. http://sgpwe.izt.uam.mx/pages/egt/publicaciones/capituloslibros/teoria_social.pdf
- de la Rosa Albuquerque, A., Lozano, C. O., & Segura, J. C. R. (2009). Organización, empresa y familia: De la empresa familiar a la organización familiar. *Gestión y Estrategia*, *36*(Julio / Diciembre), 17-36.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). Introduction. The Discipline and Practice of Qualitative Research. En *The SAGE handbook of qualitative research* (pp. 1-13). Sage.

- Díaz, G. H., & Mayett, M. Y. (2011). *Diagnóstico, gestión y evolución de las empresas familiares en Tehuacán*. XVI Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática, México DF. <http://congreso.investiga.fca.unam.mx/docs/anteriores/xvi/docs/15C.pdf>
- Dyer, W. G. (2003). The Family: The Missing Variable in Organizational Research\$. *Entrepreneurship theory and practice*, 27(4), 401-416.
- Dyer, W. G. (2006). Examining the “family effect” on firm performance. *Family Business Review*, 19(4), 253-273.
- Flores, M. (2011). La cultura y las premisas de la familia mexicana. *Revista Mexicana de Investigación en Psicología*, 3(2), 148-153.
- Gioia, D. A., Schultz, M., & Corley, K. G. (2000). Organizational identity, image, and adaptive instability. *Academy of management Review*, 25(1), 63-81.
- 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.
- Jiménez, A. B. (2005). *Modelos y realidades de la familia actual*. España. Editorial Fundamentos.
- Lansberg, I. (1988). The succession conspiracy. *Family business review*, 1(2), 119-143.
- Leach, P. (1999). *La empresa familiar*. Argentina. Ediciones Granica.
- Molina-Morales, F Xavier, Martínez-Fernández, M. T., Ares-Vázquez, M. A., & Valmir Emil Hoffmann. (2008). La estructura y naturaleza del capital social en las aglomeraciones territoriales de empresas: Una aplicación al sector cerámico español. Fundación BBVA.
- Murueta, M. (2009). Familia y proyecto social en la teoría de la praxis. En *Psicología de la familia en países latinos del siglo XXI* (Primera, pp. 23-41). Asociación Mexicana de Alternativas en psicología, A.C. http://newpsi.bvs-psi.org.br/ebooks2010/pt/Acervo_files/PsicologiaFamiliaLatinosXXI.pdf#page=23
- Powel, W. W., & DiMaggio, P. J. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147-160.
- Schutz, A. (1993). *La construcción significativa del mundo social: Introducción a la sociología comprensiva*. Paidós Barcelona.
- Sharma, P. (2004). An overview of the field of family business studies: Current status and directions for the future. *Family Business Review*, 17(1), 1-36.
- Steier, L. (2001). Family firms, plural forms of governance, and the evolving role of trust. *Family Business Review*, 14(4), 353-368.
- Tagiuri, R., & Davis, J. (1996). Atributos ambivalentes de la empresa familiar. *Family Business Review*, 11(1), 11-16.
- Taylor, S., & Bogdan, R. (1986). Introducción ir Hacia la Gente. En *Introducción a los métodos cualitativos de la investigación* (Buenos Aires (pp. 16-27). Paidós.
- Ward, John. (2006). *El éxito en los negocios de familia*. México. Editorial Norma.
- Ward, John, & Dolan, C. (1998). Defining and Describing Family Business Ownership Configurations. *Family Business Review*, 11(4), 305-310. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.1998.00305.x>
- Whittington, R. (2006). Completing the Practice Turn in Strategy Research. *Organization Studies*, 27(5), 613-634.