Los grupos de interés y las empresas familiares

Stakeholders y las relaciones de apego y reputación en las empresas familiares

Por Leonardo Correa Rodríguez

Dentro de las profesiones que se encuentran en el mundo de los consultores o asesores de familia, encontramos abogados, administradores de empresa, economistas, psicólogos hasta comunicadores, quienes desde su perspectiva especializada han desarrollado modelos aplicados a la empresa familiar.

Con mucho énfasis he notados que los abogados vamos en la búsqueda de distintos conceptos o instituciones jurídicas que podemos aplicar en el mundo de las familias empresarias (yo el primero), de igual forma los psicólogos traducen los temas de familia y empresa, en el enfoque psicológico y sistémicos de la familia, los administradores enfocan la empresa por encima de la familia, y creo que son visiones distintas, validas y eficientes, que funcionan.

En mi caso particular, considero que se debe hacer la integración de esos tres elementos, el psicológico para entender la familia, el jurídico para entender las reglas de juego de la familia y la empresa, y el managment para entender la empresa, con estas tres perspectivas muy definidas y claras, los miembros de una familia empresaria podrán contar con una visión integradora y amplificada de los retos de compartir, familia, empresa y patrimonio.

Dicho lo anterior, y entrando en el mundo del managment, hay un concepto que cada día me parece mas interesante en la relación con lo combinación de familia y empresa, y se refiere al concepto de stakeholders o grupos de interés, este termino fue acuñado por primera vez en 1984 por el filósofo y matemático estadounidense Robert Edward Freeman, que en su libro *Strategic Management: A Stakeholder Approach* hablaba de la importancia que los grupos de interés tenían para la toma de decisiones de la empresa y su planificación estratégica, generando que no los dueños de una compañía quienes se ven afectados por el

futuro de la empresa.

Así pues, los grupos de interés o stakeholders de una empresa son todas aquellas personas o entidades afectadas en mayor o menor medida por las decisiones y actividades que esta desarrolla y que están implicadas en su funcionamiento, como los accionistas, trabajadores, proveedores, entidades públicas, la comunidad, los clientes, todos lo que en mayor o menor medida se ven afectados por las acciones y decisiones adoptadas por la compañía.

los **stakeholders pueden ser internos** o externos (en una de las múltiples clasificaciones que existen) son los propietarios, los empleados, la junta directiva, los accionistas o la gerencia, los **stakeholders externos** por otro lado son aquellas personas o entidades que no pertenecen a la empresa, pero sí que se ven afectadas por su ella de una forma más o menos directa, como los clientes, los distribuidores o los proveedores.

Ahora en el caso de la empresa familiar, debemos verificar quienes pueden considerarse stakeholders distintos a los que ya se han referenciado, podemos encontrar a los parientes próximos, a los cónyuges de los miembros de la familia, los mismos miembros de la familia que aun no son propietarios, todos con gran influencia en la empresa familiar, sin que sean no se necesario hacer énfasis sobre los demás tipos de STAKEHOLDERS.

Es claro que las empresas familiares tienen unas cualidades explotadas o explotables que las no familiares difícilmente pueden mantener, como la visión familiar de los empleados, la reputación como integración entre marca y familia, el apego a la empresa, y conceptos realistas de devolución a la comunidad, por lo que existen unos elementos muy marcados en la relación emocional en una empresa de familia, que permite distinguir la relación Stakeholders- empresa familiar.

En conclusión, los grupos de interés en una empresa familiar son mas amplios, y mas arraigados que en las empresas no familiares, por cuantos los elementos de apego emocional, intereses de conservación del patrimonio y la reputación, son elementos centrales para este tipo de compañías, por lo que es importante como familia empresaria identificarlos para introducirlos dentro del centro de las decisiones y los efectos que en ella se generan.

ICGE · www.icge.co · icge@gmail.com — Documento de libre descarga con fines académicos. Se permite su difusión citando la fuente.