



NO.01

REVISTA FAMILIA & EMPRESA

2025

Internacionalizar la empresa para construir un legado. Generando legitimidad a largo plazo

<http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.15058399>

Vanessa Díaz Moriana (Universidad Pablo de Olavide, Sevilla)

Unai Arzubiaga Orueta (Universidad del País Vasco)

José Carlos Casillas Bueno (Universidad de Sevilla)

Ana María Moreno Menéndez (Universidad de Sevilla)



Las empresas familiares no solo persiguen objetivos económicos, sino también otro tipo de rendimientos de naturaleza no económica. Su orientación al largo plazo les hace mirar más allá de la generación actual, mostrando un interés especial en construir un legado que traspasar a futuras generaciones familiares. Pero ¿cómo se puede construir este legado?



“Los líderes familiares pueden ser recordados en el futuro a través del legado generado mediante la internacionalización de la empresa familiar.”

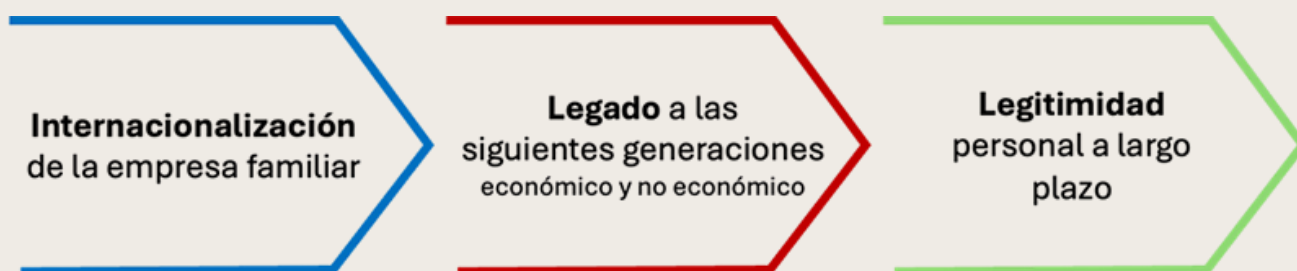
ISSN: 3045-7661

obtenida por los líderes familiares a través de las generaciones.

La legitimidad se define como «una percepción o suposición generalizada de que ciertas acciones son deseables, apropiadas o adecuadas dentro de algún sistema socialmente construido de normas, valores, creencias y definiciones»^[2]

El estudio indica que los administradores actuales de estas empresas familiares quieren ser recordados por sus futuras generaciones. A través de sus decisiones de internacionalización, los líderes familiares desean demostrar que son lo suficientemente competentes como para lograr el éxito en actividades internacionales y que esto permite hacer crecer la riqueza familiar a largo plazo, en un proceso de construcción de un legado económico y socioemocional.

Esta investigación muestra cómo un legado socioemocional puede construirse con decisiones empresariales orientadas al largo plazo y cómo a través de este tipo de decisiones los líderes familiares construyen su propia legitimidad personal, que será recordada por sus descendientes. En definitiva, cuando una empresa familiar se plantea el reto de iniciar su internacionalización, no solo han de considerarse aspectos puramente económicos (análisis financiero de coste/beneficios), sino también en términos de legitimidad y legado intergeneracional. Por ello, ante este tipo de retos en una empresa familiar, cabe igualmente plantear la siguiente cuestión: ¿puede la internacionalización de la compañía familiar hacer más valiosas y prestigiosas a las futuras generaciones de la familia?



Referencia

Díaz-Moriana, V., Casillas, J. C., Moreno-Menéndez, A. M. y Arzubiaga, U. (2024). Family firms' internationalization: a pathway to long-term legitimacy. *Review of International Business and Strategy*, 2024/11/8.

[2] Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: strategic and institutional approaches. *The Academy of Management Review*, 20(3), 571-610.

Proyecto de investigación

La evolución del comportamiento internacional de las empresas ante entornos VUCA (ECIEEV). PID2021-126358NB-I00.

EDITORIAL SAFER
CAMPUS ARROSADIA, S/N
31006 PAMPLONA
ISSN: 3045-7661



[HTTPS://REVISTAFAMILIAYEMPRESA.COM/](https://revistafamiliayempresa.com/)