**LA MODA y LAS EMPRESAS DE FAMILIA.** **EMPRESAS B** por LUCIA SPAGNOLO[[1]](#footnote-1)

1. **Introducción**.

¡Qué conexión interesante entre la moda y las empresas familiares!

Ambas existen casi desde la misma creación del mundo: indumentaria, arquitectura, formas, texturas entre otras. Las empresas familiares son emprendimientos conjuntos integrados por una familia que vive de lo que generan, y son transmitidos a sus hijos, de generación en generación.

**2.-Las empresas familiares**.

Son aquellas integradas por una familia que es su propietaria y trabaja en ella y que y vive de la economía generada por la empresa. Ellas tienen una visión a largo plazo cual es el traspasar ese patrimonio familiar a través de las distintas generaciones, constituyendo un pilar fundamental para ello el otorgamiento de un reglamento interno, denominado Protocolo Familiar.

El protocolo, se genera una vez transcurrido el proceso consensuado entre los integrantes de toda la familia empresaria durante el cual se dictan normas, pautas, cláusulas precisas claras y concretas, para la mejor permanencia de los integrantes de la familia en la Empresa, de manera tal de preservar una convivencia familiar loable y el traspaso del capital y patrimonio social a las sucesivas generaciones.-

En el negocio de la moda, y a modo de prevención se podrá coartar debilidades que decantan en la altísima mortalidad de las empresas familiares, a través de ordenar las flaquezas emocionales, típicas de la relación inter familiar.

**3.-Prevención y protección creativa.**

La informalidad en la moda es una situación reiterativa, tal es así que los emprendedores y empresarios desconocen ciertas normas que protegen su creatividad intelectual. Por ello es necesario que el asesor jurídico esté munido de la normativa protectoria correspondiente.

A ello cabe agregar los innumerables sucesos de los últimos tiempos sobre todo en materia de expansión y actividad comercial que la globalización y la tecnología han traído al mundo. Sucede en particular con las ventas realizadas a través del comercio electrónico, en las cuales conlleva a una serie de situaciones ambiguas desde el punto de vista entre otros, de la tributación y cuál es la ley aplicable en caso de eventuales reclamos o conflictos con motivo o por el hecho de la compraventa.

**4.-Moda rápida y Responsabilidad social empresaria**.

La moda rápida o “fast fashion”, nos ha dejado sin modo de pensamiento y reacción. Tiempos que han superado todo análisis, hasta hace unos años en que se descubren varios tópicos: 1) contaminación en exceso; 2) calentamiento global; 3) presión laboral a insignificantes salarios; 4) etc.

Todo ello producto de la excesiva industrialización que se torna infinita e innecesaria a la hora del necesario consumo.

¿Qué habrá pasado que desde hace varios años se haya comenzado a concientizar sobre estos temas?

Y en este punto es importante la tarea de las empresas familiares y de las empresas B.

**5.-Las Empresas Familiares y Las Empresas “B” como opción**.

Los valores que las familias empresarias se trasmiten a la Empresa Familiar, como el diálogo con respeto de opiniones tanto en la familia como para quienes trabajan en la empresa, y en este sentido la comunicación es fundamental para asegurar la continuidad de la empresa familiar. Además de ello la proximidad de la familia empresaria con el medio en el cual se sitúa la empresa, empleados, proveedores, es decir una relación prácticamente personalizada con la sociedad toda, que otras empresas no familiares son anónimas. Las empresas B, son empresas privadas, que han llegado a llenar omisiones en las cuales el Estado jamás ocupó sea por negligencia, falta de visión o previsión. La empresa privada va supliendo estos desajustes y va creciendo de manera más solidaria en el entendimiento de que su crecimiento pasa también por el crecimiento de los actores que hacen incrementar en forma conjunta las utilidades de la empresa.

Así ha surgido el concepto de empresas B, extraído de “benefit corporations” o “B Corp” (empresas beneficiosas) son empresas  que, mediante ideas innovadoras, producen para el mercado determinados bienes y servicios generadores de un impacto material positivo en la sociedad y el medio ambiente. Dichas empresas desarrollan además prácticas de gran responsabilidad social con sus empleados, proveedores, clientes y entorno No son entidades de bien público sino empresas comerciales que, sin importar la forma jurídica, tienen fin de lucro y reparten dividendos a sus propietarios, pero en sus decisiones privilegian la maximización del cumplimiento de su objetivo social por sobre el incremento de ganancias.

**6.-Conclusión**.

Entiendo que la forma más apropiada para optimizar recursos, generar empatía en desarrollo sustentable en las empresas familiares y que se desarrollen en la moda, es a través de que adopten la forma de Empresas B. No solo con la visión de que el emprendimiento haga repartir dividendos, sino que pueda ser sustentable, tenga principios básicos como impactos benéficos para la sociedad, prácticas de responsabilidad social teniendo visión más equilibrada entre la rentabilidad y el interés social.

1. [↑](#footnote-ref-1)