

Empresa familiar: descoberta i explotació d'oportunitats d'emprenedoria

RAMON SALADRIGUES SOLÉ
Universitat de Lleida

Data recepció: 22/11/13
Data acceptació: 18/12/15

RESUM

En els darrers anys tant l'emprenedoria com l'empresa familiar s'han anat constituint en veritables àrees de recerca. Tanmateix les interrelacions entre ambdues àrees han estat més aviat escasses. L'article analitza alguns punts de connexió entre les dues branques, tant en la descoberta d'oportunitats d'emprenedoria com en la seva posterior explotació per part de l'emprenedor. Es constata que la influència de la família en les activitats emprenedores i l'anàlisi de l'emprenedoria en les empreses és encara un fenomen poc estudiat.

Classificació JEL: M10; M12; M13; M19.

PARAULES CLAU

Emprenedoria, Empresa Familiar, oportunitats d'emprenedoria.

ABSTRACT

In recent years both entrepreneurship and the family business have become true research areas. However, the interrelationships between these two areas have been rather scarce. This article analyses some of the meeting points between these two branches in reference to both the finding of entrepreneurship opportunities and the subsequent

exploitation of these opportunities by the entrepreneur. It is seen that the family influence on entrepreneurial activities and the analysis of entrepreneurship in businesses remains a little studied phenomenon.

Classification JEL: M10; M12; M13; M19.

KEYWORDS

Entrepreneurship, Family Business, entrepreneurship opportunities.

1. Introducció

En els darrers anys s'han consolidat noves àrees de recerca, paral·lelament a la constatació del fet que determinats sectors, activitats o formes d'organització tenen una contribució rellevant en l'economia global.

Així, talment com ha succeït amb l'economia de la cultura, l'economia de l'educació o l'economia del medi ambient, l'emprenedoria –*entrepreneurship*– i l'empresa familiar –*family business*– han esdevingut noves àrees d'estudi a partir d'unes primeres contribucions aïllades d'alguns autors (Landström *et al.*, 2012). El procés és molt semblant en tots els casos i s'inicia quan alguns acadèmics, de manera aïllada, reconeixen oportunitats identificant canvis en l'economia que generen qüestions de recerca interessants que poden ser explotades. De manera semblant al que succeeix en els mercats de competència perfecta, aquesta “innovació” és imitada i explotada per altres autors, que entren al “nou mercat” per donar resposta als nous problemes que, ara, esdevenen visibles, produint una atracció cap al nou camp d'estudi que aconsegueix captar cada vegada més i més autors. Aquesta concentració d'autors que apliquen el mètode científic per donar resposta als nous interrogants, afavoreix la creació d'estructures institucionals, com ara fòrums de discussió, congressos, revistes científiques o càtedres universitàries i d'empresa. Finalment, la densitat de treballs obliga a la classificació i a l'ordre, moment en què apareixen els *handbooks* i les subbranques de la nova àrea d'estudi.

Així és com l'emprenedoria i l'empresa familiar s'han anat constituint en els darrers anys en veritables àrees de recerca, amb aportacions seminals d'un nombre inicialment reduït d'autors –que, com apunta Landström *et al.*, (2012), són veritables emprenedors– i que van captant l'atenció d'un nombre creixent d'autors. Tanmateix, si bé la literatura d'ambdues àrees de recerca comença a ser extensa, hi ha encara molt de camí per recórrer en la

seva interconnexió, és a dir, en les relacions que s'estableixen entre les dues àrees.

Aquest article identifica algunes de les relacions que es donen entre l'empresa familiar i l'emprenedoria, i es pregunta com la família de l'emprenedor i l'empresa familiar poden influenciar en l'activitat emprenedora. Per a aquest propòsit, s'evidencien les connexions de l'empresa familiar tant en relació a l'emprenedor com a agent central, en relació als processos on operen els emprenedors i en relació al context extern on té lloc l'activitat emprenedora. A la vegada, s'identifica la influència de l'empresa familiar en cada una de les tres qüestions fonamentals de recerca sobre l'emprenedoria que identifiquen Shane i Venkataraman (2000): l'existència de les oportunitats per a la creació de béns i serveis; la descoberta d'aquestes oportunitats; i l'explotació de les oportunitats.

L'article comença definint tant l'emprenedoria com l'empresa familiar. Després analitza l'objecte d'estudi d'aquestes dues àrees de recerca i constata que els punts de connexió han estat més aviat escassos.

Seguidament s'analitzen alguns punts de connexió entre les dues branques, que es classifiquen: a) segons si ens ajuden a explicar com les oportunitats d'emprenedoria són descobertes i b) segons si ens ajuden a explicar com aquestes oportunitats s'exploten. Finalment l'article acaba amb unes breus conclusions.

2. Que s'entén per emprenedoria i per empresa familiar?

La dificultat de definir tant l'emprenedoria com l'empresa familiar ha dificultat la creació d'un marc conceptual en aquests camps. No només això, sinó que, sovint, les definicions d'empresa familiar i d'emprenedoria han estat mútuament excloents i han generat un gap conceptual entre les dues àrees d'estudi (Anderson i Drakopoulou, 2005).

En els inicis, el nucli d'atenció no era l'emprenedoria com a fenomen sinó l'emprenedor. Es tractava de definir qui és o què ha de fer l'emprenedor per a iniciar un negoci amb èxit. En aquests estadis trobem a Say, en fer referència a l'emprenedor com a agent econòmic que combina els mitjans de producció per a produir un producte, o a Schumpeter (1934), quan considerava els emprenedors com innovadors que usen el progrés per a crear nous productes i serveis, tot introduint el concepte de "nova idea" que conduïa a la innovació.

Posteriorment, i encara al voltant de la figura de l'emprenedor com a objecte d'estudi, noves definicions apareixien en l'entorn de la percepció del risc. Així, McClelland (1961) definia l'emprenedor com una persona

activa, amb una alta necessitat d'èxit i una moderada aversió al risc. O. Drucker (1970), que definia l'emprenedor com a persona que assumeix risc.

És evident, però, que l'emprenedoria no pot ser explicada només per les característiques inherents a determinades persones, de manera independent dels processos i de l'entorn.

Una definició més completa, que té en compte les oportunitats, els processos (descoberta, avaluació i explotació) i que també té en compte el context en el qual es desenvolupen els processos d'emprenedoria la trobem en Venkataraman (1997), en definir l'emprenedoria en relació a per què, quan i com les oportunitats de crear futurs béns o serveis són descobertes, avaluades i explotades.

Que s'entén per empresa familiar? Per bé que ha estat definida de moltes maneres, en general, una empresa familiar és aquella que o bé és propietat d'una família, o bé és controlada per una família o és un negoci que planifica passar la propietat a un membre de la família, encara que sigui en la propera generació.

La definició oficial d'empresa familiar aprovada per les dues principals institucions internacionals –el Grup Europeu d'Empreses Familiars (GEEF) i el *Family Business Network* (FBN)– és la següent:

Una companyia, tingui la grandària que tingui, és empresa familiar si:

- La majoria dels vots són propietat de la persona o persones de la família que va fundar o van fundar la companyia; o, són propietat de la persona que té o ha adquirit el capital social de l'empresa; o són propietat de les seves esposes, pares, fills o hereus directes dels fills.
- La majoria dels vots pot ser directa o indirecta.
- Almenys un representant de la família o parent participa en la gestió o govern de la companyia.
- A les companyies cotitzades se'ls aplica la definició d'empresa familiar si la persona que va fundar o va adquirir la companyia (el seu capital social), o els seus familiars o descendents posseeixen el 25% dels drets de vot als quals dóna dret el capital social.

Tot seguit, i un cop definits els conceptes d'emprenedoria i empresa familiar, es presenten una sèrie de punts que connecten les dues àrees de recerca.

3. Emprenedoria i empresa familiar: camins poc connexos

Una bona manera de veure les connexions entre les dues àrees de recerca és observar quin ha estat l'objecte d'estudi de cadascuna.

L'àrea de recerca de l'emprenedoria ha analitzat l'emprenedor com a agent econòmic, i ha estudiat les característiques que el fan innovador, la generació d'idees i la creativitat (Baumol, 1990), l'aversion a risc, la informació asimètrica o la percepció i l'estigma social del fracàs.

Els investigadors de l'emprenedoria s'han ocupat, també, de l'estudi dels processos en els quals es desenvolupa l'emprenedoria. En els darrers anys ha agafat força la idea que l'emprenedoria no és resultat de l'atzar sinó el resultat d'un procés (Velasco, 2012), on la idea genera oportunitats; aquestes oportunitats, a través de la innovació i del coneixement, permeten que nous productes i serveis vegin la llum en el mercat; i aquests nous productes i serveis generen un nou context que, a la vegada, genera noves idees i noves oportunitats. És un cicle que es retroalimenta contínuament.

És objecte d'estudi de l'emprenedoria, la forma en què aquests processos s'exploten, sigui a través de la creació d'una nova empresa –*start-up* o *spin-off*– o sense que hi hagi creació d'empreses, mitjançant la comercialització de la idea a través de llicències i propietat industrial i intel·lectual.

Aquests processos es desenvolupen en el si d'unes xarxes de persones i de relacions, el que porta a l'estudi de la gestió de projectes, de les alternatives de finançament –Business Angels, Venture Capital, fons de capital risc corporatiu– i a l'anàlisi de l'acceleració, el creixement empresarial i la internacionalització.

Finalment, l'emprenedoria s'ha ocupat de l'estudi del context en què l'agent i els processos emprenedors inevitablement estan immersos (Aldrich, 2012). El marc legislatiu, per exemple, té una importància cabdal. No menys important és el marc institucional, que es materialitza en els centres d'ensenyament dels emprenedors i les escoles de negocis, en els entrebancs burocràtics a la creació d'empreses, en les incubadores d'empreses, en les entitats de promoció econòmica o en les xarxes de foment de l'emprenedoria.

Aquests són els principals camps que atreuen l'interès de l'emprenedoria com a àrea de recerca. Com hom pot observar, el paper de l'empresa familiar i les influències familiars en la carrera de l'emprenedor no apareixen entre els principals punts d'interès que tracta la disciplina. Més aviat el contrari: sovint s'identifica l'emprenedoria amb la creació d'empreses i es concep com un punt de partida, com una gènesi, com un procés de creació desvinculat de la història familiar, per bé que, com és obvi, l'activitat emprenedora pot ser portada a terme per individus d'una mateixa família i, en particular, per parelles amb vinculació en el negoci –*copreneurs*–. En qualsevol cas, sigui des del naixement o en un moment posterior, moltes de les noves empreses poden esdevenir empreses familiars, fent que la dinàmica emprenedora s'entrecruï amb la dinàmica de la família.

El mateix succeeix si observem els principals punts d'interès de l'empresa familiar com a àrea de recerca: l'anàlisi de les fortaleces de les empreses familiars, amb la unitat, la confiança i el compromís al capdavant, que refermen la voluntat de continuar junts com a negoci; el manteniment de la propietat, la preeminència de la continuïtat per damunt de la rendibilitat, i l'establiment d'objectius a llarg termini més que fixar fites a curt termini; l'arrelament al territori; l'estudi de l'alineació o no dels interessos familiars amb els interessos del negoci; el comportament de les diferents generacions que prenen el comandament de l'empresa; o, per posar només els punts d'interès més remarcables, la problemàtica del procés de successió en l'empresa familiar.

Novament, no trobem en els aspectes anteriorment mencionats l'emprenedoria. Tanmateix, és evident que totes les empreses familiars tenen un inici, i que, en la seva etapa de creixement, de diversificació, o en l'objectiu de reinventar-se per a mantenir la supervivència, l'activitat emprenedora –o, si es vol, intraemprenedora– hi és present.

Per tant, a la vista de l'observació de l'objecte d'estudi de cada àrea de recerca, hem de concloure que, fins ara, la interconnexió entre ambdues disciplines ha estat més aviat escassa.

És simptomàtic que mentre bona part de l'atenció de la investigació en emprenedoria s'ha ocupat de l'estudi de les etapes inicials de l'activitat de l'emprenedor, amb la descoberta i la posterior explotació de la idea, els investigadors de l'empresa familiar, en canvi, s'han ocupat d'estudiar què succeeix quan, a mesura que s'atansa el final de la vida laboral de l'emprenedor, aquest planifica la seva retirada del negoci.

No hi ha cap mena de dubte que els investigadors necessiten acotar i segmentar els problemes per poder aportar-hi solucions. Ara bé, una segmentació excessiva pot ser contraproduent.

Aquest enfocament tan segmentat és, al nostre entendre, erroni. En primer lloc perquè no és veritat que, en els inicis d'un nou projecte empresarial, les decisions les prengui aïlladament l'emprenedor i pensant exclusivament en els seus objectius. En moltes ocasions la decisió pot ser presa conjuntament per l'emprenedor amb la família o la parella. En altres ocasions, la decisió pot ser presa individualment per l'emprenedor però pensant en el futur de la unitat familiar més que en el propi interès individual, per exemple, com una ocasió de poder ocupar laboralment els membres de la unitat familiar o com una manera de pensar en el futur dels descendents, a través tant de l'oferta d'ocupació com, més endavant, de la transferència de la propietat. En qualsevol cas, sembla que hi ha un consens generalitzat en què les decisions més importants en la vida no es prenen exclusivament en l'esfera dels negocis i, en conseqüència, l'estudi del comportament de l'emprenedor

nedor no pot descuidar l'estudi de la influència de la família en les seves decisions.

En segon lloc, aquest enfocament segmentat no és adequat perquè la transferència del lideratge i de la propietat a la propera generació pot ser, precisament, un moment en què es produeixin efervescències emprenedores –dins de la mateixa empresa– per part dels membres de la següent generació.

Diversos autors han estudiat l'emprenedoria familiar partint de la consideració que l'essència de l'emprenedoria és la cerca de l'increment de valor dels actius de l'empresa buscant i creant noves oportunitats de negoci (Gartner, 1990). D'acord amb aquest enfocament, s'han classificat sota el concepte de famílies emprenedores o empreses familiars emprenedores aquelles en què els seus propietaris treballen per fer créixer la riquesa familiar a través de la creació de valor en l'empresa (Uhlener *et al.*, 2012). En conseqüència, és possible diferenciar empreses familiars basades en un o més components de l'orientació emprenedora (risk-taking, innovativeness i pro-activeness) (Cruz i Nordqvist, 2012; Zahra, 2012; Kellermanns *et al.*, 2012).

Una perspectiva interessant és la d'estudiar el paper de les diferents generacions en l'orientació emprenedora de l'empresa familiar. Cruz i Nordqvist (2012) evidencien la necessitat de considerar la generació de l'empresa familiar a l'hora de determinar l'estratègia emprenedora. Troben que els efectes de les variables ambientals –com ara el creixement de la indústria o les oportunitats tecnològiques– en l'orientació emprenedora són més fortes en la segona generació. En canvi, l'impacte dels directius i inversors que no pertanyen a la família és més fort en la tercera i posteriors generacions.

Kellermanns (2012) estudia també el paper de les generacions i troba que les empreses familiars creixen més quan la propietat està concentrada en una sola generació, en lloc de repartir-se entre dues o més generacions. Per contra, les empreses familiars creixen més quan el control de la direcció està repartit en diferents membres de la família en lloc d'estar en mans d'un sol membre de la família.

En els següents apartats d'aquest article es presenten alguns elements de connexió entre l'emprenedoria i l'empresa familiar. Aquests elements han estat classificats atenent segons si ajuden a explicar com les oportunitats d'emprenedoria són descobertes o si ajuden a explicar com aquestes oportunitats s'exploten.

4. La descoberta de les oportunitats d'emprenedoria

Algunes de les preguntes que sovint ens fem són: per què algunes persones descobreixen oportunitats d'emprenedoria i altres no? Què fa que en

entorns i rols semblants només alguns individus identifiquin les oportunitats que existeixen i que tenen valor i siguin capaços d'explotar-les? Les experiències familiars poden influir en aquesta descoberta? I viure i conèixer l'entorn de l'empresa familiar, influencia en la descoberta d'oportunitats?

Abans de poder descobrir oportunitats d'emprenedoria, aquestes han d'existir. Carson (1982) defineix les oportunitats d'emprenedoria com aquelles situacions en les quals els nous béns, nous serveis o nous materials, així com nous mètodes d'organització, poden ser introduïts i venuts a un preu per damunt del cost de producció. Drucker (1985) considera tres categories d'oportunitats: la creació d'informació nova, com ara la que generen les noves tecnologies; la que apareix a conseqüència de la informació asimètrica que genera ineficiències en l'explotació, i que, per tant, poden ser resoltes; i, en tercer lloc, la reacció als canvis de costos relatius o a canvis en l'ús alternatiu dels recursos a conseqüència de canvis normatius o polítics. Un clar exemple d'aquesta tercera categoria d'oportunitats es dona en el sector de les energies renovables, que aquests darrers anys ha gaudit d'abundants oportunitats.

No podem establir relacions directes entre l'existència d'oportunitats i l'empresa familiar, perquè les situacions i categories abans esmentades són inherents a l'oportunitat, i no depenen de les accions que els agents desenvolupin davant d'aquestes situacions. Tanmateix, sí que podem establir relacions en la descoberta d'aquestes oportunitats.

Segons Shane i Venkataraman (2000), dos dels factors que més influeixen en la probabilitat que un individu acabi descobrint una oportunitat són:

1. La possessió d'informació prèvia necessària per a identificar les oportunitats.
2. Les propietats cognitives per avaluar les oportunitats d'emprenedoria.

La influència familiar i la vinculació a una empresa familiar poden condicionar la possessió d'informació prèvia i les propietats cognitives dels emprenedors? En aquest punt podem fer una sèrie de consideracions:

- En l'empresa familiar, és més probable que els fills visquin i coneguin l'empresa dels seus pares (al contrari del que succeeix quan els pares treballen en una empresa no familiar, on és menys probable que els fills visitin la seu de l'empresa, o coneguin els companys de treball dels seus pares). Aquestes vivències de la infància generen un flux de coneixement continu que pot generar la informació prèvia necessària per identificar posteriors oportunitats d'emprenedoria. Així, les primeres experiències en la família d'origen dels emprenedors són cabdals per al comportament posterior de l'emprenedor (Dyer i Handler, 1994). En

conseqüència, haver crescut en l'entorn d'una empresa familiar pot condicionar determinats comportaments posteriors.

- Alguns treballs d'investigació suggereixen que quan els pares vetllen, en el si de la família, per un entorn centrat en l'educació, en la comprensió i en el suport, i vetllen per un entorn exigent i estimulants, desenvolupen en els fills una necessitat d'èxit (McClelland, 1965). No cal dir que aquesta necessitat és essencial perquè l'activitat emprenedora vagi endavant, és a dir, perquè s'exploti l'oportunitat d'emprenedoria.
- Molts emprenedors són fills de pares i mares autoocupats, cosa que sembla indicar que els models de rol parental poden encoratjar determinats comportaments empresarials. Chlosta *et al.* (2012), en un estudi on tenen en compte l'emprenedor com a individu –no l'empresa familiar–, obtenen que és més probable que els joves persegueixin l'autoocupació quan tenen un model de rol parental (per exemple, quan el pare és autoocupat), mostrant que la influència de la família pot afavorir l'emprenedoria.
- Molts emprenedors manifesten que, de joves, la família els va donar oportunitats d'assumir responsabilitats en activitats emprenedores. Això contribueix a desenvolupar habilitats i valors que són essencials per, posteriorment, poder emprendre una activitat empresarial.
- És ben conegut que els emprenedors d'èxit són individus que veuen oportunitats en situacions en les quals altres veuen només riscos. Es tracta d'una propietat cognitiva. L'anàlisi constant d'oportunitats i les vivències en el si de l'empresa familiar pot preparar el futur emprenedor per a la descoberta posterior de més oportunitats.

Alguns d'aquests elements esmentats aporten informació necessària per a identificar les oportunitats d'emprenedoria i millorar les propietats cognitives per avaluar les oportunitats. En els pròxims anys, noves anàlisis empíriques han d'aportar llum sobre la importància dels elements que poden contribuir a la descoberta d'oportunitats d'emprenedoria.

5. L'explotació de les oportunitats d'emprenedoria

Una oportunitat descoberta però no explotada no condueix a l'emprenedoria. Shane i Venkataraman (2000) consideren que el fet que uns individus explotin les oportunitats que descobreixen mentre que altres no les acabin explotant, depèn fonamentalment de dos factors: de la natura de l'oportunitat i de les característiques de l'individu.

Pel que fa a la natura de l'oportunitat no cercarem les connexions amb l'empresa familiar. Senzillament és més probable que s'explotin aquelles oportunitats que tenen majors expectatives de valor. Això es produeix, per exemple, quan la demanda esperada és gran, quan els marges de benefici de la indústria són alts, quan el cost de capital és baix o quan el cicle de vida de la tecnologia és jove.

En canvi, en relació a les característiques de l'individu podem trobar connexions amb l'empresa familiar i amb la influència de la família. La possibilitat que una oportunitat sigui explotada augmenta:

- Quan es disposa de més recursos financers: la família és la primera de les 3 Fs del finançament dels emprenedors perquè, sovint, el capital inicial del nou projecte empresarial prové de les aportacions de la família o de les aportacions del mateix negoci familiar.
- Quan hi ha forts lligams socials amb els recursos no financers i amb els proveïdors dels recursos. A més d'aportar capital, el negoci familiar pot aportar accés als mercats, accés al coneixement i a la tecnologia, i accés als proveïdors. Tanmateix, una de les principals aportacions del negoci familiar al nou projecte empresarial són les idees.
- Quan s'ha desenvolupat una informació útil per emprendre en els llocs de treball anteriors.

Una altra qüestió rellevant que té importants implicacions tant en el negoci com en la família és si l'emprenedor ha de tenir com a socis a membres de la seva família, és a dir, si el nou projecte empresarial ha d'esdevenir, des del seu naixement, empresa familiar. Dyer i Handler (1994) consideren els següents arguments que fomenten la participació de la família en els nous projectes emprenedors:

- La confiança que hi ha entre els membres de la unitat familiar és, generalment, molt superior a la que hi ha amb la resta de socis.
- En les empreses familiars els costos inicials i les pèrdues dels primers anys són més fàcilment compartits.
- La família pot mantenir-se agrupada, compartint espai, temps i interessos comuns. Aquest argument és particularment interessant en les parelles emprenedores o *copreneurs*. Naturalment, aquest aspecte és també una font generadora de conflictes, prou estudiat per la literatura de l'empresa familiar.
- Els beneficis que puguin venir a mitjà i llarg termini beneficien la família en el seu conjunt.

Una qüestió diferent és si l'emprenedor ha d'oferir ocupació als membres de la seva família. En aquest cas, la perseverança i el compromís en la consecució dels objectius estratègics dels membres de la unitat familiar, així com la confiança, pot reduir els costos de supervisió.

Una bona part de la recerca en empresa familiar s'ha centrat en els conflictes inherents a la intersecció de dos sistemes basats en valors contraposats: el sistema familiar i el sistema dels negocis. Així, mentre els objectius del sistema dels negocis apunten al creixement, a l'eficiència o als beneficis, en el sistema familiar l'objectiu és el desenvolupament dels membres de la família. Si les normes en el sistema dels negocis són formals, amb procediments i incentius, en el sistema familiar les normes són informals i no escrites. O, per posar només alguns exemples, si l'avaluació en el sistema de negocis es fixa en l'assoliment dels resultats i implica promocions o acomiadaments, en el sistema familiar es valora més l'esforç, i els membres de la família són valorats per ser qui són més que pels resultats assolits. L'emprenedor que opta per contractar membres de la seva família ha de saber gestionar aquests dos sistemes. La figura 1 presenta un excel·lent resum dels dos sistemes basats en valors contraposats:

Àrees de conflicte	Sistema familiar	Sistema de negocis
Objectius	Desenvolupament i suport familiar	Beneficis, ingressos, eficiència, creixement
Relacions	Profundament personals, primàries	Impersonals o semipersonals, secundàries
Normes	Expectatives informals ("així és com sempre ho hem fet")	Normes formals i escrites, procediments, amb incentius i penalitzacions
Avaluació	L'esforç és important; amor i suport incondicional; membres recompensats per qui són	Avaluació dels resultats assolits; treballadors promocionats o acomiadats
Successió	Causada per mort o divorci	Causada per jubilació, promoció o sortida de l'empresa

Font: Dyer, 1992.

Figura 1. Sistema familiar vs. sistema de negocis.

Tanmateix, aquest enfocament de la recerca de l'empresa familiar, que consisteix a posar els valors i objectius de la família i de l'empresa com a

pols oposats, pot començar a deixar lloc a un tipus d'anàlisi diferent, que té per objectiu reflectir la conducta i l'orientació emprenedora de les empreses familiars.

6. Conclusions

En aquest article hem constatat que, malgrat ser àrees d'estudi prou consolidades que analitzen el desenvolupament de les activitats empresarials, l'emprenedoria i l'empresa familiar s'han interrelacionat de manera molt limitada.

Hem analitzat alguns elements de connexió entre les dues branques, en primer lloc, aquells que poden donar-se en la descoberta d'oportunitats d'emprenedoria i, després, els que poden donar-se en la seva explotació posterior per part de l'emprenedor.

Tot i que comença a haver-hi un bon nombre d'estudis, la influència de la família en les activitats emprenedores i l'anàlisi de l'emprenedoria en les empreses familiars necessita encara més atenció dels investigadors. Futures recerques aportaran més evidències de quin és el paper de l'empresa familiar en l'orientació emprenedora.

Referències bibliogràfiques

- ALDRICH, H.E. (2012) "The emergence of entrepreneurship as an academic field: A personal essay on institutional entrepreneurship". *Research Policy*, 41, pp. 1240-1248.
- ANDERSON, J. i DRAKOPOULOU, D. (2005) "The Role of Family Members in Entrepreneurial Networks: Beyond the Boundaries of the Family Firm". *Family Business Review*, 18(2), pp. 135-154.
- BAUMOL, W. (1990) "Entrepreneurship: Productive, Unproductive and Destructive". *Journal of Political Economy*, 98, pp. 893-921.
- CARSON, M. (1982) "The entrepreneur. Totowa". NJ: Barnes & Noble Books.
- CHLOSTA, S.; PATZELT, H.; KLEIN, S.B. i DORMANN, C. (2012) "Parental role models and the decision to become self-employed". *Small Business Economics Journal*, 38(1), pp. 121-138.
- CRUZ, C. i NORDQVIST, M. (2012) "Entrepreneurial orientation in family firms: a generational perspective". *Small Business Economics Journal*, 38(1), pp. 33-49.
- DRUCKER, P. (1970) "Contributions to Business Enterprise". New York, New York University Press.

- DRUCKER, P. (1985) "Innovation and entrepreneurship". New York: Harper & Row.
- DYER, W.G. (1992) "The entrepreneurial experience". San Francisco: Jossey-Bass.
- DYER, W.G. i HANDLER, W. (1994) "Entrepreneurship and Family Business: Exploring the Connections". Entrepreneurship Theory and Practice, Fall, pp. 71-83
- GARTNER, W.B. (1990) "What are we talking about when we talk about entrepreneurship?". Journal of Business Venturing, 5, pp. 15-28.
- KELLERMANN, F.W.; EDDLESTON, K.A.; SARATHY, R. i MURPHY, F. (2012) "Innovativeness in family firms: a family influence perspective". Small Business Economics Journal, 38(1), pp. 85-101.
- LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G. i ÅSTRÖM, F. (2012) "Entrepreneurship: Exploring the knowledge base". Research Policy, 41(7), pp. 1154-1181.
- MCCLELLAND, D. (1961) "The Achieving Society. Princeton". NJ Van Nostrand.
- MCCLELLAND, D. (1965) "Achievement motivation can be developed". Harvard Business Review, Nov-Des. 7.
- SCHUMPETER, J. (1934) "Capitalism Socialism and Democracy". New York: Harper & Row.
- SHANE, S. i VENKATARAMAN, S. (2000) "The Promise of Entrepreneurship as a field of research". Academic of Manager Review, 25(1), pp. 217-226.
- UHLANER, L.M.; KELLERMANN, F.W.; EDDLESTON, K.A.; i HOY, F. (2012) "The entrepreneuring family: a new paradigm for family business research". Small Business Economics Journal, 38(1). pp. 1-11.
- VELASCO, R. (2012) "Emprendimiento un estado de la investigación". Mediterráneo Económico, 21, pp. 53-62.
- VENKATARAMAN, S. (1997) "The Distinctive Domain of Entrepreneurship Research: An editor's perspective". In J. Katz & R. Brockhaus (Eds.), Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth, 3. pp. 19-138. Greenwich, CT: JAI Press.
- ZAHRA S.A. (2012) "Organizational learning and entrepreneurship in family firms: exploring the moderating effect of ownership and cohesion". Small Business Economics Journal, 38(1), pp. 51-65.

ACCID

Associació
Catalana de
Comptabilitat i
Direcció

Associació Catalana de Comptabilitat i Direcció

Edif. Col·legi d'Economistes de Catalunya

Pl.- Gal·la Plàcida 32, 4ª planta - 08006 Barcelona

Tel. 93 416 16 04 extensió 2019

info@accid.org - www.accid.org - @Associacio ACCID