

Empresa familiar: descubrimiento y explotación de las oportunidades de emprendeduría

RAMON SALADRIGUES SOLÉ
Universidad de Lleida

Fecha de recepción: 22/11/13

Fecha de aceptación: 18/12/15

RESUMEN

En los últimos años tanto la emprendeduría como la empresa familiar se han constituido en verdaderas áreas de investigación. Sin embargo, las interrelaciones entre ambas áreas han sido más bien escasas. El artículo analiza algunos puntos de conexión entre las dos ramas tanto en el descubrimiento de oportunidades de emprendeduría como en su posterior explotación por parte del emprendedor. Se constata que la influencia de la familia en las actividades emprendedoras y el análisis de la emprendeduría en las empresas es todavía un fenómeno poco estudiado.

Clasificación JEL: M10; M12; M13; M19.

PALABRAS CLAVE

Emprendeduría, Empresa Familiar, oportunidades de emprendeduría.

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. Introducción

En los últimos años se han consolidado nuevas áreas de investigación, paralelamente a la constatación de que determinados sectores, actividades o formas de organización tienen una contribución relevante en la economía global.

Igual como ha sucedido con la economía de la cultura, la economía de la educación o la economía del medio ambiente, la emprendeduría –*entrepreneurship*– y la empresa familiar –*family business*– se han consolidado como nuevas áreas de estudio a partir de unas primeras contribuciones aisladas de algunos autores (Landström, Harirchi y Åström, 2012). El proceso es muy parecido en todos los casos y se inicia cuando algunos académicos, de forma aislada, reconocen oportunidades identificando cambios en la economía que generan cuestiones de investigación interesantes que pueden ser explotadas. De manera parecida a lo que sucede en los mercados de competencia perfecta, esta “innovación” es imitada y explotada por otros autores, que entran en el “nuevo mercado” para dar respuesta a los nuevos problemas que, ahora, se vuelven visibles, produciendo una atracción hacia el nuevo campo de estudio que consigue captar cada vez más y más autores. Esta concentración de autores que aplican el método científico para dar respuesta a los nuevos interrogantes, favorece la creación de estructuras institucionales, como foros de discusión, congresos, revistas científicas o cátedras universitarias y de empresa. Finalmente, la densidad de trabajos obliga a la clasificación y al orden, momento en que aparecen los *handbooks* y las subramas de la nueva área de estudio.

Así es como la emprendeduría y la empresa familiar se han ido configurando en los últimos años en verdaderas áreas de investigación, con aportaciones seminales de un número inicialmente reducido de autores –que,

como apunta Landström (2012), son verdaderos emprendedores– y que van captando la atención de un número creciente de autores. Aun así, si bien la literatura de ambas áreas de investigación empieza a ser extensa, hay todavía mucho camino por recorrer en su interconexión, es decir, en las relaciones que se establecen entre ambas áreas.

Este artículo identifica algunas de las relaciones que se dan entre la empresa familiar y la emprendeduría, y se pregunta cómo la familia del emprendedor y la empresa familiar pueden influenciar en la actividad emprendedora. Para este propósito, se evidencian las conexiones de la empresa familiar tanto en relación al emprendedor como agente central, en relación a los procesos donde operan los emprendedores y en relación al contexto externo donde tiene lugar la actividad emprendedora. A la vez, se identifica la influencia de la empresa familiar en cada una de las tres cuestiones fundamentales de investigación sobre la emprendeduría que identifican Shane y Venkataraman (2000): la existencia de las oportunidades para la creación de bienes y servicios; el descubrimiento de estas oportunidades; y la explotación de las mismas.

El artículo empieza definiendo tanto la emprendeduría como la empresa familiar. Después analiza el objeto de estudio de estas dos áreas de investigación y constata que los puntos de conexión han sido más bien escasos.

Seguidamente se analizan algunos puntos de conexión entre las dos ramas, que se clasifican: a) según si nos ayudan a explicar cómo las oportunidades de emprendeduría son descubiertas y b) según si nos ayudan a explicar cómo estas oportunidades son explotadas. Finalmente, el artículo termina con unas breves conclusiones.

2. ¿Qué se entiende por emprendeduría y por empresa familiar?

La dificultad de definir tanto la emprendeduría como la empresa familiar ha dificultado la creación de un marco conceptual en estos campos. No sólo esto, sino que, a menudo, las definiciones de empresa familiar y de emprendeduría han sido mutuamente excluyentes y han generado un gap conceptual entre las dos áreas de estudio (Anderson, Jack y Drakopoulou, Dodd, 2005).

En los inicios, el núcleo de atención no era la emprendeduría como fenómeno sino el emprendedor. Se trataba de definir quién es o qué tiene que hacer el emprendedor para iniciar un negocio con éxito. En estos estadios encontramos a Say, que se refiere al emprendedor como agente económico que combina los medios de producción para producir un producto, o a

Schumpeter (1934), que consideraba los emprendedores como innovadores que usan el progreso para crear nuevos productos y servicios, introduciendo el concepto de “nueva idea” que conducía a la innovación.

Posteriormente, y todavía alrededor de la figura del emprendedor como objeto de estudio, nuevas definiciones aparecen en relación a la percepción del riesgo. Así, McClelland (1961) definía el emprendedor como una persona activa, con una alta necesidad de éxito y una moderada aversión al riesgo. O Drucker (1970), que definía el emprendedor como persona que asume riesgo.

Es evidente, sin embargo, que la emprendeduría no puede ser explicada sólo por las características inherentes a determinadas personas, de manera independiente a los procesos y al entorno.

Una definición más completa, que tiene en cuenta las oportunidades, los procesos (descubrimiento, evaluación y explotación) y que también tiene en cuenta el contexto en el que se desarrollan los procesos de emprendeduría la encontramos en Venkataraman (1997), al definir la emprendeduría en relación a por qué, cuándo y cómo las oportunidades de crear futuros bienes o servicios son descubiertas, evaluadas y explotadas.

¿Qué se entiende por empresa familiar? Si bien ha sido definida de muchas maneras, en general, una empresa familiar es aquella que o bien es propiedad de una familia, o bien es controlada por una familia o es un negocio que planifica pasar la propiedad a un miembro de la familia, aunque sea en la próxima generación.

La definición oficial de empresa familiar aprobada por las dos principales instituciones internacionales –el Grupo Europeo de Empresas Familiares (GEEF) y el *Family Business Network* (FBN) – es la siguiente:

Una compañía, tenga el tamaño que tenga, es empresa familiar si:

- La mayoría de los votos son propiedad de la persona o personas de la familia que fundó o fundaron la compañía; o, son propiedad de la persona que tiene o ha adquirido el capital social de la empresa; o son propiedad de sus esposas, padres, hijos o herederos directos de los hijos.
- La mayoría de los votos puede ser directa o indirecta.
- Al menos un representante de la familia o pariente participa en la gestión o gobierno de la compañía.
- A las compañías cotizadas se les aplica la definición de empresa familiar si la persona que fundó o adquirió la compañía (su capital social), o sus familiares o descendientes poseen el 25% de los derechos de voto a los cuales da derecho el capital social.

A continuación, y una vez definidos los conceptos de emprendeduría y empresa familiar, se presentan una serie de puntos que conectan las dos áreas de investigación.

3. Emprendeduría y empresa familiar: caminos poco conexos

Una buena manera de ver las conexiones entre las dos áreas de investigación es observar cuál ha sido el objeto de estudio de cada una.

El área de investigación de la emprendeduría ha analizado el emprendedor como agente económico, y ha estudiado las características que lo hacen innovador, la generación de ideas y la creatividad (Baumol, 1990), la aversión al riesgo, la información asimétrica o la percepción y el estigma social del fracaso.

Los investigadores de la emprendeduría se han ocupado, también, del estudio de los procesos en los que se desarrolla la emprendeduría. En los últimos años ha tomado fuerza la idea de que la emprendeduría no es resultado del azar sino el resultado de un proceso (Velasco, 2012), donde la idea genera oportunidades; estas oportunidades, a través de la innovación y del conocimiento, permiten que nuevos productos y servicios vean la luz en el mercado; y estos nuevos productos y servicios generan un nuevo contexto que, a su vez, genera nuevas ideas y nuevas oportunidades. Es un ciclo que se retroalimenta continuamente.

Es objeto de estudio de la emprendeduría, la forma en que estos procesos se explotan, sea a través de la creación de una nueva empresa *–start-up* o *spin-off*– o, sin que haya creación de empresas, mediante la comercialización de la idea a través de licencias y propiedad industrial e intelectual.

Estos procesos se desarrollan en el sí de unas redes de personas y de relaciones, lo que trae al estudio de la gestión de proyectos, de las alternativas de financiación *–Business Angels, Venture Capital*, fondos de capital riesgo corporativos– y al análisis de la aceleración, el crecimiento empresarial y la internacionalización.

Finalmente, la emprendeduría se ha ocupado del estudio del contexto en que el agente y los procesos emprendedores inevitablemente están inmersos (Aldrich, 2012). El marco legislativo, por ejemplo, tiene una importancia capital. No menos importante es el marco institucional, que se materializa en los centros de enseñanza de los emprendedores y las escuelas de negocios, en las trabas burocráticas a la creación de empresas, en las incubadoras de empresas, en las entidades de promoción económica o en las redes de fomento de la emprendeduría.

Éstos son los principales campos que atraen el interés de la emprendeduría como área de investigación. Como se puede observar, el papel de la empresa familiar y las influencias familiares en la carrera del emprendedor no aparecen entre los principales puntos de interés que trata la disciplina. Más bien el contrario: a menudo se identifica la emprendeduría con la creación de empresas y se concibe como un punto de partida, como una génesis, como un proceso de creación desvinculado de la historia familiar, si bien, como es obvio, la actividad emprendedora puede ser llevada a cabo por individuos de una misma familia y, en particular, por parejas con vinculación en el negocio—*copreneurs*—. En cualquier caso, sea desde el nacimiento o en un momento posterior, muchas de las nuevas empresas pueden considerarse empresas familiares, haciendo que la dinámica emprendedora se entrecruce con la dinámica de la familia.

Lo mismo sucede si observamos los principales puntos de interés de la empresa familiar como área de investigación: el análisis de las fortalezas de las empresas familiares, con la unidad, la confianza y el compromiso que afianzan la voluntad de continuar juntos como negocio; el mantenimiento de la propiedad, la preeminencia de la continuidad por encima de la rentabilidad, y el establecimiento de objetivos a largo plazo más que fijar hitos a corto plazo; el arraigo en el territorio; el estudio de la alineación o no de los intereses familiares con los intereses del negocio; el comportamiento de las diferentes generaciones que toman el mando de la empresa; o, para poner sólo los puntos de interés más remarcables, la problemática del proceso de sucesión en la empresa familiar.

Nuevamente, no encontramos, en los aspectos anteriormente mencionados, la emprendeduría. Aun así, es evidente que todas las empresas familiares tienen un inicio, y que, en su etapa de crecimiento, de diversificación, o en el objetivo de reinventarse para mantener la supervivencia, la actividad emprendedora —o, si se quiere, *intraemprendedora*— está presente.

Por lo tanto, a la vista de la observación del objeto de estudio de cada área de investigación, tenemos que concluir que, hasta ahora, la interconexión entre ambas disciplinas ha sido más bien escasa.

Es sintomático que mientras buena parte de la atención de la investigación en emprendeduría se ha ocupado del estudio de las etapas iniciales de la actividad del emprendedor, con el descubrimiento y la posterior explotación de la idea, los investigadores de la empresa familiar, en cambio, se han ocupado de estudiar qué sucede cuando, a medida que se acerca el final de la vida laboral del emprendedor, éste planifica su retirada del negocio.

No hay ningún tipo de duda que los investigadores necesitan acotar y segmentar los problemas para poder aportar soluciones a los mismos. Ahora bien, una segmentación excesiva puede ser contraproducente.

Este enfoque tan segmentado es, a nuestro entender, erróneo. En primer lugar porque no es verdad que, en los inicios de un nuevo proyecto empresarial, las decisiones las tome aisladamente el emprendedor y pensando exclusivamente en sus objetivos. En muchas ocasiones la decisión puede ser tomada conjuntamente por el emprendedor conjuntamente con la familia o la pareja. En otras ocasiones, la decisión puede ser tomada individualmente por el emprendedor pero pensando en el futuro de la unidad familiar más que en el propio interés individual, por ejemplo, como una ocasión de poder ocupar laboralmente los miembros de la unidad familiar o como una manera de pensar en el futuro de los descendientes, a través tanto de la oferta de ocupación como, más adelante, de la transferencia de la propiedad. En cualquier caso, parece que hay un consenso generalizado en que las decisiones más importantes en la vida no se toman exclusivamente en la esfera de los negocios y, en consecuencia, el estudio del comportamiento del emprendedor no puede descuidar el estudio de la influencia de la familia en sus decisiones.

En segundo lugar, este enfoque segmentado no es adecuado porque la transferencia del liderazgo y de la propiedad a la próxima generación puede ser, precisamente, un momento en que se produzcan efervescencias emprendedoras –dentro de la misma empresa– por parte de los miembros de la siguiente generación.

Varios autores han estudiado la emprendeduría familiar partiendo de la consideración que la esencia de la emprendeduría es la búsqueda del incremento de valor de los activos de la empresa buscando y creando nuevas oportunidades de negocio (Gartner, 1990). De acuerdo con este enfoque, se han clasificado bajo el concepto de familias emprendedoras o empresas familiares emprendedoras aquellas en las que sus propietarios trabajan para hacer crecer la riqueza familiar a través de la creación de valor en la empresa (Uhlener *et al.*, 2012). En consecuencia, es posible diferenciar empresas familiares basadas en uno o más componentes de la orientación emprendedora (*risk-taking*, *innovativeness* y *pro-activeness*) (Cruz y Nordqvist, 2012; Zahra, 2012; Kellermanns *et al.*, 2012).

Una perspectiva interesante es la de estudiar el papel de las diferentes generaciones en la orientación emprendedora de la empresa familiar. Cruz y Nordqvist (2012) evidencian la necesidad de considerar la generación de la empresa familiar al determinar la estrategia emprendedora de la misma. Encuentran que los efectos de las variables ambientales –como por ejemplo el crecimiento de la industria o las oportunidades tecnológicas– en la orientación emprendedora son más fuertes en la segunda generación. En cambio, el impacto de los directivos e inversores que no pertenecen a la familia es más fuerte en la tercera y posteriores generaciones.

Kellermanns (2012) analiza también el papel de las generaciones y encuentra que las empresas familiares crecen más cuando la propiedad está concentrada en una sola generación, en lugar de repartirse entre dos o más generaciones. Por el contrario, las empresas familiares crecen más cuando el control de la dirección está repartido en varios miembros de la familia en lugar de estar en manos de un solo miembro de la familia.

En los siguientes apartados de este artículo se presentan algunos elementos de conexión entre la emprendeduría y la empresa familiar. Estos elementos han sido clasificados atendiendo según si ayudan a explicar cómo las oportunidades de emprendeduría son descubrimientos o si ayudan a explicar cómo estas oportunidades se explotan.

4. El descubrimiento de las oportunidades de emprendeduría

Algunas de las preguntas que a menudo nos hacemos son: ¿Por qué algunas personas descubren oportunidades de emprendeduría y otras no? ¿Qué hace que en entornos y roles parecidos sólo algunos individuos identifiquen las oportunidades que existen y que tienen valor y sean capaces de explotarlas? ¿Las experiencias familiares pueden influir en este descubrimiento? Y vivir y conocer el entorno de la empresa familiar, ¿tiene alguna influencia en el descubrimiento de oportunidades?

Antes de poder descubrir oportunidades de emprendeduría, estas tienen que existir. Carson (1982) define las oportunidades de emprendeduría como aquellas situaciones en las que los nuevos bienes, nuevos servicios o nuevos materiales, así como nuevos métodos de organización, pueden ser introducidos y vendidos a un precio por encima del coste de producción. Drucker (1985) considera tres categorías de oportunidades: la creación de información nueva, como por ejemplo la que generan las nuevas tecnologías; la que aparece a consecuencia de la información asimétrica que genera ineficiencias en la explotación, y que, por lo tanto, pueden ser resueltas; y, en tercer lugar, la reacción a los cambios de costes relativos o a cambios en el uso alternativo de los recursos a consecuencia de cambios normativos o políticos. Un claro ejemplo de esta tercera categoría de oportunidades se da en el sector de las energías renovables, que estos últimos años ha disfrutado de abundantes oportunidades.

No podemos establecer relaciones directas entre la existencia de oportunidades y la empresa familiar, porque las situaciones y categorías antes mencionadas son inherentes a la oportunidad, y no dependen de las acciones que los agentes desarrollen ante estas situaciones. Aun así, sí que podemos establecer relaciones en el descubrimiento de estas oportunidades.

Según Shane y Venkataraman (2000), dos de los factores que más influyen en la probabilidad de que un individuo acabe descubriendo una oportunidad son:

1. La posesión de información previa necesaria para identificar las oportunidades.
2. Las propiedades cognitivas para evaluar las oportunidades de emprendeduría.

¿La influencia familiar y la vinculación a una empresa familiar pueden condicionar la posesión de información previa y las propiedades cognitivas de los emprendedores? En este punto podemos hacer una serie de consideraciones:

- En la empresa familiar, es más probable que los hijos vivan y conozcan la empresa de su familia (al contrario de lo que sucede cuando los padres trabajan en una empresa no familiar, donde es menos probable que los hijos visiten la sede de la empresa, o conozcan los compañeros de trabajo de sus padres). Estas vivencias de la infancia generan un flujo de conocimiento continuo que puede generar la información previa necesaria para identificar posteriores oportunidades de emprendeduría. Las primeras experiencias en la familia de origen de los emprendedores son capitales para el comportamiento posterior del emprendedor (Dyer y Handler, 1994). En consecuencia, haber crecido en el entorno de una empresa familiar puede condicionar determinados comportamientos posteriores.
- Algunos trabajos de investigación sugieren que cuando los padres velan, en el sí de la familia, por un entorno centrado en la educación, en la comprensión y en el apoyo, y velan por un entorno exigente y estimulante, desarrollan en los hijos una necesidad de éxito (McClelland, 1965). No hay que decir que esta necesidad es esencial para que la actividad emprendedora vaya adelante, es decir, para que se explote la oportunidad de emprendeduría.
- Muchos emprendedores son hijos de padres y madres auto ocupados, lo que parece indicar que los modelos de rol parental pueden alentar determinados comportamientos empresariales. Chlosta *et al.* (2012), en un estudio donde tienen en cuenta el emprendedor como individuo –no la empresa familiar–, obtienen que es más probable que los jóvenes persigan el autoempleo cuando tienen un modelo de rol parental (por ejemplo, cuando el padre es auto ocupado), mostrando que la influencia de la familia puede favorecer la emprendeduría.

- Muchos emprendedores manifiestan que, de jóvenes, la familia les dio oportunidades de asumir responsabilidades en actividades emprendedoras. Esto contribuye a desarrollar habilidades y valores que son esenciales para, posteriormente, poder emprender una actividad empresarial.
- Es de sobras conocido que los emprendedores de éxito son individuos que ven oportunidades en situaciones en las que otros ven sólo riesgos. Se trata de una propiedad cognitiva. El análisis constante de oportunidades y las vivencias en el sí de la empresa familiar puede preparar al futuro emprendedor para el descubrimiento posterior de más oportunidades.

Algunos de los elementos mencionados aportan información necesaria para identificar las oportunidades de emprendeduría y mejorar las propiedades cognitivas para evaluar las oportunidades. En los próximos años, nuevos análisis empíricos aportarán luz sobre la importancia de los elementos que pueden contribuir a descubrir oportunidades de emprendeduría.

5. La explotación de las oportunidades de emprendeduría

Una oportunidad descubierta pero no explotada no conduce a la emprendeduría. Shane y Venkataraman (2000) consideran que el hecho de que unos individuos exploten las oportunidades que descubren mientras que otros no las acaben explotando, depende fundamentalmente de dos factores: de la naturaleza de la oportunidad y de las características del individuo.

En cuanto a la naturaleza de la oportunidad no buscaremos las conexiones con la empresa familiar. Sencillamente es más probable que se exploten aquellas oportunidades que tienen mayores expectativas de valor. Esto se produce, por ejemplo, cuando la demanda esperada es grande, cuando los márgenes de beneficio de la industria son altos, cuando el coste de capital es bajo o cuando el ciclo de vida de la tecnología es joven.

En cambio, en relación a las características del individuo podemos encontrar conexiones con la empresa familiar y con la influencia de la familia. La posibilidad de que una oportunidad sea explotada aumenta:

- Cuando se dispone de más recursos financieros: la familia es la primera de las 3F de la financiación de los emprendedores porque, a menudo, el capital inicial del nuevo proyecto empresarial proviene de las aportaciones de la familia o de las aportaciones del propio negocio familiar.

- Cuando hay fuertes vínculos sociales con los recursos no financieros y con los proveedores de los recursos. Además de aportar capital, el negocio familiar puede aportar acceso a los mercados, acceso al conocimiento y a la tecnología, y acceso a los proveedores. Aun así, una de las principales aportaciones del negocio familiar al nuevo proyecto empresarial son las ideas.
- Cuando se ha desarrollado una información útil para emprender en los puestos de trabajo anteriores.

Otra cuestión relevante, que tiene importantes implicaciones tanto en el negocio como en la familia, es si el emprendedor tiene que tener como socios a miembros de su familia, es decir, si el nuevo proyecto empresarial debe ser, desde su nacimiento, una empresa familiar. Dyer y Handler (1994) consideran los siguientes argumentos que fomentan la participación de la familia en los nuevos proyectos emprendedores:

- La confianza que hay entre los miembros de la unidad familiar es, generalmente, muy superior a la que hay con el resto de socios.
- En las empresas familiares los costes iniciales y las pérdidas de los primeros años son más fácilmente compartidos.
- La familia puede mantenerse agrupada, compartiendo espacio, tiempo e intereses comunes. Este argumento es particularmente interesante en las parejas emprendedoras o *copreneurs*. Naturalmente, este aspecto es también una fuente generadora de conflictos, muy estudiada por la literatura de la empresa familiar.
- Los beneficios que puedan venir a medio y largo plazo benefician a la familia en su conjunto.

Una cuestión diferente es si el emprendedor tiene que ofrecer ocupación a los miembros de su familia. En este caso, la perseverancia y el compromiso en la consecución de los objetivos estratégicos de los miembros de la unidad familiar, así como la confianza, puede reducir los costes de supervisión.

Una buena parte de la investigación en la empresa familiar se ha centrado en los conflictos inherentes a la intersección de dos sistemas basados en valores contrapuestos: el sistema familiar y el sistema de los negocios. Así, mientras los objetivos del sistema de los negocios apuntan al crecimiento, a la eficiencia o a los beneficios, en el sistema familiar el objetivo es el desarrollo de los miembros de la familia. Si las normas en el sistema de los negocios son formales, con procedimientos e incentivos, en el sistema familiar las normas son informales y no escritas. O, para poner sólo algunos

ejemplos, si la evaluación en el sistema de negocios se fija en el logro de los resultados e implica promociones o despidos, en el sistema familiar se valora más el esfuerzo, y los miembros de la familia son valorados por ser quién son más que por los resultados logrados. El emprendedor que opta por contratar miembros de su familia tiene que saber gestionar estos dos sistemas. La siguiente figura presenta un excelente resumen de los dos sistemas basados en valores contrapuestos:

Áreas de conflicto	Sistema familiar	Sistema de negocios
Objetivos	Desarrollo y apoyo familiar	Beneficios, ingresos, eficiencia, crecimiento
Relaciones	Profundamente personales, primarias	Impersonales o semipersonales, secundarias
Normas	Expectativas informales ("así es como siempre lo hemos hecho")	Normas formales y escritas, procedimientos, con incentivos y penalizaciones
Evaluación	El esfuerzo es importante; amor y apoyo incondicional; miembros recompensados por ser quien son	Evaluación de los resultados logrados; empleados promocionados o despedidos
Sucesión	Causada por muerte o divorcio	Causada por jubilación, promoción o salida de la empresa

Fuente: Dyer, 1992.

Figura 1. Sistema familiar vs. sistema de negocios.

Sin embargo, este enfoque de la investigación de la empresa familiar, que consiste en poner los valores y objetivos de la familia y de la empresa como polos opuestos, puede empezar a dejar paso a un tipo de análisis diferente, que tiene por objeto reflejar la conducta y la orientación emprendedora de las empresas familiares.

6. Conclusiones

En este artículo hemos constatado que, a pesar de ser áreas de estudio bastante consolidadas que analizan el desarrollo de las actividades empresariales, la emprendeduría y la empresa familiar se han interrelacionado de manera muy limitada.

Hemos analizado algunos elementos de conexión entre las dos ramas, en primer lugar, aquellos que pueden darse en el descubrimiento de oportunidades de emprendeduría y, después, los que pueden darse en su explotación posterior por parte del emprendedor.

A pesar de que empieza a haber un buen número de estudios, la influencia de la familia en las actividades emprendedoras y el análisis de la emprendeduría en las empresas familiares requieren todavía más atención de los investigadores. Futuras investigaciones aportarán más evidencias de cuál es el papel de la empresa familiar en la orientación emprendedora.

Referencias bibliográficas

- 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. y 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. y DORMANN, C. (2012) "Parental role models and the decision to become self-employed". *Small Business Economics Journal*, 38(1), pp. 121-138.
- CRUZ, C. y 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. y 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. y MURPHY, F. (2012) "Innovativeness in family firms: a family influence perspective". *Small Business Economics Journal*, 38(1), pp. 85-101.
- LANDSTRÖM, H.; HARIRCHI, G. y ÅSTRÖMD, 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-Dic. 7.
- SCHUMPETER, J. (1934) "Capitalism Socialism and Democracy". New York: Harper & Row.
- SHANE, S. y 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. y 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.