



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TESIS DOCTORAL
EMPRENEDORES HABITUALES EN LA
EMPRESA FAMILIAR

Presentada por:

Rafael Antonio Tristán Zamores

Dirigida por:

Dra. Ma. Concepción López Fernández

Dra. Ana Ma. Serrano Bedia

Santander, 2017

AGRADECIMIENTOS

Desde el corazón mi gratitud para todas las personas que me acompañaron en la aventura de la investigación.

Primero agradezco la oportunidad y la confianza por creer en mí, pero aprecio de manera particular su amistad, orientación y guía. Mi gratitud por siempre para Conchi y Ana por mantener ese reto intelectual y hacer de la investigación una experiencia extraordinaria.

Al Tecnológico de Monterrey por esta oportunidad para aportar más a mi alma mater y por supuesto a México.

A un visionario y precursor de este programa, por sus consejos y sus palabras de aliento, gracias Dr. Arturo Torres.

Al Dr. Sergio Ortiz por su respaldo para continuar siempre emprendiendo intelectualmente.

A mis grandes amigos los Doctores Moises Carbajal, Dante Benito Castro y Manuel Palma por su amistad y permanente apoyo.

A ese pequeño emprendedor habitual que cada día con su alegría me hacía disfrutar cada momento por difícil que fuera. Gracias Rafa Tristán Díaz.

A mis padres Rafael y María del Socorro, por enseñarme a soñar grande y trabajar fuerte.

A Dios gracias por el privilegio de aprender cada día más.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

I.	INTRODUCCIÓN.	1
II.	CAPÍTULO I. EL EMPRENDEDOR HABITUAL.	13
	1.1 Tipología del Emprendedor.	16
	1.2 Definición de Emprendedor Habitual.	18
	1.3 Diferentes Líneas de Investigación del Emprendedor Habitual.	27
	1.4 Algunos Aspectos del Emprendedor Habitual en la Empresa Familiar.	67
	1.5 Conclusión.	90
III.	CAPÍTULO II. ASPECTOS METODOLÓGICOS.	93
	2.1 Objetivos de la Investigación.	95
	2.2 Instrumento de Recolección de Datos.	96
	2.3 Validación y Envío de Encuesta.	98
IV.	CAPÍTULO III. ANÁLISIS DE RESULTADOS.	105
	3.1 Dimensión del Emprendedor Habitual en México y en la Empresa Familiar en México.	107
	3.2 Características de los Emprendedores Habituales en México y en las Empresas Familiares en México.	112
	3.3 Factores determinantes del Emprendedor Habitual en México	135
V.	CAPÍTULO IV. CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.	171
	4.1 Conclusiones.	173
	4.2 Limitaciones y Futuras Líneas de Investigación.	183
VI.	BIBLIOGRAFÍA.	185
VII.	ANEXO.	205

INDICE DE TABLAS.

Tabla 1.	Resumen de enfoques que describen al emprendedor como individuo.	6
Tabla 2.	Definiciones y presencia de emprendedores habituales.	22
Tabla 3.	Características y antecedentes de los emprendedores habituales.	32
Tabla 4.	Motivaciones y factores de los emprendedores habituales.	44
Tabla 5.	Desempeño de los emprendedores habituales.	50
Tabla 6.	Obtención y ensamble de recursos de los emprendedores habituales.	55
Tabla 7.	Contexto – empresa familiar y emprendedor habitual.	62
Tabla 8.	Variables de la investigación.	97
Tabla 9.	Despliegue de cuestionarios.	100
Tabla 10.	Distribución nacional de empresa por sector económico en los cuatro estados del caso de estudio.	103
Tabla 11.	Distribución nacional de empresas por sector económico en los cuatro estados que conforman la muestra final recolectada.	103
Tabla 12.	Distribución de empresas por número de empleados de los cuatro estados considerados en el caso de estudio.	104
Tabla 13.	Distribución de empresas por número de empleados de las empresas que respondieron la encuesta.	104
Tabla 14.	Contraste chi cuadrado emprendedor habitual y género en México.	116

Tabla 15. Contraste chi cuadrado emprendedor habitual y género en la empresa familiar.	117
Tabla 16. Contraste chi cuadrado emprendedor habitual y educación en México.	120
Tabla 17. Contraste chi cuadrado emprendedor habitual y educación en la empresa familiar.	120
Tabla 18. Contraste chi cuadrado emprendedor habitual y sector en México.	122
Tabla 19. Contraste chi cuadrado emprendedor habitual y sector en la empresa familiar.	122
Tabla 20. Contraste chi cuadrado Emprendedor habitual y antecedentes familiares en México.	125
Tabla 21. Contraste chi cuadrado emprendedor habitual y antecedentes familiares en la empresa familiar.	126
Tabla 22. Contraste chi cuadrado emprendedor habitual y la experiencia gerencial en México.	128
Tabla 23. Contraste chi cuadrado emprendedor habitual y la experiencia gerencial en la empresa familiar.	128
Tabla 24. Contraste chi cuadrado emprendedor habitual y su motivación para emprender por necesidad en México.	131
Tabla 25. Contraste chi cuadrado emprendedor habitual y su motivación para emprender por necesidad en la empresa familiar.	131

Tabla 26. Contraste chi cuadrado emprendedor habitual y su motivación para emprender por oportunidad en México.	132
Tabla 27. Contraste chi cuadrado emprendedor habitual y su motivación para emprender por oportunidad en la empresa familiar.	132
Tabla 28. Contraste chi cuadrado emprendedor habitual y su motivación para emprender por necesidad-oportunidad en México.	133
Tabla 29. Contraste chi cuadrado emprendedor habitual y su motivación para emprender por necesidad-oportunidad en la empresa familiar.	133
Tabla 30. Prueba Mann Whitney la búsqueda activa de la información.	135
Tabla 31. Prueba Mann Whitney la búsqueda activa de la información en la empresa familiar.	135
Tabla 32. Estadísticos descriptivos.	160
Tabla 33. Coeficientes de Multicolinealidad.	161
Tabla 34. Regresión logística de los factores determinantes para el emprendimiento habitual en la empresa familiar.	162
Tabla 35. Resumen resultados de hipótesis.	165

ÍNDICE DE FIGURAS.

Figura 1	Tipos de emprendedor habitual.	16
Figura 2	Modelo de exploración de los emprendedores habituales.	68
Figura 3	Proceso emprendedor.	81
Figura 4	Emprendedor habitual en México.	108
Figura 5	Población de emprendedor habitual en estudios previos.	109
Figura 6	Emprendedor serial vs emprendedor portfolio en México.	110
Figura 7	Emprendedor serial y portfolio en previos estudios.	111
Figura 8	Emprendedor habitual en la empresa familiar.	112
Figura 9	Emprendedor habitual y edad.	114
Figura 10	Emprendedor habitual y edad en la empresa familiar.	114
Figura 11	Emprendedor habitual género.	116
Figura 12	Emprendedor habitual educación.	118
Figura 13	Emprendedor habitual sector.	121
Figura 14	Emprendedor habitual antecedentes.	124
Figura 15	Emprendedor habitual experiencia.	127
Figura 16	Emprendedor habitual motivación.	130
Figura 17	Modelo de factores determinantes para el emprendimiento habitual en la empresa familiar.	137
Figura 18	Modelo de la Investigación.	151

INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

“Si en realidad se quiere conocer de emprendimiento, estudiemos a los emprendedores habituales” (McMillan, 1986). Ese fue el reto que lanzó McMillan (1986) al observar que había emprendedores que después de fundar su empresa preferían emplear profesionales y comenzar nuevamente con la creación de otra empresa, proceso que se repetía varias veces dentro de su carrera emprendedora (McMillan, 1986).

El fenómeno del emprendimiento es una actividad sumamente extendida a lo largo y ancho del planeta. Así lo indica el reporte mundial de emprendimiento *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), que en su último estudio revisa la actividad de más de 140,000 adultos en 67 economías, estimando que existen más de 380 millones de emprendedores comenzando u operando nuevos negocios (GEM 2015). Esta misma investigación ha encontrado que la tasa de la actividad de emprendimiento está relacionada con el crecimiento del PIB de un país. Una actividad vigorosa del emprendimiento tiene como consecuencia la generación de empleos y riqueza, desarrollando las regiones. El emprendimiento puede ser un vital agente de cambio para innovar y crear nuevas empresas con un alto valor agregado o puede simplemente crear empleos con un impacto económico en su comunidad. De cualquier forma que se emprenda, se considera al emprendimiento como una solución para los retos locales y nacionales en el desarrollo económico.

Dada la contribución que hace el emprendimiento al desarrollo económico y social de la sociedad, los gobiernos alrededor del mundo están promoviendo políticas públicas para su soporte. No sólo el gobierno, también las Universidades y Centros de investigación, así como fundaciones, han venido estudiando el fenómeno del emprendimiento suponiendo que será de apoyo para lograr el progreso de la sociedad.

El número de investigadores en emprendimiento también ha crecido rápidamente. La *Academy of Management Entrepreneur Division* ha incrementado su membresía casi dos veces y media hasta 2750 miembros en una década de 2001 a 2011. Las Escuelas de Negocios reportan la proliferación de cursos en nivel universitario y de posgrado. Las escuelas de Ingeniería, Ciencias y Tecnología han introducido en sus programas los cursos de emprendimiento para que sus alumnos puedan crear negocios explotando lo que hacen en sus laboratorios (Westhead & Wright, 2015).

No sólo en la educación superior aparece la enseñanza del emprendimiento. A día de hoy en los niveles básicos de educación se está enseñando emprendimiento. Se está enseñando la creación de una empresa, “haciéndola” y muchas de las veces buscando un impacto social para su desarrollo. Adicional a los ámbitos de política pública y académicos, el emprendimiento es un fenómeno que también ha comenzado a estudiarse al interior de las corporaciones como agente de cambio y generación de valor de las empresas. En particular también se está estudiando cómo las empresas familiares pueden ser emprendedoras, dada la importancia que tienen como agente económico. No obstante, aun cuando existe un gran interés y se conoce de la importancia del emprendimiento, todavía existen muchos cuestionamientos por responder: ¿Qué hace un emprendedor?, ¿Nacen o se hacen los emprendedores?, ¿Algunos emprendedores tienen un mayor impacto que otros?, ¿Qué distingue a los emprendedores?, ¿Cómo piensan y aprenden los emprendedores de sus experiencias?, ¿Cuál es ese proceso para que el emprendimiento pueda florecer?

Si nos remontamos al origen de la palabra *entrepreneur*, la misma aparece por primera vez en 1437, en el diccionario de la lengua francesa con tres definiciones. La de significado más común era: “Una persona que es activa y alcanza algo”. A principios del siglo XVII, un emprendedor en Francia era visto como una persona que tomaba riesgos. Más tarde esta palabra también serviría para referirse a aquellos que realizaban “grandes proyectos”. Hasta el siglo XVIII no había una palabra equivalente en la lengua inglesa. En 1755 el diccionario de la lengua inglesa reporta la siguiente definición: “Aventurero que busca la ocasión del peligro”, “el que se pone así mismo en manos de la oportunidad”. Con el tiempo la definición se referiría a la persona que realiza proyectos arriesgados con una ganancia no cierta. No fue hasta finales del siglo XVIII que fue reemplazado por el concepto capitalista de “hombre de negocios”.

Así lo vemos en la tabla 1, donde se muestran los primeros enfoques que intentaban explicar el fenómeno del emprendimiento. Algunos centrados en las características psicológicas y otros orientados hacia el liderazgo y la gestión.

Mucha de la confusión o falta de precisión para definir al emprendedor puede ser porque el emprendedor puede ser explicado desde diversas disciplinas (desde el punto de vista económico, el sociológico, el psicológico con los enfoques cognitivos) podríamos decir que aún existe debate alrededor del concepto del emprendedor. (Westhead & Wright, 2015)

Más allá del debate de si los emprendedores nacen o se hacen, una de las preguntas que la literatura en emprendimiento intenta responder es si la personalidad (factores psicológicos) y/o el proceso de socialización del individuo (contexto) determinan el que una persona pueda ser un emprendedor.

TABLA 1. Resumen de enfoques que describen al emprendedor como individuo.
(Westhead & Wright, 2015).

Modelo empresarial	Propósito central	Suposición	Comportamiento y habilidades	Situación
Escuela emprendedor innato	Capacidad intuitiva	La intuición innata hace la diferencia	Intuición, energía, persistencia, esfuerzo y autoestima	<i>Start-up</i>
Escuela de características psicológicas	Valores únicos, actitudes y necesidades que los impulsan	Propuesta de valor para satisfacer las necesidades	Valores personales, tomar riesgos: necesario para lograrlo	<i>Start-up</i>
Escuela clásica	Enfoque en la innovación	Proceso de hacer en vez de tener	Innovación, creatividad y descubrimiento	<i>Start-up</i> y un crecimiento temprano
Escuela de negocios	Organizadores que administran y asumen riesgos	Pueden desarrollar y entrenar	Planeación de producción, organización de personas, capitalización y presupuesto	Crecimiento temprano y madurez
Escuela de liderazgo	Líderes que adaptan su estilo en las necesidades de las personas	No se puede cumplir una meta por sí solo	Motivación, líder y dirigente	Crecimiento temprano y madurez
Escuela con espíritu empresarial	Habilidades empresariales usadas en organizaciones complejas	Adaptación y organización	Alerta para oportunidades y maximizar decisiones	Madurez y cambio

Por un lado, la personalidad, como conjunto de características heredadas, predispone al individuo a tener un comportamiento emprendedor. Por otro lado, los contextos sociales en donde desarrolla sus experiencias de trabajo influyen en la propensión del individuo a emprender. Entendiendo como contexto las dimensiones tales como: clase socio-económica, tipo de empleo, composición de la familia y antecedentes de los padres que nos permiten pensar en un entorno propicio o no para desarrollar el emprendimiento en un individuo. Es así como puede entenderse al contexto social como catalizador o inhibidor del acceso a recursos y deseo de convertirse en un emprendedor.

La decisión de convertirse en un emprendedor también puede estar limitada por la expectativa y la experiencia que los individuos ven en su entorno social. Los individuos se socializan en el sentido de ser aprobados en el rol que juegan en su entorno. Los valores dominantes de las personas con las que conviven se traducen en expectativas

que, a su vez, se traducen en el comportamiento emprendedor. Es un poco de la presión social o de que el concepto del emprendedor sea bien recibido en la comunidad, tal como lo pregunta la investigación de GEM en el apartado de Normas Sociales y Culturales para conocer el grado de aceptación del emprendimiento en una región. Tomando en cuenta esto, algunas políticas públicas se han dirigido a estimular el contexto y fomentar en la comunidad el acceso a la información, la difusión de casos de éxito, la educación, el entrenamiento y la facilitación de recursos.

Después de revisar estas dos perspectivas: factores psicológicos y contexto, nuevamente surge el cuestionamiento de si un emprendedor nace o se hace. Los emprendedores no son entes iguales ya que algunos tendrán una mayor carga de factores psicológicos y otros serán más influenciados por el contexto según cada circunstancia. Lo que nos hace pensar en que las capacidades de los emprendedores tampoco son estáticas, sino que pueden ser dinámicas y ser mejoradas a través del tiempo durante el proceso de emprender. Es decir, los factores psicológicos y características demográficas de los individuos forman su capital humano general, el cual ya viene definido. Sin embargo, el capital humano específico que puede ser desarrollado a través de la experiencia emprendedora a través del tiempo, desarrollar el conocimiento específico de la industria, el conocimiento técnico, las habilidades propias de la actividad y fundamentalmente la experiencia adquirida en previos emprendimientos, permite que el emprendedor incremente su capital humano como emprendedor y pueda aprovecharlo para el emprendimiento repetido (Toft-Kehler, Wennberg, & Kim, 2014).

Es decir, un emprendedor que ha creado su primera empresa está habilitado para emprender en mejores condiciones dada su experiencia o en comparación de cuando lo hizo por primera vez (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a).

El emprendedor con experiencia previa es un tipo de emprendedor tan real que el 40% de los nuevos negocios han sido establecidos por emprendedores de este tipo (Westhead, & Wright, 2015).

La experiencia que adquieren los emprendedores habituales al tener una empresa hace la diferencia frente a los emprendedores que por primera vez intentan desarrollar una, por lo que deben ser considerados como un subgrupo de emprendedores con un alto potencial a la contribución de generación de riqueza (Scott & Rosa, 1996). Por otro lado, la información relacionada con la experiencia acumulada por un emprendedor es ampliamente utilizada por instituciones financieras y agencias como un criterio para evaluar sus solicitudes (MacMillan, Siegel & Narashima, 1985; Westhead & Wright, 1999). Igualmente, las experiencias adquiridas por los emprendedores habituales son útiles para el diseño de consultoría, programas de fomento emprendedor, financiamiento, etc., experiencias que ayudarían a diseñar y hacer más efectivas estas tareas (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a).

El potencial de creación de riqueza de los emprendedores habituales ha cobrado importancia en la investigación (Westhead & Wright, 1998a, b, 1999; Westhead, Ucbasaran & Wright, 2003a; Rerup, 2005; Baron & Ensley, 2006). Si bien la literatura al respecto no está al día de hoy muy desarrollada, algunos estudios han explorado la relación entre la experiencia y los resultados de la empresa (Westhead & Wright, 1998a; Baron & Ensley, 2006) confirmando que a mayor experiencia del emprendedor las empresas obtienen mejores resultados. Se argumenta que la mentalidad que desarrollan los emprendedores habituales les permite buscar oportunidades con enorme disciplina y perseguir sólo las mejores de éstas (McGrath & McMillan, 2000), ya que al haber emprendido anteriormente tienen un parámetro con el cual comparar.

Un primer punto de partida es reconocer entonces que los emprendedores no son una entidad homogénea, ya que se distinguen en la característica de tener, o no tener, experiencia al comenzar una empresa o en la adquisición de una. Los emprendedores con experiencia previa que hayan fundado o adquirido dos o más empresas independientes son llamados emprendedores habituales (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a). Una de las características principales de los emprendedores habituales es el aprendizaje que han tenido al comenzar una empresa, aprendizaje que pudo tener un resultado de éxito o de fracaso al comenzar un negocio y que tiene un impacto en el futuro desempeño de los emprendimientos que se realicen por este individuo.

En este sentido aún están pendientes de responder algunos cuestionamientos: ¿cómo es adquirida esta experiencia?, ¿qué experiencia está asociada con el éxito o el fracaso de negocios?, y ¿en qué contexto se adquiere?. En particular es de nuestro interés conocer más de este fenómeno en el contexto de México y realizar una primera aproximación del emprendedor habitual en la empresa familiar. Esto es debido al creciente interés del emprendimiento dentro de las empresas como un ámbito emergente y también a la relevancia del estudio dentro del contexto de México, en que la mayoría de las empresas son familiares. Si bien la presencia de las empresas familiares es extendida en las diferentes economías del mundo, el logro de su permanencia a través del tiempo es emprendiendo nuevos negocios y logrando así una permanencia transgeneracional (Zellweger, Nason & Nordqvist, 2012). Cuando el emprendimiento se concreta en la creación de una nueva empresa, su resultado suele ser la aparición de una empresa familiar.

Las empresas familiares son el principal motor de la economía, sin embargo, para

prosperar enfrentan un gran número de retos y alta mortalidad. Algunas estadísticas así lo demuestran: sólo el 85% de las empresas familiares está en su primera o segunda generación y sólo el 12% logra llegar a la tercera generación (KPMG, 2013). La vida promedio de una empresa familiar es de 25 años, mientras que las que llevan una gestión basada en la institucionalidad tienen un promedio de vida de 50 años (KPMG, 2013). De acuerdo a un estudio de la *Business Families Foundation (BFF)* que incluye a las 250 compañías más grandes controladas por familias (KPMG, 2013) en México, más del 90% de las firmas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores tienen una clara representación familiar en el capital y en el control. Así como en otros países, en México las empresas familiares son un gran generador de nuevos empleos, contribuyendo en riqueza y en el desarrollo económico de las regiones. En algunos estudios previos se ha encontrado que una característica de los emprendedores habituales son sus antecedentes de “padres emprendedores” o “dueños de empresa” o que provienen de una empresa familiar (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a). Sin embargo, no está claro cuál es el proceso de influencia de la familia en estos emprendedores.

Si bien el contexto de la empresa familiar puede influenciar las expectativas profesionales de los individuos, el acceso a educación superior y la habilidad para obtener un empleo también pueden influenciar su motivación a emprender. El contexto social y en particular el contexto de la empresa familiar puede promover la acumulación de recursos financieros y de capital humano en forma de capacidades técnicas, de gestión y por supuesto de emprendimiento. De la misma manera la literatura no explora completamente el proceso que siguen estos emprendedores habituales al utilizar los recursos de la empresa familiar. La disposición de recursos a los que se tiene acceso por la empresa familiar tales como capital, trabajo, sus redes

de relaciones sociales, parentescos y contactos profesionales (Carter & Ram, 2003) sugiere un entorno adecuado para la aparición del emprendimiento habitual. Esto encaja con la aseveración de Carter & Ram, (2003) quienes señalan que los futuros estudios para investigar el emprendedor habitual deben de centrarse en analizar tanto el contexto como el proceso en el cual ocurre el fenómeno. El rol del contexto tiene un creciente reconocimiento en la investigación del emprendimiento (Zahra & Wright, 2011).

En base a lo anterior, en la presente Tesis Doctoral vamos a elegir a los emprendedores habituales como el objeto de nuestro estudio, ya que queremos ampliar el conocimiento existente sobre cuáles son los factores que promueven o inhiben el emprendimiento habitual. En concreto, en este estudio, que tiene un carácter exploratorio, se han planteado los siguientes objetivos:

- 1.- Conocer la **dimensión** del fenómeno de los emprendedores habituales en México.
 - 2.- Conocer las **características** de los emprendedores habituales en México.
 - 3.- Hacer una aproximación a los **factores** que favorecen el emprendimiento habitual en México con especial atención al impacto de los antecedentes y el contexto familiar.
- Como estrategia para realizar la investigación se realizó una revisión exhaustiva de la literatura referente al emprendedor habitual, encontrando un panorama actual del fenómeno que apunta al estudio del contexto, de ahí que en una segunda etapa se revisó la literatura que vincula al emprendedor habitual con el contexto. Teniendo este marco de referencia se presentan los aspectos metodológicos de cómo se diseñó el instrumento que permitió obtener datos sobre la presencia, y características del emprendedor habitual, así como la aproximación hacia los factores que favorecen la aparición del emprendedor habitual en México. Finalmente se realizó un análisis de los datos obtenidos para presentar las conclusiones de la investigación.

CAPÍTULO I

EL EMPRENDEDOR HABITUAL

- 1.1 Tipología del emprendedor.
- 1.2 Definición de emprendedor habitual.
- 1.3 Diferentes líneas de investigación del emprendedor habitual.
 - 1.3.1 Antecedentes del emprendedor habitual.
 - 1.3.2 Motivaciones y factores psicológicos del emprendedor habitual.
 - 1.3.3 Desempeño y contribución del emprendedor habitual a la economía.
 - 1.3.4 Obtención y ensamble de recursos del emprendedor habitual.
 - 1.3.5 Contexto y el emprendedor habitual.
 - 1.3.6 Conclusión líneas de investigación del emprendedor habitual.
- 1.4 Algunos aspectos del emprendedor habitual en la empresa familiar.
 - 1.4.1 El contexto de la empresa familiar.
 - 1.4.2 Emprendimiento habitual y empresa familiar.
 - 1.4.3 Acceso a recursos en el contexto de la empresa familiar.
 - 1.4.4 El proceso de emprender en la empresa familiar.
 - 1.4.5 Retos en la investigación del emprendedor habitual.
- 1.5 Conclusión.

El fenómeno del emprendedor habitual ha sido pasado por alto debido a que la unidad de análisis que se ha tenido en cuenta en las anteriores investigaciones sobre emprendimiento ha dado un mayor énfasis a la empresa (Ucbasaran, Alsos, Westhead & Wright, 2008). Se sugiere tomar como unidad de análisis al emprendedor para entender con mayor precisión el fenómeno del emprendimiento (Westhead & Wright, 1998). Si sólo se toma como unidad de análisis a la empresa se estaría subestimando la incidencia del emprendedor habitual (Scott & Rosa, 1996). Además, la visión que se ha presentado del emprendedor es muy monolítica y carente de matices. Sin embargo, el emprendedor puede ser de varios tipos en función de la variable considerada para la clasificación y, en concreto, debido al nivel de experiencia que se tenga al emprender (Carter & Ram, 2003). A continuación se revisa la literatura para conocer más de este individuo: el emprendedor habitual.

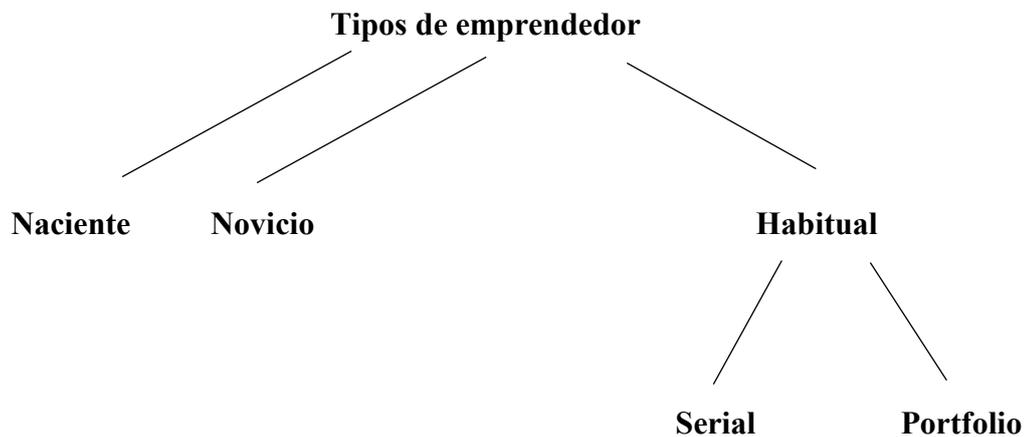
En el siguiente capítulo se revisa como punto de partida la definición y tipología de los emprendedores habituales, así como las diferentes perspectivas con que se ha estudiado el emprendedor habitual, encontrando diferentes líneas de investigación que van desde la exploración del individuo tal como sus antecedentes, motivaciones, factores psicológicos, para posteriormente explorar su impacto y contribución en las empresas creadas, y recientemente los estudios que lo relacionan con su contexto. En la parte final del capítulo se revisan algunos aspectos del emprendedor habitual en el contexto particular de la empresa familiar.

1.1 Tipología del emprendedor:

Desde el punto de vista de la experiencia previa los emprendedores están divididos estrictamente en dos tipos: los hay no experimentados, llamados emprendedores iniciales o novicios, y los hay experimentados, llamados habituales. Comencemos por los que no tienen experiencia, denominados “aspirantes a emprendedor”, que son aquéllos que no han comenzado una empresa y no se han involucrado en un negocio pero comprenden el concepto de emprender y han comenzado a explorar oportunidades (Weiss, 2008).

Cuando un emprendedor deja de ser “aspirante a emprendedor” y tiene planes concretos para iniciar una empresa se conoce como “emprendedor naciente”. Es importante hacer notar que este tipo de emprendedor aún no tiene experiencia emprendedora (Weiss, 2008).

Figura 1. Tipos de emprendedor.



Fuente: elaboración propia.

Hasta aquí podríamos hacer notar que la tipología de emprendedores está definida por su nivel de experiencia en donde no se ha tenido ni se ha enfrentado el proceso de emprender una empresa; cuando lo hace por primera vez es llamado “emprendedor inicial o novicio”.

Un emprendedor inicial o novicio tiene la oportunidad de elegir si quiere abandonar su empresa, mantener la empresa o hacer subsecuentes emprendimientos. Esta última opción, los subsecuentes emprendimientos, da paso al otro gran tipo de emprendedores, los emprendedores habituales o con experiencia, en el que se distinguen a su vez dos subgrupos. El primer gran tipo de emprendedores experimentados son los “emprendedores seriales”, aquéllos que después de abandonar su breve experiencia comienzan una nueva empresa y así sucesivamente. Puede haber múltiples razones por las que un emprendedor decida abandonar la empresa que creó inicialmente e iniciar un nuevo emprendimiento, desde la búsqueda de una oportunidad que satisfaga sus expectativas hasta las condiciones de cómo se obtuvo la empresa: creándola, heredándola o comprándola. Westhead, Ucbasaran, Wright & Binks (2005a) hacen una definición más profunda de los emprendedores seriales y los definen como individuos que han vendido o cerrado un negocio en el cual tienen mayoría o minoría de propiedad y que actualmente tienen propiedad en un negocio individual que es nuevo, comprado o heredado.

En este punto en la revisión de la tipología de los emprendedores aparece una pregunta obligada: ¿qué sucede si los emprendedores no desean vender o abandonar su previo emprendimiento? La respuesta nos da paso a mencionar a los emprendedores portfolios. Esta es una de las distinciones importantes en los emprendedores experimentados. Los emprendedores portfolio son emprendedores habituales que poseen más de un negocio funcionando simultáneamente mientras que los

emprendedores seriales son los que han tenido múltiples empresas secuencialmente (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a).

Se han descrito los diferentes tipos de emprendedores basados en su experiencia (Figura 1). A continuación se va a presentar una revisión de la literatura sobre emprendedores habituales que va a permitir describir las características de los mismos, así como analizar la metodología, modelos y conclusiones alcanzadas en los trabajos identificados dentro de la misma.

1.2 Definición de emprendedor habitual.

Tomando como base el estudio de Ucbasaran, Alsos, Westhead & Wright (2008) y recopilación propia, realizando la búsqueda de “emprendedores habituales”, se ha complementado una primer tabla de definiciones y presencia de emprendedores habituales (Tabla 2), que ha sido de gran apoyo para la investigación y nos ha permitido conocer las diferentes concepciones del concepto de “Emprendedor Habitual”. El estudio de emprendedores habituales (Ucbasaran, Alsos, Westhead & Wright, 2008) permite observar que, a través del tiempo, la definición de emprendedor habitual se ha ido transformando y complementando con las diferentes investigaciones, hasta llegar a incluir en su definición el hecho de poseer acciones de la empresa y recibir una en herencia. Sin embargo, la definición más versátil de emprendedor habitual la proporciona Westhead & Wright (1998) como: “Un emprendedor habitual es aquel que funda, hereda o compra una segunda empresa adicional a la primera”. De la misma manera define a los emprendedores seriales como un emprendedor que funda, hereda o compra una segunda empresa después de que la primera es vendida o cerrada. En la mayoría de las investigaciones las personas que tuvieron experiencia emprendedora en

más de una empresa son considerados emprendedores habituales (Huovinen & Tihula, 2008).

Conjuntamente con la definición, la Tabla 2 proporciona también información acerca del contexto geográfico de realización de los estudios identificados sobre emprendedor habitual. A este respecto, destacar que la mayoría de las investigaciones se han realizado en Reino Unido y USA, mientras que aparecen de manera muy incipiente en África y América, por lo que estudios que aborden otros ámbitos geográficos diferentes son necesarios. Finalmente, la tabla refleja los datos disponibles acerca de la magnitud del fenómeno de los emprendedores habituales reportada en los trabajos identificados y en este sentido se puede observar que la variación en los porcentajes de presencia de los emprendedores habituales puede llegar a variar a causa de la diferente población o del sector industrial donde se aplicó el estudio. Así, por ejemplo, las investigaciones de Alsos (2003) se aplicaron en una población rural. Destaca el caso de Italia donde el 25% de las empresas de manufactura pertenecen al mismo grupo controlado por un emprendedor habitual de portfolio (Iacobucci & Rosa, 2005), explicando en gran parte la dinámica de diversificación y estrategia de los grupos empresariales en ese país.

La reciente publicación del informe *Startup Ecosystem Report 2012* (Startup Genoma, 2012), que intenta describir las características de los mejores ecosistemas de emprendimiento en el mundo, utiliza como una de sus mediciones la proporción de emprendedores seriales que se tienen en el ecosistema. Esto se relaciona con el trabajo de David Hsu, (Hsu, 2007), quien estudia a los emprendedores habituales seriales en los Estados Unidos de Norteamérica y encuentra en su investigación que la experiencia previa de búsqueda de financiamiento para su primer empresa tiene resultados positivos cuando se busca el financiamiento para las empresas subsecuentes.

También la presencia del emprendedor habitual ha sido analizada en Alemania, donde se ha realizado un estudio que identifica sus características y las relaciona con el desempeño de las empresas creadas. En contraste, en otro ámbito completamente diferente, África, también se ha estudiado al emprendedor habitual. En la investigación sobre emprendimiento habitual y su contribución al desarrollo económico en Uganda (Rosa, 2009) se confirma que la actividad de estos emprendedores tiene como resultado un amplio beneficio para sus comunidades aportando más empleos, empresas, impuestos, nuevos productos, etc. Se les define como “un efecto multiplicador” (Rosa, 2009). Sin embargo, queda subyacente el motivo de emprender en estas condiciones tan particulares de una economía poco desarrollada como la de Uganda, encontrando que generalmente se emprende por necesidad, ya que no hay otras oportunidades de emplearse o como una estrategia para continuar el crecimiento de anteriores negocios. Si bien Rosa ya había encontrado en su estudio (Rosa, 1998) que la presencia de los emprendedores habituales se manifestaba en las empresas familiares con mayor frecuencia, la relación hacia las empresas familiares no estaba abordada explícitamente en una investigación hasta que Huovinen & Thiula, (2008) revisan las conexiones entre la empresa familiar y los habituales, confirmando una gran incidencia dentro de este tipo de empresas y un desempeño de la empresa con un mayor crecimiento.

Es aquí donde comienzan a aparecer los estudios dirigidos a explicar la relación de empresas familiares y emprendedores habituales tomando la perspectiva del individuo y enfocando su investigación desde el concepto de *effectuation* donde se explica el emprendedor habitual como quien combina de una manera creativa los recursos que tiene disponibles para crear una nueva empresa (Morrish, 2008) o desde la perspectiva de la empresa familiar como el caso de Plate, Schiede & Von Schlippe (2010) que aplican el constructor de *familiness* para explorar los recursos y capacidades que

influyen en el emprendedor habitual. En esa misma línea de investigación el estudio de Fierro & Kiuviloto (2011) demuestra con un estudio longitudinal cómo evolucionan los emprendedores portfolio en un contexto de empresa familiar y cómo cobran o pierden importancia los recursos de la familia a través del tiempo.

Tabla 2. Definiciones Reportadas y Presencia de los Emprendedores Habituales.

Estudio	Definiciones Operacionalizadas	Contexto Nacional	Habitual	Serial	Portfolio
Cross (1981)	Emprendedor Habitual: Experiencia previa en la fundación de una empresa.	Escocia	11.5%		
Storey (1982)	Emprendedor Habitual: Experiencia previa en la propiedad de una empresa.	Cleveland, Inglaterra	32.0%		
MacMillan (1986)	Emprendedor Habitual: Individuo que ha tenido experiencia en múltiples inicios de empresas y simultáneamente está involucrado en por lo menos dos empresas.				
Ronstadt (1988)	Personas con una carrera independiente, fundadores, aquellos que han creado más de una empresa. (<i>Practicing/ex-Entrepreneur</i>).	USA	39.9%		
Westhead (1988)	Emprendedor Habitual: Experiencia previa en la fundación de negocios independientes.	Gales	34.2%		
Schollhammer (1991)	Múltiples Emprendedores: Personas involucradas en la formación de, que poseen acciones y están involucrados en responsabilidades administrativas en dos o más empresas, mientras estas tengan una identidad legal diferente.	USA, South California	51.0%		
Kolvereid & Bullvag (1993)	Personas que han creado y aún tienen por lo menos dos negocios.	Noruega , Nueva Zelanda, Reino Unido			34% 18% 13%
Birley & Westhead (1993)	Habitual: Fundadores que han establecido por lo menos otro negocio antes de su segunda empresa. Novicios: Individuos sin experiencia previa en la fundación de empresas.	Reino Unido	37.30%		12%a
Kolvereid & Bullvag (1993)	Creadores de empresas experimentados: Fundadores que ha establecido por lo menos una empresa antes de la empresa actual. Creadores múltiples de empresas exitosos: Creadores de empresas que aún tienen su anterior empresa. Portfolio.	Noruega	47.20%		31%
Starr et al. (1993)	Emprendedores experimentados: Individuos con un record de crear, administrar y tener participación accionaria en por lo menos dos nuevas empresas y que eventualmente puedan ser públicas.				
Scott & Rosa (1997)	Múltiples propietarios de empresas: personas que tienen propiedad accionaria en más de un negocio independiente.	Escocia			14%

Alsos & Kolvereid (1998)	Fundadores Novicios: Fundadores que no han comenzado una empresa. Fundadores Seriales : Fundadores que han comenzado por lo menos una empresa previa pero esta, ha sido vendida o cerrada. Fundadores Paralelos: Fundadores que han comenzado por lo menos una empresa previa y aún mantienen la propiedad de esa empresa.	Noruega	35.80%	20.10%	15.70%
Taylor (1999)	Emprendedor Habitual: Experiencia previa en la propiedad.	Inglaterra, Australia, Malaysia	41.8% 49.2% 38.6%	18.5% 23.8% 4.8%	23.3% 25.4% 33.7%
Westhead and Wright (1998a)	Fundador Serial: Individuo que ha vendido su original empresa pero después ha comprado o fundado una nueva. Fundador Portfolio: Individuo que ha mantenido la propiedad de la empresa original que estableció pero que en fechas posteriores fundó o compró otro negocio. Fundador Habitual: Fundador Serial o portfolio.	Reino Unido	37.40%	25.30%	12%
Carter (1998)	Propietarios Portfolio: Propietarios de granjas que han tenido una o más granjas. Actividades diversas en granjas: granjas con otras actividades de negocio, otros negocios localizados en la granja o que pertenecen al granjero.	Inglaterra			21%
Spilling (2000)	Creadores de empresas experimentados: Fundadores que ha establecido por lo menos una empresa antes de la empresa actual. Creadores múltiples de empresas exitosos: Creadores de empresas que aún tienen su anterior empresa. Portfolio.	Noruega	28% de directivos		13% de directivos
Iacobucci (2002)	Grupo Empresarial: Conjunto de empresas, las cuales tienen independencia legal y son controladas por el mismo emprendedor o por miembros de la misma familia.	Italia			25% de empresas
Alsos et al. (2003)	Granjeros Portfolio: Padre o madre de familia que posee o administra un negocio adicional al de la granja.	Noruega			30.90%
Pasanen (2003)	Propietarios Portfolio: Individuos que han sido propietarios de más de un negocio a la vez. Propietarios Seriales: Individuos que han tenido una empresa tras otra pero efectivamente una a la vez. Emprendedores Múltiples: Managers de PYMES que fueron seriales y propietarios portafolio simultáneamente.	Finlandia	50%	10%	40%

Westhead et al. (2003a)	Emprendedores Habituales: Individuos con previa propiedad de la empresa en mayoría o minoría, ya sea como fundador, herencia, compra o negocio independiente al que actualmente se tiene. Emprendedor Serial: Individuo que ha vendido o cerrado una empresa en la cual tenía minoría o mayoría propietaria y en la actual tienen propiedad. En un negocio independiente que ha sido fundado, comprado o heredado. Emprendedores Portfolio: Individuos que actualmente tienen minoría o mayoría propietaria en dos o más empresas independientes ya sean fundadas, compradas o heredadas.	Escocia	43.50%	24.90%	18.60%
Haynes (2003)	Experiencia emprendedora previa: experiencia previa para lanzar una nueva empresa.	USA	29.20%		
Alsos & Carter (2006)	Emprendedor Novicio: emprendedor sin actual o previa propiedad de un negocio. Emprendedor Serial: emprendedor con previa propiedad pero que actualmente no tiene un negocio. Emprendedor Portfolio: Emprendedor que actualmente tiene más de un negocio.	Noruega.	21.50%	13.70%	17.80%
Bengtsson (2007)	Emprendedor Serial: Emprendedores involucrados por lo menos en dos compañías.	USA			
Gompers et al. (2007)	Emprendedores Seriales : Emprendedores que han fundado más de una empresa respaldada por <i>Venture capital</i> (no se distingue entre seriales y portfolio)	USA	7% al 14% dependiendo del año		
Hsu (2007)	Número de Start-up fundadas.	USA	54%		
Ucbasarn et al. (2006a,b, 2008b)	Individuos sin experiencia previa (mayor o menor) en la propiedad de empresas, como fundador, comprador de un negocio independiente que actualmente posee una minoría o mayoría de acciones en un negocio independiente nuevo o comprador. Emprendedor Habitual: Individuos que tienen o han tenido minoría o mayoría accionaria en dos o más empresas y que por lo menos una de ellas fue comprada o fundada. Emprendedores Seriales: Individuos que han vendido o cerrado por lo menos un negocio en el cual tenían minoría o mayoría propietaria y actualmente tienen mayoría o minoría propietaria en otro negocio independiente. Emprendedores Portfolio: Individuos que actualmente tienen minoría o mayoría propietaria en varias empresas.	Reino Unido	51.80%	22.20%	29.60%
Huovinen & Tihula (2008)	Emprendedor Habituales: individuo que es propietario o ha sido propietario por lo menos de dos empresas independientes.	Finlandia	82%		

Morrish, (2008)	Emprendedor Habitual: Individuo que tiene o ha tenido minoría o mayoría accionaria en dos o más empresas y que por lo menos una de ellas fue comprada o fundada.	Nueva Zelanda			
Rosa (2009)	Múltiples propietarios de empresas: Personas que tienen propiedad accionaria en más de un negocio independiente.	Uganda			
Iacobucci & Rosa, (2010)	Múltiples Propietarios de Empresas: Personas que tienen propiedad accionaria en más de un negocio independiente.	Italia			
Plate, Schiede, Schilipe, (2010)	Emprendedores Habituales: individuos que son propietarios o han fundado múltiples empresas. (McMillan,1986)	Alemania			
Fierro Malfese, Kiviluoto Niklas, (2011)	Emprendedor Habitual: individuos que actualmente tienen mayoría o minoría accionaria en dos o más negocios independientes.	Malawi			
Sieger, Zellweger, Nason, Clinton, (2011)	Emprendedores Habituales Portfolio: Individuo que simultáneamente tiene la propiedad y está comprometido en varias empresas.	Irlanda, Francia, Chile, Guatemala.			
Thorgen & Wincent (2013)	Emprendedores que son dueños de dos o más Startup o han estado en diferentes comprometidos con diferentes negocios.	Suecia	40%		
Westhead & Wright (2015)	Individuos que tienen o han tenido propiedad mayoritaria o minoritaria en dos o más empresas y que por lo menos una de ellas fue establecida o comprada.	Alta proporción en: UK, USA, Finlandia, Australia, Noruega Ghana, Suecia, Malaysia.			

Ucbasaran, Baldacchino & Lockett (2013).	Individuos que tienen o han tenido propiedad mayoritaria o minoritaria en dos o más empresas y que por lo menos una de ellas fue establecida o comprada. Emprendedor que Repite.				
Rosa, Howorth, & Discua Cruz. (2014)	Creadores de Empresas, más de una experiencia de Emprendimiento, Emprendedores especiales que comienzan una sucesión de nuevos negocios.				
Sánchez, López & Serrano (2015)	Aproximación a la dimensión del fenómeno del emprendedor habitual en España así como a sus principales características.	España	70.37%	26%	74%

Fuente: Elaboración propia, basado en Ucbasaran, Alsos, Westhead & Wright (2008)

1.3 Diferentes líneas de investigación del emprendedor habitual.

Para la identificación de las líneas de investigación sobre el emprendedor habitual se realizó una compilación de los trabajos reportados en el estudio de Ucbasaran, Alsos, Westhead & Wright, (2008) más los estudios encontrados a la fecha, lo que nos permite tener un panorama más amplio de la literatura desarrollada hasta nuestros días.

La investigación de los emprendedores habituales a través del tiempo permite constatar que en la década de los 70 y 80 del pasado siglo pasó de simplemente observar la magnitud de su presencia a conocer sobre los recursos y comportamientos asociados a estos emprendedores habituales (Ucbasaran, Alsos, Westhead & Wright, 2008). Hacia la década de los 90s la tendencia de las investigaciones del emprendimiento habitual fue a demostrar estadísticamente las relaciones del perfil del emprendedor (características demográficas y psicológicas) y las características de las empresas creadas por los emprendedores habituales. Las últimas investigaciones están centradas en observar los antecedentes personales y el contexto, las motivaciones y perfil del capital humano para ser un emprendedor habitual.

Por lo que se refiere a las metodologías utilizadas, la mayoría de los estudios en emprendedores habituales se ha desarrollado con métodos cuantitativos utilizando encuestas postales y los estudios más recientes han venido utilizando tanto el método cuantitativo como cualitativo (Ucbasaran, Alsos, Westhead & Wright, 2008). En particular se sugiere el método de casos para examinar cada una de las empresas del emprendedor habitual e identificar sus motivaciones, explicar cómo fue el proceso de identificación de oportunidades y el desempeño de la empresa. Los estudios cualitativos pueden ayudar a comprender el grado en el que el aprendizaje se lleva a

cabo entre las empresas pertenecientes a los empresarios habituales o el grado en que los recursos que tienen son relevantes para el emprendedor habitual. De una manera similar es necesario comprender cómo los emprendedores seriales y portfolio aprenden de sus anteriores experiencias. Para los propósitos de entender la creación de riqueza está la necesidad de entender la calidad más que la cantidad de la experiencia adquirida anteriormente. Pocos son los estudios que hacen una relación con un contexto particular como la empresa familiar por lo que la oportunidad de aportación al campo de investigación está latente.

Al realizar una revisión de la literatura del emprendedor habitual se clasificaron los diferentes estudios de acuerdo a sus preguntas de investigación, encontrando cinco principales líneas con las que se ha abordado al emprendedor habitual para las cuales se han creado tablas de las diferentes investigaciones y son las siguientes:

1. Antecedentes y características del emprendedor habitual.
2. Motivación del emprendedor habitual
3. Desempeño del emprendedor habitual
4. Obtención y ensamble de recursos del emprendedor habitual
5. Emprendedor habitual y contexto.

A continuación se comenta cada una de las líneas de investigación.

1.3.1 Antecedentes y características del emprendedor habitual.

La primera de las líneas de investigación es la que estudia a los antecedentes y las características del individuo. Como podemos observar en la Tabla 3, dentro de esta línea, que tiene su inicio en 1988 y se encuentra integrada por un total de 19 trabajos, la mayoría de los estudios son de carácter cuantitativo, comenzando a aparecer

estudios de carácter cualitativo y longitudinal posteriormente pero con mucha menos presencia. Los primeros estudios comenzaron a responder a la pregunta de ¿quién es el emprendedor habitual?, encontrando que en su gran mayoría el emprendedor habitual es más joven y con mayor preparación académica que un emprendedor novicio. Así lo demuestran los estudios realizados principalmente en granjas en la zona rural Noruega de Carter (1998). Por su parte, en un estudio más reciente en Alemania en una zona urbana se encuentra el mismo resultado, los emprendedores habituales comienzan más jóvenes su primer emprendimiento y tienen mayor preparación académica (Weiss, 2008)

Una de las características que se relacionan con el emprendimiento es la capacidad de identificar y explotar las oportunidades. Westhead (2009) sugiere estudiar la relación entre el capital humano y la identificación de oportunidades. Los estudios arrojan resultados como que los emprendedores habituales pueden identificar más oportunidades que los novicios, por lo que se sugiere que se apoye a los emprendedores con experiencia previa. Robson et al. (2012) hacen una investigación donde observan la relación del capital humano -en específico la experiencia previa de negocio- con la identificación de oportunidades, operacionalizándola como la intensidad con la que exporta sus productos ese emprendedor habitual tanto serial como portfolio en un país como Ghana. Es sustento de su investigación que en un país como Ghana el marco de regulaciones se percibe débil y las instituciones de apoyo no tienen una gran capacidad para apoyar a las empresas, lo que genera un contexto de incertidumbre que en su hipótesis es reducido por los emprendedores gracias a su experiencia previa emprendedora. En particular la relación la vincula con el dato de ventas generadas en exportación. El estudio soporta que los emprendedores habituales tienen una mayor intensidad exportadora que los emprendedores novicios,

y en particular el emprendedor portfolio más que los emprendedores seriales. Se sugiere que este tipo de emprendedores son los que deben de ser apoyados en el diseño de las políticas públicas, como por ejemplo lo que sucede con los inversionistas de *venture capital* quienes apuestan por emprendedores con experiencia, aun cuando ésta haya fracasado.

La experiencia previa a iniciar la empresa es otra característica que se ha relacionado con la supervivencia de la empresa en la etapa temprana. La experiencia previa que pueda tener el fundador, sus conocimientos y capacidades son componentes del capital humano que determinen la supervivencia del emprendimiento (Ucbasaran, Baldacchino, & Lockett, 2013). Las condiciones en las que se emprende - emprendimiento sin empleo o con empleo- son diferentes, y los resultados arrojan que los primeros no identifican las mejores oportunidades. Algo que concuerda con la teoría en el emprendimiento por necesidad, donde lo que se busca es subsistir económicamente. Otros factores determinantes del éxito se encontraron en la experiencia en la misma industria, experiencia gerencial y educación general (Baptista, Karaöz & Mendonça, 2007). Al estudiar las características del emprendedor habitual también se desarrolló un estudio donde se revisaron las diferencias de capital humano entre hombres y mujeres, destacando el ímpetu para emprender en los emprendedores seriales y portfolio hombre, y para el caso de las mujeres, destacando la identificación de oportunidades, mentores y naturaleza del trabajo y otros factores como educación, experiencia administrativa y capital emprendedor. Diferentes detonadores son los que ocurren en hombres y mujeres para repetir el emprendimiento. Los motivadores encontrados para las mujeres son la autonomía y el cambio (Barnir, 2014). Mientras que tienen aversión al riesgo, sin embargo buscan actividades más retadoras que los hombres. Para los hombres la identificación de una

oportunidad para generar riqueza es el motivador identificado. Otro de los resultados importantes es que para el caso de las mujeres se encuentran algunos inhibidores como los estereotipos o reglas sociales, acceso a recursos y falta de experiencia, de ahí que el rol de un mentor es altamente valorado para emprender (Barnir, 2014).

Algunas de las conclusiones de la línea de investigaciones de antecedentes y características del emprendedor habitual son:

- Los estudios indican que los hombres han emprendido más que las mujeres.
- En cuanto a la edad, si bien tienden a ser un poco mayores los emprendedores seriales que los portfolio, no se ha encontrado una diferencia significativa.
- Los antecedentes de padres con actividad emprendedora y emprendedora con mayor educación son también una tendencia mayor en los emprendedores habituales.
- Se ha encontrado que la experiencia en gestión ha sido significativa en todos los tipos de emprendedores, es decir los emprendedores han tenido como experiencia una actividad de gestión antes de emprender el negocio. Otra de las dimensiones interesantes para conocer a los emprendedores es la formación de equipos, muchas de las veces los emprendedores sabedores de sus deficiencias buscan complementarse con otros para la consecución de su empresa. No fue encontrada una diferencia significativa en la formación de equipos emprendedores.

Tabla 3. Antecedentes y características del emprendedor habitual.

Columnal	Preguntas de Investigación	Perspectivas Teóricas	1	2	3	4	Método de Recolección de Datos	Tamaño de Muestra	Tipo de Análisis	Hallazgos Clave
Ronstadt (1988)	Presencia de Emprendedores Habituales. Características de las carreras de los emprendedores.	Hipótesis / propuestas derivadas sin una relación a una teoría específica.	X			X	Base de datos de exalumnos, emprendedores y ex emprendedores.	1537	Estadística descriptiva	Presencia importante de emprendedores múltiples. Segunda empresa es creada frecuentemente al inicio de la carrera como emprendedor. Se encuentra el principio de: La acción de comenzar una nueva empresa permite al emprendedor ver nuevas oportunidades. Desempeño del emprendedor: Múltiples empresas relacionadas con carreras largas de emprendedor.
Birley & Westhead (1993)	Diferencias en las características entre emprendedor habitual y novicio.	No se estableció una perspectiva teórica.	X			X	Encuesta postal	284	Análisis bivariado. Discriminantes.	Características del Emprendedor: El emprendedor habitual comienza joven reportan héroes como <i>role models</i> y tienen el respaldo financiero de amigos y familia. En cuanto al desempeño de la empresa no se reportó alguna diferencia.
Kolvereid & Bullvag (1993)	Diferencias entre fundadores novicios y experimentados en relación a sus características personales, habilidad para adquirir recursos y desempeño de la empresa.	No se estableció una perspectiva teórica.	X			X	Encuesta postal	209 (24%)	Estadística descriptiva. Chi cuadrado.	Emprendedores con experiencia obtienen más recursos que los novicios, tienden a estar en ambientes más complejos en relación a sus nuevos negocios. No se encontraron diferencias en el desempeño de las empresas.

Carter (1998)	Empresas creadas por granjeros. Características de los propietarios portfolio o granjeros mono activos.	No se estableció una perspectiva teórica.	X			X	Encuestas postales a granjeros propietarios.	296 (29.6%)	Análisis bivariado.	Alta presencia de emprendedores portfolio en el sector de granjas, particularmente entre los más jóvenes y preparados. Actividades adicionales pueden ser vistas como un continuo de la diversificación de la propiedad de múltiples negocios. . Características del Emprendedor: Son jóvenes, entrenados en agricultura, <i>management</i> , finanzas, marketing. Las empresas del emprendedor portfolio muestran una mayor complejidad estratégica.
Westhead & Wright (1998a)	Características y Diferencias en el comportamiento de los emprendedores Novicios, Seriales y Portfolio.	Hipótesis y proposiciones no están ligadas a una perspectiva teórica.	X			X	Encuesta postal	621	Análisis bivariado y discriminante.	Los emprendedores habituales no son un grupo homogéneo. Diferencias encontradas respecto al antecedente de padres, experiencia de trabajo, edad del primer <i>Startup</i> , motivación, actitudes al emprendimiento y fuentes de recursos utilizadas. No se reportaron diferencias en el desempeño de las empresas fundadas por diferentes emprendedores.
Westhead & Wright (1998c)	Características y desempeño de los emprendedores novicio, serial y portfolio y emprendedores portfolio en áreas rurales.	Hipótesis y proposiciones no están ligadas a una perspectiva teórica.	X			X	Encuesta postal	621	Análisis bivariado y discriminante.	Características de los emprendedores: varias diferencias entre los emprendedores novicio, serial y portfolio en cuanto a sus antecedentes personales, experiencia en el trabajo, motivaciones, actitudes y financiamientos. No se encontró diferencia en el desempeño de la empresa en áreas rurales y

										urbanas.
Carter (2001)	Diferencias entre los granjeros en relación a su proclividad a actividades adicionales de negocios. Diferencias en granjeros mono activos, estructuras de diversificación y emprendedores portfolio.	No se estableció una perspectiva teórica.	X			X	Encuesta Postal a Granjeros propietarios.	296 (29.6%)	Estadística Descriptiva, Multivariado granjeros monoactivos.	Los emprendedores portfolios son más jóvenes y mejor entrenados en agricultura, administración, marketing y finanzas, esto en comparación con los granjeros mono activos.
Ucbasaran, Wright, Westhead & Busenitz (2003)	Diferencias entre los emprendedores habituales y novicios en relación a la identificación de la oportunidad.	No se estableció una perspectiva teórica.	X			X	Encuesta postal empresas independientes.	773 (17.9%)	Análisis bivariado.	Comportamiento, Emprendedores habituales identifican más oportunidades y más oportunidades innovadoras, Manejan mejor la información de financieros, empleados, consultores. Los emprendedores individuales parece ser que identifican más oportunidades conectadas con problemas y que una oportunidad te guía a otra oportunidad y así sucesivamente, disfrutan estar buscando oportunidades.
Ucbasaran, Wright & Westhead (2003)	Relaciones entre la experiencia previa de tener empresas y la búsqueda de información y la explotación de la oportunidad. Diferencias entre los emprendedores habituales Starter y Comprador.	Capital Humano		X	X		Casos de Estudio.	8		Comportamiento: La experiencia previa de propietario está asociada a la acumulación de recursos, información y un comportamiento de búsqueda de oportunidades. Las relaciones difieren de los compradores habituales y los

										emprendedores habituales de empresas. La experiencia de ser propietario está ligada al desarrollo del capital humano. Los emprendedores incrementan su capital humano si aprenden de sus experiencias.
Alsos & Kaikkonen (2004)	Identificación de los procesos de generación de oportunidades. En qué sentido el conocimiento previo y la experiencia del emprendedor están relacionadas a los diferentes tipos de procesos.	Reconocimiento de oportunidades.	X			X	Entrevista personal de profundidad.	59 procesos de generación de oportunidades identificados a partir de 31 entrevistas a granjeros		Identificación de oportunidades: Cuatro tipos de identificación de oportunidades fueron encontradas en dos dimensiones: búsqueda activa o pasiva y descubrimiento objetivo y creación subjetiva. Diferencias encontradas en los tipos de proceso en relación a oportunidad, uso de conocimiento previo, cantidad de innovación, enfoque de mercados y potencial de crecimiento.
Westhead et al. (2004)	Diferencias entre los emprendedores seriales, portfolio. Implicaciones para política pública.	No se estableció una perspectiva teórica.	X			X	Encuesta Postal	354 (12.2%)	Análisis bivariado.	Novicios, Seriales y Portfolio reportan diferencias de capital humano y comportamientos diferentes. Se recomienda la dirección de recursos y apoyos a los emprendedores que han tenido éxito. Necesidad de identificar barreras para las subsecuentes empresas.
Westhead et al. (2005 ^a)	Diferencias entre los emprendedores novicio, serial y portfolio en relación a las decisiones, acciones, desempeño y aspiraciones.	Reuber and Fischer's Marco de la experiencia del fundador.	X			X	Encuesta postal	354 (12.2%)	Análisis bivariado.	El emprendedor portfolio y serial utilizan más fuentes de información y utilizan su experiencia previa de negocio para potenciar sus redes de información. Diferencias en la identificación y búsqueda de información. Emprendedores portfolio identifican más

										oportunidades y se enfocan en las necesidades del cliente, reportan que alertan a otras empresas de las oportunidades. Los portfolios consiguen más financiamiento. La intención de adquirir o fundar un nuevo negocio es más común en el emprendedor portfolio.
Westhead et al. (2005c)	Diferencias entre los emprendedores novicios, seriales y portfolio en las relación a las características, comportamientos y desempeño.	No se estableció una perspectiva teórica.	X			X	Encuesta postal.	354 (12.2%)	Análisis bivariado	Características del emprendedor: Emprendedores Portfolio tiene diversas experiencias. Son más motivados por el reto de comenzar una empresa. La mayor proporción de empresas de habituales fueron comenzadas en equipo. El emprendedor portfolio es más innovador pero disfruta menos el inicio de sus nuevos proyectos. En cuanto a Comportamiento: los emprendedores portfolio utilizan una red más amplia de recursos e identifican más oportunidades. En cuanto a recursos: Los emprendedores portfolios logran mayor financiamiento inicial e invierten menos sus ahorros personales. Los emprendedores portfolios se concentran más en las habilidades organizacionales.
Baptista, Karaöz, & Mendonça, (2007)	Antecedentes de capital humano para el éxito de las <i>start ups</i> .	Teoría del Capital Humano.	X			X	Base de Datos SISED	9110	Modelo Logit	Se evalúa la relación de antecedentes del fundador con la capacidad de la empresa para sobrevivir los primeros años. Se encontró que la naturaleza del

										emprendimiento define la sobrevivencia de la empresa.
Wiklund & Shepherd (2008)	Que factores tienen influencia en la elección de los fundadores para crear otras empresas independientes de la actividad. ¿Cuáles son las formas de organizarse de los emprendedores para los nuevos negocios?	Teoría de Recursos y Capacidades, Teoría de Capital Humano.	X		X		Encuesta Postal	2253	Probit	Características y Recursos: Fundadores con alto nivel educativo, son emprendedores habituales, han desarrollado una red de contactos y están ligados a las agencias de financiamiento. Se tiende a organizar el siguiente negocio desde el negocio original.
Weiss(2008)	¿Cuál es la población y características de los emprendedores habituales en Alemania? ¿Relación del emprendedor habitual con el desempeño de las empresas fundadas?	No se estableció una perspectiva teórica.	X				Cuestionario Online, Unipark software. XING comunidad online de emprendedores en Alemania.	217 cuestionarios.	Estadística Descriptiva, Regresión.	Se encontró una gran proporción de emprendedores habituales. 43.2%. Los emprendedores habituales tienden a comenzar más jóvenes sus empresas, en promedio son más jóvenes que los otros tipos de emprendedores. Se observa un nivel académico mayor en los habituales. Aparecen con más antecedentes familiares de empresa. Tienen un mejor desempeño las empresas de los
Robson, Akuetteh, Westhead & Wright, (2012)	Se revisa como la experiencia previa está asociada a la explotación de oportunidades, asociada a la intensidad para exportar.	Capital Humano	X				Cuestionarios Ghana.	432 cuestionarios.	Regresión Multiple.	Los emprendedores portfolios reportan notable una intensidad mayor para exportar que otros tipos de emprendedores.
Ucbasaran, Bladaccino & Lockett (2013)	De la revisión de las características de los emprendedores, se estudian aquellos que han tenido experiencia previa lo que supone desarrolla patrones para ser aprovechados en futuros emprendimientos.	Capital Humano.					Teórico			Se argumenta la intersección de las características del emprendedor, su experiencia previa y el desarrollo de la intuición para emprender.

Barnir, A. (2014)	Diferencias de género del emprendedor habitual.	Capital Humano/Teoría del Aprendizaje.	X			X	Entrepreneurial Dynamics II (PSED II)		Panel	Investiga las diferencias de género para los emprendedores habituales. Los resultados muestran que el capital humano tiene mayor impacto en las mujeres que en los hombres para emprender. Educación, mentores, naturaleza del trabajo.
-------------------	---	--	---	--	--	---	---------------------------------------	--	-------	---

Nota: 1= Cuantitativo 2= Cualitativo 3= Longitudinal 4= *Cross-section*

Fuente: Elaboración propia

1.3.2 Motivación y factores psicológicos en el emprendedor habitual.

Después de estudiar las características demográficas de los emprendedores habituales y hacer comparaciones con ellas, una línea de investigación que aparece lógicamente es conocer los factores psicológicos que motivan o detonan el emprendimiento repetido. A continuación se presentan algunos de los estudios más recientes en esta línea de investigación que se pueden observar en la Tabla 4. Los estudios identificados dentro de esta línea integrada por 11 trabajos publicados a partir de 1999 han sido tanto cuantitativos como cualitativos, apareciendo una oportunidad para los estudios longitudinales ya que se ha observado que las motivaciones son dinámicas en los emprendedores habituales.

Se han realizado estudios dirigidos a identificar las diferencias entre los emprendedores habituales y los novicios en cuanto a su tendencia a tener pasión por emprender (Torgen & Vincent, 2013). Cuando se busca estimular el emprendimiento una de las estrategias es despertar esa pasión en los individuos, por ejemplo a través de testimonios de *role model* que puedan inspirar y motivar a la acción a los potenciales emprendedores. Otro estudio (Spivack, McKelvie & Haynie, 2014) hace referencia a la posible adicción a emprender, haciendo una analogía con los adictos al alcohol y los adictos al juego. Para algunos emprender un negocio es suficiente, pero para otras personas el comenzar otra vez un negocio se convierte en un hábito. Algunas de las características que reporta el estudio como características psicológicas de los emprendedores son el alto nivel de necesidad de realización, fuerte creencia en la habilidad para controlar su destino, toma de riesgo calculado, tolerancia a la ambigüedad y el deseo de independencia. El emprender un negocio lleva a un cúmulo de experiencias de este tipo que generan emociones con las que se siente bien el individuo. El estudio pone también de manifiesto que la adicción al emprendimiento

puede ser dañina ya que el emprendedor puede llegar a emplear tiempo y dinero en aras de lograr sus objetivos emprendedores pero sacrificando su calidad de vida en salud y familia, lo que al final impacta de manera negativa a estos individuos (Spivack, McKelvie & Haynie, 2014)

Aparentemente los emprendedores habituales son más optimistas, aunque luego ajustan sus expectativas y visión a una más objetiva y realista (Robson et al. (2012). También se reportan diferencias en cuanto a su actitud al emprendimiento, el emprendedor portfolio tiende a ser más creativo e innovador que el novicio. Otra aportación de Robson et al. (2012) detecta que los emprendedores habituales son más innovadores, desarrollando e introduciendo nuevos productos o servicios en el mercado en mayor medida que el perfil del emprendedor novicio. También es importante tomar en cuenta esta distinción, ya que los emprendedores habituales en potencia estarían proponiendo empresas que generan mayor valor agregado con estas innovaciones (Robson et al., 2012)

El estudio de Nielsen & Sarasvathy (2011) prueba que los emprendedores que han fracasado en su primer intento de negocio pero tienen persistencia bajo condiciones de haber aprendido y tener emociones positivas, van a volver a intentarlo. También distingue al grupo de emprendedores que al cerrar su primer intento de negocio quedan con emociones negativas y no tuvieron un aprendizaje activo.

En el trabajo de Gordon & Steffens (2009) se examina la experiencia adquirida en previos emprendimientos en tres dimensiones: motivaciones, acciones y expectativas, comparándolas en los emprendedores novicios y exitosos. Los resultados encontrados muestran que el emprendedor habitual logra identificar la oportunidad de negocio pero evalúa con su experiencia las dificultades que pudiese enfrentar para el logro del

negocio, lo que abre un camino de investigación a si todos los emprendedores habituales se comportan de la misma manera (Gordon & Steffens, 2009). Otro de los hallazgos de este trabajo es que los emprendedores habituales tienden a tener más socios que los emprendedores novicios. Por lo que debería de diseñarse el apoyo a los emprendedores de acuerdo a sus características.

Un reto en la literatura es explorar más la relación de cómo los fracasos en intentos previos desarrollan la competencia emprendedora para subsecuentes emprendimientos (Hsu & Wiklund, 2010). En algunos estudios el observar el número de intentos fallidos al emprender en relación con el éxito que se tiene en posteriores empresas da lugar a cuestionar el ¿cómo es que aprende el emprendedor habitual de los fracasos?, ¿por qué lo sigue intentando?, ¿en realidad utiliza lo que aprendió en emprendimientos previos? Se sugieren estudios longitudinales y etnográficos para conocer más de esta caja negra de “¿cómo aprenden los emprendedores habituales?” (Politis & Gabrielsson, 2007).

Podríamos pensar que cuanto más se emprende y se tiene éxito se alimenta la autoconfianza y se vuelve a emprender. Sin embargo, se encuentra que esto mismo ocurre cuando el emprendimiento no tuvo éxito. En el estudio de Hsu y Wiklund (2010) se obtuvo que en gran proporción los emprendedores que han intentado y fallado en su intención emprendedora lo vuelven a intentar. Se construye un constructo para entender cómo el efecto de ser dueño de empresa genera emociones positivas en los individuos. Es decir, el factor psicológico de saberse dueño de empresa y luego perder la empresa genera un estado de recuperación en el individuo que se traduce en un nuevo intento de emprender (Hsu & Wiklund, 2010).

Este enfoque psicológico entra en contraste con motivaciones que anteriores estudios

se habían hecho al emprendedor habitual (Rosa & Scott, 1999a) donde se entrevistaron emprendedores habituales para conocer cómo y porqué fueron añadiendo negocios al grupo. Las motivaciones citadas fueron:

- El deseo de diversificarse en nuevos mercados.
- Disminuir el riesgo y enfrentar la adversidad.
- Proteger una zona o una marca.
- Añadir valor a un negocio previo.
- Apoyar a un amigo o familiar.
- Reducir costos.

Claramente el enfoque de toma de decisiones de negocios presenta motivaciones muy distantes de las motivaciones psicológicas. Posiblemente lo que deba de estudiarse es el momento y contexto en el que ocurren estos detonadores, en una etapa muy temprana de la empresa o ya en su operación.

Algunas de las conclusiones de la línea de investigación motivación y factores psicológicos del emprendedor habitual son:

- Los motivos que se han identificado para emprender son: el deseo de independencia, el deseo de autonomía, el deseo de generación de riqueza personal. Los resultados de los estudios no arrojan una diferencia significativa en los niveles de autonomía pero sí en el deseo de generación de riqueza personal para los emprendedores habituales.
- Se han encontrado algunas diferencias en las actitudes de los emprendedores. En particular, los emprendedores iniciales encuentran más desalentador comenzar un negocio que los emprendedores habituales.

- Los emprendedores habituales portfolios reportaron mayores niveles de innovación en la introducción de productos, procesos de producción, y cultura de innovación en sus empresas.
- Uno de los hallazgos importantes es que los emprendedores habituales portfolios suelen ser más creativos al utilizar nuevas formas de combinar los recursos y gestionar.
- Se encuentra que los emprendedores habituales buscan más información que los iniciales, ya que estos no saben todavía qué pueden buscar. La red de búsqueda de información de los emprendedores habituales ya ha sido desarrollada. La red social es importante.
- La experiencia previa permite a los habituales portfolios estar más alertas para las oportunidades de mercado.
- Aquellos que han fracasado más son los emprendedores que perciben el mayor número de oportunidades de mercado.
- No todas las oportunidades que se identifican se explotan. Existe diferencia significativa sobre los emprendedores habituales de portfolio, ya que son más propensos a explotar la oportunidad.
- Los emprendedores habituales portfolios están más orientados al crecimiento y la innovación.
- La motivación puede ser dinámica, en una primera etapa podría ser el motivador de necesidad económica que con el tiempo podría convertirse en una motivación de realización o aprovechamiento de oportunidades.

Tabla 4. Motivación y factores psicológicos del emprendedor habitual.

	Preguntas de Investigación	Perspectivas Teóricas	1	2	3	4	Método de Recolección de Datos	Tamaño de Muestra	Tipo de Análisis	Hallazgos Clave
Scott & Rosa (1997) Rosa & Scott (1999b)	Evaluación cuantitativa de la importancia de tener experiencia propia para la formación de nuevas empresas.	No se estableció una perspectiva teórica.	X			X	Dunn & Bradstreet Datos de nuevas empresas escocesas, registros de empresas en crecimiento.	7,316 600 209	Estadística Descriptiva.	Presencia de propietarios múltiples y altas relaciones entre sus empresas. Empresas de propietarios múltiples son más grandes y se incorporan a otras empresas. Los hombres tienden a tener múltiples negocios. Motivación: Una parte significativa de las nuevas empresas son parte de una estrategia de crecimiento más que <i>start ups</i> .
Wright et al. (1997a)	Motivaciones y características de los tipos de emprendedores. El rol de consejeros profesionales y financieros es reportado por los emprendedores seriales.	No se estableció una perspectiva teórica.	X			X	Entrevistas de profundidad con emprendedores seriales.	13		Motivación: la motivación varía entre la primera y subsecuentes emprendimientos. El proceso de búsqueda de oportunidades varía en los emprendedores seriales y refleja diferencias en motivación. El desempeño de las firmas aparece positivo o negativo en las siguientes empresas. El rol de inversionista activo cambia de la primera a las siguientes empresas.
Rosa (1998)	Creación y adquisición de múltiples empresas como un procesos emprendedor vs el proceso de estrategia de diversificación. Características del proceso. Relaciones entre la experiencia previa de emprender y performance.	No se estableció una perspectiva teórica.		X		X	Casos de estudio , entrevistas personales, datos adicionales.	23	Genealogía de empresa y la historia de vida.	Características del emprendedor: Antecedentes y naturaleza del emprendedor, naturaleza de la empresa, estrategias utilizadas para crear la empresa. El desarrollo de clúster y respaldo de socios como estrategia de diversificación. Comportamiento no consistente.

CAPÍTULO 1

										Emprendedor solitario
Rosa & Scott (1999a)	Diversificación como estrategia de crecimiento. Tipos de estrategias de diversificación.	No se estableció una perspectiva teórica.		X		X	Casos de Estudio, Entrevistas.	23	Genealogía de empresa y la historia de vida.	Estrategias: Varias estrategias de diversificación fueron identificadas entre las empresas de alto crecimiento, indicando que el crecimiento está asociado con la formación de negocios. Los emprendedores más exitosos persiguen la diversificación. El crecimiento de clúster está ligado a la creación de nuevos negocios más que la adquisición.
Alsos et al. (2003)	Cuáles son las motivaciones para que los granjeros inicien un nuevo negocio y como hay diferencias en la motivación relacionadas a las características de una nueva empresa.	Reconocimiento de Oportunidades, Teoría de Recursos y Capacidades, sociología rural.		X		X	Entrevistas personales en profundidad.	16 granjeros portfolio.		Emprendedor y características de la empresa: Emprendedores Heterogéneos. Tres tipos de emprendedor identificados en base a su motivación principal para comenzar una nueva empresa. Diferencias en la forma que identifican y explotan las oportunidades. Explotación de recursos.
Haynes (2003)	.La relación entre la insatisfacción de trabajos previos, el uso de experiencia emprendedora previa.	Hipótesis y proposiciones no están ligadas a una perspectiva teórica.	X			X	Entrevista telefónica con fundadores de empresas.	195	Análisis bivariado.	Recursos: Emprendedores con experiencia en el mismo sector es más fácil que utilicen su experiencia. Sus empresas reportan ser más grandes en términos de empleos y utilizan diferentes fuentes de capital. El desempeño de la empresa es mayor cuando es de un emprendedor con experiencia, medido

										en ventas.
Mosey & Wright (2007)	Cómo las diferencias en capital humano son derivadas de la experiencia emprendedora previa de académicos emprendedores (Nacientes, novicios, habituales). Influencia para el desarrollo de capital social que puede ayudar al desarrollo de la empresa.	Teoría de Capital Humano y Social		X	X		Entrevistas y Archivo	24 emprendedores académicos y 18 profesionales de negocios.		Los emprendedores habituales tienen una red más amplia para obtener financiamiento y conocimiento de gestión de negocios. Los emprendedores nacientes y novicios encuentran grandes huecos entre la ciencia, redes de contactos y tienen una habilidad reducida para reconocer oportunidades y ganar credibilidad para sus incipientes empresas.
Gordon & Steffens (2009)	Relación de las motivaciones de los emprendedores habituales y las acciones que toman para emprender. Diferentes expectativas, trata de responder al porque y al cómo se emprender. Revisa la motivación- experiencia y expectativas.	Capital Humano		X			Cuestionario, CAUSEE.	1100 Australia,	Regresión. Varianza Chi cuadrada.	Como resultado se encuentra que el emprendedor habitual portfolio busca crecer su empresa tanto como se pueda.
Hsu & Wiklund (2010)	Experiencia previa influencia el volver a emprender. Se evalúa esta intención. Mayor enfoque en emprendedores seriales.	Autoeficacia y Perspectiva.		X			Cuestionario Estudiantes de Curso de Emprendimiento.	209 estudiantes	Descriptiva Regresión lineal.	Se encuentra una autoeficacia regular o baja cuando se reintenta emprender. La motivación por necesidad.
Nielsen & Sarasvaty (2011)	Busca explicar el performance del emprendedor de acuerdo a la comparación de características y suerte vs habilidades y aprendizaje.	Capital Humano Aprendizaje.		X			Dase de Datos IDA Dinamarca.	1875 emprendedores	Probit	La persistencia paga a aquellos emprendedores que tienen cierto grado de capital social y humano.
Thorgen & Wincent (2013)	¿Existe diferencia en la pasión al emprender de un emprendedor novicio a uno habitual?	Modelo Dual de Pasión					Selección aleatoria de emprendedores 2008 que registraron		Regresión Logística	Los emprendedores habituales reportan un nivel mayor de pasión.

							empresa.			
Spivack, McKelvie & Haynie. (2014)	¿La Experiencia de Emprender tiene impactos emocionales, fisiológicos y psicológicos que refuerzan el comportamiento de emprender?	Teoría del Comportamiento					Entrevista	29 entrevistas	Casos de estudio	Los aspectos psicológicos, fisiológicos y emocionales de la experiencia de emprender refuerzan el comportamiento a repetirlo.

Nota: 1= Cuantitativo 2= Cualitativo 3= Longitudinal 4= *Cross-section*

Fuente: Elaboración propia

1.3.3 Desempeño y contribución del emprendedor habitual a la economía.

Tradicionalmente en las investigaciones se ha venido revisando el desempeño y la contribución de los emprendedores habituales a la economía con los resultados que obtiene la empresa creada. Como podemos observar en la Tabla 5, casi en su totalidad los 11 estudios que integran esta línea son cuantitativos, encontrando sólo uno con metodología cualitativa. Una de las razones es esta asociación de magnitudes numéricas como las ventas y los empleos generados, sin embargo el desempeño del emprendedor habitual podría observarse también en los años de supervivencia de las empresas creadas. Centrándonos en los principales resultados de las investigaciones de desempeño y contribución del emprendedor habitual, se observa que la aportación de los emprendedores habituales ha sido subestimada ya que en investigaciones previas el foco de atención eran las empresas en etapas tempranas o pequeñas empresas. Ello solamente permitiría ver los resultados de contribución de riqueza de una parte del conjunto de los emprendedores habituales, dado que los emprendedores habituales no sólo existen en este conjunto, si los observamos en los grandes grupos industriales vamos a encontrar que la contribución que hacen a la economía es más grande de lo que se pensaba.

Desde los primeros estudios del emprendedor habitual ya se encontraba que los subsecuentes emprendimientos estaban relacionados con el sector de actividad de la primera empresa (Schollhamer, 1991) y la experiencia del fundador estaba relacionada con el desempeño de la empresa (Ruber & Fisher, 1994). Ambas características se encuentran posteriormente en un estudio realizado en Italia, donde se ubica al emprendedor habitual como un “efecto multiplicador” que genera más empresa, empleo, pago de impuestos, etc. (Rosa, 2009).

Algunos resultados que pueden medirse como consecuencia del emprendimiento habitual, son, por ejemplo, la creación de empleos o el nivel de ventas que generan sus empresas. Los datos reportados para las ventas indican que éstas son significativamente superiores en las empresas de emprendedores habituales respecto a las de emprendedores seriales y novicios. En una gran proporción los emprendedores portfolio y seriales reportan ganancias mayores que los emprendedores novicios (Amaral, Baptista & Flores, 2014). El tamaño de las empresas creadas por los habituales es mayor que las empresas creadas por los emprendedores novicios (Westhead & Wright, 2015).

Algunas de las conclusiones de la línea de investigación desempeño del emprendedor habitual son:

- Las empresas de los emprendedores habituales portfolios generalmente venden más que las empresas de los emprendedores seriales y novicios.
- Las empresas de los emprendedores habituales tienden a crear más empleos.
- Las empresas de los emprendedores habituales sobreviven más años.

Ante el análisis de estos resultados surge la pregunta de si podría medirse la contribución del emprendedor habitual en términos cualitativos, pensando que la experiencia que se gana al emprender no necesariamente podría tener un impacto económico.

Tabla 5. Desempeño y contribución del emprendedor habitual a la economía.

Columna1	Preguntas de Investigación	Perspectivas Teóricas	1	2	3	4	Método de Recolección de Datos	Tamaño de Muestra	Tipo de Análisis	Hallazgos Clave
Stuart & Abetti (1990)	Impacto de la experiencia emprendedora y gerencial en el desempeño de la empresa en sus etapas tempranas.	No se estableció una perspectiva teórica.	X			X	Entrevistas personales con directivos de nuevas empresas.	52	Análisis Factorial, Modelo Lineal	Desempeño de la Empresa: Experiencia emprendedora medida en relación al número de empresas en el que se involucró en su fundación. El rol de gestión jugado está altamente asociado al desempeño de la empresa en etapas tempranas.
Schollhammer (1991)	Presencia de emprendedores múltiples. Impacto de la experiencia en el desempeño de la nueva empresa. Relación de la Industria con múltiples empresas.	No se estableció una perspectiva teórica.	X			X	Encuesta	138	Estadística descriptiva, correlaciones.	Presencia: Emprendedores múltiples con gran incidencia. La creación de posteriores empresas fue generalmente en el mismo sector industrial que la anterior empresa. Desempeño de la empresa: Dos años promedio de sobrevivencia para las iniciativas de múltiples empresas es más bajo que para las iniciativas con una sola empresas. Experiencia previa exitosa mejora el índice de supervivencia mientras que el fracaso lo reduce. No se encontró relación en la diversificación de nuevas empresas y el mejoramiento del performance de las mismas.
Dyke et al. (1992)	Impacto de las siete dimensiones de la experiencia del propietario en el desempeño de la empresa.	No se estableció una perspectiva teórica.	X			X	Encuestas en negocios de 5 industrias.	386	Regresión múltiple	Desempeño de la empresa: Numero de previas <i>start-ups</i> positivamente relacionados con un mejor desempeño. Número de años como propietario no está relacionado con un mejor desempeño. Se encuentran diferencias entre

										experiencia y desempeño por industria.
Reuber and Fischer (1994)	El rol del <i>expertise</i> y su relación con el desempeño de la empresa.	Aprendizaje situado	X			X	Encuesta Postal , Empresas de Biotecnología	304	Correlación, regresión múltiple.	Desempeño de la Empresa: <i>Expertise</i> del propietario está más relacionado que la experiencia del mismo. Experiencia asociada con desempeño superior.
Wright et al. (1997b)	El rol de los emprendedores seriales en la industria del <i>venture capital</i> .	Las hipótesis y proposiciones no están ligadas a una perspectiva teórica.	X			X	Encuesta Postal a inversionistas con experiencia VC o emprendedores seriales.	55 (48.7%) 23 (57.5%)	Análisis bivariado y multivariado.	Variaciones entre capital de riesgo en relación a como evalúan la experiencia emprendedora. Algunas señales de que el capital de riesgo evalúa los éxitos y fracasos de la experiencia emprendedora. No hay evidencia de un desempeño superior de emprendedores seriales comparados con los emprendedores novicios.
Alsos & Kolvereid (1998)	¿Cuál es el proceso de generación de empresas para los emprendedores novicios, seriales y paralelos? Probabilidad de comenzar una empresa.	Weick's (1979) Teoría de la Organización.	X			X	Entrevista telefónica para emprendedores nacientes.	159	Análisis bivariado.	Se observan diferencias en los procesos de <i>Start-up</i> , en el número de actividades realizadas para lograrlo. Desempeño emprendedor: Los fundadores en paralelo son más exitosos en establecer nuevas empresas comparadas a los emprendedores seriales y novicios. Los emprendedores seriales se rinden más en las <i>Start-up</i> que los emprendedores novicios y paralelos.
Carter (1999)	Incidencia de emprendedores habituales en el sector de granjas. Contribución de los granjeros portfolio a las empresas y creación de empleos.	No se estableció una perspectiva Teórica.	X			X	Encuestas postales a granjeros propietarios.	296 (29.6%)	Estadística descriptiva	Muchos granjeros estos involucrados en una amplia gama de actividades de emprendimiento. Actividades adicionales son una contribución substancial al número de empresas y creación de empleos en las áreas rurales.

Pasanen (2003)	.Prevalencia de múltiples emprendedores entre empresas exitosas en localidades aledañas. Características de las empresas de los emprendedores múltiples y características de las empresas de los propietarios únicos.	No se estableció una perspectiva teórica.	X			X	Encuesta Postal	100	Análisis bivariado.	Empresas exitosas frecuentemente son de emprendedores múltiples. Las empresas de estos emprendedores reportan altos niveles de crecimiento y parecen ser más innovadoras.
Rosa (2009)	Contribución de los emprendedores habituales al crecimiento y desarrollo económico.	No se estableció una perspectiva teórica.	X	X			Entrevistas en profundidad.	30. Base de Datos de PWC, Directorio de Empresas Manufacturera s de Uganda.	Estadística Descriptiva.	Demuestra la contribución de los emprendedores habituales a la economía local, introducen nuevos productos, son los que más aportan en impuestos, son las empresas que crean más empleos directos e indirectos, son un efecto multiplicador de la economía.
Robson (2012)	¿La experiencia previa en haber creado una empresa está asociada a la mayor identificación de oportunidades al exportar?	Teoría del Capital Humano				x	Encuesta	432 emprendedores Ghana	Correlación	Los emprendedores portfolios son superiores en la tasa de exportaciones.
Muller et al (2012)	Cómo la proximidad hacia las fuentes de financiamiento inhibe o favorece el obtener recursos financieros.	Recursos y Capacidades.	X				Encuesta en línea.	134 <i>Spin off</i> universitarias	Análisis de eventos históricos	No se encontró evidencia de que la ubicación tenga relación con la obtención de mayores recursos.
Amaral, Baptista & Flores (2014)	Intenta explicar si la experiencia impacta el desempeño.	Capital Humano.	X				Cuadros de Personal Base de Datos. Portugal.	89,406	OLS 1	Los emprendedores portfolios tienen mejor desempeño que novicio y serial. Alejarse por periodos largos de emprender disminuye las habilidades para emprender.

Nota: 1= Cuantitativo 2= Cualitativo 3= Longitudinal 4= *Cross-section*

Fuente: Elaboración propia

1.3.4. Obtención y ensamble de recursos del emprendedor habitual

Una actividad que llama la atención en el emprendedor habitual es la forma en que obtiene recursos y cómo los ensambla. La tabla 6 nos presenta una serie de 11 trabajos de investigación predominantemente cuantitativos que señalan a la experiencia misma de encontrar los recursos necesarios para emprender como un activo a favor para los subsecuentes emprendimientos. En cuanto a los trabajos cualitativos, se reporta la forma en que se despliegan los recursos a través del tiempo para crear un nuevo negocio. El desarrollo de trabajos cualitativos en esta línea sigue siendo una oportunidad para enriquecer la literatura. Una de las capacidades que deben distinguir a los emprendedores habituales es el manejo de diferentes recursos para diferentes negocios, aumentando la complejidad cuanto más empresas se tienen pero encontrando que la creación de una nueva empresa es soportada por el emprendimiento previo, lo que se denomina “Dualidad de Negocios” (Alsos & Carter, 2006). En base a los estudios realizados en zonas rurales se identifican tres tipos de gerencia de los recursos por parte de los emprendedores: innovadores, reactivos a la innovación y los innovadores cautos (Perks & Medwey, 2012) encontrando que los emprendedores habituales tienden a ser más innovadores. Se requieren más estudios para conocer cómo movilizan y gestionan los recursos los emprendedores habituales para lograr ventajas competitivas y generar innovaciones.

Al parecer la utilización de recursos que se han generado en la primera empresa creada pueden favorecer las subsecuentes empresas que se vayan a crear. La movilización de recursos que se haga de una empresa a otra puede tener tanto impactos positivos como negativos dependiendo del tipo de recurso (Alsos & Carter, 2006). Por otro lado, en cuanto a la obtención de recursos financieros para la empresa, el estudio de Hsu (2007) encuentra que los emprendedores habituales logran

conseguir más financiamiento para sus subsecuentes emprendimientos dado que tuvieron la experiencia de buscar recursos con su primera empresa.

Algunas de las conclusiones de la línea de investigación obtención y ensamble de recursos del emprendedor habitual son:

- Emprendedores habituales portfolio reportaron un mayor entendimiento de cómo se realizan los préstamos bancarios, obtuvieron mayor financiamiento.
- Existe un proceso de movilización de recursos entre las empresas creadas intentando maximizar resultados.

Podríamos concluir que la creación de la primera empresa del emprendedor habitual se convierte en la plataforma primero de adquisición de experiencia para buscar y obtener recursos y segundo en una fuente proveedora para financiar los subsecuentes emprendimientos. La transferencia y aprovechamiento de recursos tangibles como dinero o equipo o el aprendizaje al obtener fondos facilitan el emprendimiento subsecuente.

Tabla 6. Obtención y ensamble de recursos del emprendedor habitual.

Columna1	Preguntas de Investigación	Perspectivas Teóricas	1	2	3	4	Método de Recolección de Datos	Tamaño de Muestra	Tipo de Análisis	Hallazgos Clave
Starr et al. (1993)	Consecuencias negativas y positivas en la experiencia emprendedora de las siguientes empresas.	No se estableció una perspectiva teórica.	X				Estudio de Casos basados en empresas candidatas a IPO y expuestas a medios.	3	Comparación descriptiva.	Identificación de diferentes momentos como avances en el proceso de emprender: Recaudación de fondos, identificación de recursos, tiempo requerido, retorno sobre la inversión, ganancias financieras.
Haynes (2003)	.La relación entre la insatisfacción de trabajos previos, el uso de previa experiencia emprendedora.	Hipótesis y proposiciones no están ligadas a una perspectiva teórica.	X				Entrevista telefónica con fundadores de empresas.	195	Análisis bivariado.	Recursos: Emprendedores con experiencia en el mismo sector es más fácil que utilicen su experiencia. Sus empresas reportan ser más grandes en términos de empleos y utilizan diferentes fuentes de capital. El desempeño de la empresa es mayor cuando es de un emprendedor con experiencia, medido en ventas.
Westhead et al. (2003a)	Comparación de emprendedores novicios, seriales, portfolio en relación al financiamiento, recursos, habilidades organizacionales y desempeño de la firma.	Recursos y Capacidades	X				Encuesta postal de empresas independientes.	354 (12.2%)	Análisis bivariado.	Recursos: Emprendedores portfolio tienen más experiencias diversas y más recursos que los seriales y novicios. Le dan una gran importancia a ciertas habilidades organizacionales así como de gestión. Las empresas del emprendedor portfolio reportan mayor crecimiento.

Westhead et al. (2005b)	Activos y pasivos previos a la experiencia previa de ser propietario para los emprendedores seriales y portfolio. Diferencias en la cognición de los tres tipos de emprendedores.	Teoría del Capital Humano, Cognitiva.	X			X	Encuesta Postal	354 (12.2%)	Análisis Bivariado	No se encontraron diferencias en cuanto a recursos en relación a los activos y pasivos de previas empresas. Los emprendedores portfolios tienen mayor participación accionaria de socios que los novicios y seriales. Las características del emprendedor portfolio se perciben así mismos como más innovativos y creativos.
Alsos & Carter (2006)	Cantidad de recursos transferidos de la granja a la nueva empresa. . Influencia de la riqueza disponible para realizar transferencia de recursos. Relación de la transferencia de recursos y el performance de la empresa.	Recursos y Capacidades	X			X	Encuesta Postal	207	Análisis Multivariante.	Recursos: Gran cantidad de recursos es transferida de la granja al nuevo negocio, particularmente si el nuevo negocio está relacionado con la actividad agrícola. Grandes cantidades de recursos son transferidos si la granja es rica. La transferencia de recursos esta positiva y negativamente asociada con la rentabilidad, dependiendo del tipo de recursos transferidos. Transferencia de recursos físicos es asociada con mayor rentabilidad mientras que la transferencia de conocimiento y organización específica está asociada con menor rentabilidad.
Alsos et al. (2006)	Los emprendedores novicios, seriales y portafolio son diferentes cuando identifican oportunidades o adquieren recursos cuando inician una empresa? Estas diferencias nos llevan a un diferente desempeño?	No se estableció una perspectiva Teórica.	X			X	Encuesta Postal seguida de entrevista telefónica.	410/354	Análisis Multivariado.	Recursos: Los emprendedores seriales y habituales logran mayores financiamientos, son frecuentemente parte de equipos de Startup e identifican más las oportunidades de negocio. En cuanto al desempeño de la empresa, los emprendedores seriales y portfolio logran pronto crecimiento en términos de ventas y empleos generados en comparación a los

											novicios. Cuando el acceso a recursos es controlado no se encuentran diferencias entre los tipos de emprendedores.
Hsu (2007)	¿Cómo es que la experiencia previa de emprendimiento influencia la probabilidad de recibir financiamiento y afecta la valuación de la empresa?	Teoría de Capital Humano y Social	X			X	Encuesta a participantes en un laboratorio de emprendimiento	149	Univariado, probit, OLS	Experiencia previa, especialmente una experiencia exitosa de financiamiento, incrementa la probabilidad de invertir capital de riesgo directamente y el nivel de certeza de la valuación de la empresa.	
Bengtsson (2007)	¿Qué determina repetir la relación entre el emprendedor y el capital de Riesgo?	Información Asimétrica y Relaciones con Banca	X		X	Archivo	4998 emprendedores seriales.	Univariado y probit	Los emprendedores fallidos más que los emprendedores exitosos es común que obtengan fondos de capital de riesgo del primer VC, repiten esta relación si el <i>start-up</i> es similar al primero, si el VC es el más viejo y si se sitúa el <i>start-up</i> fuera de California.		
Perks & Medway (2012)	Como los recursos son ensamblados y desplegados a través del tiempo al crear un nuevo negocio	Teoría de Recursos y Capacidades		x		Visita de campo Entrevistas	10 casos	Casos de Estudio	Comprueba la transferencia de recursos de la empresa previa para facilitar el desarrollo de la nueva empresa.		

Nota: 1= Cuantitativo 2= Cualitativo 3= Longitudinal 4= Cross-section

Fuente: Elaboración propia

1.3.5 Emprendedor habitual y contexto.

El estudio del contexto en el que aparece el emprendimiento habitual es una de las más recientes líneas de investigación que ha venido evolucionando de estudios cuantitativos a presentar en las últimas investigaciones estudios cualitativos. Como podemos observar en la tabla 7, se presentan 14 trabajos en diversas latitudes con la intención de conocer más sobre el contexto. La escuela noruega de Kolvereid & Bullvag (1993) sugiere que el emprendedor habitual es más común que aparezca donde las oportunidades de crecimiento son escasas. Esto obliga a los emprendedores a sustituir el crecimiento con una nueva empresa.

El contexto ha sido una pregunta fundamental para conocer en qué condiciones aparece el emprendimiento habitual y los estudios de Alsos & Carter (2006) refieren que en condiciones donde está limitado el crecimiento se buscan nuevas formas de ingreso. En particular el mencionado estudio de Alsos y Carter (2006) estudia la búsqueda de ingresos adicionales para la economía familiar en un entorno de granjeros en Noruega, encontrando que existe una transferencia de recursos y conocimiento hacia las nuevas empresas creadas.

Una situación similar es encontrada en los grupos industriales italianos en mayor escala que en el caso de las granjas noruegas. En el caso de los grupos industriales en Italia, la creación de nuevas empresas por emprendedores habituales tiene por objetivo conformar un grupo de empresas y poder seguir creciendo (Iacobucci, 2002). Estos estudios en tiempo y contexto diferentes apoyan la idea de que la empresa familiar cuando se ve amenazada en su crecimiento tiene como opción el emprender nuevos negocios.

En un estudio realizado en Finlandia (Huovinen & Littunen, 2009) se compararon dos contextos, el rural y el urbano, donde se preguntaba al emprendedor habitual sobre ¿cuál es su motivación de logro? encontrando diferencias en los dos contextos. Para los emprendedores de área urbana se encontró que los motiva dominar la competencia, mientras a los emprendedores habituales rurales les motiva el trabajo ético. Este resultado podría tener una explicación dado que en el área rural en que se desarrolló el estudio se ha enfatizado mucho la cultura del esfuerzo, por lo que podría considerarse que los emprendedores habituales de esta zona no se centran en analizar la competencia sino su propio trabajo diario, en comparación de lo que vive el emprendedor habitual de las zonas urbanas (Huovinen, & Littunen, 2009). Sin duda el contexto tiene cierto grado de influencia en el accionar del emprendedor habitual, sin embargo sigue siendo necesario desarrollar más casos de emprendedores habituales para profundizar en el fenómeno como sugieren otros autores. Así, Perks & Medwey (2012) señalan que es necesario desarrollar más estudios de tipo cualitativo para construir una teoría más robusta, identificar cómo un contexto, ya sea un entorno económico o el entorno de una organización como la empresa familiar, influye en el desarrollo del emprendimiento habitual y cómo es que dentro de estos contextos puede o no movilizar y ensamblar los recursos necesarios para hacer florecer el emprendimiento habitual.

La literatura de emprendimiento habitual revela que el crecimiento en la empresa familiar a través de nuevas empresas es muchas veces determinado por las condiciones y factores externos (Howorth, Jackson & Cruz, 2014). Cuando las condiciones económicas son favorables y el ambiente de negocios ayuda, las iniciativas emprendedoras son rentables y las oportunidades vienen a ellos de diferentes fuentes. Por ejemplo, se ha encontrado que la reputación es un imán que

atrae nuevos negocios teniendo como base la empresa familiar (Sieger, Zellweger, Nason & Clinton, 2011). Con las condiciones antes mencionadas suele ser frecuente aprovechar una estrategia de “diversificación” apareciendo una nueva empresa. De diferente manera, cuando las condiciones son desfavorables, el fomento a la diversificación tiende a cesar y el foco de la empresa se concentra en la reducción de costos y racionalización. Paradójicamente, cuando las condiciones no son favorables de manera que son comprometedoras para el futuro de la empresa se fomenta la diversificación. El emprender se convierte en una opción estratégica para la empresa familiar, resultando en nuevos negocios y la conformación de un portfollio o grupo. Posiblemente esta sea la mayor contribución del emprendedor habitual, se convierte en el motor de renovación de la empresa, habilitando futuro para la empresa familiar.

Un emprendedor habitual puede tener ciertas características y con el tiempo desarrollar más su capital humano y en específico su capacidad emprendedora, recordemos que son capacidades dinámicas las que tiene el individuo para emprender. Si bien falta el desarrollo de la literatura para conocer cómo el emprendedor habitual moviliza y combina los recursos disponibles, el contexto puede dar la respuesta a ellos. Habíamos mencionado que ciertos contextos pueden ser inhibidores o catalizadores del florecimiento del emprendimiento habitual, en particular mencionamos a la empresa familiar como un contexto en donde el acceso a recursos - financieros, de *know how*, de red de contactos- pueden crear un ambiente propicio para el emprendimiento habitual, con un impacto en beneficio de la empresa familiar, que es lograr su permanencia a través del tiempo reinventándose y adaptando (Mueller et al, 2012).

Algunas de las conclusiones de la línea de investigación entorno-contexto del emprendedor habitual son:

- Se necesitan más estudios de tipo cualitativo para construir una teoría más robusta, y poder conocer cómo es que el entorno influye en el desarrollo del emprendimiento habitual, ya sea el entorno económico, ya sea el entorno de la empresa, por ejemplo el entorno particular de la empresa familiar.
- Cómo es la interacción de los diferentes factores de otras líneas de investigación (demográficos, psicológicos, recursos, etc.) y el entorno. Es decir, un estudio que involucre varias dimensiones el individuo, la empresa y el contexto económico.
- Encontramos algunos indicios que nos señalan que la empresa familiar es un contexto propicio para el desarrollo del emprendedor habitual. De manera natural la empresa familiar es un micro ecosistema de emprendimiento para los miembros de la familia ya que facilita el acceso a recursos y capacidades, y al mismo tiempo la empresa familiar debe de responder a los retos y exigencias de mercado para tener un desarrollo sostenible, lo que detona el desarrollo de una actitud emprendedora en los miembros de la empresa familiar.

Como una primera conclusión parece ser que el emprendimiento habitual puede tener sustento en contextos dinámicos expresándose a través de la diversificación, es decir más como una estrategia empresarial de aprovechamiento de oportunidades mientras que para un contexto restrictivo la detonación del emprendimiento habitual es claramente para sobrevivir.

Tabla 7. Emprendedor habitual y contexto.

Columna1	Preguntas de Investigación	Perspectivas Teóricas	1	2	3	4	Método de Recolección de Datos	Tamaño de Muestra	Tipo de Análisis	Hallazgos Clave
Iacobucci (2002)	Evaluación de la importancia de los grupos empresariales en el sector manufacturero italiano. Causas de crecimiento a través de la formación de grupos.	No se estableció una perspectiva teórica.	X				Base de Datos de empresas de Manufactura. Encuesta a grupos empresariales.	424 21	Estadística descriptiva	Los grupos de empresas están presentes en las empresas italianas. Son frecuentemente el resultado de la estrategia de crecimiento y menos el resultado de una dinámica de emprendimiento y acumulación de capital de la empresa familiar. Bajo grado de diversificación / bajo crecimiento.
Carter et al. (2004)	Presencia, factores contextuales y uso estratégico de las fuentes de ingreso y actividades portfolio. Tipos de emprendedor, grado de diferenciación y compromiso de las actividades de los portfolio.	No se estableció una perspectiva teórica.	X				Encuesta postal a propietarios de negocios.	18,561	Análisis de clase latente.	Presencia de múltiples fuentes de ingresos de diversas empresas de diferentes tamaños y sectores industriales. Las circunstancias y el contexto determinan las múltiples fuentes de ingresos. Las actividades del emprendedor portfolio están motivadas para el crecimiento de las empresas y acumulación de riqueza. Diferentes ingresos permiten entrada y salida en nuevos negocios y estabilidad financiera.
Iacobucci & Rosa (2005)	Explora la formación de grupos a través de la diversificación emprendedora. La dirección del crecimiento y diversificación así como la relación entre la política de diversificación y la formación de grupos empresariales.	No se estableció una perspectiva teórica.	X		X		Datos secundarios de grandes empresas.	66	Estadística descriptiva.	Estrategia: El hecho de dirigir un grupo de empresas del mismo emprendedor no sólo es por razones geográficas de operar su diversificación. Está más bien diseñado para atender diferentes

									segmentos dentro del mismo sector.
Eesley & Robert (2006)	Qué factores condicionan la probabilidad de que el emprendedor inicie una segunda empresa?	Capital humano, social y financiero.	X	X		Encuesta a exalumnos del MIT.	1,789 emprendedores	Univariado /Índice de Riesgo.	Emprendedores con alta probabilidad de comenzar una segunda empresa. La segunda empresa la inician rápidamente después de graduarse, divorciarse y son en industrias donde hay I&D de forma intensiva, la primera empresa es comprada y logra recursos de capital ángel. La experiencia emprendedora incrementa la probabilidad de éxito de la empresa medido en ingresos.
Huovinen & Tihula (2008)	Presencia de diferentes tipos de emprendedores habituales en la empresa familiar. Características similares de los emprendedores habituales y la empresa familiar.	No se estableció una perspectiva teórica.	X			Blue Book TDC Finlandia.	245 Pequeñas empresas.	Chi cuadrado	82% de los emprendedores habituales provienen de una empresa familiar. El emprendedor habitual es visto como resultado del deseo de la empresa por expandirse. El nivel de educación de los propietarios de empresa no es alto.
Morrish, (2008)	¿Cómo influencia los antecedentes del emprendedor habitual su proceso de emprender como portfolio?	Capital Humano, Capital Social, <i>Effectuation</i> .		X		Trading Business Database Who's Who Nueva Zelanda. Entrevistas de profundidad.	920 Datos Descriptivos.22 Cualitativo.	Estudio múltiple de casos.	Emprendedores Habituales aparecen en proporción dentro de los rangos de anteriores estudios. Con mayor educación, el apoyo de la familia y las redes de contacto influyen su decisión para emprender.
Huvonien & Luttunen, (2009)	Factores situacionales para el emprendimiento habitual. Ambientes restrictivos para su crecimiento. Intención de crecer.	Enfoque de Contingencia.	X			Cuestionario online. Finlandia.	205 emprendedores,	Regresión logística multivariada.	Los emprendedores portfolios más orientados a crecer. Diferentes motivaciones, seriales buscan aprovechar los aprendizajes.

Iacobucci & Rosa (2010)	¿Cuáles son las razones para la formación de grupos empresariales por parte de emprendedores habituales?	No se estableció una perspectiva teórica.		X			Entrevista Semi estructurada. Cuestionarios	14 grupos empresariales. Marche Italia.	Nvivo	Se encuentra a la diversificación a través de grupos empresariales como una estrategia del emprendedor habitual para no perder control y continuar con la expansión de sus empresas.
Plate, Schiede, Schilipe, (2010)	¿Qué recursos y capacidades están ligados al emprendedor / empresa familiar y que le permiten el desarrollo exitoso de sus prácticas emprendedoras? ¿Qué recursos y capacidades y estructura caracteriza a la nueva empresa?	Teoría de Recursos y Capacidades			X		Entrevistas Semiestructuradas. Fuentes Web y Noticias de la Empresa	1 empresa, 7 entrevistas a 6 personas diferentes de la empresa.	Análisis de contenido cualitativo. (Mayring, 2000)	En el caso que se construyó se observa como la capacidad emprendedora de la empresa depende del emprendedor, si éste está limitado o comienza su declive, el mismo fenómeno le sucede a la empresa. Las estructuras que faciliten la participación de emprendimiento de los integrantes de la familia.
Fierro Malfese, Kiviluoto Niklas, (2011)	¿Cómo se desarrolla el emprendedor portfolio a través del tiempo? ¿Qué afecta su desarrollo?	No se estableció una perspectiva Teórica.			X		Entrevistas Semi Estructuradas. Longitudinal	10 Emprendedores Habituales. África Malawi	QSR Nvivo 8. Longitudinal	Confirman los resultados de Rosa. Los emprendedores en países desarrollados están guiados por la identificación de la oportunidad y también por la necesidad de tener otra fuente de ingreso. Las empresas de los portfolios se convierten en empresas familiares.
Sieger, Zellweger, Nason, Clinton, (2011)	¿Cómo desarrollan las empresas familiares una estrategia de portfolio?	Teoría de Recursos y Capacidades.			X		Entrevistas desplegadas por el equipo STEP.	4 Casos de emprendedores habituales STEP. Longitudinal Europa y América		Se encuentra un patrón para el desarrollo de recursos que serán utilizados en las empresas portfolio. Se encuentran nuevas dimensiones de recursos. Aparece la reputación como un imán de oportunidades. Se reconoce al aprendizaje como vital para mantener vigencia de la empresa familiar.

CAPÍTULO 1

Medwey & Perks (2012)	Investiga el papel de los recursos en la creación de nuevas empresas. Ensamble y explotación de recursos.	Recursos y Capacidades.		X			Entrevista en profundidad	30 Granjas UK.	Casos múltiples.	Cómo el uso y transferencia de recursos crea una dualidad de negocios. Clasifica a los emprendedores en innovadores: cautos, reactivos y holísticos.
Howorth, Jackson & Cruz (2014)	Explora la relación del emprendimiento y la empresa familiar.	Recursos y Capacidades.					Teórico			Soporta teóricamente la relación de la empresa familiar y el emprendimiento habitual.

Nota: 1= Cuantitativo 2= Cualitativo 3= Longitudinal 4= *Cross-section*

Fuente: Elaboración propia

1.3.6 Conclusiones de las líneas de investigación del emprendedor habitual.

Al revisar los anteriores resultados de las investigaciones en emprendedores habituales podemos encontrar que frecuentemente el emprendedor habitual de portfolio aparece con mayores menciones en un sentido positivo, por ejemplo: es más innovador, encuentra más y más fácil los recursos, es más creativo, orientado al crecimiento, sus empresas venden más, tienden a tener mayor nivel de educación, está más alerta a las oportunidades de mercado. Puesta la atención en ellos, al observar sus antecedentes familiares nos muestran que los padres tenían actividades empresariales, lo cual es una primera línea que nos acerca al contexto de la empresa familiar.

La revisión de la literatura viene de estudios descriptivos a estudios cualitativos, de alguna manera se buscó definir los antecedentes del emprendedor habitual en una literatura todavía poco desarrollada, sobre todo se realizaron comparaciones del emprendedor habitual y el novicio en referencia a sus características: antecedentes personales, experiencia de trabajo, razones para crear una empresa, y actitudes personales hacia el emprendimiento y se estudiaban también algunos datos relacionadas con las empresas creadas tales como: datos básicos de los negocios, base de clientes y proveedores, estructura competitiva, desempeño del negocio. Podemos decir que en esta etapa la literatura del emprendedor habitual ha evolucionado de conocer las características generales de los emprendedores habituales a estudiar la teoría del capital humano (Becker, 1975) y en su concepto más amplio precisar la dimensión de la experiencia previa de negocio como la competencia que desarrolla el emprendedor habitual. Complementario a esta línea de investigación de capital humano para abordar el tema del emprendedor habitual, los trabajos de investigación más recientes estudian bajo las perspectivas del género, de la psicología y aprendizaje, de la contribución a la generación de riqueza y empleos, de la capacidad para

ensamblar de mejor manera los recursos y la influencia del contexto como catalizador o inhibidor del emprendimiento habitual. Lo que nos confirma que el estudio del emprendedor habitual es un campo en pleno desarrollo de la literatura.

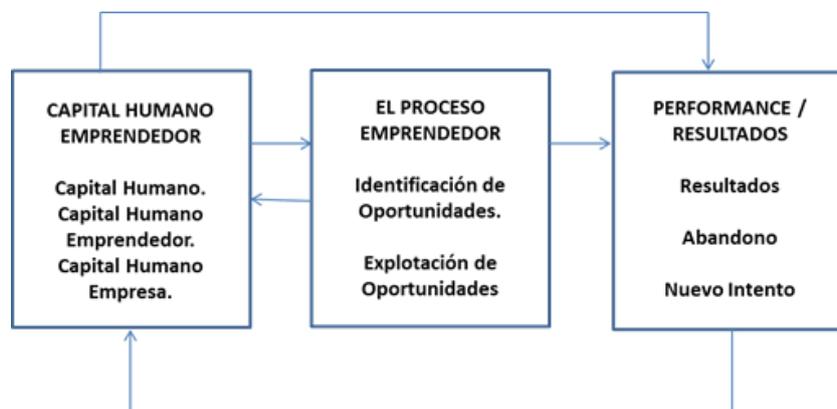
1.4 Algunos aspectos del emprendedor habitual en la empresa familiar.

Al revisar las diferentes líneas de investigación del emprendedor habitual podemos observar que cada una de ellas genera una perspectiva individual para abordar el fenómeno y pocos son los trabajos incluyen diferentes perspectivas. La propuesta de esta investigación es tratar de explicar al emprendedor habitual desde una visión más integral con la finalidad de dar mayor potencia a la explicación al fenómeno del emprendedor habitual al considerar variables de las diferentes dimensiones, por ejemplo variables que la literatura sugiere en la línea de investigación del individuo tales como los antecedentes y características personales, los factores psicológicos como la motivación del emprendedor para iniciar su primera empresa y su motivación para repetir el emprendimiento así como su capacidad para ensamblar recursos. También se plantea considerar cómo las variables del entorno, ya sea un entorno próximo como la de la empresa y/o un entorno como el de la economía, en conjunto puede inhibir o favorecer el emprendimiento habitual. Con este objetivo en mente de una investigación más integral del fenómeno del emprendedor habitual se identificó un trabajo previo como un primer antecedente de un modelo donde interactúan diferentes variables demográficas, psicológicas y de contexto. Se trata del trabajo de Ucbasaran, Westhead & Wright (2006) que no sólo explora la dimensión del emprendedor, sino que incluye el proceso y el contexto en el que se da el fenómeno del emprendedor habitual. En este modelo, que aparece recogido en la Figura 2, existen cuatro dimensiones asociadas al fenómeno del emprendimiento: el individuo, el proceso, los

resultados y el contexto.

El tomar en cuenta al individuo como unidad de análisis le permite hacer las distinciones pertinentes entre los tipos de emprendedores (empreendedor inicial y habitual); considera el proceso emprendedor y lo basa en la identificación de oportunidades y su explotación (proceso psicológico); explotación que debe tener un resultado y que en su modelo permite revisar el desempeño de la firma, exitoso o no. Todo ello bajo la influencia del medio ambiente o contexto.

Figura 2. Modelo de exploración de los emprendedores habituales.



Fuente: (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a).

Revisamos los componentes que atañen al “Capital Humano Emprendedor” que en el modelo de Ucbasaran et al. (2006a) incluye una serie de aspectos tales como: atributos del fundador-propietario, características del antecedente familiar; actitudes y motivaciones, educación, género y origen étnico, conocimiento específico de la industria, competencias o capacidades, edad, cognición.

Tiene la característica de ser dinámico y puede ser desarrollado por el emprendedor en base a su experiencia en el tiempo, adquiriendo conocimiento y habilidades generales y específicas que pueden ser compartidas o transferidas en diferentes industrias y

específicas tales como lo menciona (Gimeno, Flota, Cooper & Woo, 1997).

Conformado el capital humano emprendedor por:

- Capacidad emprendedora.
- Actitudes hacia el emprendimiento.
- La experiencia en la propiedad de una empresa.
- Padre propietario.

La dimensión de la capacidad emprendedora revisa cómo el emprendedor demuestra sus capacidades en escanear el medio ambiente, identificar oportunidades y formular estrategias para aprovechar éstas. Un emprendedor habitual tiene una mayor cognición y procesamiento de la información (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a).

Las actitudes son predictores del comportamiento. Si la definición de capacidad emprendedora nos dice que una de las acciones que lleva a cabo el emprendedor es la identificación de oportunidades, una actitud más proclive a esta acción debe dar por resultado un emprendedor. A mayor búsqueda de información e identificación de oportunidades tiene mayor capacidad emprendedora.

En particular nos llama la atención la experiencia previa en la propiedad de la empresa y el antecedente de padre propietario, características que generalmente ocurren en el contexto de una empresa familiar. Encontrando que el padre propietario o la ocupación de los padres puede influenciar en cierto grado la exposición hacia el emprendimiento y la gestión. Los individuos cuyos padres son propietarios de empresas parecen ser mucho más propensos a seguir sus pasos y convertirse en emprendedores propietarios. El argumento más sólido para estas afirmaciones es que se desarrolla en mayor medida la cognición emprendedora al identificar oportunidades, explotarlas y generar riqueza. También experiencia en la propiedad es otra de las dimensiones del capital humano

emprendedor que es útil para nuestro estudio, relacionada con la experiencia de la fundación de una nueva empresa. Gimeno, Flota, Cooper & Woo (1997) afirman que la medida del capital humano emprendedor es el conocimiento que el emprendedor adquiere relacionado con los clientes, proveedores, productos y servicios.

En síntesis este trabajo aporta un modelo que incluye al individuo e identifica dos características como parte de su capital humano para emprender: experiencia previa (característica del emprendedor habitual) y antecedente de padre empresario.

Este modelo aporta también un proceso de identificación de oportunidades y explotación de las mismas, quiere decir que existe una serie de actividades previas para la concreción de una empresa. Estas actividades, sobre todo la identificación de oportunidades, son consideradas como factores psicológicos, donde algunos emprendedores identifican más o menos oportunidades debido a su experiencia previa y el manejo que le dan a la información como emprendedor. La creación de una empresa presenta diferentes variables que permiten medir el éxito del emprendimiento, para este modelo el *performance* de la empresa se observa con el nivel de ventas. Otro de los resultados que pueden ocurrir al emprender es abandonar el emprendimiento, al final de este proceso ocurre un momento de evaluación, el resultado de esta evaluación modifica el comportamiento, por ejemplo si los resultados no son los esperados, se podría decidir vender la empresa o abandonarla. Caso contrario el éxito del previo emprendimiento y la experiencia ganada puede motivar a buscar subsecuentes emprendimientos (Ucbasasran, Westhead & Wright, 2006)

Aun y cuando las aportaciones del modelo ayudan a la explicación del fenómeno de emprendedor habitual, todavía existen algunos retos y oportunidades para una explicación más integral desde diferentes perspectivas. El modelo fue construido

pensando en dar una primera aproximación a un contexto genérico con variables de desempeño más de la empresa que del entorno económico, no considera el aspecto de la disponibilidad de recursos para la identificación y explotación de la oportunidad, y siendo que identifica el antecedente de padre empresario como una característica del capital humano emprendedor no explota esta referencia para indagar cómo es ese proceso de interacción del padre empresario con el emprendedor.

Es necesario conocer los diferentes contextos en los que se da el desarrollo de los emprendedores habituales, los factores que lo provocan y los diferentes procesos para que ello suceda (Carter & Ram, 2003).

Atendiendo a esta necesidad de la investigación del emprendedor habitual y las oportunidades que presenta el modelo previo, sería de gran utilidad contrastar en diferentes contextos lo que sucede con el emprendedor para que realice el emprendimiento repetido. Conocer cuáles son los factores que lo inhiben o favorecen y compararlo en diferentes contextos, a fin de conocer la influencia real de éste en las variables del emprendedor habitual. Para ello tomaremos el contexto de la empresa familiar como herramienta de contraste y poder conocer del emprendedor habitual en diferentes entornos con la finalidad de comparar si las variables tienen el mismo comportamiento. Seleccionamos la empresa familiar ya que la literatura del emprendimiento habitual lo sugiere como un contexto peculiar, que facilita el acceso y disponibilidad de recursos, permite la indagación del proceso de interacción del emprendedor habitual con antecedente de padre empresario.

1.4.1 El contexto de la empresa familiar.

A continuación presentamos una serie de argumentos teóricos que nos permiten

presentar como herramienta de contraste el contexto de la empresa familiar y encontrar qué variables tienen una relación que inhiba o favorezca el emprendimiento habitual. Se revisará el contexto general de la empresa familiar, los antecedentes de los emprendedores habituales, el acceso a recursos, el proceso de emprender en la empresa familiar y los retos de investigación del contexto de la empresa familiar y el emprendedor habitual.

Ya se mencionaba que al estudiar la relación del emprendedor habitual y el contexto particular de la empresa familiar se han encontrado algunos indicios que nos señalan que la empresa familiar es un contexto propicio para su desarrollo (Habberson, 2006). De manera natural la empresa familiar es un micro ecosistema de emprendimiento para los miembros de la familia ya que facilita el acceso a recursos y capacidades, y al mismo tiempo la empresa familiar debe de responder a los retos y exigencias de mercado para tener un desarrollo sostenible, lo que detona el desarrollo de una actitud emprendedora en los miembros de la empresa familiar. De esta manera se tiene un contexto y estímulo propicio para que pueda florecer el emprendimiento en repetidas ocasiones.

La literatura sugiere que, además de ciertas características inherentes al individuo, el contexto y en particular el de la empresa familiar juegan un papel determinante para generar nuevos y repetidos emprendimientos; explicando así al emprendedor habitual (Rosa, Howorth & Dizcua Cruz, 2014). No se ha desarrollado gran cantidad de literatura sobre la intersección entre los temas de emprendimiento y empresa familiar. Cuando se revisa la literatura que trata de esta intersección entre emprendimiento y empresa familiar se observa a través del tiempo se ha convertido en una línea de investigación creciente (López-Fernández, Serrano-Bedia y Pérez-Pérez, 2015), sin embargo en cuanto a la relación del emprendedor habitual y la empresa familiar aún

son menos los trabajos desarrollados. Posiblemente esto sea así porque se les ha dado un tratamiento de disciplinas diferentes y distantes, sin embargo tienen una estrecha relación. Podemos considerar a una empresa familiar como el resultado del aprovechamiento de una oportunidad que en su momento una persona detectó y llevó a cabo.

Mientras que la literatura de empresa familiar se ha centrado más en conocer el desarrollo del ciclo de vida de la empresa y tomar a ésta como unidad de análisis, con particular atención a los procesos de sucesión cuando el fundador emprendedor se retira o muere, la literatura de emprendimiento se ha concentrado en estudiar las etapas tempranas de la empresa. En este sentido, la literatura de empresa familiar revisa temas de empresas de mayor tamaño, mientras que en la literatura de emprendimiento se revisan temas de empresas que están en una etapa de crecimiento. (Dyer & Handler, 1994).

La literatura en empresa familiar ha venido creciendo en los temas de emprendimiento corporativo afirmando que está comprobado que el emprendimiento dentro de la organización es un componente importante para el mejor desempeño de la empresa, para generar innovación, etc. Algunos (Martin & Lumpkin, 2003) vinculan el emprendimiento corporativo con el manejo del cambio, la toma de riesgos, la innovación. El emprendimiento dentro de la empresa puede ser visto como una estrategia para responder exitosamente a los retos y estímulos que plantea el medio ambiente de los negocios (Morris, Kuratko & Covin, 2010). Desarrollándose literatura de empresa familiar para temas específicos con un enfoque en temas como sucesión y gestión de la organización, mientras que en paralelo el desarrollo de literatura de emprendimiento sólo hasta años recientes no comenzó a identificar el contexto de la empresa familiar como un ámbito que favorece la actividad emprendedora.

Quizá es esta una de las razones del porqué no existe un cuerpo de literatura completamente desarrollado que explique la relación entre los dos temas (Rosa, Howorth & Discua Cruz, 2014). Los primeros investigadores en comenzar a explicar el vínculo de los dos temas abordaron la contribución del emprendimiento a la empresa familiar y de la empresa familiar al emprendimiento (Habberson & Puistrui, 2002). Lo que se ha venido haciendo es aplicar la teoría del emprendimiento a la empresa familiar y examinar el impacto del contexto familiar en los procesos y actividades emprendedoras (Aldrich & Cliff, 2003). El creciente reconocimiento de la familia en cuestiones de emprendimiento tiene sus raíces teóricas en el desarrollo de contextos socioculturales de emprendimiento (Anderson, Jack & Dodd, 2005) y recientemente el desarrollo del tema de “Familias Emprendedoras” (Hoy & Sharma, 2009) que hace una reflexión que se dirige a identificar a la familia y sus miembros como aquellos agentes que convierten a una empresa familiar en familia emprendedora.

La relación del emprendimiento en el contexto de la empresa familiar sirve para el propósito de conocer el alto potencial que tiene la empresa familiar con características únicas y distintivas y el rol que juegan estas características en el proceso y resultados del emprendimiento, es decir cada empresa familiar tiene características distintivas que definen su grado de competitividad. Por otro lado, también deja de manifiesto la importancia del emprendimiento en este tipo de organización, la empresa familiar que tiene su particular grado de complejidad al interactuar la familia, la propiedad y la empresa, y encontrando en el emprendimiento un mecanismo de renovación y transformación para ajustarse a los nuevos retos del mercado.

Uno de los argumentos más poderosos para explicar la relación del emprendimiento y la empresa familiar es que la dinámica de la familia en la empresa debe de ser incorporada a la investigación del emprendimiento como una de las influencias más

relevantes en el emprendedor para habilitarlo a identificar oportunidades y desarrollar habilidades que le permitan crear un negocio viable (Aldrich & Cliff, 2005).

Si observamos al emprendimiento como un proceso, sus diferentes etapas son impactadas por el acceso a recursos tal como el capital social y el capital financiero, al igual que por normas, actitudes y valores. Desde la familia se desarrolla una percepción favorable hacia la actividad emprendedora (Römer-Paakkanen, 2009). Un contexto como el de la familia representa recursos económicos, afectivos, educativos y conexiones. Ha sido muy poca la atención que se ha dado al entendimiento de las familias y sus empresas como máquinas para generar nuevas empresas, actividades y regeneraciones estratégicas (Habberson & Pistrui, 2002). De la misma manera Nordqvist & Melin, (2010) identifican a la familia emprendedora como una institución familiar o social o estructura que puede facilitar o promover las actividades emprendedoras. Se conceptualiza a la familia del emprendedor como un pivote para que tenga éxito la empresa. Heck (2004) argumenta que la familia puede ser vista como una incubadora para las siguientes ideas de la siguiente generación, donde el nacimiento de los nuevos negocios es en casa, básicamente se sugiere que la familia debe de introducirse como unidad de análisis en la revisión de la literatura de emprendimiento (Heck, 2004).

Se ha observado que el apoyo familiar y la convivencia en un entorno en el que los padres trabajan por cuenta propia favorecen la inquietud de los hijos por participar en su propia iniciativa empresarial y comenzar nuevos negocios (Shapero & Sokol, 1982), la idea es que no pierdan su propia iniciativa teniendo los ejemplos de las generaciones anteriores. La empresa familiar es un entorno favorable para la incubación y financiación de nuevas iniciativas empresariales. Algunos autores hablan del ambiente receptivo y hospitalario de la empresa familiar para las nuevas empresas (Zahra, 2007).

El propio contexto que vive la empresa familiar de intensa y creciente competencia, un mercado dinámico y una complejidad global presiona a las empresas familiares a tener un comportamiento emprendedor e innovador buscando nuevas oportunidades para hacer frente a estos retos. El desarrollo de estrategias y prácticas de gestión para obtener una ventaja competitiva se centra cada vez más en un comportamiento emprendedor por parte de la empresa familiar. Ante esa constante demanda del entorno competitivo ¿quién genera ese comportamiento para la empresa?: el emprendedor habitual.

Cualquier empresa que se limite al control de la gestión estará olvidando el largo plazo y por tanto no podrá responder y adaptarse a las nuevas exigencias del mercado. La necesidad de emprender es obligada para que la empresa se mantenga competitiva y pueda enfrentar los nuevos retos de los mercados y permanecer a través del tiempo. Es un reto mantener el comportamiento emprendedor a lo largo de los años observando la oportunidad, el riesgo y la creación de valor o simplemente decidir mantener la operación con las consecuencias que esto implica.

Como ya habíamos mencionado antes, una empresa familiar es el resultado de un emprendimiento pero ¿qué sucede a lo largo del tiempo cuando ya se tiene la empresa familiar?. Se debe observar un ciclo de vida de la empresa familiar, pasando de la etapa del emprendimiento, que es básicamente la generación de valor, a una etapa de la empresa familiar donde la prioridad es mantener la operación de la empresa para generar riqueza y muy posiblemente una tercera etapa donde la siguiente generación es más proclive a consumir la riqueza que se ha generado. De aquí que se piense que se desvanece el espíritu emprendedor. Es necesario renovarse y crecer a la vez que lo hace la familia para poder atender los diferentes intereses y necesidades que van a emerger, de aquí la estrecha importancia de la relación emprendimiento – empresa

familiar. Cuando la figura del emprendedor inicial no sólo sirve de inspiración y ejemplo y se tienen las condiciones adecuadas para florecer un nuevo emprendimiento es habitual que las empresas familiares intenten comportarse de la misma manera desarrollando desde el marco familiar otros proyectos, nuevos mercados, nuevas tecnologías. Favorecer la conducta emprendedora en los miembros de la familia requiere una disposición al cambio, una mentalidad “emprendedora” que no es una característica espontánea en la mayoría de los colectivos sociales. Se requiere de una mentalidad predispuesta y exige la evidencia de una necesidad (Zubizarreta & Sanz, 2012). Nuevamente podemos afirmar que no sólo es necesaria la disponibilidad de recursos que provee la empresa familiar, también la formación y desarrollo de capacidades para emprender y un estímulo para detonar la acción del emprendedor dentro de la empresa familiar.

La transmisión del espíritu emprendedor, definido como un proceso continuo de reinención basado en la innovación (Heertje, 2006) y que resulta un aspecto clave de supervivencia de la empresa, no es algo que se pueda garantizar dentro de una familia pues depende definitivamente de los caracteres y las circunstancias personales implicadas. Tampoco es algo que se deba de simplificar o presuponer.

El sentido que tenga el emprendimiento para los miembros más jóvenes de la familia tendrá mucho que ver en cómo esa familia se ve a sí misma, esto es una identidad y valores transmitidos. De forma ideal la familia sería una escuela para la iniciativa emprendedora (Pérez, et al, 2007)

1.4.2 Emprendimiento habitual y empresa familiar.

En el estudio del emprendedor habitual uno de los primeros temas para conocer el fenómeno ha sido el conocer sus antecedentes y características, encontrando en ellas antecedentes que le relacionan con la empresa familiar. Adicional a esto el contexto de empresa familiar provee un ecosistema particular de disponibilidad de recursos materiales y sociales para emprender. Sin embargo, debe de existir un proceso en el cual se detonan los emprendedores habituales dentro de la empresa familiar. Este proceso desarrolla las capacidades de emprendimiento del individuo, le debe proveer conocimientos y debe ser detonado por un estímulo para que suceda.

¿Por qué relacionamos el contexto de la empresa familiar con el emprendimiento habitual? El estudio del emprendedor como individuo presenta cierto tipo de características y antecedentes que permiten apuntar a una relación con la empresa familiar. Algunos estudios mencionan que los emprendedores tuvieron antecedentes de padres empresarios. Los estudios que datan desde 1994 (Dyer & Handler, 1994), detectan algunos puntos de intersección del emprendedor con la empresa familiar:

- (1) Experiencias tempranas en la familia.
- (2) Involucramiento de la familia en sus proyectos.
- (3) Empleo de los miembros de la familia en la empresa.
- (4) Involucramiento de los miembros de la familia en la propiedad y gestión de la sucesión.

Estudios más recientes señalan que el antecedente de empresa familiar tiende a influenciar las actitudes de manera positiva en las nuevas generaciones de los miembros de la empresa familiar incrementando la probabilidad de un comportamiento emprendedor (Römer-Paakkanen, 2009). Actividades que permiten desarrollar el

capital humano del emprendedor y dotarlo de mejores condiciones para la creación de empresas. Es decir, en estas actividades es donde probablemente se desarrolla la competencia emprendedora. Desde el enfoque del capital humano se identifican qué aspectos, tales como los atributos del fundador propietario, vienen dados por características de antecedentes familiares, actitudes y motivaciones. Los emprendedores tienen la característica de ser más dinámicos y su actitud emprendedora pudo haber sido desarrollada por su experiencia en el tiempo. Adquiriendo conocimiento y habilidades específicas, estas habilidades pueden ser compartidas o transferidas en diferentes industrias. Serían probablemente estas características también para el emprendedor que repite.

1.4.3 Acceso a recursos y capacidades en el contexto de la empresa familiar.

El estudio del emprendedor en el contexto de la empresa familiar indica que no solamente el *role model* de los padres tiene influencia en el desarrollo del emprendedor habitual sino también la disponibilidad de recursos y capacidades que configura una empresa familiar, lo que habilita potencialmente el emprendimiento habitual (Robson, 2013).

En el contexto de la empresa familiar el individuo genera una idiosincrasia, un recurso llamado *familiness* con un perfil particular que puede favorecer en diferente medida el proceso del emprendimiento. El concepto de *familiness* fue introducido en el año 1997 por los profesores Habberson y Williams (2006) y se refiere al conjunto único de recursos que una empresa familiar posee a razón de la interacción de sistemas de propiedad, familia y empresa como conjunto. Es decir, se entiende por *familiness* el conjunto de recursos que son distintivos de una empresa como resultado de la implicación de la familia propietaria. Habberson y Williams (2006) argumentan con el

familiness que la empresa familiar configura un contexto particular de recursos y capacidades que la habilita para la creación de nuevas empresas y con ello lograr la permanencia a través de generaciones. Estos autores señalan que el *familiness* puede ser fuente de ventajas competitivas y que está relacionada con los resultados de la empresa.

Este concepto del *familiness* se basa en el enfoque de la empresa basada en los recursos, que considera la empresa como un conjunto de recursos y capacidades únicos. Los recursos son los medios con que cuenta la empresa para realizar su actividad, y pueden ser tangibles (inmuebles, maquinaria, equipos, etc.), intangibles (derivados del conocimiento y la reputación) y humanos (que aportan destrezas y habilidades). Sin embargo, aún y cuando se tenga este contexto de recursos y capacidades hace falta el accionar de un agente que pueda ensamblar una solución y aprovechar el entorno, estamos hablando del emprendedor habitual quien con recursos, aprendizajes, educación, reputación y un estímulo debe detonar el emprendimiento dentro de la empresa familiar.

1.4.4 El proceso de emprender en la empresa familiar.

El observar el emprendimiento desde el punto de vista de la empresa familiar es una propuesta que nos invita a ver cómo un ecosistema creado por la familia se convierte en un agente que demanda servicios y productos pero también los genera (Minniti, Zacharakis, Spinelli, Rice & Habberson, 2006). En el estudio realizado por Habberson, (2006) se presenta una serie de interacciones de los miembros de la familia con las diferentes entidades de la empresa familiar, lo que genera un contexto diferente para el emprendimiento. La empresa familiar se observa como un

ecosistema con ventajas para desarrollar el emprendimiento. Podemos hablar de un proceso de emprender que es impactado por estas interacciones. A continuación se presenta cada una de estas etapas de interacción del emprendedor en la empresa familiar:

Figura 3. Proceso emprendedor.



Fuente: elaboración propia basado en Minniti, Zacharakis, Spinelli, Rice & Habberson, (2006).

Conocimiento de recursos y capacidades

En un inicio los miembros de la familia comienzan a ser conscientes de los recursos y capacidades que dispone la empresa y la familia. Desde los recursos físicos y financieros hasta los intangibles como la reputación y las redes de contactos (Sieger, Zellweger, Nason & Clinton, 2011).

Identificación de oportunidades

Sabemos que no basta con la disposición de recursos para emprender sino saber qué es lo que se puede emprender y en una segunda etapa está la identificación de oportunidades en la que se tiene una ventaja, ya que las familias tienen fuertes nexos y redes de contactos que son un recurso crítico para la identificación de oportunidades. El emprendimiento formal e informal dentro de la empresa familiar tiene sus raíces en las

relaciones personales. Las familias están inmersas en el conocimiento de la industria y los contactos adecuados dentro de la misma. Sus vínculos y redes les permiten tener influencia en identificar oportunidades antes que la competencia y otros individuos. Más aún, cuando existe un grupo de empresas portfolio se convierten éstas en un recurso distintivo que permite generar diferentes estrategias y escalas para sus iniciativas al combinar recursos y obtener ventajas (Discua, Cruz & Howorth, 2010). La identificación de oportunidades no sólo puede obtenerse de la red de contactos desarrollada, también puede tener su origen en la interacción con miembros de la familia de otras generaciones con mayor experiencia, cuando en las empresas se desarrollan equipos de trabajo donde existe la figura del mentor que ayuda a las nuevas generaciones a profundizar en la identificación de la oportunidad y acercar los recursos para su explotación. Cuando hablamos de emprendimiento transgeneracional nos referimos a la mentalidad y capacidades para generar nueva actividades económica en cada una de las siguientes generaciones (Aldrich & Cliff, 2003).

Es importante mencionar que la intención y proactividad hacia la identificación de oportunidades define un grado del estado de alerta que permite a estos miembros de la familia explotar el conocimiento tácito y técnico que durante generaciones se ha acumulado respecto de una industria (Plate, Schiede & von Schlippe, 2010). Teniendo así la posibilidad de proponer mejoras en procesos, productos, servicios, etc. Se dice que la alerta en un individuo existe cuando tienen una idea que los otros no puede ver referente a un recurso.

Toma de decisiones.

Si se quiere aprovechar esta oportunidad que se ha identificado sigue una etapa de toma de decisiones que se busca sean lo más eficientes y efectivas (Habberson, 2006). La

capacidad para tomar decisiones es un reflejo de la cognición del emprendedor y el contexto en el que se encuentra. Los emprendedores tienden a utilizar más la heurística que los gerentes de una empresa. La heurística se refiere a la simplificación de estrategias que los individuos utilizan para tomar decisiones, especialmente en situaciones complejas donde poca información y mucha incertidumbre, la heurística es característica de los emprendedores (Minniti, Zacharakis, Spinelli, Rice & Habberson, 2006). Las organizaciones hacen un balance entre la disciplina de evaluar “científicamente” una oportunidad y la espontaneidad de actuar con intuición heurística. El contexto también tiene su influencia en la toma de decisiones. Una estructura más formal donde se centraliza el control y toma de decisiones inhibe el emprendimiento. Las empresas familiares pueden presentar un contraste donde los emprendedores fundadores tienden a tomar las decisiones de forma heurística pero la estructura de control hacia la organización es centralizada inhibiendo el desarrollo de iniciativas emprendedoras (Habberson & Pistrui, 2002). El papel nuevamente de los mentores en esta etapa puede ayudar a salvar la estructura e impulsar la iniciativa emprendedora. Los emprendedores de familia son conocidos por su toma de decisiones en el momento. Cuando las decisiones en base heurística son combinadas con el control de la propiedad de recursos el resultado es una toma de decisiones respaldada con recursos en contraste con una lógica de secuencia donde se trata de ir consiguiendo recursos para las ideas que aparecen. Esto permite al emprendedor dentro de la empresa familiar tener un cálculo diferente a fallar. La familia y la empresa familiar les permiten fallar más seguido sin las connotaciones negativas de una organización. Hay una relación directa de recursos y toma de decisiones (Habberson, 2006).

Moviliza recursos.

El encontrar y movilizar los recursos necesarios es factor clave en el proceso emprendedor. Puede variar la forma en que ocurre esta etapa del emprendimiento. Qué tan innovador y parsimonioso puede ser un emprendedor es un indicador de su trayectoria, donde la experiencia de haber emprendido anteriormente hace una diferencia (Ucbasaran, Baldacchino & Lockett, 2013). El emprendedor habitual gradualmente encuentra y moviliza recursos como los va necesitando, es muy conscientes del tiempo y aprovecha la red de contacto de la familia para hablar con la gente y ver qué pueden añadir, se apalancan en familia y amigos (Habberson, 2006). Esta forma de emprender encaja en la fórmula del contexto familiar, ya que el apoyo a los miembros de la familia es un objetivo común. Trabajar en equipo con diferentes miembros de la familia permite aprovechar mejor los recursos y llevar a cabo las iniciativas del emprendimiento. Una familia es un equipo natural de individuos que viven y trabajan juntos (Nordqvist & Melin, 2010). El emprendimiento puede verse en esposos, primos hermanos, etc. No quiere decir que siempre, pero hay una inclinación social y natural a hacerlo en etapas tempranas. Las familias que han desarrollado esas capacidades están en una categoría elite para emprende y crear equipos transgeneracionales. Hay que recordar que muchos de los emprendimientos son fondeados por las familias. En el caso de las empresas que tiene un grupo o portafolio, son éstas las que apoyan a los nuevos emprendimientos.

Acumula experiencia.

Durante todo este proceso de emprender el individuo va enriqueciendo su capital humano añadiendo experiencias y aprendizajes en su trayecto para convertirlos en acciones para la creación de negocios (Habberson, 2006). Generalmente las experiencias y aprendizajes se comparan con las prácticas y resultados que ha tenido la empresa familiar retroalimentando y ganando experiencia.

Emprende otra vez.

Las familias son frecuentemente emprendedores habituales ya que construyen portafolios de empresas. Tienen su origen en un emprendedor, que crea al tiempo una empresa familiar que al tiempo crea un grupo de empresas controladas por la familia (Rosa, Howorth & Discua Cruz, 2014). Las circunstancias pueden influir en el crear otra empresa o no pero en todo caso la experiencia previa de ser propietario y crear una empresa son recursos para la empresa familiar, es decir un individuo que ha incrementado su capital humano emprendedor puede generar nuevas empresas apoyado por el entorno que vive en la empresa familiar. No debemos de olvidar que el soporte de la estructura de la empresa familiar permite que se intente otro emprendimiento por varias generaciones, esas decisiones respaldadas con visión de los mentores y recursos de la empresa dan más certeza al momento de emprender sin contar que el miedo a fallar por las consecuencias que podría tener también son respaldadas por este contexto de empresa familiar.

Hemos revisado cómo la interacción del individuo en el contexto de la empresa familiar le permite desarrollar su capital humano y enriquecer su experiencia para emprender nuevamente. Desde la conciencia de la disponibilidad de recursos que tiene y los que no tiene. Con una singular fuente de identificación de oportunidades al tener interacción con otros miembros de la familia para lograr conocer oportunidades de primera mano o aprovechar la experiencia de otros. No hablamos sólo del acceso a recursos de la empresa familiar sino también de un estado mental o que le permite calcular y tomar decisiones respaldadas al momento de emprender una y otra vez. De aquí que sugerimos

que el contexto de la empresa familiar es adecuado para el florecimiento del emprendimiento habitual.

1.4.5 Reto de investigación del emprendedor habitual en el contexto de la empresa familiar.

Es escaso el desarrollo de literatura que aborda el fenómeno del emprendedor habitual y la empresa familiar. En algunos estudios se explora la renovación y transmisión de actitudes y capacidades más importantes para asegurar la continuidad de la empresa familiar (Rosa, 2008). La transmisión de habilidades específicas necesarias para crear habitualmente empresas y llevarlas a través de generaciones para su renovación (Rosa, 2008). Esto hace que se convierta el emprendedor habitual en el mecanismo para asegurar el emprendimiento transgeneracional.

Haciendo una primera aproximación para conocer la dimensión de los emprendedores habituales dentro de las empresas familiares, Huovinen & Tihula (2008) realizan un estudio que confirma una mayor presencia de emprendedores habituales portfolio en las empresas familiares. Sugieren que esta relación no había sido detectada dada la lealtad de los emprendedores dentro de la empresa familiar, es decir no renuncian para emprender sus nuevos negocios. Una lealtad que posiblemente esté ligada a la disposición y acceso a recursos que le permite la empresa familiar. Huovinen & Tihula, (2008) realizaron su investigación con una muestra de 245 empresas, familiares y no familiares, identificando si su fundador era un emprendedor inicial, serial o portfolio. Encontrando que el 82% de los emprendedores habituales portfolio provenían de una empresa familiar.

Si bien son escasas en cantidad, las aportaciones hechas han sido en diferentes perspectivas, profundizando algunas en el enfoque de capital humano. Por ejemplo

Morrish (2008), quien retoma la importancia de mantener la competitividad de la empresa familiar buscando desarrollar las habilidades necesarias para tener una renovación emprendedora a través de generaciones, y ubica el desarrollo de negocios portfolio como una estrategia de la familia para dar un beneficio a sus integrantes. (Morrish, 2008). Morrish basa su estudio en el principio de *effectuation* como el proceso por el cual puede darse el fenómeno del emprendedor habitual, en donde la familia le provee de las condiciones (recursos y capacidades) y el individuo resuelve como las combina y explota. Tomando el enfoque en recursos y capacidades, en posterior estudio Plate, Schiede & Von Schlippe (2010) afirman que una empresa familiar tuvo su origen a partir de ciertos recursos combinados por la creatividad y capacidad de su emprendedor fundador (Plate, Schiede & Von Schlippe, 2010) si bien su investigación se centra en el diseño de la organización, de cómo se despliegan estos recursos, aplica el constructo del *familiness* para conocer cómo le influye la familia.

Un hallazgo importante de esta investigación es la identificación de la importancia de un recurso en la empresa familiar para emprender: la reputación. Finalmente también en el afán de explicar el fenómeno de emprendedor habitual en el contexto de la empresa familiar Sieger, Zelleweger, Nasón & Clinton (2011) proponen un modelo de proceso emprendedor para identificar la evolución de los emprendedores habituales identificando seis categorías de recursos relevantes para los emprendedores habituales los cuales son: reputación en la industria, capital humano de la industria, capital social en la industria, meta capital humano, meta reputación, meta capital social. Este proceso comienza con la construcción de capital humano específico de la industria, este conocimiento inicial le lleva a tener credibilidad y ventaja de competencia en la industria, esta ventaja se convierte en reputación favorable para la empresa y los miembros de la familia. La reputación ayuda a la extensión y fortalecimiento de la red

de contactos en la industria, lo que provee acceso a oportunidades de negocio y lleva a su primera oleada de empresas al emprendedor portfolio. Es decir la reputación se convierte en un imán de oportunidades. La influencia de la familia en los recursos y la disposición de estos en el proceso del emprendedor habitual no ha sido explorado (Sieger, Zelleweger, Nasón & Clinton, 2011).

Aunado a esto uno de los últimos estudios sobre el emprendedor habitual y empresa familiar que tomamos como referencia (Howorth, Jackson & Cruz, 2014) considera aún sin responder varias preguntas sobre la forma de operar de los emprendedores habituales dentro de la empresa familiar planteando los siguientes retos para su investigación:

a.- Demografía y antecedentes:

Investigaciones previas han demostrado que los emprendedores habituales tienden a comenzar más jóvenes, a ser predominantemente hombres y la mayoría tiene padres en los negocios, implicando que pertenecen a una empresa familiar. Es necesario confirmar estos resultados en diferentes contextos -continentes, países, niveles de desarrollo-. ¿Qué sucede después de que un miembro de la familia decide emprender? ¿Continúan como emprendedores solitarios o involucran a su familia esposa e hijos cuando estos crecen?

Rosa sugiere estudiar el género de los emprendedores habituales dentro de las empresas familiares. Si bien las mujeres juegan un papel central y fundamental en las familias ¿por qué no aparecen como protagonistas emprendedoras habituales?

b.- Experiencia y capital humano.

Se encuentra a los emprendedores habituales con mucha mayor experiencia en la industria, habilidades gerenciales y emprendimiento. Lo que se aprende mientras se comienza el negocio es diferente a la experiencia que se adquiere en la gestión

(Wiklund & Sheperd 2008). El ser miembro de la familia ¿representa una ventaja en términos de compartir el conocimiento?

c.- Preparación de la siguiente generación.

Muchas empresas familiares utilizan sus recursos para educar a sus hijos y que lleguen a ser profesionales más que emprendedores. Algunos prefieren no continuar en la empresa familiar, sin embargo los dejan de observar como fuente de renovación. ¿Qué sucede en el momento que se debe renovar con la siguiente generación? ¿Se tienen las mismas capacidades e intenciones de emprender?. ¿Cómo se enseña el conocimiento y experiencia a la siguiente generación para crear nuevos negocios, que tipo de ambiente en la empresa familiar puede generar emprendedores habituales?

d.- Recursos.

Las investigaciones sugieren que los emprendedores habituales tienen un mayor acceso a los recursos financieros y sociales. La acumulación de recursos sociales y financieros es más fácil para establecer nuevos negocios. La investigación en empresa familiar ha reconocido que tienen mayor acceso a recursos aquéllos que son parte de la familia que los que no pertenecen a ella.

e.- Capital social.

Entre otros recursos, el capital social es fundamental para el emprendedor habitual tanto en economías en desarrollo como en economías desarrolladas (Discua & Howorth, 2010). Es decir tienen una gran cantidad de recursos o contacto cuando buscan seguir una oportunidad de negocio.

Parece ser que el emprendedor habitual puede aportar mucho al conocimiento del emprendimiento y en particular a los procesos de renovación transgeneracional en las empresas familiares. Si bien ya se ha estudiado en sus características, sería de utilidad confirmarlas en diferentes países, economías, etc. La oportunidad existe para encontrar los factores que favorecen el emprendimiento habitual dentro de la empresa familiar, cómo se gana experiencia y cómo se utilizan los recursos para generar una nueva empresa.

Es claro que además de la disposición de recursos para el emprendedor habitual dentro de la empresa familiar, ocurren una serie de interacciones que le permiten al emprendedor habitual desarrollar su capital emprendedor, ganar experiencia y repetir los emprendimientos. Los recursos, los aprendizajes y los estímulos deben de estar en concordancia para poder generar de manera habitual emprendimientos que le permitan a la empresa familiar su regeneración a través del tiempo.

1.5 Conclusión.

Después de haber revisado la literatura de investigación del emprendedor habitual es importante mencionar la evolución del estudio del fenómeno. Los estudios que primeramente lo abordaron se centraron en la revisión de las características del individuo, sus datos demográficos tales como edad, género o antecedentes familiares por destacar algunas características, entregando una primera impresión de quién era el emprendedor habitual. Después de esta serie de estudios se intentó responder a la cuestión de ¿por qué el emprendedor repetía sus emprendimientos? generando el estudio de diferentes trabajos que buscaban profundizar en el estudio del individuo y explicar las motivaciones y factores psicológicos que habilitaban al emprendedor a repetir la creación de empresas. Algunos trabajos relacionaron al emprendedor habitual

con su capacidad cognitiva de identificar oportunidades, ensamblar recursos y crear empresa, revisando temas en los estudios más recientes como la pasión por emprender. En esta etapa de la investigación del emprendedor habitual se realizan comparaciones entre los diferentes tipos de emprendedores: novicios, seriales y portfolio, haciendo un contraste de sus características demográficas, motivaciones y factores psicológicos de cada uno de estos grupos.

Esto llevó al estudio del emprendedor habitual, a reconocer que el ciclo de vida de la empresa que se crea no es el mismo ciclo de vida del emprendedor, es decir no se deja de ser emprendedor una vez creada la primera empresa.

Posiblemente una de las aportaciones en resumen de esta etapa de investigación es el reconocimiento de la capacidad dinámica del capital humano emprendedor, es decir se puede desarrollar a través de las experiencias una mejor capacidad para emprender. La experiencia obtenida del primer emprendimiento puede variar en cantidad y naturaleza ya que cada emprendedor enfrenta diferentes retos en diferentes contextos.

En una siguiente etapa de la evolución de la literatura del emprendedor habitual se pueden encontrar trabajos que comienzan a ligar los resultados del estudio del individuo hacia los resultados de las empresas creadas.

Se relaciona el emprendedor habitual y las ventas, cantidad de empleos, utilidades generadas por la empresa creada. Para los trabajos de investigación significa un primer vínculo del emprendedor habitual con el contexto próximo que es la empresa. De igual forma se desarrollan trabajos centrados en el contraste entre los diferentes tipos de emprendedor y las empresas creadas.

Si ya se había estudiado al individuo con sus características y factores psicológicos, y también relacionado con el *performance* de las empresas creadas, se abría el camino a

una nueva etapa de investigación del fenómeno donde se trataba de explicar qué papel jugaba el contexto para detonar el emprendimiento habitual. Sin duda se ha incrementado el rol del contexto para la investigación del emprendimiento (Zahra & Wright, 2011; Westhead & Wright 2015), si bien son necesarios más estudios que exploren cómo el contexto en economías en desarrollo promueve o impide el emprendimiento.

Más allá aun, diferentes contextos pueden influenciar configuraciones particulares del fenómeno que necesitan ser examinadas, por ejemplo los contextos que promueven el emprendimiento habitual de *start ups* en contraste con contextos que promueven la compra de empresas o cómo el contexto de la empresa familiar favorece o inhibe el emprendimiento habitual (Westhead & Wright, 2015).

Estos retos hacia la investigación del emprendedor habitual siguen vigentes y es el motivo de nuestra investigación conocer cómo el contexto influye en el emprendedor habitual. Aunado a ello este estudio plantea considerar una perspectiva más integral al incluir variables de diferentes líneas de investigación y contrastarlas en diferentes contextos, con la intención de tener un modelo con un mayor poder de explicación.

CAPÍTULO II

ASPECTOS METODOLÓGICOS

2.1 Objetivos de la investigación

2.2 Instrumento de recolección de datos

2.3 Validación y envío de encuesta

2.1 Objetivos de la investigación

Durante la revisión de la literatura de esta investigación hemos encontrado el papel fundamental que juega el emprendedor habitual, primero con características particulares que señalan un emprendedor con un desempeño e impacto superior y segundo, que su relación con el contexto nos señala que aparentemente el semillero de emprendedores habituales puede ser la empresa familiar donde no sólo se generan, también adquieren lo necesario para ser emprendedores habituales. De ahí la importancia de estudiar el fenómeno del emprendedor habitual en general y también en la empresa familiar. La magnitud de la aportación a la economía mundial de las empresas familiares y en particular en México y la oportunidad de aprovechar al emprendimiento para su continuo desarrollo pone de manifiesto la relevancia de este tema. También durante la revisión de la literatura hemos visto que se ha desarrollado por separado la literatura de la empresa familiar y la del emprendimiento. La cantidad de estudios que expliquen la relación de estos dos fenómenos no es abundante y está en pleno crecimiento; explorando con este estudio un punto de convergencia donde el emprendedor habitual es el punto de intersección entre las disciplinas de empresa familiar y emprendimiento como elemento de regeneración emprendedora dentro de la empresa familiar y así aportar al gap que existe en la literatura de estas dos disciplinas.

En este estudio de carácter exploratorio se han planteado los objetivos de:

- 1.- Conocer la **dimensión** del fenómeno de los emprendedores habituales en México.
- 2.- Conocer las **características** de los emprendedores habituales en México.
- 3.- Hacer una aproximación a los **factores** que favorecen el emprendimiento habitual en México con especial atención al impacto de los antecedentes y el carácter familiar.

2.2 Instrumento de recolección de datos

Con la intención de lograr obtener la información necesaria para el análisis planteado se diseñó un instrumento que permite la obtención de información. A continuación se presenta la estructura del cuestionario:

A. Datos generales y empresa familiar

Sección que nos permite recuperar los datos generales: edad, género, estado civil, estudios, etc. del emprendedor que responde, así como los necesarios para determinar si la empresa es familiar o no. Esta sección en particular es importante ya que nos permite determinar la “*habitualidad*” del emprender al conocer el número de empresas que ha fundado y el número de empresas que aún están funcionando para determinar el tipo de emprendedor: novicio, serial y portfolio.

B. Datos de la empresa

Esta sección nos permite conocer las características de las empresas: antigüedad, tamaño y número de empleos.

C. Información y oportunidades

Esta sección está diseñada para obtener información del proceso de: “obtención de información” y “detección de oportunidades”, básicamente la información aquí recogida permite conocer cómo es que se lleva a cabo este proceso.

D. Innovación

Esta sección nos permite conocer si la empresa tiene cierta inclinación hacia el desarrollo de actividades relacionadas con la innovación en su negocio. Por ejemplo: adquisición de nuevas tecnologías, desarrollo de nuevos productos o servicios, etc.

E. Estrategia de la empresa

Para esta sección el encuestado responde una evaluación de la orientación en la estrategia de la empresa.

F. Emprendimiento corporativo

Las iniciativas emprendedoras que han sido propuestas dentro de la empresa son revisadas en esta sección del cuestionario para determinar con qué intensidad ocurre el emprendimiento corporativo.

La tabla 8 relaciona las variables utilizadas en la parte empírica de la tesis indicando, en cada caso, en qué estudios se ha fundamentado la medición empleada.

Tabla 8. Variables recogidas en el cuestionario

Ítem	Aporte al Estudio	Estudios
(A1) Edad, (A2) Género, (A3) Estado Civil, (A4) Nivel de Estudios, (A9) Experiencia profesional previa	Conocimiento del perfil del emprendedor habitual	Westhead & Wright (2015). Ucbasaran, Baldacchino & Lockett (2013) Rosa, Howorth, & Discua Cruz (2014) Barnir (2014).
(A10) ¿Es usted el (la) fundador (a) de esta empresa?	Identifica el perfil de la persona que responde el cuestionario. Con esta pregunta se identifica al CEO fundador.	Westhead, & Wright (2015) Ucbasaran, Baldacchino & Lockett (2013) Rosa, Howorth, & Discua Cruz (2014)
(A11) ¿A qué se dedicaba la persona que sustentaba su familia?	Antecedentes del emprendedor habitual.	Westhead, & Wright (2015). Ucbasaran, Baldacchino, & Lockett (2013) Habbershon (2006). Rosa, Howorth, & Discua Cruz (2014)
(A12) ¿Qué razones le llevaron a crearla?	Identificar el emprendimiento por necesidad o emprendimiento por oportunidad.	Westhead, & Wright (2015). Ucbasaran, Baldacchino, & Lockett (2013) Sarasvathy, Menon & Kuechle, (2013). Hsu, & Wiklund, (2010).

		Gordon, & Steffens, (2009).
(A13) ¿Cuántas empresas ha fundado durante su vida? _____ ¿Cuántas de las empresas que ha fundado siguen vivas? _____	Identifica al tipo de emprendedor: novicio, serial y portfolio.	Westhead, & Wright (2015). Ucbasaran, Baldacchino, & Lockett (2013)
(A15) ¿Existe una familia o grupo de familias que posea un porcentaje significativo de la propiedad y/o derechos de voto de la empresa?	Identifica si la empresa entra en la categoría de empresa familiar.	Habbershon (2006). Rosa, Howorth & Discua Cruz, (2014) Discua Cruz., Howorth & Hamilton (2013).
(B2) Sector Principal de la Empresa.	Identifica el sector industrial vs el agrupamiento de agrícola, servicios y comercial.	Rosa, Howorth & Discua Cruz, (2014)
(B3) Tamaño de la Empresa	Permite identificar el tamaño de la empresa basado en número de empleados.	Westhead & Wright. (2015).
(C1) Estrategia.	Identifica el tipo de estrategia que lleva a cabo la empresa.	Rosa, Howorth & Discua Cruz (2014) Westhead & Wright (2015).
(D1) Búsqueda Activa de la Información.	Identifica con que intensidad se realiza la búsqueda de información.	Ucbasaran, Baldacchino & Lockett, (2013). Westhead & Wright (2015).
(C5) Performance	Identifica el desempeño que tiene la empresa.	Westhead & Wright (2015).
(G1) Dinamismo	Identifica el tipo de medio ambiente en el que se encuentra la industria.	Ucbasaran, Baldacchino & Lockett (2013)

Fuente: Elaboración propia.

2.3 Validación y envío de la encuesta

Estos cuestionarios estaban dirigidos a CEOs de empresas mexicanas, quienes consideramos una fuente confiable dado el grado de información que reciben de la empresa y el rol que juegan en el desarrollo de la misma (Westphal & Fredrickson, 2001). Posteriormente se identificó aquellos que habían fundado la empresa de referencia. Antes de liberar la aplicación de la encuesta se realizaron pre-test en los estados de San Luis Potosí y Querétaro para asegurar que los cuestionarios estuvieran

bien estructurados y tuviera la claridad en las preguntas para obtener respuestas de calidad. Una vez realizados los ajustes se liberó el cuestionario tanto en su versión impresa como su versión *online*. Para la versión *online* se utilizó el software de análisis estadístico de Qualtrics, que permitió el despliegue y seguimiento de la aplicación de las encuestas *online*. Los datos fueron obtenidos a través del estudio de campo donde se aplicaron 627 cuestionarios, de los cuales 350 completaron las respuestas y 277 no lograron completarse.

La aplicación de los cuestionarios se llevó a cabo durante los meses de abril de 2013 a febrero de 2014 en la República Mexicana, en particular en los estados de Chihuahua, Nuevo León, Querétaro y San Luis Potosí.

Se utilizaron 3 fuentes de datos confiables para realizar los contactos a las empresas. La primera es una base de datos interna del Instituto de emprendimiento Garza la Güera del Tecnológico de Monterrey. Es una lista de contactos de CEOS de empresa mexicanas en los diferentes estados de Nuevo León, Querétaro, San Luis Potosí, y Chihuahua. La segunda fuente es la lista de empresas provista por la red de incubadoras que se encuentran en los parques tecnológicos del Tecnológico de Monterrey en los estados antes mencionados. La tercera fuente de información son los alumnos enrolados en los cursos de universidad virtual que generalmente tienen un perfil de CEO o tienen el conocimiento y autorización para responder un cuestionario de este tipo.

Tabla 9. Despliegue de Cuestionarios.

Tipo de Cuestionario	Enviados	Cuestionarios Completos	Incompletos	Utilizables
Online Chihuahua	82	35	47	31
Online Queretaro	81	44	37	44
Online Nuevo Leon	140	53	87	37
Online San Luis Potosi	21	8	13	5
<i>Total Online</i>	<i>324</i>	<i>140 (43.2%)</i>	<i>184 (56.8%)</i>	<i>117 (36.1%)</i>
Impresos Queretaro	70	65	5	65
Impresos San Luis Potosi	90	76	14	76
<i>Total Impresos</i>	<i>160</i>	<i>141 (88.1%)</i>	<i>19 (11.9%)</i>	<i>141 (88.1%)</i>
<i>Online Post-grado</i>	<i>143</i>	<i>69 (48.3%)</i>	<i>74 (51.7%)</i>	<i>37 (25.3%)</i>
Total	627	350	277	295

Fuente: Elaboración propia

La primera oleada de aplicación de cuestionarios consideró el envío *online* por correo electrónico del cuestionario a los CEOs donde se presentaba la intención y la importancia del estudio (Ver Anexo 1). El cuestionario en su versión *online* podía ser contestado en cualquier dispositivo electrónico desde un *Smartphone* a un ordenador o tablet. No se consideró algún tipo de incentivo más que comentar la importancia de la información que podría resultar del estudio.

El software de Qualtrics ayudó al seguimiento de los cuestionarios *online*. Permitía tener el seguimiento de los cuestionarios ya respondidos y la duración en responderlo, mientras que para los cuestionarios que no se habían comenzado a responder o estaban incompletos enviaba un recordatorio a su cuenta de correo para incentivar la contestación del cuestionario.

En una segunda etapa la versión impresa se presentó como alternativa al cuestionario *online*. Primero se aplicó a los estudiantes de universidad virtual donde los profesores aplicaron directamente el cuestionario, asegurándose de entregar la carta de presentación del estudio. Después de recuperar los cuestionarios estos fueron capturados en el software de Qualtrics para su futuro procesamiento en el software estadístico de SPSS versión 21 a donde se exportó el archivo .sav que contenía la estructura, los datos y etiquetas correspondientes para el análisis de los cuestionarios.

De los 350 cuestionarios que se respondieron completamente 295 cumplían con el requisito de haber sido respondidos por el CEO de la compañía.

Considerando que se lograron 295 cuestionarios en la muestra final de un total de 627 invitaciones originales, esto nos da una tasa final de respuesta de 47,05% (considerando tanto respuesta *online* como impresas), de las cuales 32,98% de ellas fueron administradas directamente desde la plataforma Qualtrics (vía internet).

Estos resultados fueron posibles gracias al apoyo e interés de los colegas catedráticos e investigadores tanto del Tecnológico de Monterrey como de la Universidad de Cantabria. El error de muestreo presentado fue del 5,71%. En la mayoría de las investigaciones basadas en encuestas, el error de muestreo oscila entre el 2% y 6% con niveles de confianza con límite de 95% (Patel & Read, 1996; Särndal, Swensson, & Wretman, 2003).

Adicionalmente se examinó el posible sesgo derivado de las encuestas sin contestar utilizando pruebas de Mann-Whitney para identificar diferencias potenciales entre las respuestas recibidas al inicio del levantamiento de datos en comparación con las que se recibieron al final del proceso. Esto asumiendo que los individuos que no respondieron las encuestas son más similares a aquellos individuos que la respondieron al final del

proceso en comparación con los que respondieron al inicio (Armstrong & Overton, 1977; Narasimhan & Das, 2001). Esta prueba no reflejó ninguna diferencia estadística significativa (valor $p > 0.05$), mitigando así la preocupación por un sesgo generado a consecuencia de la tasa de no-respuesta.

Haciendo una comparación de las siguientes tablas para conocer mejor nuestra muestra, en la Tabla 10 podemos ver la distribución nacional de las empresas por sector económico de los cuatro estados considerados en nuestro estudio y podemos compararlos con la Tabla 11, que muestra esa misma información pero exclusivamente de las empresas que respondieron nuestra encuesta. Podemos apreciar que las empresas pertenecientes a nuestra muestra están más inclinadas al sector manufacturero en comparación con la distribución nacional, en la que son más numerosas las empresas de comercio y servicios.

Y en relación al tamaño de las empresas, se presentan también las dos tablas comparativas. La Tabla 12 muestra el tamaño de las empresas totales en los cuatro estados seleccionados y la Tabla 13 muestra el tamaño de las empresas exclusivamente de las empresas que respondieron nuestra encuesta. Podemos apreciar que nuestra muestra está compuesta por empresas más grandes que lo que corresponde a la distribución nacional. Independientemente de que la muestra tiene un sesgo hacia empresas grandes en el sector privado industrial y comercial, se puede considerar que la muestra es estadísticamente representativa y relevante para los fines de investigación de esta tesis doctoral.

Tabla 10. Distribución nacional de empresas por sector económico en los cuatro estados del caso de estudio.

Estado	Manufactura	Comercio	Servicios	Otros	Total
Chihuahua	8.087 (8%)	44.619 (47%)	40.260 (42%)	2.437 (3%)	95.403
Nuevo León	12.158 (9%)	59.630 (45%)	55.760 (43%)	3.486 (3%)	131.034
Querétaro	6.588 (10%)	32.598 (47%)	28.082 (41%)	1.515 (2%)	1.515
San Luis Potosí	8.756 (10%)	41.717 (47%)	36.006 (41%)	1.661 (2%)	88.140
Total 4 Estados	35.589 (9,28%)	178.564 (46,58%)	160.108 (41,77%)	9.099 (2,37%)	383.360 (100%)
Total Nacional	482.247 (11,47%)	2.028.293 (48,27%)	1.601.125 (38,12%)	89.497 (2,14%)	4.201.162 (100%)

Fuente: INEGI (2015). Datos preliminares. Censo Económico 2014

Tabla 11. Distribución nacional de empresas por sector económico en los cuatro estados que conforman la muestra final recolectada.

Estados	Manufactura	Comercio	Servicios	Totales
Chihuahua	19 (61%)	3 (10%)	9 (29%)	31 (10%)
Nuevo León	30 (41%)	20 (27%)	24 (32%)	74 (25%)
Querétaro	40 (37%)	32 (29%)	37 (34%)	109 (37%)
San Luis Potosí	35 (46%)	23 (27%)	23 (27%)	81 (28%)
Totales muestra	124 (42,0%)	78 (26,4%)	93 (31,5%)	295 (100%)
<i>Distribución Nacional</i>	<i>11,47%</i>	<i>48,27%</i>	<i>38,12%</i>	<i>100%</i> <i>4.201.162</i>

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12. Distribución de las empresas por número de empleados de los cuatro estados considerados en el estudio.

Estado	Menos de 10	11 - 50	51-o 250	Más de 250	Totales
Chihuahua	88.838 (93%)	5.044 (5%)	1.112 (1%)	409 (0,4%)	95.403
Nuevo León	117.857 (90%)	9.738 (7%)	2.720 (2%)	719 (0,5%)	131.034
Querétaro	64.449 (94%)	3.262 (5%)	836 (1%)	236 (0,3%)	68.783
San Luis Potosí	84.071 (95%)	3.194 (4%)	701 (0,7%)	174 (0,1%)	88.140
Total 4 Estados	355.215 (92,7%)	21.238 (5,5%)	5.369 (1,4%)	1.538 (0,4%)	383.360 (100%)
Total Nacional	4.006.770 (95,4%)	153.140 (3,6%)	33.591 (0,8%)	7.661 (0,2%)	4.201.162 (100%)

Fuente: INEGI (2015). Datos preliminares. Censo Económico 2014.

Tabla 13. Distribución de las empresas por número de empleados de las empresas que respondieron la encuesta.

Estados	Menos de 10	11 - 50	51 - 250	Más de 250	Totales
Chihuahua	12 (38%)	13 (42%)	4 (13%)	2 (7%)	31 (11%)
Nuevo León	12 (16%)	15 (20%)	17 (23%)	30 (41%)	74 (25%)
Querétaro	35 (32%)	34 (31%)	31 (29%)	9 (8%)	109 (37%)
San Luis Potosí	33 (41%)	24 (30%)	14 (17%)	10 (12%)	81 (27%)
Totales	92 (31,2%)	86 (29,2%)	66 (22,4%)	51 (17,3%)	295 (100%)
<i>Distribución Nacional</i>	<i>95,4%</i>	<i>3,6%</i>	<i>0,8%</i>	<i>0,2%</i>	<i>100% (4.201.162)</i>

Fuente: Elaboración propia

De los 295 cuestionarios válidos se seleccionaron aquellos que habían sido respondidos por fundadores de empresa, quedando 182 registros de la base de datos para analizar. De estos, 61 eran emprendedores novicios o que sólo habían fundado una empresa y los restantes 121 eran emprendedores habituales que habían fundado 2 o más empresas a lo largo de la vida.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE RESULTADOS

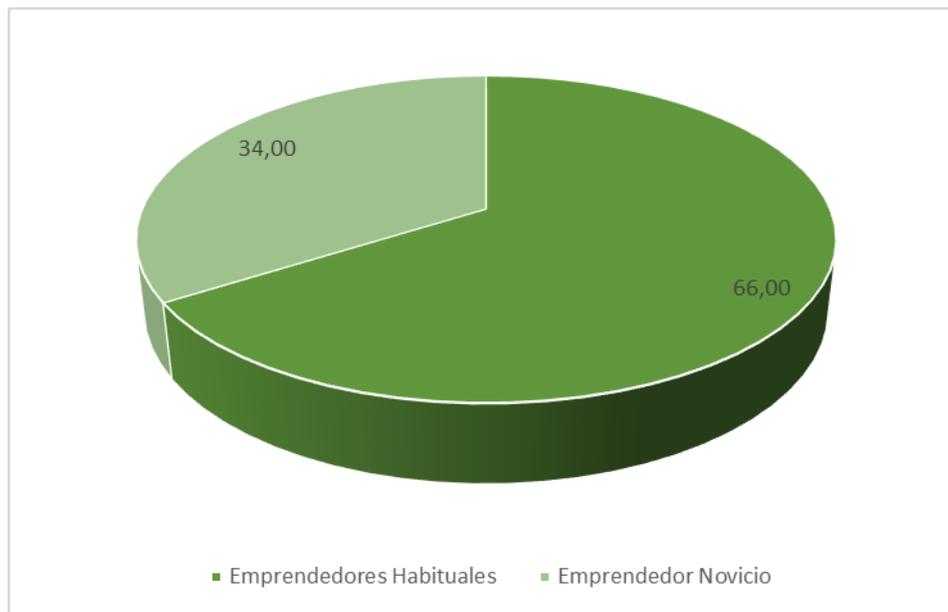
- 3.1 Dimensión del emprendedor habitual en México y en la empresa familiar en México
- 3.2 Características de los emprendedores habituales en México y en las empresas familiares en México
- 3.3 Factores determinantes del emprendedor habitual en México con especial atención a los factores familiares
 - 3.3.1 Justificación del modelo
 - 3.3.2 Formulación de las hipótesis
 - 3.3.3 Metodología
 - 3.3.4 Resultados
 - 3.3.5 Discusión

3.1.- Dimensión del fenómeno del emprendedor habitual en México y en la empresa familiar en México

El primer objetivo fijado para este proyecto de investigación es conocer la dimensión que guarda el fenómeno de los emprendedores habituales en México y en particular en las empresas familiares.

En la muestra empleada en el actual estudio, integrada por 182 emprendedores o fundadores de al menos una empresa, de los cuales 83 procedían de una empresa familiar, se identificaron como emprendedores novicios 61 (emprendedores que lo hacían por primera vez); emprendedores habituales 121 en sus dos versiones: portfolio 97 (emprendedores con dos o más empresas a la vez) y emprendedores seriales 24 (emprendedores que han emprendido más de una vez y que sólo mantienen una empresa en operación).

Tal y como se observa en la figura 4, los emprendedores encontrados no son de un sólo tipo y una muestra de ello son los resultados donde se identifican para el caso de México a un 34% de emprendedores novicios en contraste con emprendedores que ya tienen experiencia en una magnitud de 66%. Los emprendedores habituales son un fenómeno extendido (Ucbasaran, Alsos, Westhead & Wright, 2008). Sin embargo, las investigaciones previas se han desarrollado en su mayoría en economías desarrolladas salvo algunos casos como Malasia y Ghana, para el caso de México no se tenía una medición y hoy podemos confirmar un 66% de emprendedores habituales.

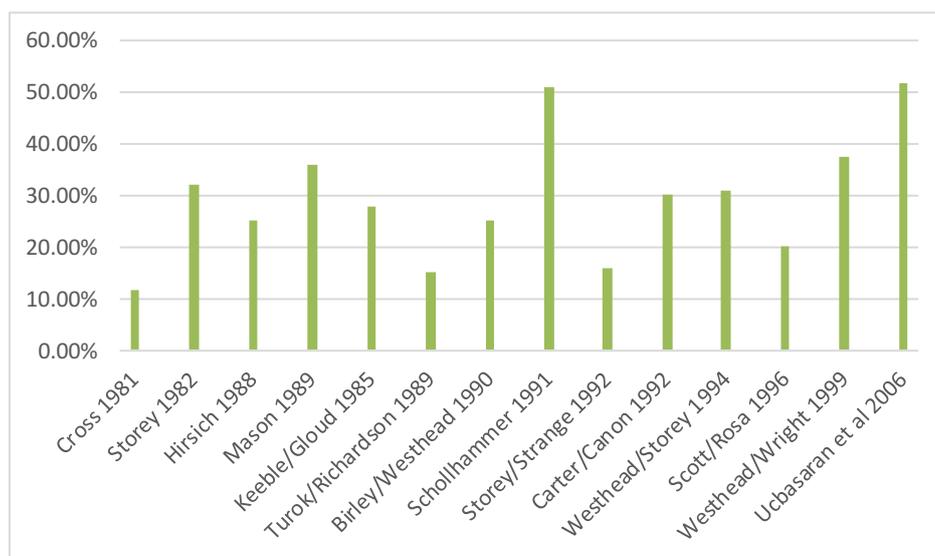
Figura 4. Emprendedor Habitual en México.

Fuente: Elaboración propia

A través del tiempo se puede observar que se ha venido identificando una mayor población de emprendedores habituales en diferentes contextos como se muestra en la Figura 5. Una de las razones está relacionada con las primeras definiciones del emprendedor habitual, cuya operacionalización podía diferir desde una simple “experiencia previa en fundar una empresa” (Cross, 1981) o “ser propietario” (Storey, 2000), o comprar una empresa (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006). Estas definiciones se han venido homogeneizando con el desarrollo de la literatura. Otra de las razones del por qué se ha venido identificando en diferentes magnitudes, pero con una tendencia creciente, es la aplicación de los estudios en diferentes industrias como el agrícola en las granjas noruegas (Alsos, Ljunggren & Pettersen, 2003) o los grupos industriales en Italia (Iacobucci & Rosa, 2010) y recientemente para el caso de *start-ups* fundadas y respaldadas por *Venture Capital* en los Estados Unidos (Hsu, 2007). Otra de las posibles causas por las que las magnitudes puedan tener diferencias se atribuye al contexto (Ucbasaran, Alsos, Westhead & Wright, 2008), el papel que

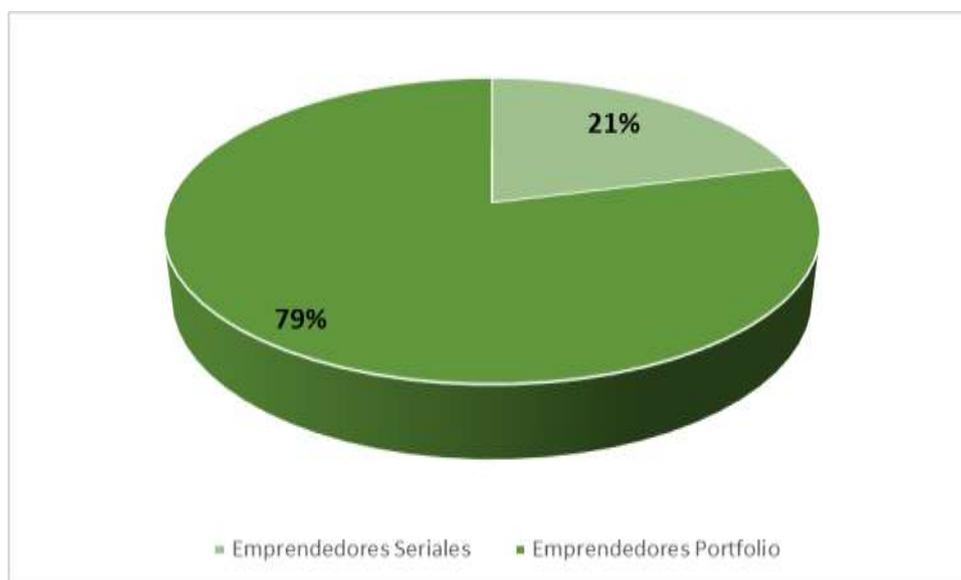
juegan las regulaciones como los impuestos o el fomento al desarrollo del emprendimiento en diferentes países. Para el caso de México la presión que genera el contexto con las excesivas regulaciones puede provocar que los emprendedores busquen por estrategia generar otras empresas y diversificar su portfolio, tal como el caso de la creación de grupos industriales en Italia (Iacobucci & Rosa, 2005). Recordar que la muestra tiene un cierto sesgo hacia las empresas medianas y grandes lo que podría significar una plataforma para la creación de otras empresas muchas de las veces relacionadas a su giro.

Figura 5. Población de emprendedores habituales encontrados en la literatura.



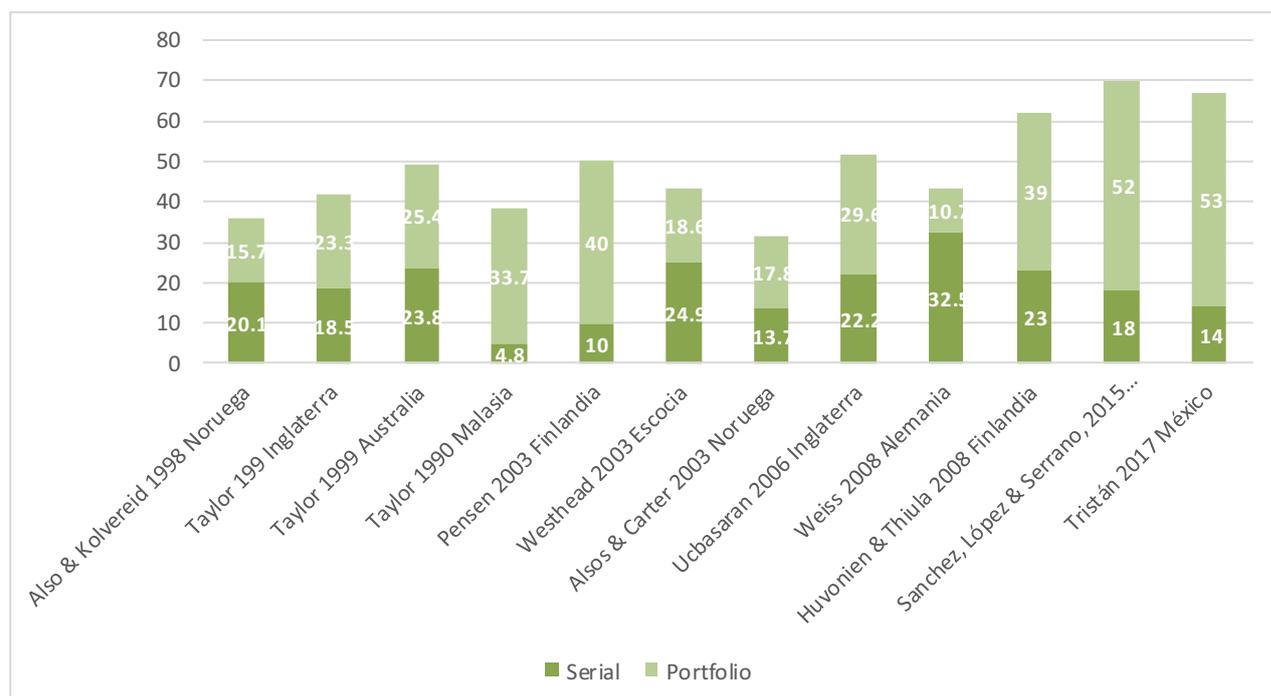
Fuente: (Weiss, 2008)

Los emprendedores habituales pueden ser identificados en cualquiera de sus dos versiones: portfolio y serial. En nuestra muestra el emprendedor portfolio representa el 79% y el emprendedor serial supone el 21% del total de emprendedores habituales. Por lo tanto, los emprendedores portfolio representan más de dos terceras partes de los emprendedores habituales en México (Figura 6).

Figura 6. Tipos de Emprendedores Habituales en México.

Fuente: Elaboración propia

Los datos reportados en las diferentes investigaciones previas muestran casi siempre un mayor número de emprendedor portfolio que el serial (Figura 7). Es de notar que para el caso de los estudios realizados en economías no desarrolladas la diferencia se incrementa, posiblemente por la necesidad de tener diferentes fuentes de ingreso para subsistir. Esta situación también se da en el caso de México. Esto nos hace pensar también en la influencia del factor del entorno nacional donde regulaciones fiscales o dinámicas de mercado presionen para un mayor o menor emprendimiento. En el caso de Finlandia la proporción de emprendedores habituales portfolio es mayor a la de seriales, una de las explicaciones en este caso puede ser la plataforma que desarrollan las empresas de tipo familiar para que sus integrantes la aprovechen para sus futuros emprendimientos (Huovinen & Thiula, 2008). Este podría ser el mismo caso para México que reporta también una gran proporción de emprendedores habituales. El ecosistema que se desarrolla dentro de la empresa familiar para emprender y crear una nueva empresa promueve la creación repetida de empresas.

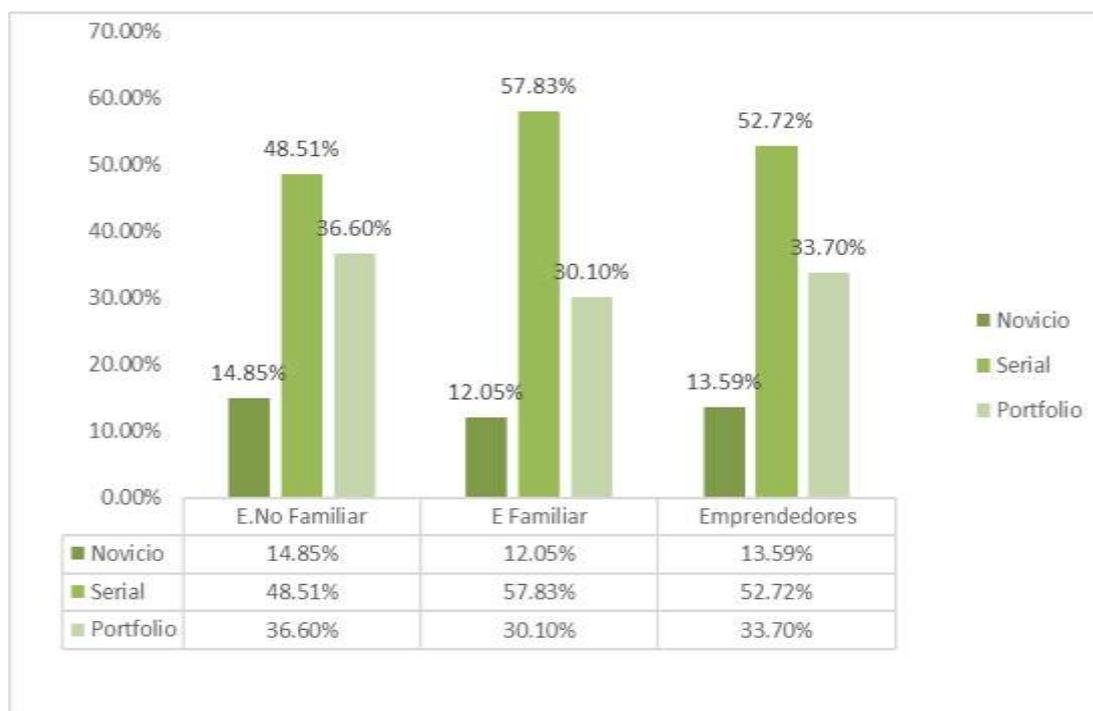
Figura 7. Dimensión de los emprendedores serial y portfolio en la literatura.

Fuente: elaboración propia.

Este es uno de los argumentos que dirige nuestra atención hacia las empresas familiares. El tener acceso a recursos, capital, relaciones, reputación y experiencia en el ramo hace más fácil el emprendimiento habitual (Sieger, Zellweger, Nason & Clinton, 2011).

El contexto que puede brindar de cierta forma estas condiciones es el entorno de la empresa familiar. Si estudiamos este fenómeno del emprendedor habitual dentro de la empresa familiar también encontramos que aparece en una gran proporción: un 57.8% son emprendedores habituales portfolio y un 12% son emprendedores habituales seriales.

Figura 8. Emprendedores en empresa familiar y no familiar en México.



Fuente: Elaboración propia

3.2.- Conocer las características de los emprendedores habituales en México y en la empresa familiar mexicana.

Una vez analizada la dimensión del fenómeno del emprendedor habitual en México en el apartado anterior, en éste se aborda el cumplimiento del segundo objetivo de la tesis. Un cuestionamiento lógico después de conocer la importante dimensión de los emprendedores habituales en México y en las empresas familiares de México es responder a la pregunta de ¿Quiénes son?, ¿Cuáles son sus características? Para ello se toman como referencia los anteriores trabajos de investigación donde se estudian las diferencias de los emprendedores habituales en contraste con los emprendedores novicios. Entre las características que han estudiado se encuentran: la edad, el género, la motivación, los antecedentes familiares, la experiencia previa, el capital humano y social (Birley & Westhead, 1993; Kolvereid & Bullvag, 1993; Rosa, 1998; Westhead & Wright, 1998a, 1998b; Scott & Rosa, 1999a; Pasanen, 2003; Westhead et al., 2004;

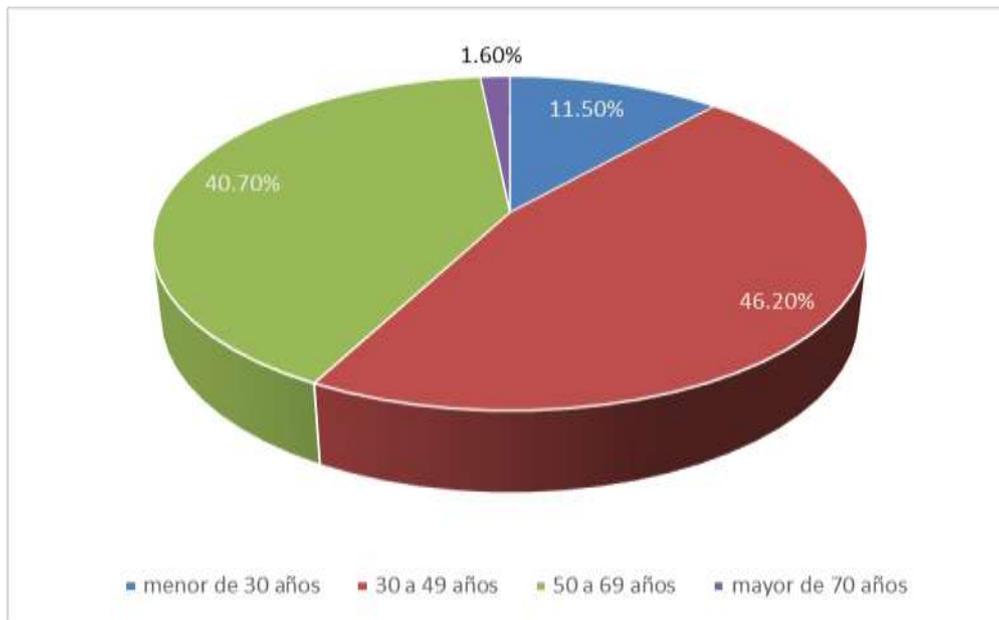
Alsos & Carter, 2006; Baron & Ensley, 2006; Huovinen & Tiula, 2008; Ucbasaran, Westhead & Wright ,2008a; Wiklud & Sheperd, 2008). Con la intención de profundizar y aportar al estudio de las características del emprendedor habitual, se realizó un procedimiento estadístico de Chi Cuadrada apropiado para evaluar la relación de dos variables categóricas. Es un procedimiento no paramétrico utilizado para comparar la distribución observada de los datos con una distribución esperada de los datos. Estos resultados se muestran en cada una de las características, intentando también encontrar si esta relación de variables se comporta igual en un entorno de empresa familiar.

A.- Edad.

Los datos que reporta nuestro estudio para la variable edad los podemos apreciar en la Figura 9, encontrando que en su gran mayoría están entre los 30 y 49 años, siendo el siguiente segmento el de 50 a 69 años. Es de llamar la atención el emprendimiento en los jóvenes donde aparece en una proporción mucho menor con 11.50%. Una de las explicaciones a estos datos quizá sea el sesgo de nuestra muestra donde se aplicó a empresas de cierto tamaño.

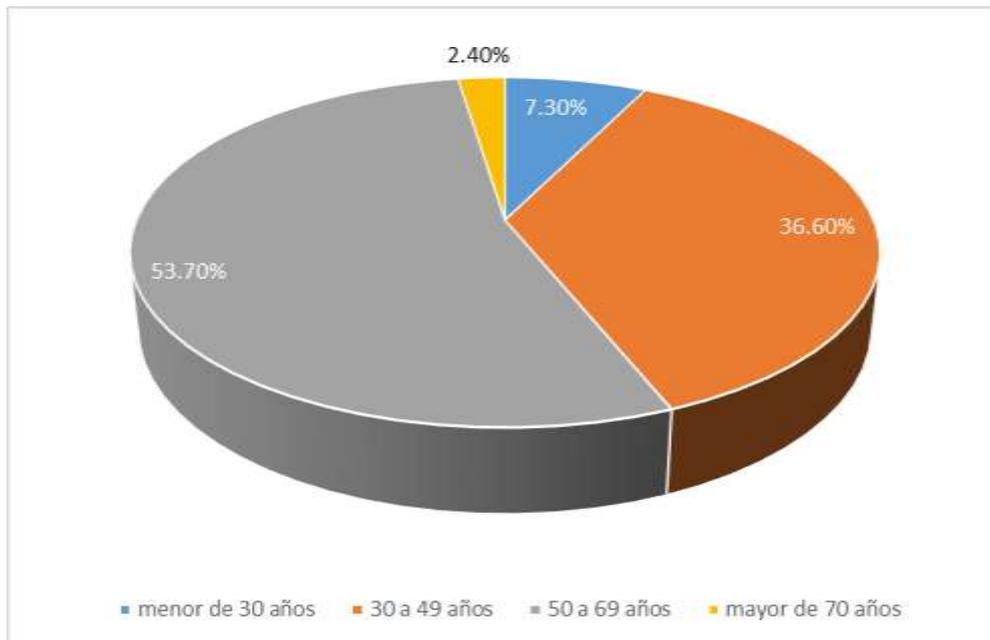
Para el caso de los emprendedores en las empresas familiares encontramos como el mayor segmento a los emprendedores de 50 a 69 años seguido, por el segmento de los 30 a 49 años. Apreciando de la misma manera muy por debajo el emprendimiento de los jóvenes.

Figura 9. Emprendedor habitual y edad en México.



Fuente: Elaboración propia

Figura 10. Emprendedor habitual y edad en la empresa familiar en México.



Fuente: Elaboración propia

Una de las posibles explicaciones se encuentra en que los emprendedores habituales tienden a estar en la mediana edad (40 – 49 años) posiblemente porque han alcanzado una seguridad

económica, han desarrollado una red de contactos, así como experiencia considerable que permite que sus empresas puedan sobrevivir (Robson, Akuetteh, Westhed & Wright, 2012).

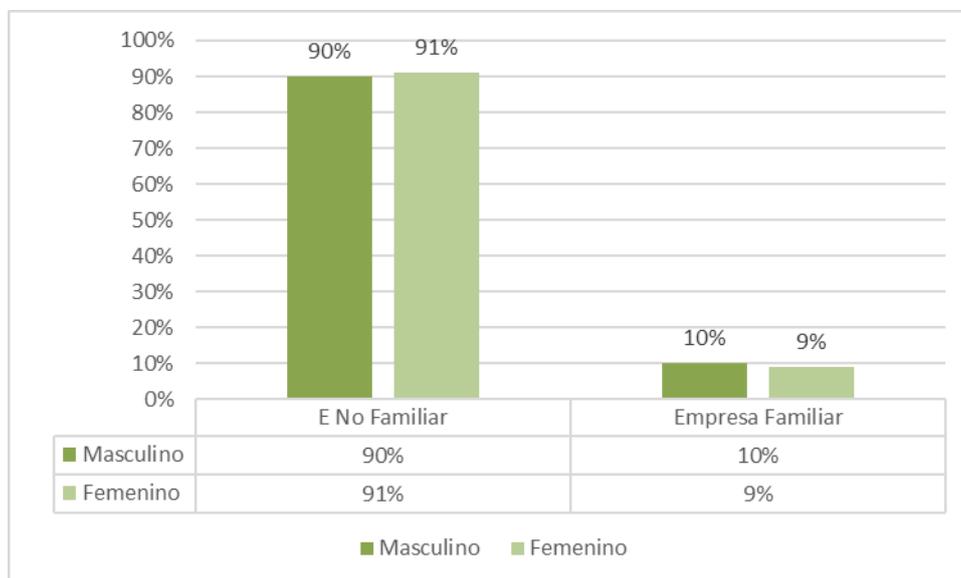
La variable edad se ha utilizado en la literatura como una variable demográfica descriptiva a menos que se haya preguntado en el estudio la edad en el momento preciso de emprender. Por esta razón para el caso de nuestro estudio consideramos a la edad como variable de control, descriptiva, ya que se preguntó la edad del emprendedor y no la edad en el momento de emprender. Es también importante mencionar que una limitante del estudio y materia de futura investigación es conocer la edad en la cual ocurrió cada uno de los emprendimientos del emprendedor habitual.

B.- Género

El género de los emprendedores habituales en México aparece en proporciones de 10% femenino y 90% masculino y en particular en la empresa familiar aparece en proporciones de 9% femenino y 91% masculino (Figura 11). Son proporciones muy similares y en cualquiera de los dos casos, podríamos afirmar que la participación de las mujeres en el emprendimiento habitual es incipiente. Si tomamos el factor cultural posiblemente encontramos una respuesta en donde el enfoque de las actividades de las mujeres es más hacia los roles tradicionales de la crianza de los hijos que a la proveeduría del hogar. Sin embargo, es recomendable tener mayor profundidad en los siguientes estudios y no sólo concentrarse en descubrir aquellas mujeres que fundan y operan los negocios, “mujeres visibles”, sino también en aquellas que seguramente forman parte importante en la generación de nuevas empresas, *copreneurs*, que al día de hoy son invisibles (Mulholland, 2003, Hamilton 2006). En contraste con otras investigaciones para el caso de Alemania (Weiss, 2008) las proporciones son de: 76%

masculino y 24% femenino, proporciones muy similares también a las encontradas por Ucbasaran, Westhead y Wright (2006a) con un 86% de habituales de género masculino y del 14% de las mujeres en su estudio de Inglaterra. No hay estudios previos que analicen la proporción de hombres y mujeres como emprendedores habituales en la empresa familiar. Para conocer la relación del emprendedor habitual y el género se realizó un procedimiento chi cuadrada de estas dos variables mostrando los resultados en la tabla 14.

Figura 11. Género del emprendedor habitual en México.



Fuente: elaboración propia.

Tabla 14. Contraste chi cuadrada emprendedores habituales y novicios por género en México.

Variable	Género de los emprendedores			χ^2	p
	Mujer	Hombre	TOTAL		
Novicio	12	49	61	4,113	0,043
Habitual	11	110	121		
TOTAL	23	159	182		

Fuente: Elaboración Propia.

Al ser p menor que 0,05, rechazamos al nivel de significación del 5% la hipótesis de independencia del ser emprendedor habitual y el género. Es decir, el ser emprendedor habitual no se distribuye por igual entre hombres y mujeres. O, dicho de otro modo, hay una presencia de mujeres emprendedoras habituales que es significativamente menor que la de hombres emprendedores habituales. El reparto por género de los emprendedores es diferente entre novicios y habituales, con menor presencia de mujeres en este último tipo. Así mismo para el contexto de empresa familiar se presentan los resultados en la tabla 15.

Tabla 15. Contraste chi cuadrado emprendedores habituales en empresas familiares y no familiares por género en México.

Variable	Género de los Emprendedores Habituales			χ^2	p
	Mujer	Hombre	TOTAL		
Empresa Familiar	5	53	58	0.030	0.863
No Familiar	6	57	63		
TOTAL	11	110	121		

Fuente: Elaboración Propia.

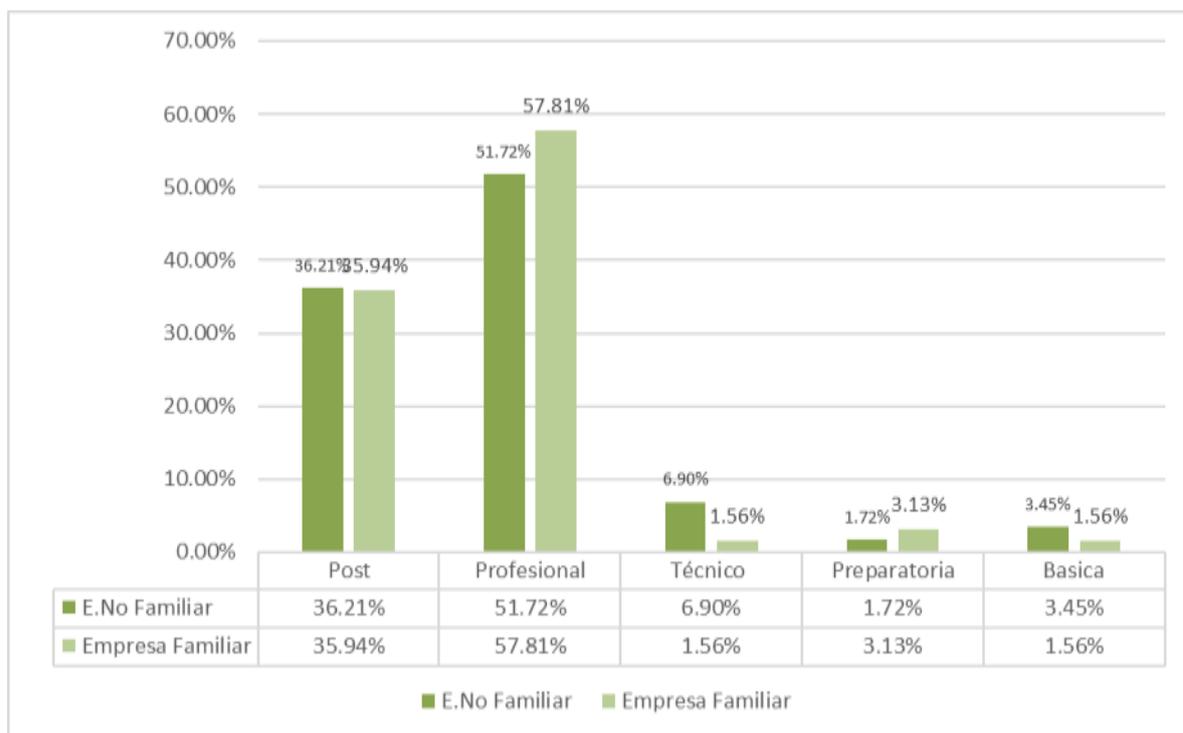
Al ser p mayor que 0,05, aceptamos al nivel de significación del 5% la hipótesis de independencia entre emprendedor habitual y género. Es decir, el reparto por género de los emprendedores habituales es indistinto en las empresas familiares y no familiares.

C.- Educación

Uno de los factores de gran interés en la revisión de la literatura sobre emprendedores habituales es el de la educación, ya que este factor podría ayudar a conocer cuáles son los elementos importantes para la formación del emprendimiento. El emprendedor habitual debe tener una mezcla de conocimientos de gestión (dirige simultáneamente

varias empresas) y emprendimiento (el momento de iniciar una nueva empresa) generados a través de sus experiencias previas (Shepard & Wiklud, 2008). La intención es descubrir si la educación presenta diferencias significativas en los emprendedores habituales en general y en el caso de la empresa familiar con los que no provienen de la empresa familiar. Una práctica existente en las empresas familiares es la de formar a las nuevas generaciones como profesionales, no como emprendedores (Birley, 2001). Una gran proporción de empresas no desea que sus hijos continúen con el proyecto de la empresa y lo mismo desea la generación de hijos hasta que se convierte en apremiante la sucesión (Brokhaus, 2004).

Figura 12. Nivel educativo del emprendedor habitual en México.



Fuente: Elaboración propia.

Claramente podemos observar en la Figura 12, las proporciones más grandes tienden a estar en los grados más elevados de instrucción ya que más de la mitad de los emprendedores incluidos en ambas submuestras (familiares y no familiares) tienen el

nivel de educación profesional y más de la tercera parte tienen el nivel de postgrado. En el contraste de estudios (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a) cuyo enfoque es en los emprendedores habituales: el postgrado aparece con 17%, la carrera profesional con 12% y la preparatoria con un 69%. Una posible explicación a esta diferencia es que la empresa se convirtió en la ruta de desarrollo para aquellos que no habían optado o logrado un empleo. También puede deberse por el sesgo introducido por la forma de selección de nuestra propia muestra a través de egresados o estudiantes del TEC Monterrey lo que hace que se esté analizando a un tipo de población con niveles socioeconómicos y de formación por encima de la media de México. En el otro extremo aquellos fundadores con menor instrucción aparecen en magnitudes muy inferiores. Se puede señalar que la educación técnica aparece en mayor proporción en la empresa familiar que en las empresas que no lo son.

Para la empresa familiar en un estudio previo (Huovinen & Tihula, 2008) donde se revisó el nivel de educación de los propietarios fundadores de empresa, se encontró que para las empresas familiares solo el 27.6 % han terminado la preparación universitaria en contraste con los propietarios de empresas no familiares que reportan un 47.6% de preparación universitaria. Otros estudios ya sugerían una menor preparación en las empresas familiares (Littunen & Hyrsky, 2000). Sin embargo, debemos de considerar que los emprendedores habituales quizá sean los que más requieran preparación para enfrentar la operación de varias empresas simultáneamente y posiblemente al encontrar esta realidad buscan mayor preparación. Para conocer si existe una diferencia estadística significativa en cuanto al nivel de educación a continuación se presenta un procedimiento de chi cuadrada (Tabla 16).

Al ser p mayor que 0,05, aceptamos la hipótesis de independencia del ser emprendedor habitual y nivel educativo. Es decir, el ser emprendedor habitual se distribuye por igual entre emprendedores con grado y postgrado que aquellos que no lo tiene.

Tabla 16. Contraste chi cuadrado emprendedores habituales y novicios, y su nivel de educación en México.

Variable	Educación de los Emprendedores Habituales			χ^2	p
	NO GRADO O POSTGRADO	GRADO Y / O POSTGRADO	TOTAL		
				0.631	.427
Novicio	21	40	61		
Habitual	49	72	121		
TOTAL	70	112	182		

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17. Contraste chi cuadrado nivel educativo en emprendedores habituales en empresas familiares y no familiares en México.

Variable	Educación de los Emprendedores Habituales			χ^2	p
	NO GRADO O POSTGRADO	GRADO Y / O POSTGRADO	TOTAL		
				0.036	0.849
Empresa Familiar	24	34	58		
No Familiar	25	38	63		
TOTAL	49	72	121		

Fuente: Elaboración propia.

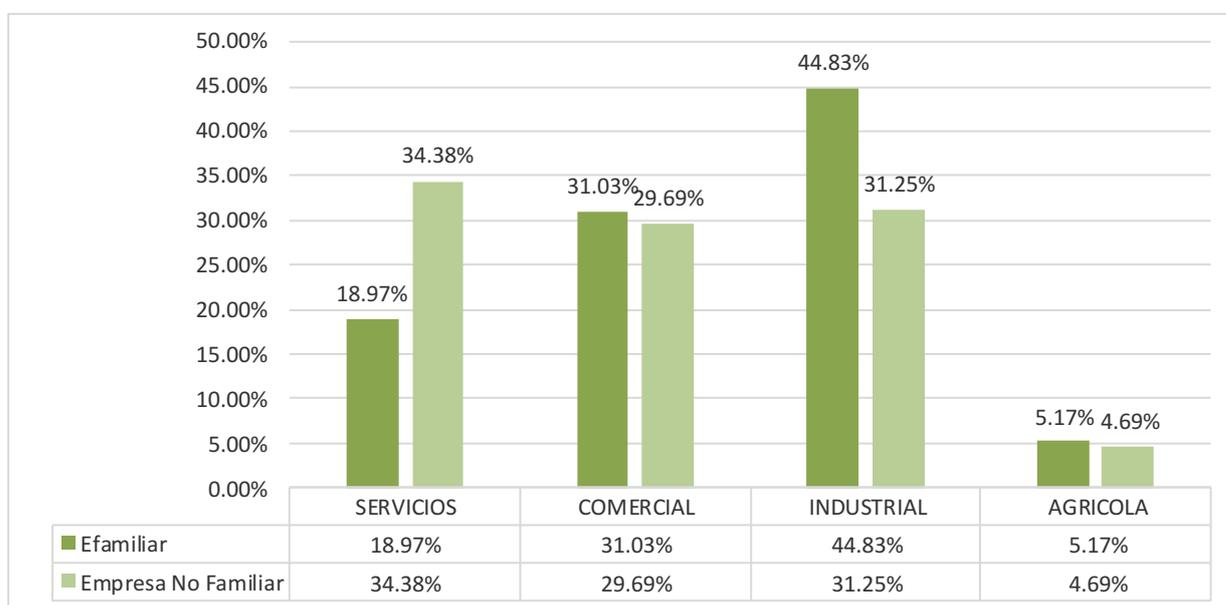
Para el caso de la empresa familiar se presentan los resultados en la tabla 17. Al ser p mayor que 0,05, aceptamos el nivel de significación del 5% la hipótesis de independencia del nivel educativo de los emprendedores habituales en la empresa familiar. Es decir, el reparto por nivel educativo de los emprendedores habituales es el mismo en las empresas familiares y no familiares.

D.- Sector

El conocer el sector en el cual se desarrollan más los emprendedores habituales es de suma utilidad ya que es el punto de partida para analizar la influencia del contexto en el cual se desarrolla este tipo de emprendedor. Algunos estudios sugieren que el

desarrollo del emprendedor habitual, y en particular el portfolio, aparecen en la creación de grupos industriales. ¿Cuáles son esos sectores?. Muchas de las veces se crean las empresas como un proceso netamente emprendedor y en otras ocasiones como el resultado de una estrategia empresarial, ya sea por aprovechar una oportunidad, por ajustarse a una regulación gubernamental o simplemente como una estrategia de renovación. (Iacobucci & Rosa, 2010).

Figura 13. Sectores de desarrollo del emprendedor habitual.



Fuente: elaboración propia.

El acercarnos a conocer con mayor detalle los resultados acerca de dónde aparece más el emprendedor habitual y en particular en la empresa familiar es de gran ayuda para futuras investigaciones. A simple vista (ver Figura 13) podríamos observar diferencias en el sector industrial donde aparecen en mayor proporción los emprendedores habituales en la empresa familiar, no así en el sector de servicios donde aparecen en menor proporción. Para conocer si existe una diferencia estadística significativa en cuanto al sector industrial a continuación se presenta un procedimiento de chi cuadrada (Tabla 18).

Tabla 18. Contraste chi cuadrado emprendedores habituales y novicios, y sector de actividad en México.

Variable	Sector de Actividad			χ^2	p
	Otros	Sector Industrial	TOTAL		
Novicio	13	48	61	1.748	.186
Habitual	37	84	121		
TOTAL	50	132	182		

Fuente: Elaboración propia.

Al ser p mayor que 0,05, aceptamos la hipótesis de independencia del ser emprendedor habitual y el sector en el que participa. Es decir, el ser emprendedor habitual se distribuye por igual en los diferentes sectores industriales. Es importante hacer mención que se agruparon los sectores agrícola, servicios y comercial en el bloque de otros para hacer contraste con el sector industrial.

Tabla 19. Contraste chi cuadrado sector de actividad de los emprendedores habituales en empresas familiares y no familiares en México.

Variable	Sector de Actividad			χ^2	p
	Otros	Sector Industrial	TOTAL		
Empresa Familiar	24	34	58	6.122	.013
No Familiar	13	50	63		
TOTAL	37	84	121		

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados para el contexto de empresa familiar se presentan en la tabla 19. Al ser p menor que 0,05, rechazamos al nivel de significación del 5% la hipótesis de independencia entre el sector de actividad de los emprendedores familiares y el carácter familiar de la empresa.

Los emprendedores habituales en las empresas familiares se distribuyen diferente en los sectores de actividad a los que no son familiares. Es decir, la distribución de los emprendedores habituales no es el mismo en las empresas familiares y no familiares, estando los emprendedores habituales de las empresas familiares más presentes en los

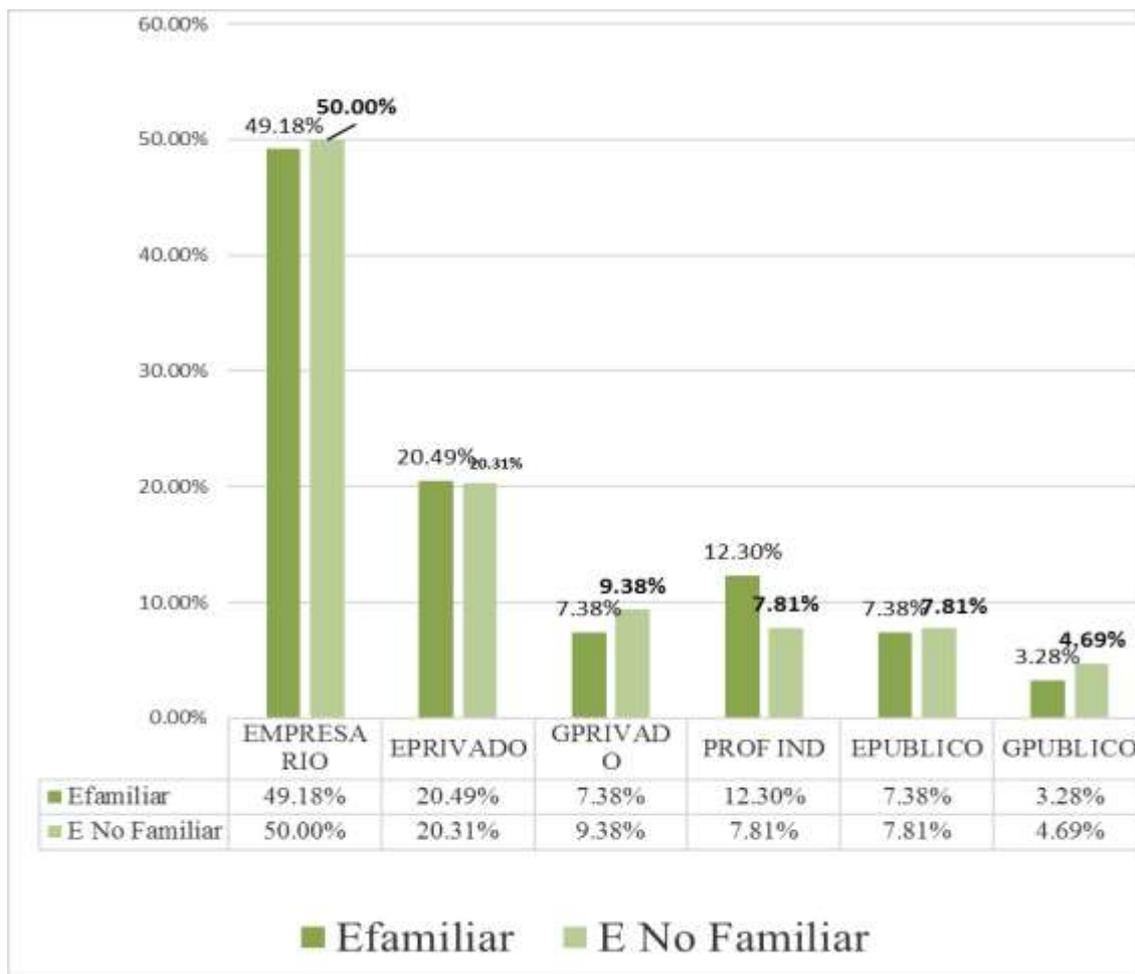
sectores no industriales que, básicamente, son los de servicios.

E.- Antecedentes

El factor de antecedentes familiares en actividades de emprendimiento puede interpretarse de dos formas: primero, como un factor de formación hacia las experiencias emprendedoras que se da por parte de los padres a los hijos o siguientes generaciones.

Está comprobado que el capital humano puede ser adquirido por observación de experiencias de otros o personales (Bandura, 1995) y que es complementario a la formación estructurada como la educación que ya revisamos anteriormente. Otra interpretación es el tener antecedentes parentales de emprendimiento, implica una socialización que permite tener acceso a una diversidad de recursos y oportunidades de negocio, lo que permite crear con mayor facilidad una nueva empresa (Rosa, Howorth & Discua, 2010). Posiblemente este es el escenario que enfrentan los emprendedores habituales en la empresa familiar.

Figura 14. Antecedentes del emprendedor habitual en México.



Fuente: elaboración propia.

Para el caso de los emprendedores habituales en México, las proporciones de diferentes antecedentes familiares son los indicados en la Figura 14.

En concreto, en la encuesta se ofrecieron las siguientes alternativas: empleado del sector público o del sector privado, gerente del sector público o del privado, profesional independiente o empresario. Los emprendedores habituales de nuestra muestra indican que la ocupación de sus padres fue, en su mayor parte, la de empresarios y en siguiente magnitud la de empleados de empresa privada. En estudios anteriores se ha encontrado hasta un 27.9% de emprendedores habituales con antecedentes parentales de

emprendimiento (Ucbasaran, Westhead, & Wright, 2006a). Los mismos resultados son encontrados en el estudio de emprendedores habituales en Alemania donde se pregunta sobre los antecedentes parentales de empleo y los resultados también nos indican emprendedores habituales con antecedentes de padre empresario en una proporción del 24% (Weiss, 2008). El antecedente parental del emprendedor habilita una red de recursos financieros, un capital relacional y la atracción de oportunidades para el desarrollo de nuevas empresas (Carter & Ram 2003). Para conocer si existe una diferencia estadística significativa en cuanto a los antecedentes familiares a continuación se presenta un procedimiento de chi cuadrada (Tabla 20).

Tabla 20. Contraste chi cuadrado emprendedores habituales y novicios, y sus antecedentes familiares en México.

Variable	Antecedentes Familiares			χ^2	p
	Sin Antecedentes	Con Antecedentes	TOTAL		
Novicio	36	25	61	0.987	.321
Habitual	62	59	121		
TOTAL	98	84	182		

Fuente: elaboración propia.

Al ser p mayor que 0,05, aceptamos la hipótesis de independencia del ser emprendedor habitual y los antecedentes familiares empresariales. Es decir, el ser emprendedor habitual se distribuye por igual en los emprendedores con antecedentes familiares de emprendimiento y los que no tienen este antecedente.

Para el contexto de la empresa familiar los resultados se presentan en la tabla 21. Al ser p menor que 0,05, rechazamos al nivel de significación del 5% la hipótesis de independencia del ser emprendedor habitual y antecedentes. Es decir, los antecedentes

familiares de los emprendedores habituales no se distribuyen por igual entre empresas familiares y no familiares, lo cual era previsible.

Tabla 21. Contraste chi cuadrado emprendedores habituales en empresas familiares y sus antecedentes en México.

Variable	Antecedentes Familiares			χ^2 121	p .000
	Sin Antecedentes	Con Antecedentes	TOTAL		
Empresa Familiar	0	58	58		
No Familiar	63	0	63		
TOTAL	63	58	121		

Fuente: elaboración propia.

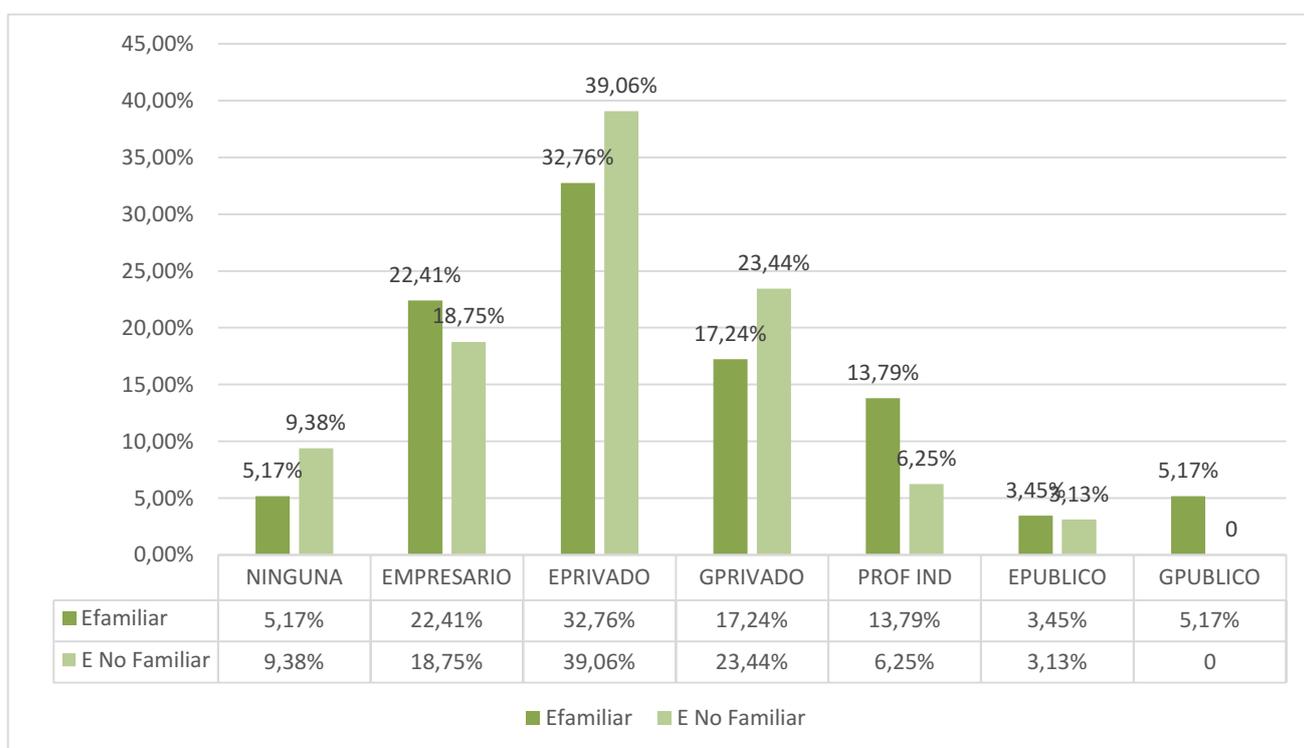
F.- Experiencia

La experiencia adquirida es uno de los elementos que nutre la formación del capital humano de cualquier persona. A diferencia de otras características, esta es dinámica ya que puede incrementarse con el tiempo observando, estudiando y tomando decisiones de negocios (Cooper et al, 1994). Uno de los errores que puede ocurrir es que cuando se operacionaliza la experiencia con el número de años no se reflejan necesariamente las habilidades y el conocimiento generado. Lo recomendado es conocer cuál es el tipo de experiencia que se tuvo anteriormente, por lo que para esta investigación se pregunta el contexto en el cual fue desarrollada dicha experiencia. En concreto se preguntó si la experiencia previa del emprendedor, en caso de tenerla, se había desarrollado como empleado del sector público o del sector privado, gerente del sector público o del privado, profesional independiente o empresario.

Destaca la proporción de emprendedores habituales con experiencia previa como empleados privados que alcanza un 39%, en contraste con un 32.76% en la empresa familiar; empleado privado con la mayor proporción en ambos casos (Figura 15). Con la misma idea de identificar el tipo de experiencia y no solamente los años, en estudios

previos se identificaron experiencias de tipo “experiencia gerencial” con 34.6%, “Experiencia de Supervisor” con 21.6%, “Autoempleo” 12%, “Sin Supervisor” con 21% (Ucbasaran, Westhead, & Wright, 2006a). Lo que nos hace pensar que la experiencia como empleado o como gerente genera una experiencia valiosa para el emprendimiento futuro. Se adquieren conocimientos específicos de cierta industria aunado a conocimientos y experiencias para resolver problemas, ensamblar recursos, utilizar información, etc.

Figura 15. Experiencia del emprendedor habitual en México.



Fuente: elaboración propia.

Todo ello enriqueciendo el capital humano del emprendedor. Los resultados que obtuvimos en experiencia gerencial y podemos observar en la figura 15 son para empresa familiar 17.24% vs 23.44% empresa no familiar. Para comprobar si la presencia de emprendedores habituales era mayor entre aquellos emprendedores que cuentan con experiencia previa como gerentes de empresas (públicas o privadas) se

realizó el contraste recogido en la Tabla 22.

Tabla 22. Contraste chi cuadrado emprendedores habituales y novicios, y su experiencia gerencial en México.

Variable	Experiencia Gerencial			χ^2	p
	No Experiencia Gerente	Experiencia Gerente	TOTAL		
Novicio	50	11	61	0.628	.428
Habitual	93	28	121		
TOTAL	143	39	182		

Fuente: elaboración propia.

Al ser p mayor que 0,05, aceptamos la hipótesis de independencia del ser emprendedor habitual y la experiencia previa gerencial. Es decir, el ser emprendedor habitual se distribuye por igual en los emprendedores con antecedentes como gerentes y los que no tienen este antecedente. Como complemento, analizamos la situación en la comparativa de empresas familiares y no familiares como se recoge en la Tabla 23.

Tabla 23. Contraste chi cuadrado experiencia gerencial del emprendedor habitual en Empresas Familiares y No Familiares en México.

Variable	Experiencia Gerencial			χ^2	p
	No Experiencia Gerente	Experiencia Gerente	TOTAL		
Empresa Familiar	45	13	58	0.33	.856
No Familiar	48	15	63		
TOTAL	93	28	121		

Fuente: elaboración propia.

Al ser p mayor que 0,05, aceptamos la hipótesis de independencia de la experiencia gerencial del emprendedor habitual en la empresa familiar y los que no están en una empresa familiar.

Es decir, el ser emprendedor habitual con experiencia gerencial se distribuye por igual en los emprendedores con antecedentes familiares y los que no tienen este antecedente.

G.- Motivación

Se identifican dos tipos de motivaciones para iniciar un nuevo negocio. El primero es por necesidad, es decir, aquellos emprendedores que iniciaron la empresa por no contar con mejores opciones para obtener ingresos, como un buen empleo. El segundo es por oportunidad, el cual se refiere al emprendimiento que surge para incrementar ingresos (*Global Entrepreneurship Monitor México*, 2014). Para esta investigación se tomaron los siguientes motivos para emprender: no tener empleo, buscar independencia, mejores oportunidades, tenía una idea, acceso a recursos.

Los resultados encontrados para el caso de emprendedores habituales en la empresa familiar en México son los que se muestran en la Figura 16.

El emprendimiento motivado por oportunidad presenta los niveles más altos tanto en la empresa familiar como no familiar, reportando proporciones de 25.88% y 33.75%. Contrario a lo que se podría pensar, la motivación para emprender del emprendedor habitual, tanto en la empresa familiar como en la no familiar, no es el acceso a recursos, reportando las proporciones con magnitudes de 7.06% y 11.25% respectivamente.

Figura 16. Motivos para emprender del emprendedor habitual en México.

Fuente: elaboración propia.

En estudios previos se han encontrado resultados contradictorios, por una parte se ha encontrado que la independencia es el factor motivador para los emprendedores novicios, recordar que todo habitual es novicio en una etapa, de ahí que observemos cuál es su motivación en ese instante y en menor grado para los habituales (Hall, 1995). Sin embargo, los motivadores económicos son clave en los siguientes emprendimientos de los emprendedores habituales (Hall, 1995). Por otro lado, los emprendedores portfolios son más motivados por la creación de riqueza y la detección de oportunidades (Westhead & Wright, 1998) lo que nos sugiere que los seriales tienen motivadores intrínsecos y los portfolio motivadores extrínsecos, ya que los seriales están más motivados por la independencia, el tener un deseo de libertad del control de otros y es por ello que tienden a emprender en una empresa a la vez para asegurarse que la autonomía reside en ellos mismos.

Las diferentes motivaciones para el emprendedor habitual fueron agrupadas en dos

bloques: motivación por necesidad (no tenía empleo, buscaba independencia) y motivación por oportunidad (acceso a recursos, tenía una idea, mejor oportunidad): Con estas agrupaciones se procedió a comprobar si el emprendedor habitual está más relacionado con motivación por necesidad (tabla 24), motivación por oportunidad (tabla 26) y motivación mixta (necesidad y oportunidad) (tabla 28). Todas ellas también se probaron en los contextos de la empresa familiar (tablas 25, 27 y 29). Para conocer si existe una diferencia estadística significativa en cuanto a las motivaciones se realizaron los siguientes procedimientos de chi cuadrada.

Tabla 24. Contraste chi cuadrado emprendedores habituales y novicios, y su motivación para emprender por necesidad en México.

Variable	Motivación por Necesidad			χ^2	p
	No Necesidad	Necesidad	Total		
				1.256	.262
Novicio	45	16	61		
Habitual	98	23	121		
TOTAL	143	39	182		

Fuente: elaboración propia.

Comenzando por la motivación para emprender por necesidad, de acuerdo con los datos que ofrece la tabla 24, al ser p mayor que 0,05, aceptamos la hipótesis de independencia del ser emprendedor habitual y la motivación por necesidad. Es decir, la motivación por necesidad es independiente del emprendedor habitual.

Tabla 25. Contraste chi cuadrado emprendedores habituales en la empresa familiar y su motivación por necesidad en México.

Variable	Motivación por Necesidad			χ^2	p
	No Necesidad	Necesidad	Total		
				0.581	.446
Empresa Familiar	31	27	58		
No Familiar	38	25	63		
TOTAL	69	52	121		

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los datos que ofrece la tabla 25, al ser p mayor que 0,05, aceptamos la

hipótesis de independencia del ser emprendedor habitual en la empresa familiar con su motivación por necesidad. Es decir, la motivación por necesidad es independiente del emprendedor habitual este o no en empresa familiar.

Tabla 26. Contraste chi cuadrada emprendedores habituales y novicios, y su motivación para emprender por oportunidad en México.

Variable	Motivación por Oportunidad			χ^2	p
	No Oportunidad	Oportunidad	TOTAL		
				1.468	.226
Novicio	32	29	61		
Habitual	52	69	121		
TOTAL	84	98	182		

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los datos que ofrece la tabla 26, al ser mayor que 0,05, aceptamos la hipótesis de independencia del ser emprendedor habitual y la motivación por oportunidad. Es decir, la motivación por oportunidad es independiente del emprendedor habitual.

Tabla 27. Contraste chi cuadrado emprendedores habituales en la empresa familiar y su motivación para emprender por oportunidad en México.

Variable	Motivación por Oportunidad			χ^2	p
	No Oportunidad	Oportunidad	TOTAL		
				0.000	.991
Empresa Familiar	11	47	58		
No Familiar	12	51	63		
TOTAL	23	98	121		

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los datos que ofrece la tabla 27, al ser mayor que 0,05, aceptamos la hipótesis de independencia del ser emprendedor habitual en la empresa familiar con su motivación por oportunidad. Es decir, la motivación por oportunidad es independiente del emprendedor habitual esté o no en empresa familiar.

Tabla 28. Contraste chi cuadrado emprendedores habituales y novicios, y su motivación para emprender por oportunidad y necesidad (Mixto) en México.

Variable	Motivación Mixto			χ^2	p
	No Mixto	Mixto	TOTAL		
				0.112	.738
Novicio	45	16	61		
Habitual	92	29	121		
TOTAL	137	45	182		

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los datos que ofrece la tabla 28, al ser mayor que 0,05, aceptamos la hipótesis de independencia del ser emprendedor habitual y una motivación mixta. Es decir, la motivación mixta es independiente del emprendedor habitual.

Tabla 29. Contraste chi cuadrado emprendedores habituales en la empresa familiar y su motivación para emprender por oportunidad y necesidad (Mixto) en México.

Variable	Motivación Mixto			χ^2	p
	No Mixto	Mixto	TOTAL		
				0.801	.371
Empresa Familiar	42	16	58		
No Familiar	50	13	63		
TOTAL	92	29	121		

Fuente: elaboración propia.

De acuerdo con los datos que ofrece la tabla 29, al ser mayor que 0,05, aceptamos la hipótesis de independencia del ser emprendedor habitual en la empresa familiar y su motivación mixta. Es decir, la motivación mixta es independiente del emprendedor habitual, esté o no en empresa familiar.

El campo de las motivaciones en el emprendedor habitual se ha identificado que son dinámicas, es decir cambian a través del tiempo y de la experiencia. Sin generalizar, el primer emprendimiento tiende a ser más por necesidad y los subsecuentes por otras razones diversas tales como estrategia, realización personal, identificación de

oportunidades.

H.-Búsqueda activa de la información

La búsqueda activa de información para la explotación de la oportunidad parece ser una característica determinante del capital humano emprendedor. Esta habilidad del emprendedor para identificar y explotar oportunidades está relacionada con resultados positivos no sólo para él, sino la contribución que se hace a la sociedad con la generación de riqueza. Se sugiere que hay que explorar la relación entre el capital humano emprendedor y el comportamiento para la identificación de oportunidades (Westhead & Wright, 2015). Ya se han explorado variaciones en la intensidad de la búsqueda de información relativas al número de oportunidades identificadas para concretarlas en la creación de riqueza. Podríamos suponer que un emprendedor con experiencia debe buscar con menor intensidad información ya que ha acumulado conocimientos y sabe en dónde puede encontrar información relativa a sus iniciativas, sin embargo no hay datos que así lo confirmen. Lo que sí está soportado es que los emprendedores habituales reportan encontrar más oportunidades de negocio que los que lo hacen por primera vez en un periodo de tiempo determinado (Westhead & Wright, 2015). En nuestro cuestionario, la variable de búsqueda activa de la información es un conjunto de ítems en escala de Likert. Por ello, para comprobar si hay diferencias significativas entre los diferentes grupos, se optó por el procedimiento estadístico de U de Mann-Whitney, prueba no paramétrica para dos muestras independientes. En nuestro caso encontrar si la distribución de la búsqueda activa de la información es diferente en el emprendedor habitual del que no lo es, con los resultados en la tabla 30. Para la prueba bajo el contexto de empresa familiar los resultados se presentan en la tabla 31.

Tabla 30. Búsqueda activa de información entre emprendedores habituales y novicios.

Variable	Prueba	Significancia	Resultado
Distribución Búsqueda Activa de la información.	Prueba de Mann-Whitney para muestras independientes.	.709	No existe diferencia.

Significaciones asintóticas. El nivel de significancia es .05.

Fuente: elaboración propia.

Tabla 31. Búsqueda activa de información entre emprendedores habituales en la empresa familiar.

Variable	Prueba	Significancia	Resultado
Distribución Búsqueda Activa de la información.	Prueba de Mann-Whitney para muestras independientes.	.310	No existe diferencia.

Fuente: elaboración propia.

El resultado de estos dos cálculos nos confirma que la distribución es la variable búsqueda activa de la información es la misma para la categoría de emprendedor habitual y novicio. Lo mismo sucede al realizar la prueba en el contexto de empresa familiar donde la búsqueda activa de la información se distribuye de igual forma en empresa familiar que no familiar.

3.3.- Factores determinantes del emprendedor habitual en México

3.3.1 Justificación del modelo

A continuación, y para dar cumplimiento al tercer objetivo de la tesis, se presenta un modelo de las variables que influyen en la aparición de un emprendedor habitual en México, con especial atención a la influencia de la empresa familiar. Ante la búsqueda

de una explicación de cómo surge el emprendedor habitual se propone un modelo que tome no sólo en cuenta las características personales del emprendedor sino también los factores del contexto o entorno de la empresa. Se trata de acercarnos a una explicación del emprendedor habitual desde un enfoque más amplio donde tanto las características de la empresa como los elementos del contexto influyen en la aparición del emprendimiento repetido (Ucbasaran, Westhead, Alsos & Wright, 2008). El emprendedor habitual no se manifiesta espontáneamente, sino que es producto de una serie de factores en su contexto que lo inhiben o favorecen, y que sumados a sus características individuales permiten el emprendimiento repetido.

El modelo está conformado por diferentes tipos de variables según su naturaleza:

1.- Variables de Capital Humano.

- Nivel de estudios.
- Experiencia previa gerencial.
- Antecedente de empresa familiar.
- Búsqueda activa de información.

2.- Variables de motivación para emprender.

- Motivación por necesidad.
- Motivación por oportunidad.

3.- Variables de la empresa.

- Estrategia.
- *Performance*.

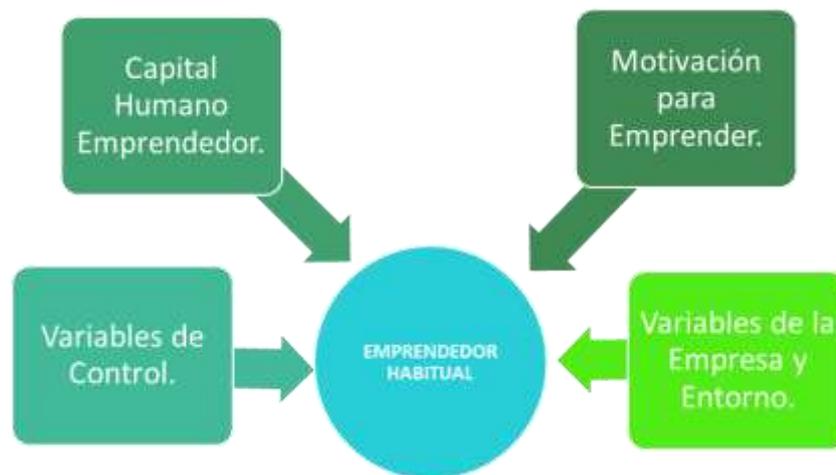
4.- Variables de contexto o entorno.

- Dinamismo.

5.- Variables de control.

- Edad del emprendedor.
- Género del emprendedor.
- Sector en el que participa la empresa.
- Empresa familiar.
- Tamaño.

Figura 17. Modelo de factores determinantes por tipo de variables.



Fuente: Elaboración propia

3.3.2 Formulación de las hipótesis

1.-Variables Capital Humano

Las características individuales conforman el capital humano del emprendedor y en particular nos interesa conocer el capital humano del “emprendedor habitual”. Anteriormente se ha relacionado el perfil del capital humano con la productividad (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a), las características demográficas del

emprendedor, los logros alcanzados y la experiencia acumulada tienen un impacto directo en su productividad y el desarrollo de su capital humano emprendedor (Gimeno et al, 1997). El capital humano tiene diferentes dimensiones y puede distinguirse entre capital humano general y específico. El capital humano en general se refiere a la edad, género, origen étnico, clase social y la educación. Mientras que el capital humano específico se refiere al conocimiento específico de la industria y su gestión, a las habilidades técnicas y de emprendimiento, como por ejemplo la habilidad para conseguir recursos o a la experiencia previa como propietario de un negocio (Westhead & Wright, 2015). Podemos notar que algunas de estas variables pueden ser desarrolladas por el contexto social del individuo antes y durante el proceso emprendedor y otras no pueden ser modificadas. Para nuestro caso tomamos como variables de control a la edad, el género, empresa familiar, tamaño e industria. Es importante matizar que la premisa bajo la cual se puede distinguir a los emprendedores habituales y novicios es la experiencia al emprender, las características de capital humano general ya son condiciones que no se pueden modificar en comparación con las variables de capital humano que bajo la experiencia del emprendedor podrían ser más o menos desarrolladas.

1.1 Nivel de estudios

La variable de educación es un componente fundamental para entender al emprendedor habitual, ya que es una fuente de conocimiento, habilidades para resolver problemas, de disciplina, de motivación y autoconfianza, todas ellas herramientas que permiten al emprendedor resolver mejor las situaciones que se les presentan (Cooper et al, 1994). Los emprendedores habituales tienden a estar mejor educados (Ucbasaran, Westhead, Alsos & Wright, 2008). Altos niveles de educación permiten al individuo estar

preparado para crear negocios en forma repetida y con buenos resultados. Los emprendedores habituales encontrados en Noruega (Kolvereid & Bullvag, 1993) reportan mejores calificaciones.

Para el estudio comparativo entre el área rural y urbana en Gran Bretaña (Alsos, Westhead & Wright, 1998) siempre aparecen con mayor nivel de educación los emprendedores habituales en particular los emprendedores portfolio; para el área urbana es muy significativo la aparición de emprendedores habituales con la característica de postgrado. Para el caso de Alemania los emprendedores habituales tienden a estar más preparados y en particular los emprendedores portfolios tienen mayor nivel educativo. (Weiss, 2008).

Es de llamar la atención que para estudios en los contextos de Escocia (Westhead, 2003) y de Gran Bretaña (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a) no se encontró una diferencia significativa en los niveles de estudio de los emprendedores habituales rurales y urbanos. En otro estudio se relaciona la variable de grado educativo con las Inversiones de Capital privado (*Venture capital*) a las empresas creadas por los emprendedores. Encontrando que es importante el conocimiento técnico de lo que se emprende (grado) pero no suficiente ya que se necesita el desarrollo de ciertas competencias emprendedoras. Revelando que el grado de doctor no es suficiente para atraer fondos de capital al proyecto emprendedor (Hsu, 2007).

En el caso de la presente tesis no se han encontrado diferencias significativas probablemente por el sesgo en la muestra utilizada, como se ha explicado previamente. Globalmente considerado, parece que la evidencia empírica apunta a un efecto positivo del nivel educativo en el emprendimiento habitual, por lo que nuestra hipótesis es la siguiente.

HIPÓTESIS 1: *El mayor nivel educativo favorece la aparición de emprendedores habituales.*

1.2 Experiencia previa gerencial

Así como la educación puede enriquecer el capital humano de un individuo, la experiencia adquirida a través de los años también puede favorecer la aparición de un emprendedor habitual. La experiencia previa en el trabajo y más si ha sido diversa, supone la adquisición de actitudes y habilidades para el emprendimiento (Cooper et al, 1994). La experiencia fue tradicionalmente operacionalizada en la literatura como “cantidad de años”, sin embargo, esto no refleja más que una magnitud y no permite observar la calidad de las habilidades y conocimientos adquiridos, es decir la calidad de la experiencia (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a). Una de las propuestas para conocer más sobre la experiencia del emprendedor la presenta Gimeno et al (1997) en su trabajo donde sugiere que el nivel de “logro” en el anterior empleo es un antecedente para conocer más sobre la proclividad hacia el emprendimiento, por lo que una experiencia profesional gerencial o que han tenido actividad de autoempleo presupone un mayor nivel de habilidades gerenciales. De la misma manera el tener mayor número de empleos y mayor nivel jerárquico indica un capital gerencial más desarrollado (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a). En el caso especial del emprendedor habitual portfolio se supone que tendrá mayor exigencia que los otros tipos de emprendedores al manejar más de una empresa de forma simultánea.

Los estudios previos reportan que no existe diferencia significativa en la experiencia previa de los emprendedores ya sea del tipo novicio, serial o habitual. (Westhead & Wright, 1998). Un dato que puede sugerir cierto perfil es que este mismo estudio los emprendedores seriales sí reportan haber tenido más empleos que los otros tipos de

emprendedores. Es decir, su comportamiento serial también se manifestó en el empleo. En posterior estudio (Westhead, Ucbasaran & Wright, 2003) se reporta mayor experiencia gerencial en los emprendedores habituales seriales y portfolio, y aquí se debe tener cuidado en la revisión de la información ya que el serial tiene experiencia previa manejando su anterior emprendimiento, es decir experiencia “empresarial”, lo mismo que el emprendedor portfolio tiene experiencias previas gestionando sus negocios. Si bien desarrollan habilidades de gestión, la experiencia previa que se desea conocer es la que le ha dado su anterior empleo, aunque este tipo de experiencia empresarial puede aportar al enriquecimiento del capital humano del individuo un mejor entendimiento de los requerimientos para fundar sus futuros proyectos, es decir se afina la “explotación de oportunidades” (Robson, Aukete, Westhead & Wright, 2012).

Para el estudio de Ucbasaran, Westhead y Wright (2006a) en Gran Bretaña se encuentra que sí existe una diferencia en los portfolios y seriales indicando mayores niveles gerenciales y mayor número de empleos previos para los emprendedores habituales. En el estudio de Anokhin, Grichnik, & Hisrich, (2008) se intenta conocer a mayor detalle la experiencia específica que tienen los emprendedores y cómo estas habilidades y competencias los pueden convertir eventualmente en emprendedores habituales seriales, haciendo un comparativo de emprendedores en China y Alemania. Los hallazgos fundamentales muestran una fuerte relación entre las habilidades generales como predictor de que un emprendedor se convierta en emprendedor serial. En específico las habilidades superiores en comunicación oral y escrita están positivamente asociadas con la creación repetida de negocios. Por otro lado, las competencias funcionales de mercadotecnia, operaciones etc. no muestran una diferencia significativa entre los diferentes tipos de emprendedores. Los que nos hace

pensar que no basta el conocimiento por sí solo, sino que la experiencia y habilidades específicas construyen un perfil más completo del emprendedor habitual. La experiencia que se puede tener es de diversos tipos, por ejemplo la experiencia como gerente o autónomo supone una mayor exigencia para gestionar un negocio ensamblando recursos y generando resultados mientras que la experiencia como empleado supone tener mayor conocimiento específico de un proceso o actividad dentro de la empresa, muchas de las veces este conocimiento específico es la fuente de innovaciones y emprendimientos futuros.

En el caso de la presente tesis doctoral, como se ha mostrado previamente, el tener experiencia previa no parece influir en la aparición del emprendedor habitual. No obstante, dado que la evidencia previa va en otra dirección optamos por elaborar la hipótesis como se muestra a continuación

HIPÓTESIS 2: *La experiencia previa como gerente de empresa favorece la aparición de emprendedores habituales.*

1.3 Antecedentes de empresa familiar

La variable de antecedentes de la empresa familiar está sustentada en el argumento de que el conocimiento se adquiere por observación de otros. La ocupación de los padres puede influenciar la cantidad de exposición que tiene un individuo a la gestión y el emprendimiento (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a). Es así como un individuo miembro de una empresa familiar puede interactuar con la dinámica de la empresa y tener experiencias que le permitan incrementar su capacidad como emprendedor (Habberson, 2006). Se ha argumentado que el emprendedor habitual presenta una cognición emprendedora superior, esta característica puede ser formada en los años tempranos y reforzada a través de diferentes actividades. Cuando se gana preferencia

y estándares de comportamiento se tienden a escoger actividades basadas en esas preferencias (Deci, 1992). Los resultados empíricos parecen estar en la misma línea: en un estudio previo en el contexto escocés (Westhead & Wright, 2003) se encontró en los emprendedores habituales portfolio el antecedente de padres empresarios, lo que significa que el emprendedor portfolio tiene acceso a conocimientos, recursos financieros y sociales. Es el mismo argumento que soporta Robson (2012) al definir a los padres como *role model*, quienes acumulan *know how* y están mejor preparados para enfrentar las oportunidades del mercado. Para el estudio de emprendedores alemanes el antecedente de padre o madre emprendedor aparece en los emprendedores habituales (Weiss, 2008). En el caso del presente estudio también se busca conocer la influencia del antecedente de empresa familiar. Por todo lo anterior podemos plantear la siguiente hipótesis:

HIPÓTESIS 3: *El antecedente de empresa familiar favorece la aparición de emprendedores habituales.*

1.4 Búsqueda activa de la información.

La búsqueda activa de la información vincula el perfil de capital humano con el contexto, ya que para que exista la identificación de oportunidades, el individuo debe percibir información del contexto y tener la percepción de que existe una oportunidad. Usualmente dos son los enfoques para explicar la identificación de oportunidades. Primero desde el punto de vista de la escuela austriaca se consideran a las oportunidades presentes en el mercado esperando a ser descubiertas a través de la habilidad individual del *alertness* o estado de alerta para ver productos o servicios donde otros no los ven, es más una característica psicológica (Kirzner, 1997). Esta habilidad de estar alerta puede variar de persona a persona, así como su habilidad para

combinar información y conceptos en nuevas ideas (Shane & Venkataraman, 2000). Así se encuentra que los individuos con conocimientos previos son más proclives a identificar oportunidades, lo que supone que un emprendedor habitual debe de haber acumulado conocimientos y diferentes fuentes de información que le permitan mejores emprendimientos futuros. Por otro lado, la escuela neoclásica de economía entiende la identificación de oportunidades como un “proceso” que ocurre a través del tiempo, en lugar de que ocurra en un momento de inspiración. Por ello, la identificación de oportunidades es el resultado de muchos factores personales, sociales, culturales y fuerzas tecnológicas que se mezclan y lo llevan a una posible oportunidad de mercado (Long & McMullan, 1984). En este enfoque el emprendedor es visto como un agente en busca de oportunidades rentables (Stigler, 1961). El capital humano del emprendedor es crítico en determinar los beneficios y costos de adquirir nueva información. Tan importante es obtener la información como hacer algo con ella y poder crear esas relaciones, es decir la configuración de la información (Ucbasaran, Alsos, Westhead & Wright, 2008), lo que quiere decir que conforme se hace el emprendimiento repetido se acumula también experiencia en la búsqueda activa de la información y por tanto la identificación de oportunidades. Esta variable no ha sido analizada en estudios previos y en lo que respecta a la presente tesis, los resultados no parecen indicar que la búsqueda activa de la información es un precursor del emprendimiento habitual. Por todo ello nuestra hipótesis es la siguiente:

HIPÓTESIS 4: *La búsqueda activa de la información favorece la aparición de emprendedores habituales.*

2. Motivaciones para emprender.

El emprendedor habitual puede tener un perfil de capital humano más o menos desarrollado para la acción de emprender pero, sin embargo, no basta con ello, ¿cuál es la motivación que lo lleva a dar ese primer paso de emprender? y todavía más, ¿de hacerlo subsecuentemente? El emprendimiento puede presentarse por “necesidad” que se lleva a cabo por aquellos que buscan solucionar algún tipo de dificultad financiera, necesidad de independencia o salir del desempleo; o por el contrario el emprendimiento por “oportunidad” sucede cuando se ha identificado una oportunidad desde la observación del mercado y la propuesta de soluciones que tratan de resolver problemas que se han identificado (*Global Entrepreneurship Monitor México 2014*). Estas son dos motivaciones completamente diferentes y es importante determinar qué tipo de influencia pueden ejercer para la aparición del emprendedor habitual (Ucbasaran, Baldaccino & Locket, 2013).

Mientras se ha encontrado que la motivación primera es por una necesidad económica los subsecuentes emprendimientos son motivados por un deseo personal de reto al identificar una oportunidad y crear un negocio. Los emprendedores novicios y portfolio son más reactivos a las situaciones que se les presentan y la “explotación de la oportunidad” significa una motivación. (Anokhin, Grichnik & Hisrich, 2008).

Otro hallazgo importante en anteriores estudios es que la motivación es dinámica, es decir si hablamos de un emprendedor que crea negocios en diferentes momentos, sus motivaciones también van cambiando con el tiempo. De acuerdo con Rosa y Iacobucci (2010) la creación de nuevos negocios obedece más a una estrategia para ayudar al

grupo de empresas que a una motivación personal intrínseca, lo que constituye un ejemplo de emprendimiento por oportunidad. Se ha mencionado que el contexto tiene influencia debido a que la dinámica del “sector” puede presionar la aparición de un nuevo negocio para el grupo empresarial pero también, por otro lado, se ha encontrado que el emprendedor habitual emprende en primera instancia buscando una recompensa económica a sus esfuerzos, situación que cambia en los siguientes emprendimientos donde su motivación parece ser más el gozo y realización de la actividad misma (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006b).

La literatura indica que no existe un patrón definido para señalar la motivación del emprendedor habitual (Ucbasaran, Alsos, Westhead & Wright, 2008). Tanto la motivación por oportunidad como por necesidad puede ocurrir en el emprendedor habitual, es difícil identificarla ya que como se ha mencionado no existe un patrón y además va cambiando la motivación con el tiempo.

HIPÓTESIS 5: *El emprendimiento por oportunidad favorece la aparición de emprendedores habituales.*

HIPÓTESIS 6: *El emprendimiento por necesidad favorece la aparición de emprendedores habituales.*

3.- Variables del contexto de la empresa.

Se ha encontrado que algunos contextos en particular promueven la aparición del emprendedor habitual. Por ejemplo, los estudios de Noruega, (Kolvereid, 1993) sugieren que un ambiente restringido presiona al individuo a emprender y crear una nueva fuente de crecimiento económico. Por otro lado, también se ha encontrado que la creación de nuevos negocios por los emprendedores obedece a una estrategia de diversificación para protección y/o crecimiento de los negocios (Rosa & Scott, 1999b).

Para conocer el contexto de la empresa se ha tomado a la variable de “estrategia” y la variable de “*performance*”.

3.1 Estrategia.

La variable de la estrategia que sigue la empresa es la expresión de la manera en que se explota una oportunidad, de ahí su importancia (Westhead, et al, 2003). En trabajos previos la variable de estrategia se ha utilizado por medio de tres grandes líneas estratégicas: Diferenciación, Innovación y Reducción de Costos (Chandler & Hanks, 1994). Los componentes de estas estrategias han sido operacionalizados (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a) como: calidad de los productos/servicios, productividad de la mano de obra, satisfacción de los clientes con los productos/servicios, capacidad de respuesta a las demandas de los clientes, rapidez de respuesta a las demandas de los clientes, incremento en la participación de mercado, acceso a nuevos mercados y nivel de ingresos.

Se ha encontrado que los emprendedores habituales tienen un mayor entendimiento del “porqué” y el “cómo” es que tienen varias empresas; una de las razones de este hecho es la estrategia de transferencia de “recursos” entre las diferentes empresas para ganar una ventaja competitiva. En Noruega (Alsos & Carter, 2006) se encontró que los emprendedores habituales adquieren más recursos en la etapa inicial del negocio como estrategia. La variable de estrategia se ha utilizado como una variable de control del *performance* de la empresa (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a). En el estudio de Westhead, Ucbasaran y Wright (2003) en Escocia se encontró que los emprendedores habituales particularmente los portfolios tienden a desarrollar estrategias centradas en la innovación y el crecimiento, se concentran en el desarrollo de nuevos productos y servicios, siempre con una intención de crecimiento de la

empresa. En base a estos argumentos, se propone la siguiente hipótesis.

HIPÓTESIS 7: *El que la empresa disponga de una estrategia centrada en la innovación y el crecimiento, favorece la aparición de emprendedores habituales.*

3.2 Performance.

El que una empresa tenga un buen desempeño o no puede ser un factor que favorezca o inhiba el emprendimiento habitual. Si el desempeño no está siendo el óptimo o adecuado los emprendedores habituales tienden a crear otros negocios para compensar las ganancias, o el movimiento de recursos y capital a otras empresas creadas para tener mayor rentabilidad o preservar sus recursos (Westhead & Wright, 2015). Generalmente se ha hecho una medición del desempeño del emprendedor habitual relacionada con las ventas o valor económico generado a través del emprendimiento, así como los empleos generados (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a), lo que permite definir el tamaño de la empresa. Si nos concentráramos en los resultados de algunos estudios en Escocia (Westhead, Ucbasaran, Wright & Binks, 2005a) o Noruega (Rønning & Kolvereid, 2006), los emprendedores habituales portfolio reportan un mayor ingreso que los otros tipos de emprendedores, lo que parcialmente indicaría que son más exitosos. Algo similar encontramos en los resultados de los emprendedores habituales de Alemania en donde a mayor número de empresas tienden a ser mayores las ganancias; en el mismo estudio el desempeño del emprendedor ya se sugiere como número de empresas creadas (Weiss, 2008). Pocos estudios han monitoreado el desempeño del emprendedor habitual (Ucbasaran, Westhead, Alsos & Wright, 2008). Tradicionalmente éstas han sido las medidas del *performance* de las empresas creadas por los emprendedores habituales y ello tiene que ver con el concepto arraigado de que la experiencia y los recursos se acumulan con el tiempo teniendo un efecto positivo en las empresas creadas y por consecuencia la última

empresa debería ser la de mejor *performance* bajo esta lógica (Weiss, 2008). Desde otra perspectiva se propone una visión agregada (Sarasvaty, 2000) más que la observación de un punto concreto en el tiempo, es decir, no sólo evaluar las empresas en blanco y negro sino todo el porfolio del emprendedor habitual. Sin embargo, la recuperación de información se ha dificultado en anteriores estudios, ya sea por la sensibilidad de la información o porque sólo se ha enfocado el estudio en la última empresa del emprendedor, perdiendo de vista los resultados globales del portafolio de empresas. Si bien esto tiende a ser una evaluación de un clúster de empresas su evaluación es más compleja pero más completa. En esta línea se ha encontrado que los emprendedores habituales primero diversifican su portafolio y posteriormente llevan sus empresas a un grado óptimo (Rosa, 2008). La misma transferencia de recursos entre las empresas creadas permite un mejor *performance*. Menores niveles de desempeño fueron reportados por emprendedores de mayor edad, mujeres y de educación técnica. Por otro lado aquéllos que reportaron mayores niveles de desempeño son aquellos con experiencia de capacidades gerenciales y con una motivación económica (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a). El tener un mejor *performance* supone una base de recursos disponibles que pueden influenciar positivamente la aparición del emprendimiento habitual aunado a la experiencia previa que también se ha incrementado.

HIPÓTESIS 8: *El performance obtenido por la empresa en el pasado, favorece la aparición de emprendedores habituales.*

4. Variables del entorno. Dinamismo

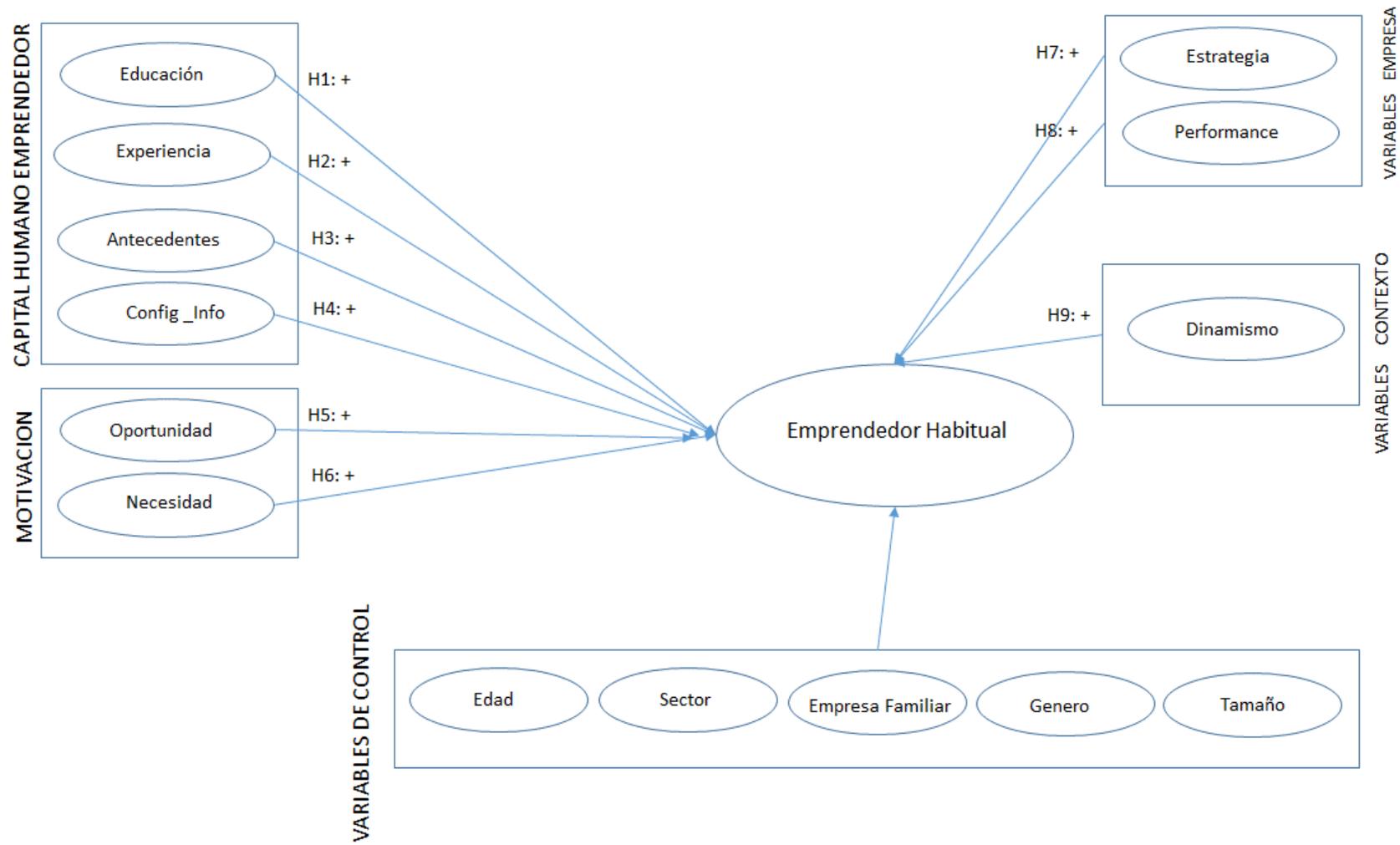
Nuestro modelo propone que la aparición del emprendimiento habitual no se

manifiesta por sí solo, sino que el capital humano del emprendedor es influenciado por el dinamismo del entorno en el que se encuentra. Se ha estudiado al emprendedor habitual en el contexto rural (menos dinámico) y urbano (más dinámico) contrastando las características del entorno al que se enfrenta el capital humano del individuo (Carter & Ram, 2003). La literatura indica que son necesarios estudios donde pueda conocerse la influencia del ambiente macroeconómico recesivo, de las regulaciones comerciales y de impuestos en general y las condiciones de las economías en desarrollo y ver si favorecen o no el emprendimiento habitual (Ucbasaran, Alsos, Westhead & Wright, 2008).

La variable del modelo “dinamismo” permite hacer un análisis más completo del fenómeno del emprendedor habitual y del entorno en el que se encuentra. Tradicionalmente es una variable que se compone por: la expectativa de número de competidores en los próximos años, el cambio en el negocio o percepción de cuanto cambio puede haber en el entorno, y el sector en el que se desarrolla la empresa (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a). Básicamente esta variable trata de describir cómo de dinámico es el entorno competitivo. Podemos pensar que ante un ambiente dinámico las condiciones son favorables para el emprendimiento y que éste suceda repetidamente. En el estudio de Rosa, Howorth & Discua Cruz (2014) ya se comienza a mencionar que ante un medio ambiente económico y de negocios favorable ocurre una diversificación creando nuevas empresas. Mientras que ante un entorno restrictivo cuando se ve amenazada la sobrevivencia de la empresa original es cuando se buscan crear nuevos negocios, muchas de las veces sin relación con la empresa original. Por lo que con estos argumentos se propone la siguiente hipótesis:

HIPÓTESIS 9: *El dinamismo del entorno de la empresa favorece la aparición de emprendedores habituales.*

Figura 18. Modelo de la Investigación.



3.3.3 Metodología.

A. Medición de variables.

Variable Dependiente.

Para construir la variable dependiente “**emprendedor habitual**” se preguntó a los encuestados cuántas empresas habían fundado, codificándose 0 si habían fundado una única empresa y 1 si habían fundado más de una empresa. Esta forma de medida es similar a la empleada en otros estudios sobre emprendedores habituales (Ucbasaran, Westhead & Wright 2008).

Variables Independientes.

Para construir la variable relativa al nivel de educación se preguntó por los grados académicos obtenidos (educación básica, preparatoria, carrera técnica, carrera profesional y postgrado). Se construyó una variable dicotómica con valor 1 cuando había cursado una carrera técnica o profesional o postgrado y un 0 en el resto de los casos (Weiss, 2008).

Para conocer el tipo de experiencia profesional previa se preguntó por el tipo de la misma (ninguna, empleado del sector público o privado, gerente del sector público o privado, y empresario o profesionalista independiente). Se construyó una variable dicotómica que tomaba valor de 1 cuando el encuestado tenía esa experiencia previa y 0 en caso contrario (Ucbasaran, Westhead & Wright 2006a).

Para considerar los antecedentes familiares se preguntó sobre la ocupación de la persona que sustentaba la familia con las mismas opciones que en el caso de la experiencia previa. Se construyó una variable dicotómica que tomaba valor 1 cuando la persona que sustentaba la familia había sido empresario y 0 en caso contrario. Esta forma de medir es similar a Weiss, (2008).

Para el caso de las motivaciones se preguntó por los motivos que le habían llevado a fundar la empresa actual (no empleo, búsqueda de independencia, búsqueda de mejores oportunidades, tener una idea con potencial de ganancia, disponer de recursos para emprender). Posteriormente se clasificaron en motivaciones por necesidad (no empleo, independencia) y motivaciones por oportunidad (acceso a recursos, identifica oportunidad y tenía una idea). También se consideró una motivación mixta para aquellos emprendedores que manifestaron motivación de las dos anteriores agrupaciones, definiéndolas como motivaciones mixtas. Esta última es la que se utilizó como categoría de referencia.

Para construir la variable independiente de “búsqueda activa de información” se utilizaron los siguientes ítems: 1) Tengo interacciones frecuentes con otras personas para adquirir nueva información, 2) Cuando busco información tengo siempre la mirada puesta hacia nuevas ideas de negocio, 3) Leo periódicos, revistas, o publicaciones comerciales con regularidad para adquirir nueva información y 4) Exploro a diario el internet, construyendo una variable que utiliza el promedio de las mediciones de la escala de Likert (1 – 5) con que fueron medidas. Esta variable es una adaptación de la medida de identificación de oportunidades de Tang, Kacmar & Busenitz (2012).

Para conocer el comportamiento de la variable estrategia se preguntó en el cuestionario siguiendo a Miles & Snow (1978) ¿Cómo describe su estrategia de negocio con respecto a sus productos o servicios?, donde sólo se podía elegir una opción de las siguientes: a) somos innovadores y estamos dispuestos a asumir los riesgos necesarios para la prestación de nuevos productos o servicios, b) no queremos ser los primeros en nuestra industria en ofrecer un producto o servicio que no ha sido aceptado por los

consumidores previamente, pero tratamos de ofrecer un producto o servicio similar que sea competitivo, c) nos apegamos a lo que sabemos hacer y tratamos de hacerlo tan bien o mejor que cualquier otra empresa en el ramo, d) no seguimos un programa o plan específico para ser más competitivos, sino que realizamos cambios únicamente cuando nos enfrentamos. Se construyó una variable que valida la estrategia de tipo exploradora (Miles & Snow, 1978), respaldando con esta respuesta que la empresa desarrolla una estrategia en la que se buscan continuamente nuevas oportunidades de mercado, y en la que las empresas intentan ser las primeras en ofrecer nuevos productos o en desarrollar nuevos mercados.

En la construcción de la variable *performance* se contempló conocer más sobre la evolución que ha tenido la empresa en diferentes rubros para conocer a mayor detalle el *performance* de la empresa. Esta forma de medir es una alternativa válida cuando medidas objetivas son difíciles de obtener (Venkataram & Ramanujam, 1986) y generalmente son utilizadas en el estudio de las economías emergentes (Obloj et al, 2010). Los rubros que se preguntaron son: calidad de los productos/servicios, productividad de la mano de obra, satisfacción de los clientes con los productos/servicios, capacidad de respuesta a las demandas de los clientes, rapidez de respuesta a las demandas de los clientes, incremento en la participación de mercado, acceso a nuevos mercados, nivel de ingresos. Se construyó una variable con el promedio de las evaluaciones para conocer el grado de *performance* que presenta la empresa del emprendedor habitual.

Para conocer el dinamismo del entorno se preguntó una serie de ítems adaptados de estudios previos (Lumpkin, 1998, Lumpkin & Dess, 2001; Casillas et al, 2011) en una escala Likert de 1 a 5 aplicada a los siguientes ítems: Nuestra empresa tiene que adaptar sus actividades de marketing para competir; La obsolescencia de productos y

servicios es muy rápida en el sector; Es difícil predecir las acciones de nuestros competidores; Es difícil predecir las demandas y gustos de nuestros consumidores; los cambios tecnológicos de producción/servicio ocurren rápidamente y de forma significativa. Se construyó una variable con el promedio de las evaluaciones de estos ítems para conocer el grado de dinamismo del entorno.

Variables de Control

Tomamos primero la variable de edad por considerar que la edad de un individuo está directamente relacionada y a favor de la experiencia en el trabajo (Aldrich, 2003). Es importante clarificar que en este estudio se pregunta la edad del individuo y no la edad en la que se realizó el emprendimiento. Si consideramos las capacidades del ser humano como dinámicas, es decir puede incrementar su capacidad con el hecho de tener experiencia en el tiempo, todo apunta a que un emprendedor de mayor edad debe ser más experimentado. En estudio previo se identifica que tanto en el área urbana como en el área rural los emprendedores habituales comienzan su primer negocio a más temprana edad que aquellos que lo hacen por una sola vez, el mismo fenómeno se repetía para las áreas urbanas (Westhead & Wright, 1998). En el contexto de emprendedores desde la universidad se vincula el factor de la edad de los emprendedores que inician su primera empresa a una edad temprana con mayores posibilidades de crear una segunda empresa (Eesley & Robert, 2011). Para el estudio realizado en Alemania los emprendedores habituales alemanes pueden aparecer desde los 27 años (Weiss, 2008). En contraste también se ha revisado que los emprendedores habituales tienden a estar en la mediana edad (40 – 49 años) posiblemente porque han alcanzado una seguridad económica, han desarrollado una red de contactos así como experiencia considerable que permite que sus empresas puedan sobrevivir (Robson, Akuetteh, Westhed & Wright, 2012). En nuestro caso en la encuesta se pidió a la persona que respondía que indicara su tramo de edad y codificándose como 1 si era menor de 30; 2 entre 30 y 49; 3 50 y 69; y 4 si tenía 70 o más años.

La segunda variable que tomamos para el estudio referente a las características del

individuo es la de género. La mujer no aparece como protagonista emprendedora (Howort, Jackson, & Cruz, 2014). Si bien algunos estudios revelan que la dinámica de las actividades de la mujer no les permite tener el mismo tiempo disponible y la misma exposición a experiencias que los hombres, dado que su tiempo también se concentra en la crianza de los hijos, no logran desarrollar la misma experiencia, contactos, habilidades y conocimientos para la actividad emprendedora (Becker, 1993).

Dos ejemplos claros de la dinámica anteriormente mencionada son los casos de las granjas noruegas con la división de roles en la familia (Westhead & Wright, 1998) y la actividad restringida de las mujeres en el entorno africano (Saffu & Manu, 2004).

Podríamos pensar que posiblemente el emprendimiento por subsistencia en estas regiones sea el detonador para el emprendimiento femenino y la falta de preparación uno de los factores para el fracaso de sus emprendimientos. Sin embargo en posterior estudio no se encuentra diferencia significativa en la creación de empresas por género ya que emprenden en los mismos sectores, con las mismas motivaciones y están reportando casi los mismos niveles de la preparación educativa del género masculino. (Kuada, 2009).

Comparando con algunos datos del estudio realizado en otro contexto de país emergente y país desarrollado; China y Alemania donde pueden observar la comparación de emprendedores vs emprendedores habituales seriales, se puede leer que los emprendedores hombres inician más negocios en China que en Alemania mientras que para el emprendimiento de los emprendedores habituales seriales no se reporta una diferencia estadística significativa en el género. (Anokhin, Grichnik, & Hisrich, 2008).

En particular es de interés para este estudio conocer la participación de las mujeres en

el emprendimiento habitual en México donde las condiciones para la participación de la mujer han venido evolucionando al igual que los contextos antes mencionados de Alemania, China y Ghana. En nuestro estudio el género se codificó como 1 femenino y 2 masculino. Esta forma de medir es similar a (Ucbasaran, Westhead & Wright 2008).

El Sector se configura como la tercera variable de control. Como hemos revisado el contexto tiene cierta influencia en la aparición de los emprendedores habituales. El sector en el cual compite la empresa puede ser que sea altamente dinámico y competitivo, lo que hace por fuerza que se deba de emprender desde la empresa familiar las veces que sea requerido para sobrevivir. Existen estudios previos que ya argumentan la aparición o no de empresas debido a políticas fiscales. A continuación, se mencionan un par de ejemplos contrapuestos donde el sector: industrial o agrícola o el tamaño industrial indistintamente presentan el fenómeno del emprendedor habitual. En algunos casos los estudios demuestran que los grupos de empresas italianas añaden empresas a sus grupos para resolver el contexto que se los exige (Iacobucci & Rosa, 2010).

En nuestro caso se pidió que se indicara el sector principal de la empresa (servicios, comercial, industrial, ganadería /agrícola). En el modelo se introdujo la variable industrial que toma valor de 0 si es industria y valor 1 en caso contrario.

La cuarta variable de control es el carácter familiar de la compañía. La disponibilidad de recursos que habitualmente existen en el ámbito de la empresa familiar, recursos económicos y capital social a través de la red de contactos que se ha desarrollado (Zahra, Hayton & Salvato, 2004) sugiere que se favorece la aparición de emprendedores habituales en el ámbito de la empresa familiar. Un reciente estudio que revisa el fenómeno del emprendedor habitual ya recomienda hacer investigaciones

para conocer en qué grado algunos contextos y en particular el contexto de la empresa familiar favorece la aparición de los emprendedores habituales (Westhead & Wright, 2015).

En los resultados empíricos se ha encontrado en estudios de Finlandia (Huvonien & Thiula, 2008) que la dimensión de emprendedores habituales dentro de la empresa familiar es una realidad y se sugiere que esta relación no ha sido detectada o tan evidente dada su lealtad y acceso a recursos de la empresa familiar lo que les permite seguir emprendiendo. Para nuestro estudio se preguntó: ¿Existe una familia o grupo de familias que posea un porcentaje significativo de la propiedad y/o derechos de voto de la empresa? , en caso afirmativo se considera empresa familiar.

El tamaño de la empresa se ha utilizado como quinta variable de control. Se incluye ya que es una medida de contribución a la creación de riqueza y por tanto una medida de desempeño. Se han hecho mediciones de los emprendedores novicios y habituales en el estudio de Ucbasaran, Westhead & Wright (2006a) donde se reporta el periodo de 1996 a 2001 donde se aprecia que existe una ligera pero mayor creación de empleos por parte de los emprendedores habituales, en general se ha utilizado esta variable como una expresión del *performance* de la empresa. (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a). Un resultado con la misma tendencia se encuentra en el estudio de Alsos y Carter (2006) en Noruega donde las empresas de los emprendedores novicios reportan menos empleos que aquellos de los emprendedores portfolios. Dalqvist & Davidsson (2000) exploran la relación del perfil emprendedor con el empleo y ventas en el periodo de 1994 a 1997 y encuentran mayores ventas y empleos generados por los emprendedores habituales. Para nuestro estudio se preguntó por el número total de empleados de tiempo completo incluyendo gerencia, teniendo las opciones de menos de 10 , 10 a 50 , 51 a 250 y más de 250.

B. Metodología de la investigación.

La estrategia de prueba del modelo teórico propuesto es a través de la estimación de un modelo de regresión logística binomial. El modelo de regresión logística es un modelo estadístico en el que se desea conocer la relación entre una variable dependiente cualitativa, dicotómica (emprendedor habitual) y una o más variables explicativas independientes, o covariables, ya sean cualitativas o cuantitativas. Dado que para el estudio es importante conocer los factores que favorecen la aparición del emprendedor habitual en la empresa familiar, la técnica estadística de regresión logística binomial es adecuada ya que provee de una variable dependiente (emprendedor habitual) y las variables explicativas o factores que favorecen su presencia. El análisis de regresión logística binaria nos permite estimar la probabilidad de que exista o no un emprendedor habitual en función de su capital humano, motivaciones y contexto en el que se encuentra. La ecuación de regresión logística se ha definido como:

$$\text{Emprendedor Habitual} = \beta_1 + \beta_2 \text{EDAD} + \beta_3 \text{GENERO} + \beta_4 \text{TAMAÑO} + \beta_5 \text{INDUSTRIA} + \beta_6 \text{EMPRESA FAMILIAR} + \beta_7 \text{NIVEL DE ESTUDIOS} + \beta_8 \text{GERENTE} + \beta_9 \text{ANTECEDENTES FAMILIARES EMPRESARIO} + \beta_{10} \text{IDENTIFICAOP} + \beta_{11} \text{MOTIVAOPORTUNIDAD} + \beta_{12} \text{MOTIVANECESIDAD} + \beta_{13} \text{PERFORMANCE} + \beta_{14} \text{ESTRATEGIA} + 15 \text{DINAMISMO} + \epsilon_i$$

Donde β son los coeficientes estimados y ϵ_i es el término de error distribuido normalmente. El software estadístico IBM SPSS v.22 fue utilizado para este análisis.

3.3.4 Resultados.

Las estimaciones de regresión logística correspondientes para estimar la influencia de los factores que influyen en la aparición del emprendedor habitual se han llevado a cabo en el modelo que incluye cuatro pasos para incorporar las diferentes variables de

nuestro estudio: variables de control en el paso 1, las variables de capital humano en el paso 2, variables de las motivaciones para emprender en el paso 3 y variables del contexto en el paso 4. Los estadísticos de media y desviación estándar de las diferentes variables se muestran a continuación para tener la seguridad de la calidad de los datos con los que se realizó el modelo de regresión logística.

Tabla 32. Estadísticos descriptivos

	N	Media	Desviación estándar
EMPRENDEDORHABITUAL	182	.66	.473
EDAD	182	2.32	.697
GENERO	182	.87	.333
TAMAÑO	182	1.90	.925
INDUSTRIA	182	.73	.448
EMPRESAFAMILIAR	182	.45	.499
NIVEL DE ESTUDIOS	182	.95	.217
GERENTE	182	.21	.411
ANTECEDENTES FAMILIARES EMPRESARIO	182	.46	.500
IDENTIFICAOP	174	4.0414	.57149
MOTIVAOPORTUNIDAD	182	.31	.463
MOTIVANECESSIDAD	182	.48	.501
PERFORMANCE	175	3.8843	.49131
ESTRATEGIA	182	.5055	.50135
DINAMISMO	171	3.1708	.68896
N válido (por lista)	171		

Fuente: Elaboración propia

Para asegurar la calidad de los datos se calcularon los factores de inflación de varianza reportando valores de máximos de 1.295, (tabla 33) lo que sugiere que la multicolinealidad no es un problema para el estudio.

Los resultados se presentan en la Tabla 34. La bondad de los modelos se evalúa

mediante el cálculo del pseudo-R² de Nagelkerke que es uno de los estadísticos más simples para la evaluación de modelos de regresión logística (DeMaris, 1995). El pseudo-R² da una medida aproximada de bondad de ajuste que puede ser comparado a través de modelos.

Tabla 33. Coeficientes de multicolinealidad.

Modelo		Estadísticas de colinealidad	
		Tolerancia	VIF
1	EDAD	.841	1.189
	GENERO	.907	1.102
	INDUSTRIA	.794	1.260
	TAMAÑO	.772	1.295
	EMPRESAFAMILIAR	.770	1.299
	NIVEL DE ESTUDIOS	.849	1.178
	GERENTE	.934	1.071
	ANTECEDENTES		
	FAMILIARES EMPRESARIO	.878	1.138
	IDENTIFICAOP	.841	1.189
	MOTIVAOPORTUNIDAD	.536	1.866
	MOTIVANECESSIDAD	.505	1.980
	ESTRATEGIA	.841	1.189
	PERFORMANCE	.817	1.224
	DINAMISMO	.887	1.128

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34. Regresión logística del emprendedor habitual en México.

VARIABLES	B ^a	SE ^b	OR ^c	B ^a	SE ^b	OR ^c	B ^a	SE ^b	OR ^c	B ^a	SE ^b	OR ^c
Control												
Edad	0.246	0.274	1.309	0.323	0.211	1.382	0.291	0.266	1.337	0.463^t	0.094	1.588
Genero	0.485^t	0.083	2.314	0.937^t	0.06	2.553	0.96[*]	0.057	2.611	1.173[*]	0.032	3.231
Industria	0.415	0.986	0.993	0.032	0.94	1.033	-0.037	0.934	0.964	0.045	0.925	1.046
EmpresaFamiliar	0.371	0.804	0.912	-0.045	0.906	0.956	0.064	0.872	1.066	0.257	0.541	1.293
Tamaño	0.222	0.012	1.745	0.566	0.013	1.761	0.551[*]	0.016	1.735	0.58[*]	0.022	1.785
Capital Humano												
Nivel de Estudios				-0.176	0.833	0.838	-0.175	0.835	0.84	-0.018	0.984	0.938
Gerente				0.381	0.386	1.463	0.372	0.399	1.45	0.226	0.629	1.254
AntecedenteEF				0.109	0.757	1.115	0.128	0.722	1.137	0.185	0.633	1.203
BuscaActivaInfo				0.561[*]	0.05	1.753	0.592[*]	0.041	1.807	0.647[*]	0.038	1.963
Motivacion												
Necesidad							0.345	0.486	1.412	0.33	0.528	1.391
Oportunidad							0.496	0.293	1.642	0.531	0.292	1.701
Contexto Empresa												
Performance										0.851[*]	0.039	2.343
Estrategia										0.533	0.177	1.705
Contexto												
Dinamismo										-0.943^{**}	0.004	0.389
x2 Hosmer Lemeshow		3.754			7.732			9.747			11.529	
p-value		0.016			0.028			0.048			0.001	
χ2 Bloque		13.915			4.802			1.102			16.882	
χ2 Modelo		13.915			18.717			19.82			16.882	
-2 Log likelihood		205.133			200.33			199.228			182.346	
R2 Nagelkerke		0.108			0.144			0.152			0.267	
Niveles de Significancia:												
***	^a Parametro Estimado											
**	^b Error Estandar											
*	^c Odd Ratio											
^t	^t p<0.1											

Así en el paso 1 del modelo donde se introdujeron las variables de control (edad, género, sector, empresa familiar y tamaño) encontramos que la única variable significativa es el género ($B = .485$, $p < 0.1$). La χ^2 del bloque es 13.915 y el valor de pseudo R^2 es de .108.

En el paso 2 se introdujeron las variables del capital humano del emprendedor, encontrándose positivamente relacionado la variable de control género ($B = .937$, $p < .01$), también aparece relacionada positivamente la variable de la búsqueda activa de la información ($B = .561$, $p < .1$) aumentando el poder explicativo del modelo con un χ^2 del 18.117 y R^2 de Negelkerke de .144.

En el paso 3 se introdujeron las variables que recogen la motivación para emprender, apareciendo relaciones positivas de variables de:

- Control (Genero, $B = .96$, $p < .1$)
- Control (Tamaño, $B = .551$, $p < 0.1$)
- Capital Humano (Búsqueda Activa de la Información, $B = .592$, $p < .05$)

Reportando un χ^2 del modelo de 19.82 y el bloque reporta R^2 de Negelkerke de .152. Por lo tanto, las motivaciones parecen no ser relevantes a la hora de explicar la aparición de un emprendedor habitual.

En el paso 4 se introdujeron las variables que recogen las condiciones del entorno, siendo las variables que aparecen con relación significativa para explicar la aparición de un emprendedor habitual:

- Control (Edad, $B = .463$, $p < 0.1$)
- Control (Genero, $B = 1.173$, $p < .1$)
- Control (Tamaño, $B = .551$, $p < .1$)

- Capital Humano (Búsqueda Activa de la Información, $B=.647$, $p<.05$)
- Contexto Empresa (Performance, $B=.851$, $p<.05$)
- Contexto Entorno (Dinamismo, $B=-.943$, $p<.05$)

Reportando un x^2 del modelo de 16.882 y el bloque reporta R^2 de Negelkerke de .267.

Para el caso de la hipótesis 1 donde se sugiere que a mayor educación habrá una relación positiva con el emprendimiento habitual, no hemos encontrado soporte en el modelo mostrando que es indiferente del grado académico del individuo. Por lo tanto, la hipótesis 1 no se confirma.

Para el caso de la experiencia, a mayor experiencia como gerente sería de esperar que desarrollara más el capital humano para emprender repetidamente, sin embargo no se sostiene nuestra hipótesis 2 al mostrar una relación no significativa.

Para el caso de tener antecedentes de padre empresario no se reporta una relación significativa por lo que no se sostiene la hipótesis 3.

En la hipótesis 4 la búsqueda activa de la información sí aparece como un factor significativo por lo que la hipótesis 4 sí se sostiene.

En cuanto a las motivaciones donde la hipótesis 5 sugiere que el emprendedor habitual emprende por oportunidad no hemos encontrado soporte en el modelo. De la misma manera la hipótesis 6 donde se sugiere que la motivación del emprendedor habitual es por necesidad, no encontramos resultados que soporten esta hipótesis, es decir, no tenemos un indicio de que el emprendedor habitual tenga una inclinación por alguna de las dos motivaciones.

Para el caso de la variable estrategia no se muestra una relación significativa con el emprendimiento habitual por lo que la hipótesis 7 no se sostiene. De diferente manera

la otra variable contextual de la empresa performance sí reporta una relación significativa por lo que la hipótesis 8 sí se sostiene.

Finalmente, la variable del entorno Dinamismo sí reporta una relación significativa con el emprendimiento habitual. Por lo que se sostiene la hipótesis 9. La tabla 35 resume los resultados obtenidos respecto a cada una de las hipótesis planteadas en el estudio.

Tabla 35. Tabla resumen resultados de hipótesis.

<i>HIPÓTESIS</i>	<i>SI SE CONFIRMA</i>	<i>NO SE CONFIRMA</i>
H1: El mayor nivel educativo favorece la aparición de emprendedores habituales.		X
H2: La experiencia previa como gerente de empresa favorece la aparición de emprendedores habituales.		X
H3: El antecedente de empresa familiar favorece la aparición de emprendedores habituales.		X
H4: La búsqueda activa de la información favorece la aparición de emprendedores habituales.	X	
H5: El emprendimiento por oportunidad favorece la aparición de emprendedores habituales.		X
H6: El emprendimiento por necesidad favorece la aparición de emprendedores habituales.		X
H7: El que la empresa disponga de una estrategia centrada en la innovación y el crecimiento, favorece la aparición de emprendedores habituales.		X
H8: El performance obtenido por la empresa en el pasado, favorece la aparición de emprendedores habituales.	X	
H9: El dinamismo del entorno de la empresa favorece la aparición de emprendedores habituales.	X	

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, dentro de los resultados encontramos que tanto la edad como el género influyen positivamente para encontrar emprendimiento habitual, situación que se menciona en la literatura y en particular se hace un énfasis en el emprendimiento masculino casi no apareciendo el emprendimiento habitual por parte de las mujeres.

3.3.5 Discusión.

El objetivo de este apartado era determinar los factores que favorecen la aparición del emprendedor habitual.

Contrario a nuestras expectativas tanto el nivel de educación como la experiencia previa gerencial no han resultado significativas para el desarrollo del emprendedor habitual y quizá esto tenga su explicación en el desarrollo del capital humano específico de emprendimiento, es decir el grado académico no asegura más que conocimientos y algunas habilidades para el trabajo. De la misma manera la experiencia no asegura más que el conocimiento específico de cierta industria o trabajo, lo que indicaría que estaría faltando el desarrollo de habilidades específicas para emprender, desarrollo que podría en mayor o menor grado suceder dentro de la realidad particular de cada empresa.

En el caso del antecedente familiar de padre empresario, contrario a nuestras expectativas y a lo que menciona la literatura (Ucbasaran, Westhead, & Wright, 2006a) no aparece en nuestro estudio como un factor determinante para el emprendimiento habitual. Esto nos hace reflexionar sobre el proceso que ocurre en la interacción dentro de la empresa familiar padre – hijo(s): ¿cómo es? ¿cuándo sí podría ser factor?. Ya que estudios previos así lo manifiestan donde el papel del padre empresario se convierte en un modelo a seguir que provoca inclinación al emprendimiento y además es una fuente de aprendizaje del negocio de la empresa familiar en particular y de las habilidades para hacerlo funcionar.

La única variable del bloque de capital humano que aparece relacionada positivamente es la búsqueda activa de información. Esta característica en el individuo es

fundamental para emprender ya que acumula fuentes de información, contactos y con la experiencia ensambla soluciones para aprovechar las oportunidades que se le presentan. Esta situación puede entenderse a la luz de la lógica del desarrollo de capital humano para emprender, es decir tener un emprendedor más capaz es más probable que encuentre más oportunidades y decida emprender.

Para el análisis del bloque de las “motivaciones” habíamos definido la motivación por necesidad y la motivación por oportunidad. Ninguna de las dos motivaciones aparece relacionada positivamente. Puede tener su explicación en lo que sostienen estudios previos en donde se sugiere que la motivación es dinámica y cambia de necesidad a oportunidad a lo largo del tiempo, de ahí que sea difícil de detectar.

Las variables que nos permiten observar con mayor profundidad lo que ocurre en el contexto de la empresa en la que se encuentra el emprendedor habitual es la estrategia que sigue la empresa y el desempeño de la misma.

En el primer caso estrategia no tiene una relación significativa aun y cuando la estrategia que medimos es de tipo exploradora que busca la innovación en productos y servicios siendo éste un entorno muy favorable para el emprendedor habitual. Posiblemente aun cuando la estrategia puede proveer de este contexto favorable es más inherente al curso que sigue la empresa y no el emprendedor.

Por el contrario, la variable *performance* sí aparece con una relación significativa interpretando que el emprendedor habitual es influenciado por un contexto de éxito en donde la empresa creada puede proveer recursos y ser la plataforma para futuros emprendimientos. No olvidemos que la literatura ya relaciona a los emprendedores habituales con un mejor *performance* de empresa y viceversa (Ucbasaran, Westhead &

Wright, 2006a).

Contrario a lo que podríamos esperar la variable que nos permite ver el grado de dinamismo que tiene el entorno en el que se mueve el emprendedor habitual aparece relacionada significativamente y con signo negativo, lo que nos estaría indicando que ante ambientes menos dinámicos es cuando se promueve la aparición del emprendedor habitual.

En algún momento del estudio del emprendedor habitual se registró este fenómeno de emprender en ambientes restrictivos, ya sea por regulaciones fiscales o por la dinámica económica de la región que se estudiaba. Es de suma importancia este hallazgo y pertinente para el estudio del emprendedor habitual en contextos como el de México con una economía en desarrollo.

Una de las variables de control, el factor género, se encontró positivamente relacionado con el emprendedor habitual en el modelo, lo que indica que el género puede marcar la diferencia en hacer emprendimiento habitual. Ya lo habíamos revisado en la literatura donde se indica que en su gran mayoría el emprendimiento es realizado por hombres y más aún el emprendimiento habitual. (Rosa, Howorth & Discua Cruz, 2014)

En la sociedad misma el emprendimiento femenino sigue siendo escaso, más aún en el contexto de la empresa mexicana donde posiblemente factores culturales puedan inhibirlo aún más. En relación a la edad también se encuentra relacionada positivamente lo que indica que existe cierta edad, posiblemente la edad media, donde se ha ganado experiencia y recursos para emprender.

Otra de las variables que apareció con una relación significativa es el tamaño de la empresa, situación que hace mucho sentido ya que una empresa de cierto tamaño presupone una cantidad de recursos disponibles tangibles e intangibles que se convierten en una plataforma para que el emprendedor pueda emprender otra vez con mayor facilidad y lograr una consolidación de su emprendimiento y crear otra empresa. En contraste, una empresa muy pequeña posiblemente se encuentre resolviendo situaciones para sobrevivir y consolidarse antes que volver a emprender, en este caso no proveyendo de una plataforma para el emprendimiento al individuo.

Las dos variables de control que no aparecen con una relación significativa son el sector y la empresa familiar. Contrario a nuestras expectativas no señalan influencia en la relación con el emprendedor habitual. Si bien el sector puede determinar una industria más o menos dinámica y potencialmente mayor oportunidad de negocio, nos indica que el emprendimiento habitual es indiferente a este aspecto. Por otro lado, y también sin relación significativa, el contexto de empresa familiar podríamos pensar que facilita y dispone de una serie de recursos que permitirían eventualmente un emprendimiento por parte de alguno de sus integrantes. El hecho de que no aparezca significativa la influencia del contexto de empresa familiar aun cuando la literatura lo sugiere nos hace reflexionar que no basta con ser empresa familiar, sino que puede que lo más relevante sea cómo se dan los procesos de interacción al seno de la misma.

CAPÍTULO IV CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y FUTURAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN.

4.1 Conclusiones.

4.2 Limitaciones y futuras líneas de investigación.

El último capítulo tiene por objetivo presentar un panorama general de las aportaciones logradas en la presente tesis doctoral. Se incluyen las implicaciones prácticas, las limitaciones del estudio y las futuras líneas de investigación sugeridas.

4.1. Conclusiones.

Los objetivos de investigación del presente trabajo “Emprendedores habituales en la empresa familiar” se establecieron con la intención de aportar a la literatura del emprendimiento, siendo estos objetivos: conocer la dimensión del fenómeno del emprendedor habitual en México, conocer sus características y, por último, identificar los factores que inhiben o favorecen al emprendedor habitual. Al comenzar a revisar la literatura de emprendimiento y en particular la literatura del emprendedor habitual se identificó que uno de los grandes retos es estudiar el emprendimiento habitual en diferentes contextos. Encontramos que la empresa familiar parece ser un contexto que presenta una serie de recursos tangibles e intangibles que apoyarían el emprendimiento repetido. No obstante la importancia del emprendimiento habitual y de la empresa familiar, la relación de ambos temas ha sido poco explorada.

El estudio del emprendedor habitual comenzó a llamar la atención en el ámbito de la investigación por la experiencia que podía acumular este individuo al emprender y tener éxito subsecuentemente. La literatura tuvo sus primeros intentos de explicación del fenómeno del emprendedor habitual enfocando sus estudios en las características de los individuos que presentaban el emprendimiento repetido. Se encontró de manera destacada el antecedente en el que los padres de los emprendedores habituales tenían una ocupación empresarial, ésta se convirtió en una de nuestras primeras guías a considerar para la exploración del contexto de la empresa familiar. El estudio de estas

características llevó a los investigadores a concentrarse en el aspecto psicológico del emprendedor habitual presentando estudios en la identificación de oportunidades, autocontrol, búsqueda de información, etc. Estas líneas de investigación derivaron en el estudio de las motivaciones, de por qué emprende el emprendedor habitual, encontrando que no existe un patrón definido de motivaciones y sí una dinámica en sus intenciones al emprender a través del tiempo. El emprendedor habitual busca primero el beneficio económico y posteriormente el reto de aprovechar las oportunidades que identifican en el entorno. Esto derivó en la línea de investigación centrada en el análisis del desempeño del emprendedor habitual y en concreto su contribución económica al crear empresas. Sin embargo, quedaba sin explorar la influencia del contexto en el que se desarrollaba el emprendedor habitual, literatura que relacionara al emprendedor con la dimensión de las empresas creadas y el contexto en el cual se encuentran. Todo ello para encontrar los factores que podrían o no favorecer el emprendimiento habitual. Si bien ya se han desarrollado líneas de investigación que tratan de responder las preguntas de ¿Quién es el emprendedor habitual? ¿Qué lo motiva? ¿Cómo son las empresas que crea? no se ha estudiado cuales son los factores que lo inhiben o favorecen en un contexto como el de la empresa familiar. Este gap es precisamente al que se trata de aportar sumando algunas luces que puedan explicar los factores que inhiben o favorecen el emprendimiento habitual.

A pesar de los esfuerzos en el creciente desarrollo de la literatura en el emprendimiento habitual se pueden identificar algunas limitaciones:

- El fenómeno del emprendimiento habitual ha evolucionado del estudio del individuo a dimensiones del estudio del contexto. Haciendo falta todavía más investigación sobre ambas dimensiones.

- La escasez de estudios empíricos intentando explicar los factores que favorecen el emprendimiento habitual.
- Los países donde se ha estudiado el emprendimiento habitual: Noruega, Escocia, Inglaterra, Estados Unidos, Finlandia, Ghana, son muy diferentes al contexto mexicano.
- Cuando se estudian las empresas de los emprendedores habituales portfolio sólo se obtienen datos de la última empresa creada y no del grupo de empresas.
- El comportamiento del emprendedor novicio y cómo eventualmente se puede convertir en un emprendedor habitual hace necesario un estudio longitudinal para observarlo a través del tiempo.
- Escasez de estudios cualitativos para ampliar el entendimiento del fenómeno del emprendedor habitual.
- Escasez de estudios que revisan la relación del emprendedor habitual y el contexto de la empresa familiar.

Como aportación la presente investigación ha incorporado algunas consideraciones tales como:

- Se identificaron emprendedores habituales en entornos de empresa familiar y no familiar.
- Se incluyeron variables de la dimensión contextual y de la dimensión individual para tener un mayor poder explicativo del fenómeno.
- Es un estudio para el contexto de México convirtiéndose en el primer estudio del tipo que tengamos conocimiento.
- Es un diseño de estudio empírico con el objetivo de conocer la dimensión, características y factores que favorecen el emprendimiento habitual.

Las respuestas que obtuvimos a las preguntas planteadas en el presente estudio se presentan a continuación:

1.- ¿Cuál es la dimensión del fenómeno de los emprendedores habituales en México?

Se confirmó la presencia de los emprendedores habituales en México con una proporción de 66%, siendo éste el primer estudio existente al respecto.

Se contrastó esta población con la reportada en la literatura en diferentes contextos, encontrando magnitudes de 52% UK, 64% USA, 54% Finlandia, 49% Australia, 47% Noruega, 41% Ghana, 40% Suecia y 39% Malasia, siendo uno de los más altos encontrados en la literatura (Rosa, Howorth & Discua Cruz, 2014). Esta situación concuerda con lo esperado al aparecer más emprendedores habituales en ambientes restrictivos como es el caso de la economía de México. Sin embargo, también las posibles variaciones en la magnitudes reportadas podrían deberse a diferente forma de operacionalizar el concepto de emprendedor habitual, es decir algunos estudios podrían solo estar reportando los emprendedores habituales seriales y no los portfolio encontrando aquí una oportunidad para futuras investigaciones. Otra posible causa para las variaciones en las magnitudes encontradas es que los emprendedores habituales están presentes muchas de las veces en la formación de grupos empresariales donde aparecen las empresas creadas pero no los emprendedores como fundadores.

2.- ¿Cuáles son las características del emprendedor habitual en México?

Se identificaron las principales características que se habían revisado en la literatura del emprendedor habitual identificando el capital humano como: edad, género, nivel educativo, antecedentes familiares, experiencia previa, motivaciones, obteniendo con el instrumento de recolección las proporciones de cada una ellas para tener una primera

impresión de cuáles son las características del emprendedor habitual. Posteriormente se aplicó un procedimiento estadístico de chi cuadrada para poder medir la relación entre dos variables categóricas: “emprendedor habitual” y cada una de las características. El procedimiento de chi cuadrado fue aplicado también en el contexto de empresa familiar y no familiar.

Los resultados encontrados indican una relación significativa con el género. Es decir, en los emprendedores habituales el género masculino emprende más que el femenino. Para el caso del contexto de empresa familiar el resultado obtenido difiere por cuanto en este caso es indistinto el género del emprendedor. Una posible explicación es que quizá no ha sido completamente explorado el papel de las mujeres en la empresa familiar, donde con frecuencia son la parte central de la empresa familiar pero no son reconocidas como tal. (Mulholland, 2003; Hamilton, 2006).

Contrario a lo que sugerían las proporciones reportadas el nivel educativo no tiene relación con el emprendedor habitual y tampoco lo presenta en el contexto de la empresa familiar. Esto podría deberse a que la educación está más dirigida hacia el desarrollo de la gestión que a la creación de empresas, se pueden tener altos grados educativos que ayudan a la gestión de las empresas pero no a la creación de las mismas (Discua Cruz, et al , 2010). Esto tiene una implicación académica y práctica para investigar y diseñar los programas de formación de emprendedores.

En cuanto a si existía una relación entre el sector en el que se desarrolla el emprendedor habitual, sólo se reporta relación en el contexto de la empresa familiar. Es decir, los emprendedores habituales de las empresas familiares están presentes en mayor medida en los sectores no industriales, servicios y empresas comerciales. Si bien que los emprendedores habituales aparezcan dentro del contexto familiar

concuenda con los estudios previos de formación de grupos empresariales, el sector llama la atención, y podría explicarse por la realidad del contexto de la economía en México, donde la creación de una empresa comercial y de servicios es más fácil que una empresa manufacturera (Iacobucci & Rosa, 2010). Esto nos abre la oportunidad a estudiar la formación de los grupos empresariales en México y los sectores en donde participan, dotando de experiencias para el diseño de futuras estrategias en las empresas familiares y conocer si el emprendedor habitual es un factor de regeneración empresarial.

Otra de las características que sí se confirma es el antecedente de padre empresario si bien sólo para el contexto de empresa familiar. La implicación de pertenecer a una empresa familiar generalmente tiene este antecedente. Para aquellos emprendedores habituales que no tienen el antecedente familiar debe de estudiarse qué es lo que sucede después de fundar su empresa: ¿continúan como emprendedores solitarios? ¿involucran a sus esposas e hijos cuando crecen?. Se abre una oportunidad para estudiar al emprendedor habitual en un estudio longitudinal y conocer si a través del tiempo se involucra la familia.

La experiencia gerencial no reportó relación con el emprendedor habitual, contrario a los argumentos que soportaban un desarrollo de *expertise* y *know how* para aplicar a sus emprendimientos. Una posible explicación la encontramos en que el conocimiento y experiencia de los emprendedores habituales comenzando negocios es diferente a la gestión de los mismos (Wiklud & Shepherd, 2008). Un reto para la investigación sería profundizar en el estudio del tipo de experiencias de aprendizaje que permite al emprendedor ser habitual.

De igual manera las motivaciones tanto por necesidad, oportunidad o ambas no manifestaron relación con el emprendedor habitual, situación que sigue apuntando a que las motivaciones son dinámicas para este tipo de emprendedor y que podrían depender del contexto y etapa del ciclo de vida en que se encuentra la empresa familiar. Encontrando que algunas veces se emprende en una diversificación cuando el emprendedor encuentra una oportunidad para hacerlo o por necesidad ya que la empresa previa está fallando (Iacobucci & Rosa, 2010). Se sugiere seguir investigando en la relación de las motivaciones y el contexto como detonante de las mismas. Hay una gran diversidad en las motivaciones de los emprendedores habituales (Ucbasaran, Wright & Westhead, 2003).

En relación con a la variable búsqueda activa de la información no se ha encontrado relación alguna con el emprendimiento habitual, como tampoco para el contexto de empresa familiar. Contrario a lo que podríamos esperar los resultados son contradictorios con el actuar del emprendedor habitual, una posible explicación tiene que ver con la temporalidad del emprendimiento. Es decir, cuando se emprende sí se tiene una búsqueda activa de información como materia prima para detectar las oportunidades que se persiguen, pero en nuestra muestra de estudio hablamos de emprendedores que ya emprendieron y su estado de alerta para buscar información ha disminuido. Esto abre la posibilidad de desarrollar estudios para medir la influencia de esta búsqueda de información en el momento de emprender.

3.- ¿Cuáles son los factores que favorecen o inhiben el emprendimiento habitual?

Para responder a esta pregunta se construyó un modelo con la intención de identificar los factores que favorecen el emprendimiento habitual, incluyendo variables en la dimensión individual, motivaciones, contexto de la empresa y contexto externo a la

empresa. En la dimensión individual se identificaron variables de “capital humano” tales como EDUCACIÓN, EXPERIENCIA, ANTECEDENTES Y BÚSQUEDA ACTIVA DE INFORMACIÓN. El segundo bloque consideró las “Motivaciones” distinguiendo motivación por OPORTUNIDAD y motivación por NECESIDAD. Como variables del bloque de la dimensión “empresa” se utilizaron las variables ESTRATEGIA y PERFORMANCE. Finalmente, el modelo considera una variable contextual del “entorno” de la empresa y se definió la variable DINAMISMO.

El modelo teórico propuesto fue aplicado a través de la estimación de un modelo de regresión logística binomial que permitió probar nuestras hipótesis. Encontrando en la hipótesis 1, contrario a nuestras expectativas, que la educación por sí sola no tiene una relación para el emprendimiento habitual, se requiere experiencia de capital humano emprendedor para lograrlo (Rosa, Howorth & Discua Cruz, 2010). De la misma manera la hipótesis 2 no se confirma, también contrario a nuestras expectativas, el pensar que la experiencia gerencial desarrolla cierto perfil humano para emprender no muestra una relación positiva en nuestro modelo. Los resultados respecto a estas dos hipótesis pueden sugerir que no es lo mismo la educación y la experiencia gerencial (formación empresarial) que las experiencias específicas de emprender (Wiklund & Shepherd, 2008).

En cuanto al antecedente de la actividad empresarial de los padres, muy contrario a lo que habíamos encontrado en la literatura, la hipótesis 3 no se confirma. Este resultado sugiere que debe desarrollarse mayor investigación en conocer cómo ocurre ese proceso de interacción del emprendedor y sus padres empresarios. Si el mismo se da en términos de que desarrolle sus capacidades, seguramente habrá un emprendedor habitual con antecedentes de padre empresario, de lo contrario no lograremos un emprendedor habitual (Minniti, Zacharakis, Spinelli, Rice & Habberson, 2006).

La búsqueda activa de información en el bloque de capital humano sí presenta una relación positiva, por lo que se confirma la hipótesis 4. A mayor búsqueda de información mayor identificación de oportunidades y por tanto mayor oportunidad para emprender no sólo una vez sino repetidamente. (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a). El entender cómo impacta esta variable al desarrollo del emprendedor habitual nos acerca al diseño y despliegue de programas de entrenamiento en la búsqueda e identificación de oportunidades convirtiéndose en una herramienta muy poderosa para los emprendedores.

En las hipótesis 5 y 6 se propone la motivación por oportunidad y necesidad respectivamente, y no se confirma ninguna de las dos hipótesis. Un resultado importante es observar a las motivaciones ya no sólo desde el punto de vista del individuo, sino del contexto en el que se encuentra. Si bien hemos confirmado que son difíciles de determinar por la dinámica que sufren durante el tiempo, primero motivados a emprender por necesidad y posteriormente por oportunidad, parece ser que el contexto en el que se encuentra el emprendedor define la ruta de su motivación (Anokhin, Grichnik & Hirsch, 2006). En cuanto a la hipótesis 7, contrario a nuestras expectativas no se confirma una relación positiva. El definir una estrategia de innovación y crecimiento supone una disposición de actividades y recursos dirigidos a la creación de nuevos negocios, sin embargo habría que estudiar con mayor profundidad cómo participan los individuos en estos procesos de creación. Una posible explicación es la que se encuentra en la estrategia de diversificación de los grupos industriales italianos, donde se crean empresas como estrategia más que por un proceso de innovación (Iacobucci & Rosa, 2010).

Otra de las variables de la empresa, *performance*, sí presenta una relación positiva, a

mejor *performance* existen las condiciones de recursos y confianza para emprender nuevamente. El *performance* de la empresa no es más que el resultado de cómo el emprendedor resuelve los retos que le presenta el entorno. Un mejor *performance* denota que el emprendedor está haciendo bien las cosas y ganando experiencia, incrementando su capital humano para emprender y permitiendo que tenga un mejor desempeño para la creación de una siguiente empresa (Ucbasaran, Westhead & Wright, 2006a).

Finalmente, la hipótesis 9 sobre el dinamismo sí presenta una relación pero, contrariamente a lo esperado, con signo negativo, lo que nos explica que un entorno menos dinámico favorece que se detone el emprendimiento habitual. Ya la literatura menciona que la búsqueda de otras fuentes de ingreso y compensar por estrategia a los negocios establecidos provoca la creación de otras empresas (Westhead & Wright, 2015).

Por último, nuestro estudio confirma que la edad y el género tienen una relación positiva con el emprendimiento habitual, resultados consistentes con lo encontrado en la literatura.

Las implicaciones que generan los resultados de nuestra investigación son de orden práctico y de orden académico. Desde el punto de vista práctico, conocer más al emprendedor habitual como aquel individuo que ha ganado experiencia y repite exitosamente sus emprendimientos, nos ayuda al diseño de programas de formación para futuros emprendedores.

Por su parte, una implicación académica de este estudio es la propuesta para considerar en un mismo modelo variables del individuo, de la empresa y del contexto, con la intención de entender a profundidad al emprendedor habitual.

Ampliar el área de influencia de las investigaciones en diferentes contextos es también una de las implicaciones y aportaciones académicas. Si bien el emprendedor habitual se ha estudiado mucho en el norte de Europa, en los Estados Unidos de Norteamérica y ha tenido algunos estudios en África, podríamos decir que éste es uno de los primeros estudios de su tipo en México y la región. Es de suma importancia este hallazgo y pertinente para el estudio del emprendedor habitual en contextos como el de México con una economía en desarrollo.

4.2 Limitaciones y futuras líneas de investigación.

Limitaciones:

Como toda investigación es importante considerar las potenciales limitaciones a los resultados obtenidos y sugerir algunas futuras líneas de investigación. Como principales limitaciones se destacan las siguientes:

Los datos se han obtenido en un momento del tiempo, si bien la dinámica de los emprendedores y las empresas que crean cambia junto con él. Por ello son necesarios estudios de tipo longitudinal que permitan observar cómo se transforman los emprendedores novicios en habituales y en qué periodos del tiempo estos últimos vuelven a intentar la creación de nuevas empresas.

Otra de las limitaciones de la investigación es el antecedente de investigaciones previas en contextos muy distintos al de México, donde no tenemos un punto de referencia para hacer comparativos y explotar aún más la información.

La limitación natural del universo de nuestra muestra, para nuestro caso se utilizó la base de datos de contacto del Instituto Tecnológico de Monterrey (Ecosistema emprendedor, Empresas, Estudiantes, padres de familia) y tiene un sesgo particular de cierto tamaño, sector y desempeño que les hace estar vinculadas a la institución.

Futuras líneas de investigación:

- Una línea futura de investigación es conocer qué es lo que sucede con el emprendimiento habitual llevado a cabo por mujeres. Debe seguirse impulsando la participación de la mujer en el emprendimiento, y las habituales pueden aportar mucho para futuros apoyos.
- En relación a los resultados de dos variables, educación y experiencia, que no se confirman para nuestro estudio, la investigación a profundidad sobre la “calidad” y no la “cantidad” de educación y experiencia que tienen el emprendedor habitual puede ser de gran interés para el desarrollo de competencias y la educación emprendedora.
- Dado que la empresa familiar parece ser un semillero de emprendedores habituales, se sugiere seguir explorando las relaciones del emprendimiento habitual y la empresa familiar, en particular mediante la creación de modelos que tomen en cuenta al individuo, la empresa y el contexto en el que se desarrolla ésta. En particular los comparativos de emprendedores habituales en diferentes contextos del mundo.

BIBLIOGRAFÍA

- Aldrich, H.E., & Cliff, J. E. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. *Journal of business venturing*, 18(5), 573-596.
- Alsos, G. A., & Carter, S. (2006). Multiple business ownership in the Norwegian farm sector: Resource transfer and performance consequences. *Journal of Rural Studies*, 22(3), 313–322.
- Alsos, G. A., & Kolvereid, L. (1998). The business gestation process of novice, serial and parallel business founders. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22(4), 101–114.
- Alsos, G. A., Ljunggren, E., & Pettersen, L. T. (2003). Farm-based entrepreneurs, what triggers the start-up of new business activities? *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(4), 435–443.
- Amaral, M., Baptista, R., & Flores, M. (2014). Does Habitual Entrepreneurship Matter for Job Creation and Sustainment? In *Academy of Management Proceedings. 1*, 122 - 132.
- Amstrong, J. S., & Overton, T. S. (1977). Estimating nonresponse bias in mail surveys. *Journal of marketing research*, 14(3), 396-402.
- Anderson, A. R., Jack, S. L., & Dodd, S. D. (2005). The role of family members in entrepreneurial networks: Beyond the boundaries of the family firm. *Family Business Review*, 18(2), 135-154.
- Anokhin, S., Grichnik, D., & Hisrich, R. D. (2008). The Journey from Novice to Serial Entrepreneurship in China and Germany: Are the drivers the same? *Managing Global Transitions*, 6(2), 117.
- Bandura, A. (1995). *Self-efficacy in changing societies*. Cambridge university press.
- Baptista, R., Karaöz, M., & Mendonça, J. (2007). *Entrepreneurial backgrounds, human capital and start-up success* (No. 2007, 045). *Jena economic research papers.*, Jena: Max Planck Institute of Economics and Friedrich Schiller University.
- Barnir, A. (2014). Gender Differentials in Antecedents of Habitual Entrepreneurship: Impetus Factors and Human Capital. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 19(1), 1-23.

Baron, R. A., & Ensley M. D (2006). Opportunity recognition as the detection of meaningful patterns, evidence from comparison and novice and experienced entrepreneurs. *Management Science*, 52(9), 1331–1344.

Barringer, B.R., & Bluedorn, A.C. (1999). The relationship between corporate entrepreneurship and strategic management, *Strategic Management Journal*, 20(5), 421–444.

Becker, G. S. (1973). A theory of marriage: Part I. *Journal of Political economy*, 81(4), 813-846.

Becker, G. S. (1975). Front matter, human capital: a theoretical and empirical analysis, with special reference to education. In *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*, Second Edition (22-0).

Bengtsson, O. (2007), Repeated relationships between venture capitalists and entrepreneurs. *Working Paper, University of Chicago*.

Birley, S. (2002). Universities, academics, and spinout companies: lessons from Imperial. *International Journal of Entrepreneurship Education*, 1(1), 1-21.

Birley, S., & Pleitner, H. J. (2001). Owner-manager attitudes to family and business issues: A 16 country study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(2), 63-76.

Birley, S., & Westhead, P. (1993). A comparison of new businesses established by novice and habitual founders in Great Britain. *International Small Business Journal*, 12(1), 38-60.

Brockhaus, R. H. (2004). Family business succession: Suggestions for future research. *Family Business Review*, 17(2), 165-177.

Carter, S., & Ram, M. (2003). Reassessing portfolio entrepreneurship. *Small Business and Economics*, 21(4), 371-380.

Carter, S. (1998). Portfolio entrepreneurship in the farm sector: indigenous growth in rural areas? *Entrepreneurship & Regional Development*, 10(1), 17-32.

Carter, S. (1999), Multiple business ownership in the farm sector, assessing the enterprise and employment contributions of farmers in Cambridgeshire. *Journal of Rural Studies*, 15(4), 417–429.

- Carter, S. (2001). Multiple business ownership in the farm sector — differentiating monoactive, diversified and portfolio enterprises. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 7(2), 43–59.
- Carter, S., Tagg, S., & Dimitratos, P. (2004). Beyond portfolio entrepreneurship: multiple income sources in small firms. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16(6), 481–499.
- Casillas, J. C., Moreno, A. M., & Barbero, J. L. (2011). Entrepreneurial orientation of family firms: Family and environmental dimensions. *Journal of Family Business Strategy*, 2(2), 90-100.
- Chandler, G. N., & Hanks, S. H. (1994). Market attractiveness, resource-based capabilities, venture strategies, and venture performance. *Journal of business venturing*, 9(4), 331-349.
- Cooper, A. C., Gimeno-Gascon, F. J., & Woo, C. Y. (1994). Initial human and financial capital as predictors of new venture performance. *Journal of business venturing*, 9(5), 371-395.
- Cross, M. (1981). *New firm formation and regional development*. Gower Publishing Company.
- Dahlqvist, J., & Davidsson, P. (2000). Business start-up reasons and firm performance. In *The twentieth annual Babson College Entrepreneurship Research Conference*. Babson College.
- DeMaris, A. (1995). A tutorial in logistic regression. *Journal of Marriage and the Family*, 956-968.
- Discua Cruz, A., & Howorth, C. (2010). Family entrepreneurial teams: A vehicle for portfolio entrepreneurship. *Working Paper. Institute for Entrepreneurship and Enterprise Development*, Lancaster University.
- Discua Cruz, A., Howorth, C., & Hamilton, E. (2013). Intrafamily entrepreneurship: The formation and membership of family entrepreneurial teams. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(1), 17-46.

Dyer Jr, W. G., & Handler, W. (1994). Entrepreneurship and family business: Exploring the connections. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 19(1), 71-84.

Dyke, L. S., Fischer, E. M., & Reuber A. R. (1992), An inter-industry examination of the impact of owner experience on firm performance. *Journal of Small Business Management*, 22(2), 72–87.

Eesley, C., & E. Robert (2006), The second time around? Repeat entrepreneurs from MIT. *Paper presented at Babson 2006 conference*.

Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: what are they? *Strategic management journal*, 21, 1105-1121.

Fierro, M.A., & Kiviluoto N. (2010). A longitudinal perspective on Portfolio Entrepreneurship: Intentions, business group growth, stagnation and contraction over time in developing economies, paper presented at *Global Entrepreneurship: the latest in business creation. George Washington University, Washington DC*.

Gimeno, J., Flota, T., Cooper A., & Woo, C. (1997). Survival of the fittest? Entrepreneurial Human Capital and the persistence of underperforming firms, *Administrative Science Quarterly*, 42, 750-830.

Global Entrepreneurship Monitor Consortium. (2015). GEM Global Entrepreneurship Monitor _ Global Reports, <http://www.gemconsortium.org/>.

Gompers, P., Kovner, A. Lerner, J., & Scharfstein D. (2007). Skill vs. luck in entrepreneurship and venture capital: Evidence from serial entrepreneurs. *Journal of Financial Economics. NBER Working Paper, available at <http://papers.nber.org/papers/W12592>*.

Gordon, S. R., & Steffens, P. R. (2009). Why, how, what for? motivations, actions and expectations in habitual entrepreneurship. *Babson College Entrepreneurship Research Conference, Wellesley, MA*.

Habbershon, T. G. (2006). The family as a distinct context for entrepreneurship. *Entrepreneurship: The engine of growth*, 3, 79-97.

Habbershon, T. G., & Pistrui, J. (2002). Enterprising families domain: Family-influenced ownership groups in pursuit of transgenerational wealth. *Family Business Review*, 15(3), 223-237

- Habbershon, T.G., Williams M., & MacMillan, I.C. (2003). A unified system perspective of family firm performance, *Journal of Business Venturing*, 18(4), 451-465.
- Hall, A., Melin, L., & Nordqvist, M. (2001). Entrepreneurship as Radical Change in the Family Business: Exploring the Role of Cultural Patterns. *Family Business Review*, 14(3), 193–208.
- Hall, P. (1995). Habitual owners of small businesses. In: F. Chittenden, M. Robertson, and I. Marshall (eds.): *Small Firms, Partnerships for Growth*. London: Paul Chapman Publishing, 217–230.
- Hamilton, E. (2006). Whose story is it anyway? Narrative accounts of the role of women in founding and establishing family businesses. *International Small Business Journal*, 24(3), 253-271.
- Haynes, P. J. (2003). Differences among entrepreneurs. Are you experienced? may be the wrong question. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research* 9(3), 111–128.
- Heck, R. K. Z. (2004). A Commentary on Entrepreneurship in Family vs. Non-Family Firms: A Resource-Based Analysis of the Effect of Organizational Culture. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(4), 383-389.
- Heertje, A. (2006). Schumpeter on the Economics of Innovation and the Development of Capitalism. *Books*. Heertje, A. *Schumpeter on the Economics of Innovation and the Development of Capitalism*. Edward Elgar Publishing.
- Howorth, C., Jackson, J., & Cruz, A. D. (2014). Northampton, MA, USA. 18. Entrepreneurship in family businesses. *Handbook of Research on Small Business and Entrepreneurship*, Edward Elgar.
- Howorth, C., Tempest, S., & Coupland, C. (2005). Rethinking entrepreneurship methodology and definitions of the entrepreneur. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12(1), 24–40.
- Hoy, F., & Sharma, P. (2009). *Entrepreneurial Family Firms*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Hoy, F., & Verser, T. G. (2000). Emerging business, emerging field: Entrepreneurship and family firm. *Small Business: Critical Perspectives on Business and Management*, 4(1), 13-25.

Hsu, D. K. (2007). Experienced entrepreneurial founders, organizational capital and venture capital funding. *Research Policy*, 36(5), 722–741.

Hsu, D. K. (2013). This is my venture! The effect of psychological ownership on intention to reenter entrepreneurship. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 26(4), 387-402.

Hsu, D. K., & Wiklund, J. (2010). How the Nature of Past Entrepreneurial Experience Shapes Intentions for Habitual Entrepreneurship. In *Babson College Entrepreneurship Research Conference*.

Huovinen, J., & Tihula, S. (2008). Habitual Entrepreneurship and Family Business: Exploring the Connections. *Electronic Journal of Family Business Studies (EJFBS)* 2(1).

Huovinen, J., & Littunen, H. (2009). Habitual entrepreneurship: situational factors at different start-ups. *IUP Journal of Entrepreneurship Development*, 6(1), 6-26.

Iacobucci, D. (2002). Explaining business groups started by habitual entrepreneurs in the Italian manufacturing sector. *Entrepreneurship & Regional Development*, 14(1), 31–47.

Iacobucci, D., & Rosa, P. (2005). Growth, diversification, and business group formation in entrepreneurial firms. *Small Business Economics*, 25(1), 65-82.

Iacobucci, D., & Rosa, P. (2010). The Growth of Business Groups by Habitual Entrepreneurs: The Role of Entrepreneurial. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22(4), 371-378.

Kirchner, P. (2011). *Heuristics and Biases with Habitual Entrepreneurs*. Hamburgo Diplom.de.

Kirschenhofer, F., & Lechner, C. (2006). Long-term performance of habitual entrepreneurs which direction to go? Paper presented at the *Workshop on Firm Exit and Serial Entrepreneurship*, Max Planck Institute of Economics, Jena (Germany).

- Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of Economic Literature*, 35(1), 60-85.
- Kolvereid, L., & Bullvag, E. (1993). Novices versus habitual entrepreneurs: an exploratory investigation. *Entrepreneurship Research, Global Perspectives*, 275-285.
- Koveos, P. (2014). Entrepreneurship Under Conditions Of Adversity: The Tradition Continues. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 19(01), 62-75.
- KPMG México (2013). Empresas Familiares: el desafío de crecer, madurar y permanecer. México.
- Kuada, J. (2009). Gender, social networks, and entrepreneurship in Ghana. *Journal of African Business*, 10(1), 85-103.
- Lechner, C., & Kirschenhofer, F. (2005). Habitual Entrepreneurs and Social Networks: The Influence on Opportunity Identification, Resource Assembly and Venture Creation. In *Annual Interdisciplinary European Conference on Entrepreneurial Research (IECER)*, Amsterdam
- Lee, S., & Peterson, S. (2001). Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness. *Journal of World Business*, 35(4), 401-416.
- Littunen, H., & Hyrsky, K. (2000). The early entrepreneurial stage in Finnish family and nonfamily firms. *Family Business Review*, 13(1), 41-53.
- Long, W. A., & McMullan, W. E. (1984). *Mapping the new venture opportunity identification process*. University of Calgary, Faculty of Management.
- López-Fernández, M. C., Serrano-Bedia, A. M., & Pérez-Pérez, M. (2016). Entrepreneurship and Family Firm Research: A Bibliometric Analysis of An Emerging Field. *Journal of Small Business Management*, 54(2), 622-639.
- Lumpkin, G.T. 1998. Do new entrant firms have an entrepreneurial orientation? Paper presented at the *Academy of Management Meetings*, San Diego, CA.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (2001). Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. *Journal of business venturing*, 16(5), 429-451.

MacMillan, I. (1986). To really learn about entrepreneurship, let's study habitual entrepreneurs, *Journal of Business Venturing*, 1, 241-43.

MacMillan, I., Siegel R., & Narashima, P.N. (1985). Criteria used by venture capitalist to evaluate new venture proposals, *Journal of Business Venturing*, 1(1), 119-29.

Martin, W. L., & Lumpkin, G. T. (2003). From entrepreneurial orientation to family orientation: Generational differences in the management of family businesses. In *Frontiers of entrepreneurship research: Proceedings of the 23rd annual Entrepreneurship Research Conference* (309-321).

McGrath, R.G., & MacMillan, I.C. (2000). *The entrepreneurial mindset*, Boston, MA: Harvard business school.

Miles, R. E., Snow, C. C., Meyer, A. D., & Coleman, H. J. (1978). Organizational strategy, structure, and process. *Academy of management review*, 3(3), 546-562.

Minniti, M., & Naudé, W. (2010). What Do We Know about the Patterns and Determinants of Female Entrepreneurship Across Countries & quest. *European Journal of Development Research*, 22(3), 277-293.

Minniti, M., Zacharakis, A., Spinelli Jr, Mark, S., Rice, P., & Habbershon, T.G. (2006). *Entrepreneurship: The Engine of Growth*. Praeger.

Morris, M. H., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2010). *Corporate Entrepreneurship & Innovation*. Cengage Learning.

Morrish, S. C. (2008). Portfolio Entrepreneurs: Pathways to growth development. Doctoral dissertation, University of Canterbury.

Mosey, S., & Wright, M. (2007). From human capital to social capital, a longitudinal study of technology-based academic entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(6), 909-935.

Mueller, C., Westhead, P., & Wright, M. (2012). Formal venture capital acquisition: can entrepreneurs compensate for the spatial proximity benefits of South East England and 'star' golden-triangle universities? *Environment and Planning*, 44(2), 281-296.

Mulholland, K. (2003). Entrepreneurialism, masculinities and the self-made man. In *Class, Gender and the Family Business* (89-110). Palgrave Macmillan UK.

Müller, S., & Neergaard, H. (2009). Boredom and Passion: Triggers of Habitual Entrepreneurship. In *XXIII Research in Entrepreneurship and Small Business (RENT) Conference*.

Narasimhan, R., & Das, A. (1999). An empirical investigation of the contribution of strategic sourcing to manufacturing flexibilities and performance. *Decision Sciences*, 30(3), 683-718.

Nielsen, K., & Sarasvathy, S. D. (2011). *Passive and Active Learning from Entrepreneurship. An Empirical Study of Re-Entry and Survival* (No. 11-12). DRUID, Copenhagen Business School, Department of Industrial Economics and Strategy/Aalborg University, Department of Business Studies.

Nordqvist, M & Zelleweger, T. (2010). *Trans-generational Entrepreneurship: Exploring Growth and Performance in Family Firms across generations*. Cheltenham, UK • Northampton, MA, USA. Edward Elgar.

Nordqvist, M., & Melin, L. (2010). Entrepreneurial families and family firms. *Entrepreneurship and Regional Development*, 22(3-4), 211-239.

Obloj, T., Obloj, K., & Pratt, M. G. (2010). Dominant logic and entrepreneurial firms' performance in a transition economy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1), 151-170.

Obschonka, M., Silbereisen, R. K., Schmitt-Rodermund, E., & Stuetzer, M. (2011). Nascent entrepreneurship and the developing individual: Early entrepreneurial competence in adolescence and venture creation success during the career. *Journal of Vocational Behavior*, 79(1), 121-133.

Organization for Economic Cooperation and Development (OECD) (1998). *Fostering Entrepreneurship*, Paris, Organization for Economic Development.

Parker, S. C. (2013). Do serial entrepreneurs run successively better-performing businesses? *Journal of Business Venturing*, 28(5), 652-666.

Parker, S. C., & van Praag, C. M. (2012). The entrepreneur's mode of entry: Business takeover or new venture start? *Journal of Business Venturing*, 27(1), 31-46.

- Pasanen, M. (2003). Multiple entrepreneurship among successful SMEs in peripheral locations. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(4), 418-425.
- Patel, J. K., & Read, C. B. (1996). *Handbook of the normal distribution* (Vol. 150). CRC Press.
- Pearson, A. W., Carr, J. C., & Shaw, J. C. (2008). Toward a Theory of Familiness: A Social Capital Perspective. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(6), 949-969.
- Pérez, M. J., Basco, R., García-Tenorio, J., Giménez, J., & Sánchez, I. (2007). *Fundamentos en la dirección de la empresa familiar*. Madrid: Thomson.
- Perks, H., & Medway, D. (2012). Examining the nature of resource-based processes in new venture development through a business-duality lens: A farming sector taxonomy. *International Small Business Journal*, 30(2), 161-188.
- Plate, M., Schiede, C., & Von Schlippe, A. (2010). Portfolio Entrepreneurship in the context of Family Owned business. In *Trans-generational Entrepreneurship: Exploring Growth and Performance in Family Firms across generations*. Edward Elgar. 96-118.
- Politis, D., & Gabrielsson, J. (2007). Entrepreneurs attitudes towards failure-An experiential learning approach. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 27(6), 364-383.
- Rerup, C. (2005). Learning from past experience: Footnotes on mindfulness and habitual entrepreneurship. *Scandinavian Journal of Management*, 21(4), 451-472.
- Reuber, A. R., & Fischer, E. (1994). Entrepreneurs' experience, expertise, and the performance of technology-based firms. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 41(4), 365-374.
- Reuber, A. R., & Fischer, E. (1999). Understanding the consequences of founders experience. *Journal of Small Business Management*, 37(2), 30-45.
- Roberts, E. B., & Eesley, C. E. (2011). Entrepreneurial impact: The role of MIT. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 7(1-2), 1-149.
- Robson, P. J., Akuetteh, C. K., Westhead, P., & Wright, M. (2012). Innovative opportunity pursuit, human capital and business ownership experience in an emerging region: evidence from Ghana. *Small Business Economics*, 39(3), 603-625.

- Romer-Paakkanen, T. (2009), *The Role of Family Background, Education and Hobbies in Student Process of becoming Entrepreneur*, HAAGA-HELIA University of Applied Sciences.
- Rønning, L., & L. Kolvereid (2006). Income diversification in Norwegian farm households, reassessing pluriactivity. *International Small Business Journal*, 24(4), 405–420.
- Ronstadt, R. (1988). The corridor principle. *Journal of Business Venturing*, 3(1), 31–40.
- Rosa, P. & Scott, M. (1999a). Entrepreneurial diversification, business cluster formation, and growth. *Environment and Planning*, 17(5), 527–548.
- Rosa, P., & Scott, M. (1999b). The prevalence of multiple owners and directors in the same sector: Implications for our understanding of start-up and growth. *Entrepreneurship and Regional Development*, 11, 21–37.
- Rosa, P. (1998). Entrepreneurial processes of business cluster formation and growth by habitual entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22(4), 43–61.
- Rosa, P. (2008). Habitual entrepreneurship and transgenerational continuity in family business. *5th AGSE International Entrepreneurship Research Exchange*, Melbourne, Australia.
- Rosa, P. (2009). The contribution of portfolio entrepreneurs to economic development and growth: The Uganda Laboratory Case. *6th AGSE International Entrepreneurship Research Exchange*, Adelaide, United Kingdom.
- Rosa, P., Howorth, C., & Discua Cruz, A. (2014). *Habitual and portfolio entrepreneurship and the family in business*. The Sage handbook of family business, 364-382.
- Saffu, K., & Manu, T. (2004). Strategic capabilities of Ghanaian female business owners and the performance of their ventures. In *ICSB World Conference*, Johannesburg, South Africa.
- Salvato, C., & Melin, L. (2008). Creating Value across Generations in Family Controlled Businesses: The Role of Family Social Capital, *Family Business Review*, 21(3), 259–276.

Sanchez Santos, A., López Fernández, M. C., & Serrano Bedia, A. M. (2015). Emprendedores habituales en España: una aproximación al concepto. En *Emprendimiento e innovación: creando empresas competitivas (workshop)*, 163-182. Universidad Pablo de Olavide, Sevilla.

Sarasvathy, S. D. (2000). Seminar on research perspectives in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 15(1), 1-57.

Sarasvathy, S. D., Menon, A. R., & Kuechle, G. (2013). Failing firms and successful entrepreneurs: Serial entrepreneurship as a temporal portfolio. *Small business economics*, 40(2), 417-434.

Särndal, C. E., Swensson, B., & Wretman, J. (2003). *Model assisted survey sampling*. Springer Science & Business Media.

Schollhammer, H. (1991). Incidence and determinants of multiple entrepreneurship. *Frontiers of entrepreneurship research*, 99, 11-24.

Scott, M. & Rosa, P. (1996). Has firm level analysis reached its Limits? *International Small Business Journal*, 14(4), 81-89.

Scott, M., & Rosa, P. (1997). New business from old: The role of portfolio entrepreneurs in the start-up and growth of small businesses. In: M. Ram, D. Deakins, and D. Smallbone (eds.): *Small Firms, Enterprising Futures*. London: Paul Chapman Publishing, 33-46.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of management review*, 25(1), 217-226.

Shapiro, A., & Sokol, L., *The Social Dimensions of Entrepreneurship* (1982). *Encyclopedia of Entrepreneurship*, Vol. I, 72-90.

Sieger, P., Zellweger, T., Nason, R.S., & Clinton, E. (2011). Portfolio Entrepreneurship in family firms: a resource based perspective. *Strategic Entrepreneurial Journal*, 5(4), 327-351.

Spilling, O. R. (2000), Multiple entrepreneurship and multiple entrepreneurial roles: On the roles of portfolio entrepreneurs. Paper Presented at the *11th Nordic Conference on Small Business Research*, Aarhus, Denmark, 18-20.

Spivack, A. J., McKelvie, A., & Haynie, J. M. (2014). Habitual entrepreneurs: Possible cases of entrepreneurship addiction? *Journal of Business Venturing*, 29(5), 651-667.

Starr, J., & Bygrave W. (1991), The assets and liabilities of prior start-up experience: An exploratory study of multiple venture entrepreneurs. In: N. C. Churchill, W. D. Bygrave, J. G. Covin, D. L. Sexton, D. P. Slevin, K. H. Vesper, and W. E. Wetzel (eds.): *Frontiers of Entrepreneurship Research 1991*. Wellesley, MA: Babson College, 213–227.

Starr, J. A., Bygrave, W. D. & Tercanli D. (1993), Does experience pay? Methodological issues in the study of entrepreneurial experience. In: S. Birley and I. C. MacMillan (eds.). *Entrepreneurship Research: Global Perspectives*. Amsterdam: Elsevier, 125–155.

Startup Ecosystem Report 2012 Part One (2012). Startup Genome.

Stigler, G. J. (1961). The economics of information. *Journal of political economy*, 69(3), 213-225.

Storey, D. J. (1982). *Entrepreneurship and the New Firm*. London: Croom Helm.

Storey, D. J. (1994). *Understanding the Small Business Sector*. London: Routledge.

Storey, D. J. (2000). *Small business: critical perspectives on business and management* (Vol. 2). Taylor & Francis.

Stuart, R. W., & Abetti, P. A. (1990). Impact of entrepreneurial and management experience on early performance. *Journal of Business Venturing* 5(3), 151–162.

Taylor, M. (1999). The small firm as a temporary coalition. *Entrepreneurship and Regional Development* 11(1), 1–19.

Thompson, P., Jones-Evans, D., & Kwong, C. (2008). Novice, Serial and Portfolio Entrepreneurship. In *ICSB World Conference Proceedings* (p. 1). International Council for Small business (ICSB).

Thorgren, S., & Wincent, J. (2013). Passion and habitual entrepreneurship. *International Small Business Journal*, 33(2), 216-227.

Tihula, S., & Huovinen, J. (2010). Incidence of teams in the firms owned by serial, portfolio and first-time entrepreneurs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(3), 249–260.

Toft-Kehler, R., Wennberg, K., & Kim, P. H. (2014). Practice makes perfect: Entrepreneurial-experience curves and venture performance. *Journal of Business Venturing*, 29(4), 453-470.

Tokarczyk, J., Hansen, E., Green, M., & Down, J. (2007). A Resource-Based View and Market Orientation Theory Examination of the Role of “Familiness” in Family Business Success, *Family Business Review*, 20(1), 17-31.

Ucbasaran, D. (2004), Opportunity identification behavior by different types of entrepreneurs. In: J. Butler (ed.): Opportunity Identification and Entrepreneurial Behavior. Greenwich, CA: IAP, *Research in Entrepreneurship and Management Series*, IAP, 75–98.

Ucbasaran, D., Alsos, G.A., Westhead, P., & Wright, M. (2008). Habitual Entrepreneurs. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 4(4), 309–450, 2008.

Ucbasaran, D., Baldacchino, L., & Lockett, A. (2013). Do it again! Recent developments in the study of habitual entrepreneurship and a look to the future. *Routledge Companion to Entrepreneurship*. *The Routledge Companion to Entrepreneurship*. Abingdon: Routledge, 131-145.

Ucbasaran, D., Lockett, A. Wright, M., & Westhead P. (2003), Entrepreneurial founder teams: Factors associated with team member entry and exit. *Entrepreneurship Theory and Practice* 28 (2), 107–128.

Ucbasaran, D., Westhead, P., & Wright, M. (2001), The focus of entrepreneurial research: Contextual and process issues. *Entrepreneurship Theory and Practice* 25(4), 57–80.

Ucbasaran, D., Westhead, P. & Wright, M. (2006a), *Habitual Entrepreneurs*. Aldershot, UK: Edward Elgar.

Ucbasaran, D., Westhead, P. & Wright, M. (2006b), Habitual entrepreneurs experiencing failure, overconfidence and the motivation to try again. In: J. Wiklund, D.

Dimov, J. Katz, and J. D. Shepherd (eds.): *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*. Greenwich, CT: JAI Press, 9–28.

Ucbasaran, D., Westhead, P., & Wright, M. (2008a). Opportunity identification and pursuit: Does an entrepreneur's human capital matter?. *Small Business Economics*, 30(2), 153-173.

Ucbasaran, D., Westhead, P., & Wright, M. (2008b), The extent and nature of opportunity identification by repeat entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 24, 99–115.

Ucbasaran, D., Westhead, P., Wright, M., & Flores, M. (2010). The nature of entrepreneurial experience, business failure and comparative optimism. *Journal of Business Venturing*, 25(6), 541–555.

Ucbasaran, D., Wright, M., & Westhead P. (2003), A longitudinal study of habitual entrepreneurs: Starters and acquirers. *Entrepreneurship and Regional Development* 15(3), 207–228.

Ucbasaran, D., Wright, M. Westhead, P., & Binks, M. (2003). Does entrepreneurial experience influence opportunity identification? *Journal of Private Equity* 7, 7–14.

Ucbasaran, D., Wright, M. Westhead, P., & Busenitz, L. (2003), The impact of entrepreneurial experience on opportunity identification and exploitation: Habitual and novice entrepreneurs. In: J. A. Katz and D. A. Shepherd (eds.): *Cognitive Approaches to Entrepreneurship, Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*, 6, 231–263.

Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of business performance in strategy research: A comparison of approaches. *Academy of management review*, 11(4), 801-814.

Weiss, C. (2008). *Habitual Entrepreneurship, empirical analysis of the population and characteristics of serial and portfolio entrepreneurs in Germany*. Alemania, Grin Verlag.

Westhead, P., & Moyes, A. (1992), Reflections on Thatcher's Britain: Evidence from new production firm registrations 1980–1988. *Entrepreneurship and Regional Development*, 4(1), 21–56.

Westhead, P., & Wright, M. (1998a). Novice, portfolio and serial founders: Are they different? *Journal of Business Venturing*, 13(3), 173–204.

Westhead, P., & Wright, M. (1998b). *Habitual Entrepreneurs and Business Angels*. Leeds: Institute of Small Business Affairs.

Westhead, P., & Wright, M. (1998c), Novice, portfolio and serial founders in rural and urban areas. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22(4), 63–100.

Westhead, P., & Wright, M. (1999), Contributions of novice, portfolio and serial founders in rural and urban areas. *Regional Studies*, 33(2), 157–173.

Westhead, P., & Wright, M. (2000), Introduction. In: P. Westhead and M. Wright (eds.): *Advances in Entrepreneurship*, Vol. 3. Aldershot: Edward Elgar Publishing Ltd, pp. xi–xcvi.

Westhead, P., & Wright, M. (2015). The habitual entrepreneur phenomenon. *International small business journal*. Virtual Special Issue, 1-16.

Westhead, P., (1995). Survival and employment growth contrasts between types of owner-managed high-technology firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20 (1), 5–27.

Westhead, P., (1988). *New Manufacturing Firm Formation in the Context of the Economy of Wales*. Unpublished PhD Dissertation, University of Wales.

Westhead, P., Cowling, M., & Howorth, C. (2001), The development of family companies: Management and ownership imperatives. *Family Business Review*, 14(4), 369–385.

Westhead, P., Ucbasaran, D., & Wright, M. (2003). Differences between private firms owned by novice, serial and portfolio entrepreneurs: Implications for policy-makers and practitioners. *Regional Studies*, 37(2), 187–200.

Westhead, P., Ucbasaran, D., & Wright, M. (2004). Policy toward novice, serial and portfolio entrepreneurs. *Environment and Planning: Government and Policy*, 22, 779–798.

Westhead, P., Ucbasaran, D., & Wright, M. (2005a). Decisions, actions and performance: Do novice, serial and portfolio entrepreneurs differ? *Journal of Small Business Management*, 43(4), 393–417.

Westhead, P., Ucbasaran, D., & Wright, M. (2005b). Experience and cognition: Do novice, serial and portfolio entrepreneurs differ?. *International Small Business Journal*, 23(1), 72–98.

Westhead, P., Ucbasaran, D., Wright, M., & Martin, F. (2003). *Habitual Entrepreneurs in Scotland, Characteristics, Search Processes, Learning and Performance* Summary Report. Glasgow: Scottish Enterprise.

Westhead, P., Ucbasaran, D., Wright, M., & Binks, M. (2005a). Policy toward novice, serial and portfolio entrepreneurs. *Small Business Economics*, 25(2), 109–132.

Westhead, P., Ucbasaran, D., Wright, M., & Binks, M. (2005b). Novice, Serial and Portfolio Entrepreneur Behavior and Contributions. *Small Business Economics*, 25(2), 109–132.

Westphal, J. D., & Fredrickson, J. W. (2001). Who directs strategic change? Director experience, the selection of new CEOs, and change in corporate strategy. *Strategic Management Journal*, 22(12), 1113-1137.

Wiklund, J., & Shepherd, D. A. (2008). Portfolio Entrepreneurship: Habitual and novice Founders, New Entry, and Mode of Organizing. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(4), 701–726.

Wright, M., Robbie, K., & Ennew, C. (1997a), Serial entrepreneurs. *British Journal of Management*, 8, 251–268.

Wright, M., Robbie, K., & Ennew, C. (1997b), Venture capitalists and serial entrepreneurs. *Journal of Business Venturing* 12(3), 227–249.

Yin, R. K. (1994). Case Study Research. *Design and Methods, Applied Social Research Methods Series*, Vol. 5, Second Edition, Sage Publications, London.

Zahra, S. (2007). Contextualizing theory building in entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing*, 22(3), 443–452.

Zahra, S. A., & Wright, M. (2011). Entrepreneurship's next act. *The Academy of Management Perspectives*, 25(4), 67-83.

Zahra, S. A., Hayton, J. C., & Salvato, C. (2004). Entrepreneurship in family vs. Non-Family firms: A Resource-Based analysis of the effect of organizational culture. *Entrepreneurship theory and Practice*, 28(4), 363-381.

Zellweger, T. M., Nason, R. S., & Nordqvist, M. (2012). From longevity of firms to transgenerational entrepreneurship of families: Introducing family entrepreneurial orientation. *Family Business Review*, 25(2), 136-155.

Zellweger, T., Eddleston, M., & Kellermanns, F. W. (2010). Exploring the concept of familiness: Introducing family firm identity. *Journal of Family Business Strategy*, 1(1), 54-63.

Zubizarreta, J.A., & Sanz, S.R. (2012). La empresa familiar y el emprendimiento. *Boletín de estudios económicos*, 67(205), 145.

ANEXO

C

SECCIÓN A: DATOS GENERALES Y EMPRESA FAMILIAR

(A1) Edad:	<input type="checkbox"/> Menor de 30 años	<input type="checkbox"/> 30 a 49 años	<input type="checkbox"/> 50 a 69 años	<input type="checkbox"/> Mayor de 70 años
(A2) Género:	<input type="checkbox"/> femenino	<input type="checkbox"/> masculino		
(A3) Estado Civil:	<input type="checkbox"/> soltero(a)	<input type="checkbox"/> casado(a)	<input type="checkbox"/> divorciado(a)	<input type="checkbox"/> otro: _____
(A4) Nivel de Estudios:	<input type="checkbox"/> educación básica	<input type="checkbox"/> preparatoria	<input type="checkbox"/> carrera técnica	<input type="checkbox"/> carrera profesional <input type="checkbox"/> postgrado
(A5) Indique si su puesto actual en esta empresa es el de presidente(a), director(a) general o equivalente (CEO en el resto de la encuesta):	<input type="checkbox"/> SI			
	<input type="checkbox"/> NO →→ indique su puesto: _____			
(A6) Indique su antigüedad <u>total</u> en esta empresa:	<input type="checkbox"/> menos de 10 años	<input type="checkbox"/> 11 a 25 años	<input type="checkbox"/> más de 26 años	
(A7) Indique su antigüedad <u>únicamente</u> como CEO:	<input type="checkbox"/> menos de 10 años	<input type="checkbox"/> 11 a 25 años	<input type="checkbox"/> más de 26 años	
(A8) Indique su experiencia profesional <u>fuera</u> de esta empresa:	<input type="checkbox"/> ninguna	<input type="checkbox"/> menos de 10 años	<input type="checkbox"/> 11 a 25 años	<input type="checkbox"/> más de 26 años
(A9) Su experiencia profesional <u>previa</u> de que tipo fue:	<input type="checkbox"/> ninguna	<input type="checkbox"/> empresario		
	<input type="checkbox"/> empleado sector privado	<input type="checkbox"/> gerente en el sector privado	<input type="checkbox"/> profesionista independiente	<input type="checkbox"/> empleado sector público
	<input type="checkbox"/> gerente en el sector público	<input type="checkbox"/> otro: _____		
(A10) ¿Es usted el(la) fundador(a) de esta empresa?	<input type="checkbox"/> NO →→ <u>Continúe en A15.</u>			
	<input type="checkbox"/> SI			
(A11) ¿A qué se dedicaba la persona que sustentaba su familia?	<input type="checkbox"/> empresario	<input type="checkbox"/> empleado sector privado	<input type="checkbox"/> gerente en el sector privado	
	<input type="checkbox"/> profesionista independiente	<input type="checkbox"/> empleado sector público	<input type="checkbox"/> gerente en el sector público	<input type="checkbox"/> otro: _____
(A12) ¿Qué razones le llevaron a crearla? (puede marcar más de una)	<input type="checkbox"/> no tenía empleo <input type="checkbox"/> buscaba independencia <input type="checkbox"/> buscaba mejores oportunidades <input type="checkbox"/> tenía una idea con potencial de ganancia			
	<input type="checkbox"/> disponía de o podía acceder fácilmente a recursos para emprender <input type="checkbox"/> otra: _____			
(A13) ¿Cuántas empresas ha fundado durante su vida? _____ ¿Cuántas de las empresas que ha fundado siguen vivas? _____				
(A14) De las empresas que ha fundado y siguen vivas ¿en cuántas participa activamente en su operación? _____				
(A15) ¿Existe una familia o grupo de familias que posea un porcentaje significativo de la propiedad y/o derechos de voto de la empresa?	<input type="checkbox"/> NO →→ <u>Continúe en Sección B.</u>			
	<input type="checkbox"/> SI (A16) ¿Qué <u>porcentaje</u> posee la familia o grupo de familias? <input type="checkbox"/> menos del 10% <input type="checkbox"/> 10% al 25% <input type="checkbox"/> 26% al 50% <input type="checkbox"/> más del 50%			
	(A17) ¿Qué <u>generación</u> familiar tiene la mayor parte de la propiedad de la empresa? <input type="checkbox"/> primera (fundadora) <input type="checkbox"/> segunda <input type="checkbox"/> tercera o posterior			
(A18) Señale el <u>número de generaciones</u> de la familia empresaria ocupando puestos directivos en esta empresa:	<input type="checkbox"/> una	<input type="checkbox"/> dos	<input type="checkbox"/> tres o más	
(A19) Señale el <u>número de miembros</u> de la familia empresaria ocupando en esta empresa: Puestos directivos _____ Puestos No directivos _____				
(A20) ¿Es usted miembro de la familia empresaria?				

SECCIÓN B: DATOS DE LA EMPRESA

(B1) Año de fundación de la empresa:	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
(B2) Sector <u>principal</u> de la empresa:	<input type="checkbox"/> servicios <input type="checkbox"/> comercial <input type="checkbox"/> industrial <input type="checkbox"/> agrícola/ganadera
(B3) Numero total de empleados de tiempo completo incluyendo gerencia:	<input type="checkbox"/> menos de 10 <input type="checkbox"/> 10 a 50 <input type="checkbox"/> 51 a 250 <input type="checkbox"/> más de 250

SECCIÓN C: ESTRATEGIA DE LA EMPRESA

(C1) ¿Cómo describe su estrategia de negocio con respecto a sus productos o servicios? (elegir solo <u>UNA</u> opción)
<input type="checkbox"/> Somos innovadores y estamos dispuestos a asumir los riesgos necesarios para la prestación de nuevos productos o servicios.
<input type="checkbox"/> No queremos ser los primeros en nuestra industria en ofrecer un producto o servicio que no ha sido aceptado por los consumidores previamente, pero tratamos de ofrecer un producto o servicio similar que sea competitivo.
<input type="checkbox"/> Nos apegamos a lo que sabemos hacer y tratamos de hacerlo tan bien o mejor que cualquier otra empresa en el ramo.
<input type="checkbox"/> No seguimos un programa o plan específico para ser más competitivos, sino que realizamos cambios únicamente cuando nos enfrentamos con fuertes amenazas.

FIAR

SECCIÓN D: INFORMACIÓN Y OPORTUNIDADES

(D1) Señale su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones. (1 = totalmente falso y 5 = totalmente cierto)	Totalmente Falso	Falso	Ni falso ni cierto	Cierto	Totalmente Cierto
Tengo interacciones frecuentes con otras personas para adquirir nueva información.	1	2	3	4	5
Cuando busco información tengo siempre la mirada puesta hacia nuevas ideas de negocio.	1	2	3	4	5
Leo periódicos, revistas, o publicaciones comerciales con regularidad para adquirir nueva información.	1	2	3	4	5
Exploro a diario el internet.	1	2	3	4	5
Observo vínculos entre piezas de información aparentemente sin relación entre ellas.	1	2	3	4	5