

Emprendimiento en las empresas familiares

Entrepreneurship in family businesses

Sandra Gutiérrez Olvera

Universidad de Guadalajara

sandraguvera@profesores.valles.udg.mx

Resumen

En el presente estudio se analiza información de empresas familiares de Ameca, Jalisco, en donde se identifican actividades y acciones realizadas que pueden definirse como parte de la existencia de una cultura emprendedora, partiendo de la perspectiva de los empresarios dirigentes, a través de la obtención de un diagnóstico, y da a conocer los resultados que se obtuvieron en la investigación de campo, realizada en una muestra de 40 empresas; tiene un carácter exploratorio-descriptivo. Se parte de la fundamentación teórica que analiza los conceptos de espíritu emprendedor y empresas familiares. Entre los resultados, se encontró que en las empresas familiares existen evidencias que hacen suponer que entre los encuestados prevalecen rasgos de una cultura emprendedora, lo que permite afirmar que los conocimientos de las empresas familiares en términos de cultura emprendedora no son tan incipientes viéndose respaldado por la experiencia empresarial de la mayoría.

Palabras clave: emprendimiento, empresas familiares

Abstract

In this study information of family businesses in Ameca, Jalisco, where activities and actions that can be defined as part of the existence of an entrepreneurial culture, starting from the perspective of business leaders are identified are analyzed by obtaining a diagnosis, and announces the results obtained in the field research, conducted on a sample of 40 companies; is an exploratory-descriptive. It is part of the theoretical foundation that

analyzes the concepts of entrepreneurship and family businesses. Among the results, it was found that in family businesses there is evidence which suggest that among respondents prevailing traits of an entrepreneurial culture, which supports the notion that knowledge of family businesses in terms of entrepreneurial culture are not as incipient I seeing backed the business experience of the majority.

Key words: entrepreneurship, family businesses

Fecha recepción: Julio 2014

Fecha aceptación: Octubre 2014

Introducción

Las empresas familiares tienen un papel fundamental en la economía mundial puesto que de acuerdo a algunos estudios realizados se estima que aproximadamente el 90% de las empresas en el mundo son familiares; además de su gran aportación al empleo y al producto interno bruto (PIB) mundial. El porcentaje anterior es muy similar en el caso de México (se estima aún superior a 90%), las empresas familiares son las responsables de la mayoría de los empleos que se generan en el país, de una significativa contribución al PIB nacional (Belausteguigoitia, 2013)

Una de las particularidades de las empresas familiares es que en ellas coexisten tres subsistemas (familia, empresa, propiedad) que determinan su complejidad y condicionan su evolución organizacional y desempeño empresarial. Asimismo, sus interrelaciones con el entorno explican sus procesos de toma de decisiones y sus estrategias, sin que en muchas ocasiones exista conciencia de ello y de la información que requieren, lo cual genera una multiplicidad de roles y caracteriza su complejidad. (Belausteguigoitia, 2013). Esto exige un enfoque interdisciplinario para su tratamiento analítico y para la comprensión de sus prácticas empresariales. Su evolución como organización y su tránsito por los distintos momentos generacionales son importantes a considerar para entender su complejidad y desempeño empresarial.

Por otro lado, el emprendimiento es un término últimamente muy utilizado en todo el mundo, aunque el emprendimiento siempre ha estado presente a lo largo de la historia de la humanidad, pues es inherente a ésta, en las últimas décadas, éste concepto se ha vuelto de suma importancia, ante la necesidad de superar los constantes y crecientes problemas económicos.

La palabra emprendimiento proviene del francés *entrepreneur* (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente. Por lo tanto se puede afirmar que el emprendimiento es aquella actitud y aptitud de la persona que le permite emprender nuevos retos, nuevos proyectos; es lo que le permite avanzar un paso más, ir más allá de donde ya ha llegado. Es lo que hace que una persona esté insatisfecha con lo que es y lo que ha logrado, y como consecuencia de ello, quiera alcanzar mayores logros. El emprendimiento hoy en día, ha ganado una gran importancia por la necesidad de muchas personas de lograr su independencia y estabilidad económica.

Los altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han creado en las personas, la necesidad de generar sus propios recursos, de iniciar sus propios negocios, y pasar de ser empleados a ser empleadores

Todo esto, sólo es posible, si se tiene un espíritu emprendedor. Se requiere de una gran determinación para renunciar a la “estabilidad” económica que ofrece un empleo y aventurarse como empresario, más aun sí se tiene en cuenta que el empresario no siempre gana como si lo hace el asalariado, que mensualmente tiene asegurado un ingreso mínimo que le permite sobrevivir.

Analizar las organizaciones como centros de desarrollo del emprendimiento exige el análisis de las características de los empresarios como emprendedores y sus diversas perspectivas de estudio, para comprender de manera detallada las diversas contribuciones

para la interpretación del emprendimiento cómo fenómeno socioeconómico, básico para el desarrollo de cualquier sociedad. De esta manera se proyecta el análisis del fenómeno del emprendimiento, a través de los diversos aportes que han realizado investigadores, para su comprensión e interpretación como fenómeno cultural.

La comprensión del fenómeno del emprendimiento requiere, primero que todo, analizarlo desde su evolución como aspecto económico y social, para luego estudiarlo desde diversas perspectivas, y en última instancia proponer su análisis desde el punto de vista cultural y psicoanalítico.

El presente estudio basa su interés en darle respuesta a la siguiente pregunta de investigación: ¿Desde la perspectiva de los empresarios, que actividades y acciones realizan que muestre rasgos o la existencia de una cultura emprendedora en las empresas familiares de Ameca, Jalisco? De ahí que se pretende contribuir con un diagnóstico en relación a las actividades de emprendimiento que realizan las empresas familiares de Ameca, Jalisco, a partir de la sistematización de la literatura especializada y de los resultados del trabajo de campo.

DESARROLLO

REVISIÓN DE LA LITERATURA

Empresas familiares

La familia es el centro donde se desarrollan los primeros aprendizajes de los individuos, resulta lógico pensar en ella como la primera comunidad de aprendizaje a la que tiene acceso un ser humano, por lo tanto para una empresa familiar, la familia es el principal formador de capital humano, término acuñado por Becker (1993).

La empresa familiar forma parte fundamental de las estructuras productivas tanto de las economías industrializadas como en vías de desarrollo. Además, la empresa familiar tiene

un papel preponderante en la generación de riqueza nacional, aunque con frecuencia se trata de estructuras productivas poco conocidas, menciona Soto (2013).

En ese sentido, el concepto de empresa familiar, Belausteguigoitia (2013), lo define como una organización agro-productiva (comercial) cuyos integrantes, pertenecientes a más de una generación, están vinculados por lazos de parentesco y que, además de aportar capital, deciden sobre el manejo del negocio y su destino.

Por otro lado Steckerl (2005), enuncia que la empresa familiar es una fusión de dos sistemas o dos instituciones, el familiar y el empresarial. El sistema familiar es profundamente emocional, mientras que el empresarial es de base laboral. En las empresas familiares, estos dos sistemas se superponen y llegan a ser interdependientes, lo cual causa la problemática característica de la empresa familiar por ser dos sistemas opuestos, con objetivos y prioridades diferentes. Es por ello que se afirma que la mayoría de los problemas que enfrentan las empresas familiares se derivan de los conflictos que surgen entre los valores de la familia y los de la empresa.

Rivera (2005), por su parte, propone el concepto de “proyectos familiares”, donde las familias construyen y ponen en marcha determinados proyectos, para lo cual se echa mano de los recursos monetarios, familiares, sociales y simbólicos a los cuales tienen acceso de manera inmediata. Agrega además, que la existencia de un proyecto familiar potencia la solidaridad característica del grupo, y la encauza hacia la consecución de metas colectivas y compartidas por sus miembros, sin olvidar los conflictos y contradicciones que se desarrollan en la construcción y puesta en marcha de los mismos proyectos familiares, que son propios de la convivencia entre los individuos. De esta forma, mediante el funcionamiento de diversos proyectos en algunas familias se busca privilegiar la generación de mayores ingresos, así como también el ahorro de los mismos.

Asimismo Steckerl (2005), expresa que el ciclo de vida de las empresas familiares está compuesto por varias etapas. Primero la empresa pasa de tener un solo propietario a ser una empresa de hermanos; luego pasa de ser una empresa de hermanos a una empresa de

primos. Cada una de estas transiciones generacionales enfrenta su propia serie de desafíos que amenazan la preservación de la empresa familiar. Finalmente, en la mayoría de los casos, al pasar a una segunda etapa, ya la empresa ha alcanzado cierto grado de estabilidad comercial y financiera. Ya no tiene apuros de liquidez para el pago laboral, ha establecido bases sólidas con los proveedores y logrado un reconocimiento en el mercado. Regularmente se han introducido algunos controles y métodos de organización para mejorar la eficiencia de los procesos básicos.

Es de resaltar que las empresas familiares se constituyen al interior de la familia donde los miembros son partícipes activos y se les encomienda tareas y actividades definidas, en este tipo de organización se combina una situación muy interesante: se integran dos sistemas, por un lado el familiar que tiene que ver con la parte emocional y de parentesco, y por otro, el empresarial que tiene que ver con aspectos meramente laborales y que día a día se conjugan dentro del proceso organizacional.

Se observa que, las empresas familiares son las que se constituyen mayormente en la búsqueda de desarrollo y bienestar familiar, por lo que es muy importante no perder de vista a este tipo de organizaciones consideradas las impulsoras del desarrollo local de una manera muy dinámica y progresiva.

Emprendimiento

El uso más antiguo de la voz *entrepreneur* se registra en la historia militar francesa en el siglo XVII. Hacía referencia a personas que se comprometían a conducir expediciones militares. Se atribuye a un irlandés del siglo XVIII, Richard Cantillon, que vivía en Francia en esa época, el primer uso del término *entrepreneur* en el contexto empresarial para referirse a alguien que compra bienes y servicios a ciertos precios con vistas a venderlos a precios inciertos en el futuro, en otras palabras, corriendo con un riesgo no asegurado. (Orti, Criado y Villarejo, 2004).

La creación de empleo, que desde hace años se ha convertido en uno de los objetivos, más perseguidos por la sociedad, presenta especialmente, en el mundo rural, nuevas expectativas ligadas a la economía social y a las pequeñas y medianas empresas, a través del conocimiento del territorio y a la práctica del desarrollo local. (Márquez, J. 2002).

El emprendedor se identifica porque es capaz de hacer algo novedoso, de dar otro uso a algo que ya existe y así transformarlas, adaptarlas, proponer diversas alternativas y ver en un problema una oportunidad. En el mismo sentido el emprendedor debe contar con unas características particulares: necesidad de logro, disciplina, alta autoestima, trabaja por resultados y construye ambientes positivos frente a la iniciativa de un proyecto; también los investigadores identifican el espíritu emprendedor con: dinamismo, creatividad, innovación, flexibilidad, crecimiento y riesgo, participar en la transformación de su propia vida y la de su entorno, tiene capacidad para generar ideas. (Ruiz y Duarte, 2009).

Para Rodríguez (2009), el concepto de emprendedor anteriormente se caracterizaba por dos tipos de individuos, el guerrero arriesgado que emprendía una lucha o hazaña, reconocido por sus características personales; y el rey o jefe de Estado que planeaba sus estrategias y políticas para obtener con éxito sus metas, y era reconocido por sus funciones. Afirma, que la definición del término emprendedor ha evolucionado y se ha transformado hasta hoy en día, pronunciándose como aquello que caracteriza a la persona en un estado de innovación permanente, altamente motivada y comprometida con una tarea, que reporta unas características de planeación y ejecución, propensa al riesgo, y a la vez esquivada a la comprensión de sus propias dinámicas.

Sin embargo, Rusque (2005), menciona que se han desarrollado otros referentes para concebir la capacidad emprendedora, ya que no se trata sólo de crear un alto número de empresas, sino que se trata de que sobrevivan en condiciones competitivas, realizando una distinción en cuanto al estudio sobre el emprendurismo, el primero se centra en el estudio de las características y habilidades personales de los emprendedores, sobre todo del área privada para que sus empresas sean más eficientes e innovadoras. El segundo, es el de la capacidad de emprender, pero como función social, la que es propia de una sociedad, y que

va más allá de la capacidad individual. Pasa a ser una capacidad, en principio grupal, casi siempre vinculada a las organizaciones.

Alrededor del mismo tema Orrego (2009) plantea cuatro ideas, a través de las cuales articula el hecho con el desarrollo de una cultura y educación empresarial, y señala cuatro factores básicos para crear una empresa:

- **Motivación y determinación:** relacionado con el entorno social que rodea al individuo como la familia, la educación, el contexto sociocultural y las políticas de gobierno.
- **Idea y mercado:** determina la oportunidad y la viabilidad de negocio.
- **Recursos:** se refiere a la parte económica del proceso, identificación y consecución de recursos como: financieros, infraestructura, materiales, tecnológicos y talento humano.
- **Habilidades:** relacionado con los conocimientos, habilidades, destrezas, experiencia que debe tener un empresario.

Para Petit (2007), el emprendimiento, es un rasgo distintivo de un individuo o una institución, es una conducta, y la importancia y alcance del emprendimiento dependerá de las habilidades de una sociedad para gestionar y transferir la creación del conocimiento en forma organizada con la finalidad de agregar valor económico y social. El emprendimiento es un proceso de transformación de recursos para satisfacer fines de distinta naturaleza y que permite explotar oportunidades, movilizar o dinamizar recursos y el alcance espacial o territorial puede manifestarse a escala local o regional. Sus resultados pueden desencadenar beneficios para el ámbito social (educación, medio ambiente, salud, comercio, derechos humanos, etc.) y/o también, provocar efectos económicos (en el crecimiento, la renta, el empleo, la utilidad, etc.) que influyen sobre la productividad y competitividad de los involucrados y de su región.

Ahora bien, Willis y Plastino, (1996) afirman que el proceso emprendedor requiere básicamente de ideas (con potencialidad para concebir un nuevo negocio) y de gente que las tome y lleve adelante hasta su etapa de comercialización. La facilidad con que este

proceso pueda llevarse a cabo depende primeramente de la interacción existente entre los diferentes actores, y del modo en que ellos se complementen con el clima operacional y la infraestructura de apoyo. El clima operacional no puede ser cambiado en el corto plazo y las empresas tienen que aprender a sobrevivir en él. En cambio, la infraestructura de apoyo puede ser modificada para facilitar y potenciar el desarrollo del proceso emprendedor.

Por último, Berger (citado por Gutiérrez, 2006) aclara que, el emprendimiento es interpretado desde una visión economicista y una visión cultural, dando dos perspectivas diferentes. La primera la más conocida, concibe el emprendimiento como un factor de desarrollo económico en el que los factores culturales como las creencias, las costumbres y valores tienen una incidencia secundaria en las posibilidades de emprender, contraria a la visión cultural que enfatiza en los factores culturales como decisivos para el desarrollo de emprendimiento.

De los conceptos anteriores, se resalta que el término emprendimiento se refiere al estado de innovación y espíritu mercantil de un individuo que requiere de ideas con potencialidad de logro y que está propenso al riesgo, pero que le permite explotar oportunidades y recursos que hacen viable el proceso de desarrollo del emprendedor.

METODOLOGÍA

Diseño de la investigación

El alcance de la presente investigación es exploratoria-descriptiva, al pretender recolectar información sobre las actividades y acciones que están realizando en término de cultura emprendedora las empresas familiares, obteniendo un diagnóstico de la situación que guardan y buscando evidenciar los ángulos o dimensiones del contexto a analizar.

Población y muestra La población objeto de este estudio, son las empresas familiares, entendidas como organizaciones productivas o comerciales cuyos integrantes, normalmente pertenecen a más de una generación, están vinculados por lazos de parentesco y que, además de aportar capital, la mayoría de ellos deciden sobre el manejo del negocio y

su destino, obteniéndose un listado de éstas a partir de los datos que muestra la página de SIEM (Sistema Empresarial Mexicano), en su página www.siem.gob.mx, se procedió a extraer de la base de datos del SIEM a todas las empresas que reunían los requisitos seleccionados para formar parte de ésta, encontrándose 55 empresas unidades de estudio.

Una vez cuantificada la población de estudio, se procedió a la determinación de la muestra. Para el cálculo de la muestra se aplicó la fórmula propuesta por Hernández, Fernández y Baptista (2010), la cual se presenta a continuación.

$$n = \frac{pq}{\frac{\varepsilon^2}{Z^2} + \frac{pq}{N}}$$

Donde:

p= Nivel de aceptación

q= Nivel de rechazo

Z= Nivel de confianza

N= Población

n= Muestra

ε = Grado de error

Para esta investigación se asignaron los siguientes valores:

Nivel de aceptación: 50%

Nivel de rechazo: 50%

Nivel de confianza: 95% que equivale a una z de 1.96

Grado de error: 5%

Despejando éstos datos en la fórmula se obtuvo una muestra n= 48 unidades de estudio, de las cuales solo se entrevistaron 40 en los meses de mayo y junio, ya que las otras 8 empresas no aceptaron realizar la encuesta argumentando falta de tiempo.

Selección del instrumento

El instrumento que se utilizó para la recolección de datos fue el cuestionario estructurado, tipo likert, que según Hernández, (2010), consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables a medir, el cual contiene preguntas cerradas dicotómicas, por contener varias opciones de respuesta y presentar mayor facilidad de codificar y de analizar; así como preguntas abiertas ya que se desea profundizar en las opiniones. Se integró el cuestionario primero con los datos de la caracterización de las empresas familiares, luego con 59 reactivos para obtener información sobre la temática en cuestión, adaptando el instrumento que emitió el Sistema Estatal de Emprendurismo e Incubación del Estado de Jalisco y que ha sido validado (2008), el cual consta de cuatro dimensiones: *experiencia*, con 15 reactivos; *personalidad*, conformado por 18 reactivos; *adaptabilidad*, que consta de 9 reactivos y *rol*, integrado por 17 reactivos.

RESULTADOS

Se entrevistaron 40 personas o dirigentes de las empresas familiares, de las cuales el 77.5% correspondiente a 31 personas son del género masculino y 9 entrevistadas que equivalen al 22.5% son del género femenino, de acuerdo al gráfico número 1.

Gráfico 1. Género de los encuestados



Fuente: elaboración propia

Así mismo se les cuestionó sobre el giro a que se dedican como empresa y nivel de estudios, arrojando los siguientes resultados.

Como lo muestra el gráfico 2, de los encuestados 15 (37.5%) empresas se dedican al comercio, 18 (45%) a actividades productivas y el resto (7 empresas que equivalen al 17.5%) a actividades de servicio, sobresaliendo que las actividades productivas son las que más predominan.

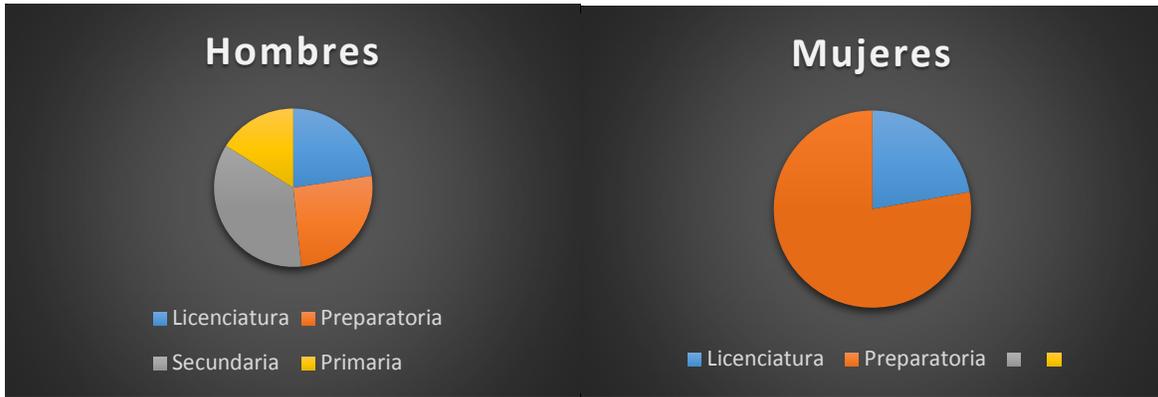
Grafico 2. Giro empresarial



Fuente: elaboración propia

En el nivel de estudios de los dirigentes de acuerdo al gráfico 3, se encontró que de los 31 hombres encuestados solo 7 tienen nivel licenciatura, 8 terminaron la preparatoria, 11 quedaron a nivel secundaria y el resto solo culminó la primaria, llama la atención la diversidad de niveles educativos al no destacar precisamente algún nivel en especial. Por otro lado, de las 9 mujeres dirigentes encuestadas, resalta que 2 terminaron sus estudios universitarios y las demás quedaron a nivel preparatoria, dando muestra de un nivel alto de estudios.

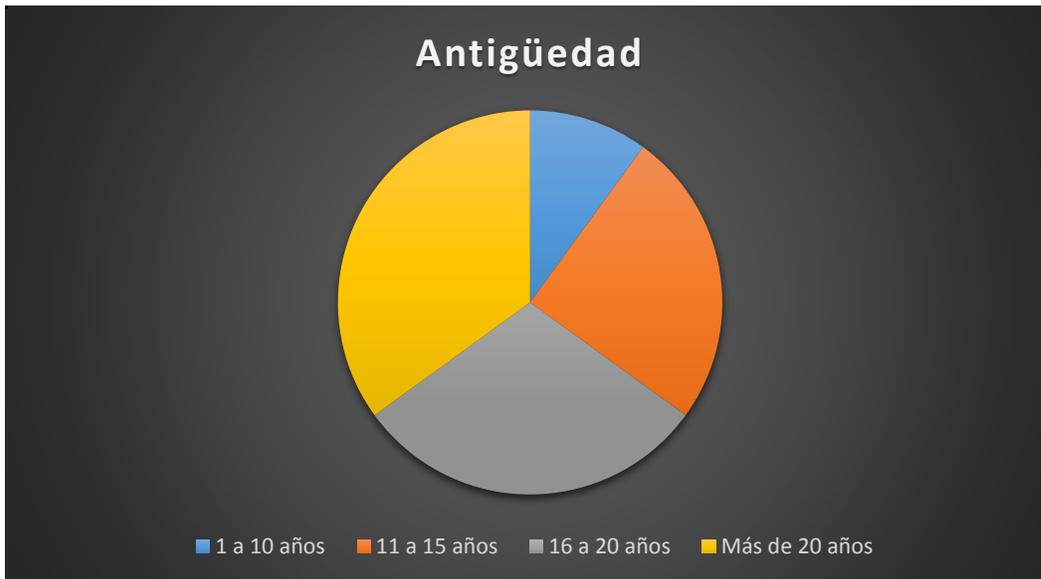
Gráfico 3. Nivel de estudios



Fuente: elaboración propia

Por otro lado, se puede apreciar en el gráfico 4, que la antigüedad de la minoría de las empresas familiares se ubica en los rangos de uno a diez años, siendo 4 las que quedaron en este rango, 10 tienen de 10 a 15 años, 12 empresas tienen de 15 a 20 años y 14 tiene más de 20 años de antigüedad, dando evidencia de que la mayoría de las empresas han subsistido, lo que refleja una estabilidad de este tipo de empresas logrando un mayor período de vida.

Gráfico 4. Antigüedad de las empresas



Fuente: elaboración propia

Asimismo, se evidenció que el 100% de las empresas encuestadas tienen de 1 a 10 trabajadores lo que da cuenta de que son empresas que no han requerido de mayor mano de

obra muy probablemente porque la misma familia es quien realiza la mayoría de las actividades de la empresa.

Los reactivos sobre cultura emprendedora, como ya se mencionó se encuentra integrada por cuatro dimensiones: experiencia, personalidad, adaptabilidad y rol, obteniéndose los siguientes resultados y que de una manera concentrada y resumida se exponen en el cuadro No. 1:

Cuadro No. 1 Cultura emprendedora

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	RESULTADOS
CULTURA EMPRENDEDORA	Experiencia	Grado de experiencia en actividades empresariales o de negocios	En términos generales se obtuvo del total 32 empresas ha tenido experiencias empresariales representando el 80%.
	Personalidad	Grado de confianza en sí mismo a la hora de tomar decisiones	Los resultados arrojan que la gran mayoría (87.5%) muestra un alto grado de confianza en sí mismo y eso les ha permitido tomar las mejores decisiones para su negocio, representadas por 35 empresas
	Adaptabilidad	Grado de adaptabilidad a las situaciones que se presentan	En esta dimensión, se encontró que el grado de adaptabilidad a las situaciones que se presentan es bajo (40%, representadas por 16 empresas), ya que la mayoría no está dispuesto a modificar su forma de vida
	Rol	Grado de aceptación del rol que puede asumir	Se obtuvo en esta dimensión, que un 90% (36 empresas) le queda muy claro el rol que tiene que asumir al estar al frente de una organización, con una visión clara de lo que espera lograr, resaltándose que se observaron todavía algunos que no tienen bien definido el rumbo de su empresa

Fuente: elaboración propia

Se puede afirmar del cuadro anterior, que en términos de cultura emprendedora, existen evidencias que hacen suponer que entre los encuestados prevalecen rasgos de esta variable,

y que no son tan incipientes pues los encuestados muestran seguridad al contestar con elementos de conocimiento de lo que están respondiendo, además se ve respaldado por el hecho de que la mayoría ha tenido experiencias empresariales anteriores a su negocio, lo que viene también a reforzar lo que comenta Orrego (2009), sobre los factores básicos para crear una empresa, como el poseer experiencia, habilidades y destrezas respaldado por el trabajo y apoyo familiar.

CONCLUSIONES

En una gran cantidad de países los niveles de desempleo, dentro de sus economías, son muy altos, por lo que resulta de suma urgencia buscar alternativas de generación de empleo, que permitan mejorar la calidad de vida de la población. Los gobiernos han entendido muy bien la importancia del emprendimiento, tanto así, que han iniciado programas de apoyo a emprendedores, para ayudarles en su propósito de crear su propia unidad productiva.

La oferta de mano de obra, por lo general crece a un ritmo más acelerado de lo que crece la economía, por lo que resulta imposible poder ofrecer empleo a toda la población. Teniendo en cuenta que los estados, no tienen la capacidad de subsidiar el desempleo, y una alternativa para garantizar a la población el acceso a los recursos necesarios para su sustento, es tratar de convertir al asalariado en empresario.

Ante estas circunstancias económicas, el espíritu emprendedor ha motivado a un amplio grupo de empresas familiares, en la medida en que les permite emprender proyectos productivos, con los que puedan generar sus propios recursos, que implique mejorar su calidad de vida.

El emprendimiento se ha convertido en uno de los caminos para crecer económicamente, para ser independientes, y para tener una calidad de vida acorde a la exigencia de expectativas lo cual implica desarrollar una Cultura del emprendimiento encaminada a vencer la resistencia de algunas personas a dejar de ser dependientes, situación que no les es ajena a las empresas familiares del Municipio de Ameca, Jalisco, las cuales como ya se evidenció cuentan con experiencia en estas áreas y que en un futuro pudiera determinar este tipo de acciones su existencia o desaparición.

Bibliografía

Becker Stanley, G. (1993). Human capital a theoretical and empirical analysis with special reference to education. 3a. Edition. Chicago: The University of Chicago Press.

Belausteguigoitia Rius, I. (2013). Empresas familiares, su dinámica, equilibrio y consolidación. México. Mc Graw Hill.

Gutiérrez Sivira, F. (2006). Desarrollo local-endógeno y el papel de las Universidades en la formación de cultura emprendedora e innovadora en territorios sociodeprimidos. Laurus, año/vol. 12, número 022. Universidad pedagógica Experimental Libertador. Caracas, Venezuela. pp. 139-152. Extraído el 28 de marzo de 2015 desde: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=76102207>

Hernández, S. R.; Fernández, C. C. y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. (5ª ed.). México: Mc Graw-Hill.

Márquez Domínguez, J. (2002). Empleo y nuevas tareas rurales para el desarrollo local. Investigaciones geográficas. No. 29 pp.57-62. Extraído el 4 de abril de 2015 desde: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=17602904>

Orrego Correa, C. (2009) La fenomenología y el emprendimiento. Revista Ciencias Estratégicas, vol. 17, núm. 21, enero-junio, 2009, pp. 21-31 Universidad Pontificia

Bolivariana Medellín, Colombia Extraído el 28 de marzo de 2015 desde:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=151312820002>

Orti, G.A.; Criado, G.F. y Villarejo, R.A. (2004) I Congreso Internacional Patrimonio, Desarrollo rural y turismo en el siglo XXI-Osuna. Extraído el 28 de marzo de 2015 desde: <http://www.euosuna.org/imasd/proyectos/congresos/programa.html>

Petit Torres, E. (2007). La gerencia emprendedora innovadora como catalizador del emprendimiento económico. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, Vol. XIII, Núm. 3, septiembre-diciembre, 2007, pp. 495-506. Universidad de Zulia, Venezuela. Extraído el 29 de marzo de 2015 desde: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=28011681010>

Rodríguez Ramírez, A. (2009). Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial. *Pensamiento & gestión*. Núm. 26, julio-sin mes, 2009. Universidad del Norte, Colombia pp. 94-119. Extraído el 29 de marzo de 2015 desde: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=64612291005>

Rivera González, J. (2005). Familias de sectores medios urbanos: el desarrollo de nuevas estrategias familiares de trabajo. *Papeles de población*, octubre-diciembre, núm. 046, Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca, México. pp. 161-187 Extraído el 08 de abril de 2015 desde: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=11204607>

- Ruiz, M. y Duarte, T. (2009). Emprendimiento, una opción para el desarrollo. *Scientia Et Technica*, vol. XV, núm. 43, diciembre, 2009, pp. 326-331 Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira, Colombia. Extraído el 08 de abril de 2015 desde: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84917310058>
- Rusque, A. (2005). Capacidad emprendedora y capital social. *Revista Venezolana de Análisis de coyuntura*, julio-diciembre, año/vol. XI, número 002 Universidad Central de Venezuela. Caracas, Venezuela pp. 189-202. Extraído el 28 de marzo de 2015 desde: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=36411211>
- Soto Maciel, A. (2013). La empresa familiar en México. Situación actual de la investigación. *Revista Contaduría y Administración* 58 (2), abril-junio 2013; 135-171. Extraído el 28 de marzo 2015 desde: file:///C:/Users/Sandra/Downloads/58-2_La%20empresa%20familiar%20en%20M%C3%A9xico.pdf
- Steckerl Guerrero, V. (2005). Modelo explicativo de una empresa familiar que relaciona valores del fundador, cultura organizacional y orientación al mercado. Extraído el 16 de marzo de 2015 desde: [http://web.ebscohost.com/ehost/results?sid=5a10c458-12e0-48fe-9679d36951c28044%40sessionmgr11&vid=13&hid=8&bquery=Steckerl+Guerrero%2c+V.+\(2005\).+Modelo+explicativo+de+una+empresa+familiar+que+relaciona+valores+del+fundador%2c+cultura+organizacional+y+orientaci%3b3n+al+mercado.&bdata=JmRiPWE5aCZkYj1hZ3ImZGI9YnRoJmRiPwM4aCZkYj11ZmZGI9aWloJmRiPWVjbiZkYj16YmZGI9aGV0JmRiPWhjaCZkYj1seGmZGI9dWxoJmRiPWY1aCZkYj1sdGmZGI9bW50JmRiPW41aCZkYj10ZmZGI9Ynd](http://web.ebscohost.com/ehost/results?sid=5a10c458-12e0-48fe-9679d36951c28044%40sessionmgr11&vid=13&hid=8&bquery=Steckerl+Guerrero%2c+V.+(2005).+Modelo+explicativo+de+una+empresa+familiar+que+relaciona+valores+del+fundador%2c+cultura+organizacional+y+orientaci%3b3n+al+mercado.&bdata=JmRiPWE5aCZkYj1hZ3ImZGI9YnRoJmRiPwM4aCZkYj11ZmZGI9aWloJmRiPWVjbiZkYj16YmZGI9aGV0JmRiPWhjaCZkYj1seGmZGI9dWxoJmRiPWY1aCZkYj1sdGmZGI9bW50JmRiPW41aCZkYj10ZmZGI9Ynd)

oJmRiPWU2aCZkYj1lMGgmZGI9cnN0JmRiPXNpaCZkYj1zM2gmY2xpMD1GV
CZjbHYwPVkmdHlwZT0wJnNpdGU9ZWhvc3QtbGI2ZQ%3d%3d

Willis, E. y Plastino, A. (1996). Diseño de organizaciones innovadoras para el desarrollo local. *Redes*, Vol. III, Núm.8, diciembre, 1996, pp. 229-239. Universidad Nacional de Quilmes. Argentina. Extraído 29 de marzo de 2015 desde: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=90711321007>