

VIII Seminario Luso-Español de Economía Empresarial

Competencia sin fronteras. La empresa familiar

Una aproximación al papel de la familia en la creación de empresas: el caso de las regiones GEM españolas

José Daniel Lorenzo Gómez, Álvaro Rojas Vázquez y José Ruiz Navarro

Departamento de Organización de Empresas
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Cádiz
Duque de Nájera, 8
11002 – Cádiz

daniel.lorenzo@uca.es / alvaro.rojas@uca.es / jose.ruiznavarro@uca.es

Tlf.: 956015394 – 956015454

Fax: 956015402

Abstract:

El objetivo de este trabajo de investigación es analizar el papel de la familia en la creación de empresas, con la intención de explorar hasta qué punto las empresas de nueva creación pueden llevar implícito el germen de una empresa familiar. El apoyo de la familia al emprendedor en la puesta en marcha de su idea de negocio puede ser prestado en forma de financiación (*business angels*), a través de la participación directa como socios en el proyecto o como empleados, actuales o futuros, en la empresa de nueva creación.

La participación de los autores en el Proyecto GEM ha permitido disponer de información para poder hacer una primera aproximación cuantitativa al papel de la familia en la puesta en marcha de nuevos proyectos empresariales, en un estudio exploratorio llevado a cabo en diez regiones españolas.

1. Introducción

La interrelación entre empresa familiar y el desarrollo de proyectos empresariales ha sido puesta de manifiesto en diversos trabajos por diferentes autores (Hoy y Verser, 1994; Veciana, 1999; Aldrich y Cliff, 2003; Chrisman, Chua y Steier, 2003; Chua, Chrisman y Steier, 2003; Zahra, Clayton y Salvato, 2004).

Veciana (1999; 14) indica que la creación de empresas como programa de investigación científica comprende tres subprogramas:

- función empresarial y creación de empresas, tanto en lo que se refiere a la creación de nuevas empresas como a la generación de nuevos proyectos en empresas existentes (corporate entrepreneurship);
- dirección, crecimiento y desarrollo de PYMES;
- y empresa familiar, precisando que éste es un subprograma de configuración más reciente.

Por su parte, Chrisman, Chua y Steier (2003) indican cuatro razones para justificar la relación entre entrepreneurship y la investigación sobre empresa familiar:

- el hecho de que la creación de nuevos proyectos de empresa se suele hacer a partir de la implicación de una familia que aporta los recursos humanos y financieros necesarios, lo que estiman que sucede en un 80% de los casos;
- la creación y la renovación de una actividad empresarial implica una serie de decisiones de carácter estratégico, que están condicionadas por una serie de factores de carácter tanto económico como no económico, entre los que destaca el papel de la familia en el caso de empresas familiares;
- la intención de los fundadores de las empresas familiares de interrelacionar la institución familiar y la empresa para fortalecer el legado familiar y la creación de valor económico;
- el papel clave que juega el líder de la empresa en el proceso de sucesión.

El creciente interés por el estudio de las características específicas de la empresa familiar, y la necesidad de encontrar una respuesta a sus principales retos (sucesión, órganos de gobierno, profesionalización) se manifiesta en un mayor número de publicaciones académicas, la aparición de números especiales de revistas como *Journal of Business Venturing* (2003) o *Entrepreneurship Theory and Practice* (2003), así como en la consolidación de *Family Business Review* como la primera referencia académica sobre empresa familiar a escala internacional. En este sentido, no es casual que las revistas académicas que han dedicado hasta la fecha una mayor atención hacia los trabajos relacionados con

la empresa familiar sean algunas de las más representativas del campo de creación de empresas.

2. El papel de la familia en la creación de empresas

En la introducción del número especial de *Journal of Business Venturing* (2003), dedicado a la investigación en entrepreneurship y empresa familiar, los editores Rogoff, Kay y Heck (2003; 559) destacan como idea central que “la familia es el oxígeno que hace arder la capacidad de emprender”.

Aunque las investigaciones sobre entrepreneurship y sobre empresa familiar han seguido caminos distintos, se puede indicar que comparten tres premisas importantes (Rogoff, Kay y Heck, 2003):

- se centran en la empresa como el sistema principal a estudiar, dejando de lado el papel de la familia, considerado como sistema secundario;
- el análisis de la empresa abarca sus dimensiones tradicionales, como la estrategia, gestión, producción, trabajo y resultados;
- el interés por las dimensiones temporales, como las etapas de la empresa y las transiciones entre ellas, como el start-up, crecimiento, madurez y cierre.

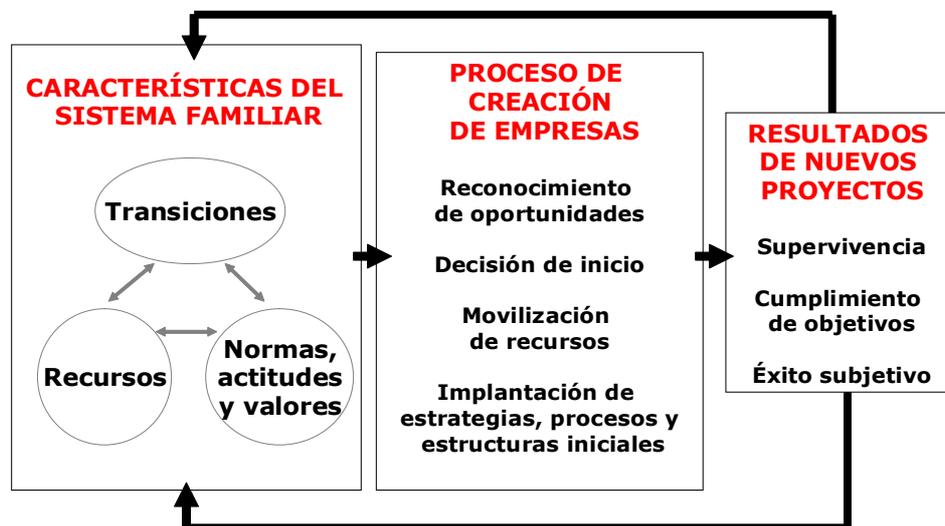
Además de estas similitudes, existen también diferencias básicas entre ambos campos. Por una parte, mientras que la empresa familiar se define a partir de criterios que incluyen la propiedad familiar, la gestión por miembros de la familia, la implicación de los miembros de la familia en el día a día de la empresa o su permanencia a lo largo de generaciones, la investigación sobre entrepreneurship suele tener una visión más reducida. Su interés común se centra en la identificación de oportunidades de nuevos negocios, su explotación y la creación de nuevas empresas (start-ups).

A pesar del creciente interés en la empresa familiar y el entrepreneurship como campos de conocimiento conexos, indicado en la introducción de este artículo, los estudios que relacionan el papel de la familia y la creación de empresas son aún escasos (Chrisman, Chua y Steier, 2003; Aldrich y Cliff, 2003).

El papel de la familia como institución social clave en el sistema de relaciones sociales que utiliza el emprendedor como apoyo en la puesta en marcha de su proyecto de empresa ha sido ignorado en numerosos trabajos, a pesar de que existen evidencias que indican que los equipos fundadores de nuevas empresas suelen incluir familiares y de que las familias juegan un papel relevante en el proceso de movilización de recursos durante la fase de creación de la nueva empresa (Aldrich y Cliff, 2003).

Para superar esta carencia, Aldrich y Cliff (2003) señalan la necesidad de incluir una perspectiva familiar en la investigación sobre creación de empresas, que permita comprender de una manera más amplia el fenómeno emprendedor. En este sentido, proponen un modelo conceptual (véase la figura 1), que relaciona los rasgos del sistema familiar del emprendedor con los procesos de creación de empresas y los resultados de los nuevos negocios creados.

Figura 1. Una perspectiva familiar en la creación de empresas



Fuente: Aldrich y Cliff (2003)

De acuerdo con el modelo de Aldrich y Cliff (2003), las transiciones, entendidas como cambios en la estabilidad familiar (bodas, nacimientos o divorcios, entre otros), junto con los recursos familiares (financieros, humanos, sociales, físicos o informativos) y las normas, valores y actitudes de la familia influyen sobre los procesos de creación de empresas (Astrachan, 2003). Estos procesos, como el reconocimiento de las oportunidades de negocio, la decisión de emprender, la movilización de los recursos necesarios y la implantación de las estrategias, estructuras y procesos iniciales en la nueva empresa, tienen como consecuencia un resultado, en forma de éxito o fracaso de la nueva organización. Estos resultados, a su vez, inciden sobre los recursos del sistema familiar del emprendedor, pueden desencadenar nuevas transiciones y en última instancia, cambiar normas, actitudes y valores.

Las normas, valores y actitudes de la familia forman parte de la cultura organizativa, en el caso de las empresas familiares, y están condicionadas por la cultura regional, entre otros factores (Zahra, Hayton y Salvato, 2004). La investigación de los factores que condicionan la creación de empresas, a nivel regional y nacional, puede ayudar a explicar las diferencias en los ratios de la creación de nuevas empresas (Aldrich y Wiedenmayer, 1993; Reynolds, Storey y Westhead, 1994).

El contexto social y cultural - valores, actitudes y hábitos - de los miembros de una sociedad condicionan en alto grado las decisiones que llevan a determinados comportamientos. En el caso de la creación de nuevas empresas, las normas, valores y actitudes que afectan a la decisión de emprender son producto del entorno cultural y social que determinan qué acciones o comportamientos serán considerados y a la postre adoptados (Shapiro y Sokol, 1982).

La posibilidad de compartir recursos, incluidas las redes sociales, entre familia y empresa juega un papel clave para el crecimiento y desarrollo de ambas (Rogoff, Kay y Heck, 2003).

Steier (2003; 597-598) señala la importancia de los familiares como apoyo del emprendedor, en particular, en lo que se refiere a su papel como inversores informales, destacando la falta de estudios que profundicen en este aspecto. El inversor informal es la persona que invierte en proyectos empresariales de terceras personas, sin acudir a mecanismos institucionales. Este concepto excluye expresamente los casos de inversión en bolsa o en fondos de inversión. El estudio de Steier (2003) explica la implicación de la familia en el proyecto emprendedor de uno de sus miembros como un continuo que va desde el altruismo más generoso al egoísmo del mercado. Además, indica las múltiples posibilidades de influencia en la organización del nuevo negocio.

El papel de los familiares como inversores informales ha sido también analizado por Erikson, Sørheim y Reitan (2003). Entre los resultados de su trabajo, que comprueban con un grupo de inversores informales en Noruega, destacan que, en comparación con otros grupos de inversores informales, los inversores informales familiares presentan una mayor disposición para invertir en las etapas más tempranas del negocio, y para asumir un mayor riesgo específico, al tiempo que están menos preocupados por la recuperación de su inversión.

Por su parte, el trabajo de Anderson, Jack y Dodd (2005) pone de manifiesto el papel de apoyo de los familiares en la creación de empresas. En su estudio, que emplea métodos tanto cualitativos como cuantitativos, analizan las redes de contactos de los emprendedores en Escocia, considerando las personas de confianza que apoyan el proyecto del emprendedor, y aportan ventajas concretas a la empresa de nueva creación, en forma de captación de nuevos clientes, selección de proveedores o reclutamiento de personal, entre otras. Anderson, Jack y Dodd (2005) concluyen que uno de cada cuatro contactos básicos en la red es un familiar, independientemente de que trabaje o no en la empresa. En cuanto a su colaboración, señalan que si bien la implicación de la familia es crucial en la etapa de creación de la empresa, éste apoyo sigue existiendo a lo largo del tiempo (Anderson, Jack y Dodd, 2005; 151).

La revisión de estos trabajos recientes, que buscan cubrir el hueco existente en la literatura sobre empresa familiar y entrepreneurship, analizando el papel de la familia en la creación de empresas, lleva a considerar la siguiente proposición genérica:

Existe una relación entre la creación de empresas y la familia del emprendedor

Esta proposición se puede derivar en dos, al distinguir entre empresas nacientes (con menos de tres meses de existencia) y empresas de creación reciente (más de tres meses):

Proposición 1:

Existe una relación entre las empresas nacientes que incluyan familiares en su equipo fundacional y la existencia de inversores informales familiares, tanto directos como indirectos.

Proposición 2:

Existe una relación entre las empresas de creación reciente que incluyan familiares en su equipo fundacional y la existencia de inversores informales familiares, tanto directos como indirectos.

En los apartados siguientes, se realiza un estudio exploratorio con la intención de comprobar si puede haber suficientes indicios de veracidad en esta proposición. La utilización de las bases de datos del Proyecto GEM en España, de ámbito regional para el estudio empírico permite añadir una dimensión territorial al análisis, para comprobar si existen diferencias regionales en la relación entre creación de empresas y la familia del emprendedor.

3. Metodología

La participación de los autores en el Proyecto GEM ha permitido contar con la información suficiente para la realización de un estudio empírico. El Proyecto GEM¹ (*Global Entrepreneurship Monitor*) se ha convertido en la principal referencia internacional sobre el estado de la cuestión de la creación de empresas. Este proyecto surge en 1999, impulsado desde instituciones como Babson College y London Business School, con el objetivo de realizar un estudio riguroso sobre el fenómeno emprendedor en diferentes países, para poner de manifiesto su impacto sobre las economías nacionales. La principal aportación del Proyecto GEM es la medición de la actividad emprendedora total en cada territorio, lo que permite observar la influencia de las políticas públicas y otras variables sobre el fenómeno de la creación de empresas a lo largo del tiempo. El Proyecto GEM ha alcanzado en 2005 su séptima edición en el ámbito internacional, con una participación de 37 países. España participa en el Proyecto GEM desde 2000, a través del Instituto de Empresa, y desde 2003 se ha ampliado el estudio al ámbito regional, contando con la participación de diez regiones en la edición de 2005.

¹ La información sobre el proyecto GEM, a escala internacional, se puede consultar en la página web: <http://www.gemconsortium.org>.

En este trabajo se han utilizado fuentes de datos primarias y métodos cuantitativos. Los datos del proyecto GEM 2005 utilizados en este trabajo proceden de la APS (Adult Population Survey) o encuesta a la población adulta (de 18 a 65 años) de las siguientes regiones españolas: Andalucía, Canarias, Castilla y León, Cataluña, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Madrid, Navarra y País Vasco.

Esta encuesta a la población adulta se realizó mediante entrevista telefónica a un total de 19.000 personas, residentes en las regiones analizadas, representativas de la población de entre 18 y 65 años. La unidad de análisis considerada son los individuos que han manifestado estar inmersos en un proyecto empresarial, distinguiendo entre los proyectos más incipientes (empresas nacientes, con menos de 3 de meses en funcionamiento) y las empresas con una antigüedad mínima de tres meses (que se denominarán empresas de creación reciente).

La información obtenida ha sido analizada utilizando el paquete estadístico SPSS versión 11.5. Las técnicas cuantitativas de análisis estadístico de datos empleadas han sido el análisis univariante (frecuencias y porcentajes) y análisis bivariante (tablas de contingencia y contrastes de independencia). La tabla 1 (véase Anexo) resume las características técnicas más importantes de la investigación.

4. Resultados

Las encuestas realizadas a la población adulta en las regiones GEM españolas permiten una primera aproximación al papel que juega la familia en la creación de empresas.

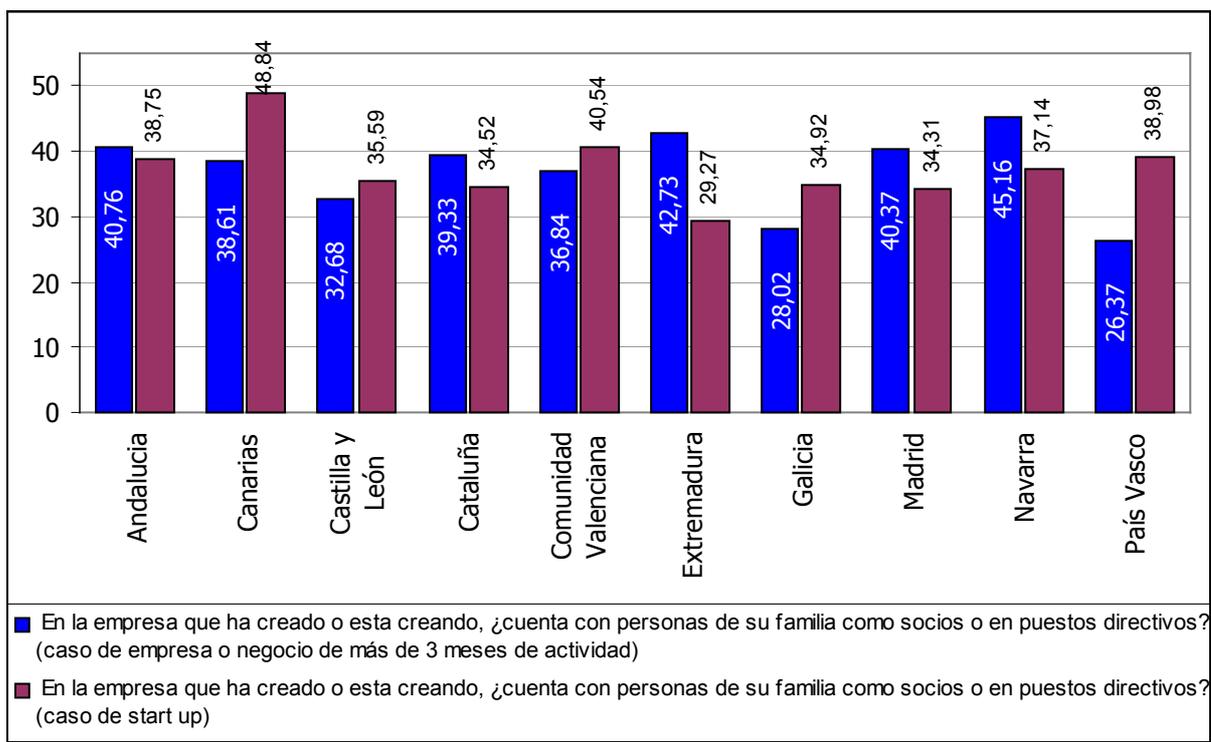
Entre las preguntas de la encuesta, en 2005 se han incluido referencias al posible carácter familiar de la empresa que se crea, indagando sobre la intención de contar con familiares como socios, directivos o empleados en la empresa de creación reciente, así como sobre la participación de inversores informales, considerando en particular el caso de familiares, tanto en lo que se refiere a la familia más directa como a otros familiares más lejanos (familia indirecta). Esto no presupone que las empresas que cuenten con familiares tengan necesariamente la consideración de empresas familiares (Chrisman, Chua y Sharma, 2005).

Se consideran, a efectos de este trabajo, y siguiendo la denominación del Proyecto GEM, empresas nacientes, nuevas y consolidadas. Como empresas nacientes (o start-ups) se incluyen aquellas que tienen menos de 3 meses de actividad. Las empresas nuevas superan un mínimo de 3 meses de funcionamiento, pero no alcanzan una antigüedad superior a 3,5 años. Por último, se entienden como empresas consolidadas aquellas que mantienen su actividad desde hace más de 3,5 años. Cuando se consideren conjuntamente empresas nuevas y consolidadas, se agrupan bajo el nombre de empresas de creación reciente.

El gráfico 2 muestra la distribución de empresas de creación reciente y las empresas nacientes, según manifiestan contar con familiares como socios o como directivos, en las regiones GEM españolas que han participado en la edición de 2005. En el caso de las empresas de creación reciente, se observa que la mayor presencia de familiares como socios o directivos corresponde a Navarra (45,16% de las empresas), seguida por Extremadura (42,73%) y Andalucía (40,76%). El menor grado de participación de familiares en las empresas de creación reciente corresponde al País Vasco (26,37% del total de las empresas), Galicia (28,02%) y Castilla y León (32,68%). En general, en las diez regiones analizadas, se observa una participación significativa de familiares en las empresas de creación reciente, al menos en uno de cada cuatro casos.

Se ha aplicado el test de la Chi-Cuadrado (χ^2) de Pearson para medir la relación de dependencia entre la variable región y las variables empresa naciente y empresa de creación reciente con presencia de miembros de la familia del emprendedor, y comprobar su significación estadística. En el caso de las empresas de creación reciente se observa una relación de dependencia entre la variable región y la participación de familiares, mientras que para las empresas nacientes, se acepta la relación de independencia entre las variables.

Gráfico 2. Empresas nacientes y empresas de creación reciente con presencia de familiares como socios o directivos.



El Test χ^2 de Pearson revela que la relación es significativa para $p < 0,01$ (nuevas y consolidadas)
 El Test χ^2 de Pearson revela que la relación no es significativa para $p < 0,05$ (nacientes)

La presencia de familiares en las empresas nacientes es algo más destacada que en las empresas de nueva creación, con los valores máximos más altos (Canarias, con un 48,84% de los casos) y con un valor mínimo también mayor superior (Extremadura, 29,27% del total). En todo caso, ya sea en empresas nacientes o de nueva creación, se puede considerar que la familia tiene una presencia significativa en la puesta en marcha de nuevas empresas.

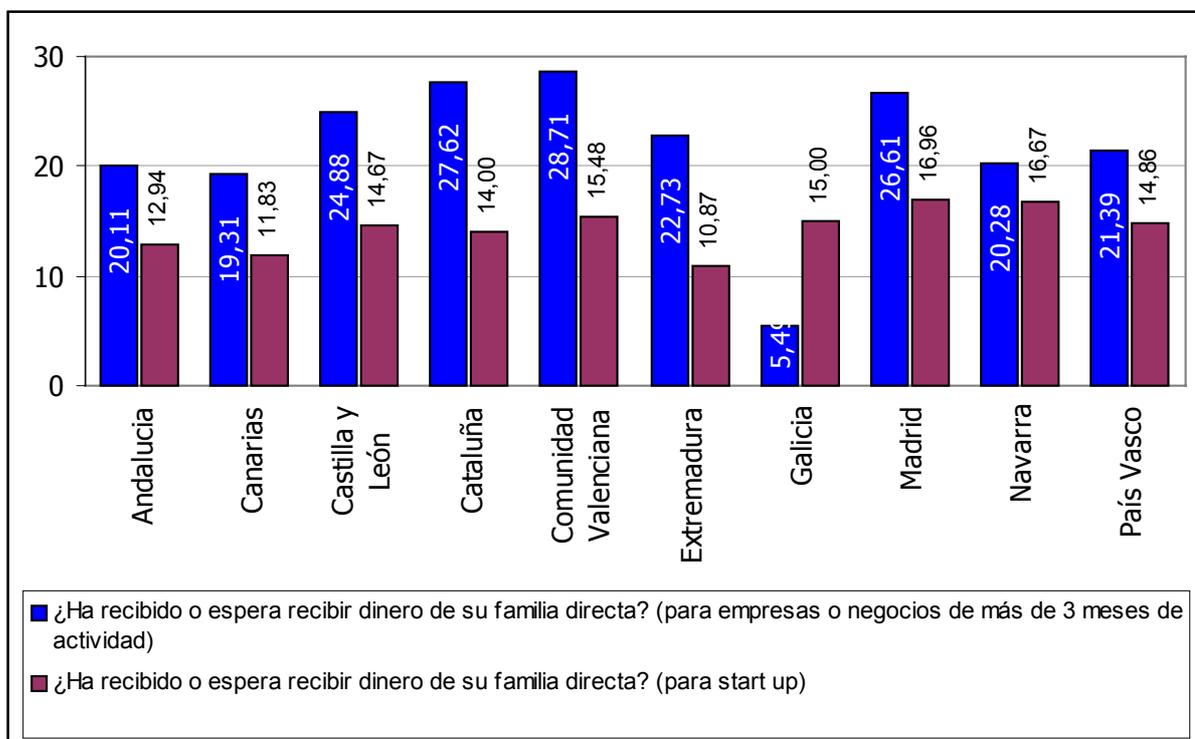
Una de las fuentes de financiación más habituales para el emprendedor es el recurso a los inversores informales. Los destinatarios de los fondos facilitados por los inversores informales suelen ser familiares más o menos cercanos, amigos, vecinos o compañeros de trabajo, que pretenden poner en marcha un proyecto empresarial, y necesitan el apoyo de su entorno para acceder a la financiación necesaria. La financiación de los inversores informales completa la aportación del propio emprendedor y el acceso a la financiación de entidades financieras.

El gráfico 3 muestra la participación de los familiares directos en la financiación de los proyectos de creación de empresas, en empresas nacientes y de creación reciente. Con la excepción de Galicia, las otras nueve regiones GEM españolas muestran un peso significativo de los inversores informales familiares en la financiación de las empresas de creación reciente. Esta colaboración con los proyectos empresariales de familiares directos es más destacada en la Comunidad Valenciana (28,71% del total), Cataluña (27,62%) y Madrid (26,61%). De acuerdo con estos resultados, se puede observar que la participación de familiares directos como inversores informales afecta al menos a una de cada cinco empresas de creación reciente, con la salvedad ya indicada de Galicia.

En el caso de empresas nacientes o start-ups, el peso de los inversores informales familiares en la financiación de los nuevos proyectos es menor que en las empresas de creación reciente en las regiones consideradas, con la excepción de Galicia. La distribución es algo más uniforme, en un rango que va desde el 16,96% de las empresas nacientes en Madrid al 10,87% en Extremadura. De acuerdo con estos resultados, en cada una de las diez regiones analizadas al menos una empresa naciente recibe financiación de un familiar directo, como inversor informal.

Al igual que para la relación anterior, se ha aplicado el test de la Chi-Cuadrado (χ^2) de Pearson para identificar la relación de independencia entre la variable región y las variables empresa naciente y empresa de creación reciente con financiación de inversores informales que son familiares directos del emprendedor, y comprobar su significación estadística. En el caso de las empresas de reciente creación se puede observar una relación de dependencia entre la variable región y la presencia de inversores informales que son familiares directos, mientras que para las empresas nacientes, se acepta la relación de independencia entre las variables.

Gráfico 3. Presencia de inversores informales familiares en la financiación de las empresas de creación reciente y nacientes. Familia directa.

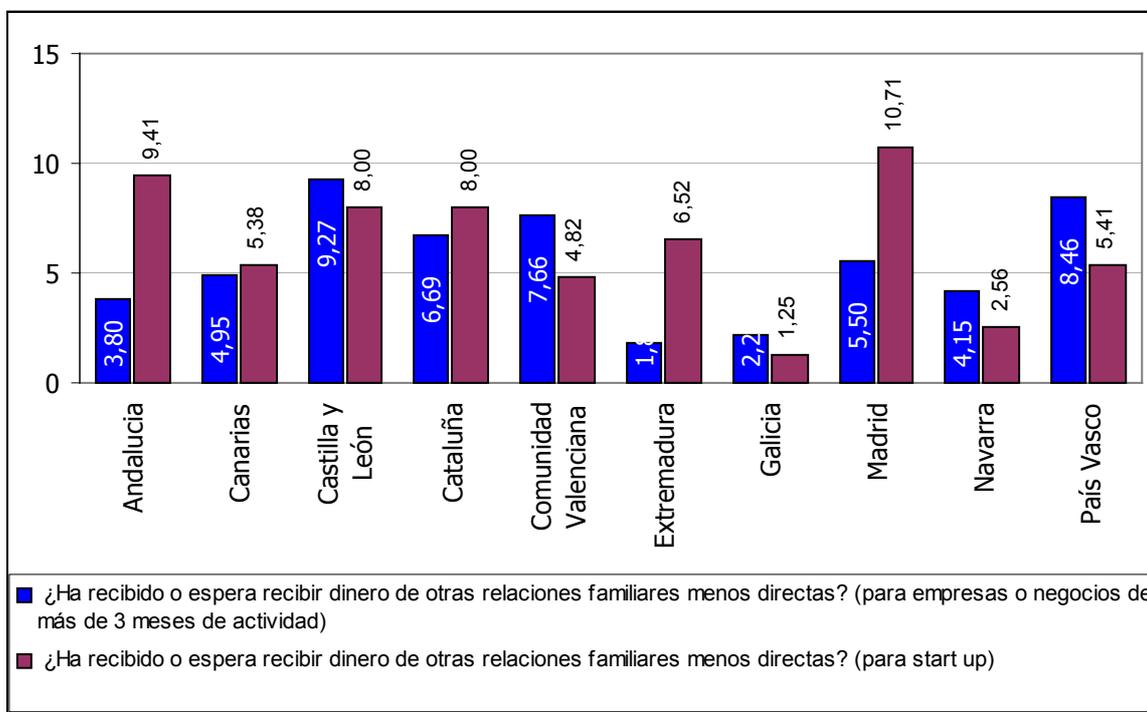


El Test χ^2 de Pearson revela que la relación es significativa para $p < 0,01$ (nuevas y consolidadas)
 El Test χ^2 de Pearson revela que la relación no es significativa para $p < 0,05$ (nacientes)

El papel de la familia menos cercana en la financiación de proyectos de empresas, como cabría esperar a priori, es menos significativo en todas las regiones, según se muestra en el gráfico 4, si se compara con la aportación de los familiares más directos. Además, la financiación de familiares indirectos presenta una distribución mucho más irregular, por regiones, que en el caso de los familiares directos.

No obstante, para las empresas nacientes, en Madrid (10,71%) y Andalucía (9,41%) hay una representación destacada de inversores informales familiares indirectos, que se acerca a los valores obtenidos para los familiares directos. En el caso de las empresas de creación reciente, en Castilla y León (9,27% del total) este peso es también cercano al 10% del total de empresas.

Gráfico 4. Presencia de inversores informales familiares en la financiación de las empresas de creación reciente y nacientes. Familia indirecta.



El Test χ^2 de Pearson revela que la relación es significativa para $p < 0,06$ (nuevas y consolidadas)
 El Test χ^2 de Pearson revela que la relación no es significativa para $p < 0,05$ (nacientes)

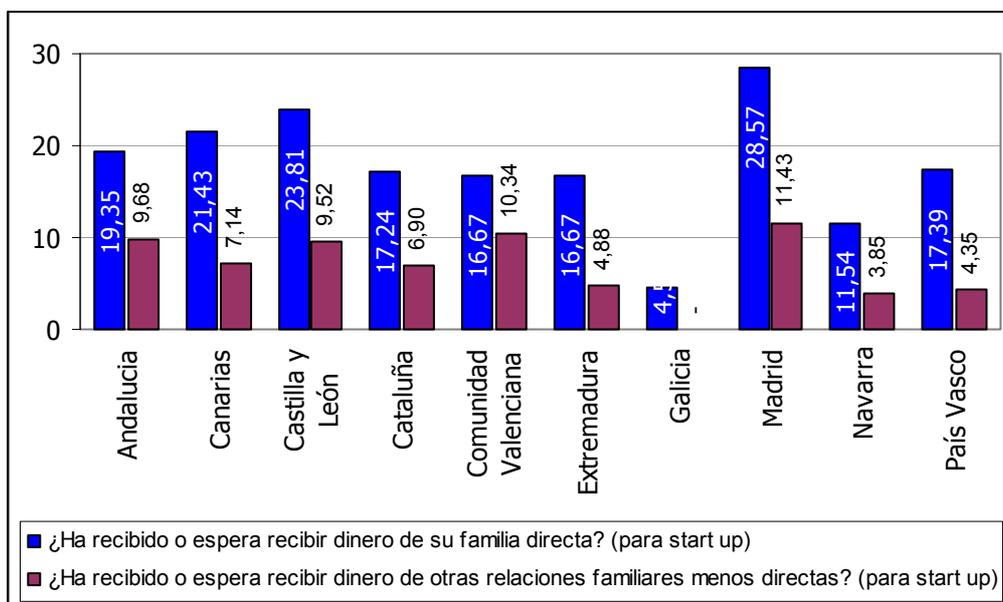
En este caso, también se ha aplicado el test de la Chi-Cuadrado (χ^2) de Pearson con objeto de identificar la posible relación de independencia entre la variable región y las variables empresa naciente y empresa de creación reciente, con financiación de inversores informales que son familia lejana del emprendedor, para comprobar su significación estadística. Es posible observar una relación de dependencia entre la variable región y la presencia de familiares indirectos como inversores informales, para las empresas con más de tres meses de actividad. En el caso de las empresas nacientes, sí se acepta la relación de independencia entre las variables.

Hasta este punto se ha analizado la participación de la familia en las empresas nacientes y de creación reciente en las regiones GEM españolas, bien como socios y directivos, o como inversores informales. El paso siguiente es considerar si puede existir una asociación entre el hecho de contar con familiares en el proceso de emprender un proyecto empresarial y su presencia como inversores informales.

El gráfico 5 muestra la presencia de inversores informales familiares, tanto en el caso de familia directa como indirecta, en las empresas que han manifestado contar con miembros de la familia entre sus socios o directivos, en empresas

nacientes (aquellas que tienen menos de 3 meses de actividad), para las regiones consideradas.

Gráfico 5. Relación entre actividad emprendedora familiar y la inversión informal directa e indirecta por regiones (empresas nacientes)



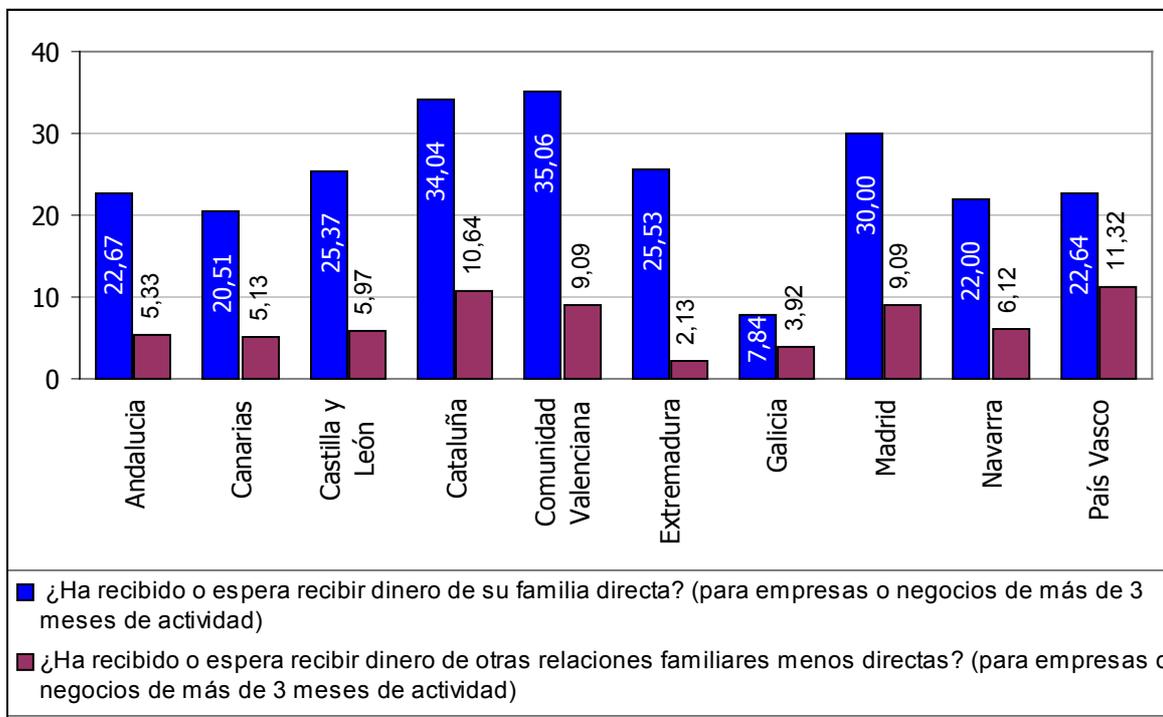
El Test χ^2 de Pearson revela que la relación es significativa para $p < 0,01$ (familia directa)
 El Test χ^2 de Pearson revela que la relación no es significativa para $p < 0,05$ (familia indirecta)

El test de la Chi-Cuadrado (χ^2) de Pearson permite analizar la relación de dependencia entre la variable presencia de familiares en las empresas nacientes, como socios o en puestos de responsabilidad directiva, y las variables participación de familiares directos o lejanos del emprendedor como inversores informales. En el caso de la familia más cercana, existe una relación de dependencia entre ambas variables, que sin embargo no se confirma cuando se trata de familiares lejanos como inversores informales.

El gráfico 6 recoge qué porcentaje de las empresas de creación reciente que han indicado que cuentan con familiares como socios o en puestos directivos ha obtenido además financiación de familiares, directos o lejanos, como inversores informales.

En este caso, se ha aplicado nuevamente el test de la Chi-Cuadrado (χ^2) de Pearson con la intención de analizar la relación de dependencia entre la variable presencia de familiares en las empresas con más de tres meses de actividad, en calidad de directivos o de socios, y las variables participación de familiares del emprendedor, cercanos o indirectos, como inversores informales. En ambos casos, se puede afirmar la existencia de una relación de dependencia entre ambas variables.

Gráfico 6. Relación entre actividad emprendedora familiar y la inversión informal directa e indirecta por regiones (empresas de creación reciente)



El Test χ^2 de Pearson revela que la relación es significativa para $p < 0,01$ (familia directa)
 El Test χ^2 de Pearson revela que la relación es significativa para $p < 0,05$ (familia indirecta)

5. Conclusiones

En este trabajo se ha pretendido realizar una primera aproximación a la posibilidad de aceptar la proposición genérica formulada en el apartado segundo, sobre la relación entre la participación de familiares en la creación de empresas y la financiación informal por miembros de la familia del emprendedor.

Como se ha indicado, los resultados muestran una asociación entre la presencia de familiares en la empresa y la financiación informal por parte de familiares, tanto directos como lejanos, en el caso de las empresas de creación reciente, esto es, que han desarrollado su actividad por espacio de, al menos, tres meses. De esta asociación no cabe desprender causalidad, en el sentido de que no es posible determinar una relación causa-efecto, esto es, la intensidad y el sentido de esta relación. Esta asociación se observa también para las empresas nacientes, pero sólo en el caso de los familiares directos.

Este resultado implica que se puede aceptar parcialmente la proposición 1, que postula la existencia de una relación entre las empresas nacientes que incluyan

familiares en su equipo fundacional y la existencia de inversores informales familiares, en lo que se refiere a los familiares más directos. El grado de significación obtenido no permite mantener la proposición 1 en el caso de los familiares indirectos. El menor número de casos analizados (véase la tabla 2 en anexo) en el cruce entre empresas nacientes y familiares indirectos como inversores informales puede ser la razón principal por la que no se puede considerar esta parte de la proposición 1.

Asimismo, se puede concluir que la proposición 2 es aceptada, y que existe relación entre las empresas de creación reciente que incluyan familiares en su equipo fundacional y la existencia de inversores informales familiares, tanto en el caso de los familiares más directos, como en los indirectos.

Por lo tanto, este análisis preliminar permite mantener la posibilidad de contrastación de la proposición genérica, ya que los resultados no contradicen la relación indicada. La contrastación formal de la proposición podría requerir un análisis más preciso, con un mayor volumen de información para asegurar la fiabilidad de los métodos a aplicar, en el caso de las empresas nacientes.

La falta de significación de los resultados para las empresas nacientes no permite comprobar las propuestas de los trabajos de Erikson, Sørheim y Reitan (2003) y Anderson, Jack y Dodd (2005), que indican una mayor predisposición de los inversores informales familiares para invertir en las etapas más tempranas del negocio, que corresponderían a las empresas nacientes.

Bibliografía:

ALDRICH, H.E. y CLIFF, J.E. (2003): “The pervasive effects of family on entrepreneurship: toward a family embeddedness perspective”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 18, pp. 573–596.

ALDRICH, H.E. y WIEDENMAYER, G. (1993): “From traits to rates: an ecological perspective on organizational foundings”. En **J. KATZ y R. BROCKHAUS** (Eds.): *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence, and Growth*. Vol. 1, pp. 145-196. Greenwich, CT: JAI Press.

ANDERSON, A.R., LACK, S.L. y DODD, S.D. (2005): “The Role of Family Members In Entrepreneurial Networks: Beyond the Boundaries of the Family Firm”, *Family Business Review*, Vol. 18, n^o 2, pp. 135-154.

ASTRACHAN, J.H. (2003): Discussion “Commentary on the special issue: the emergence of a field”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 18 (5), pp. 567-572.

CHRISMAN, J.J., CHUA, J.H. y STEIER, L.P. (2003): “An introduction to theories of family business”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 18 (4), pp. 441-448.

CHRISMAN, J.J., CHUA, J.H. y SHARMA, P. (2005): "Trends and Directions in the Development of a Strategic Management Theory of the Family Firm", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 29, nº 5 (september), pp. 555-575.

CHUA, J.H., CHRISMAN, J.J. y STEIER, L.P. (2003): "Extending the Theoretical Horizons of Family Business Research", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 27, nº 4 (summer), pp. 331-338.

ERIKSON, T., SØRHEIM, R. y REITAN, B. (2003): "Family Angels vs. Other Informal Investors", *Family Business Review*, Vol. 3, nº 3, pp. 163-171.

HOY, F. y VERSER, T.G. (1994): "Emerging Business, Emerging Field: Entrepreneurship and the Family Firm", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 19, nº 1, pp. 9-23.

REYNOLDS, P., STOREY, D.J. y WESTHEAD, P. (1994): "Cross-National Comparisons of the Variation in New Firm Formation Rates", *Regional Studies*, Vol. 28, nº 4, julio, pp. 443-456.

ROGOFF, E.G., KAY, R. y HECK, Z. (2003): Editorial "Evolving research in entrepreneurship and family business: recognizing family as the oxygen that feeds the fire of entrepreneurship", *Journal of Business Venturing*, Vol. 18 (5), pp. 559-566.

RUIZ NAVARRO, J.; MEDINA GARRIDO, J.A.; LORENZO GÓMEZ, J.D.; ROJAS VÁZQUEZ, A.; RAMOS RODRÍGUEZ, A.R. y MARTÍNEZ FIERRO, S. (2006): *Global Entrepreneurship Monitor. Informe ejecutivo Andalucía 2005*. Grupo Joly. (en prensa)

SHAPERO, A. y SOKOL, L. (1982): "The Social Dimensions of Entrepreneurship". En **C. A. KENT, D. L. SEXTON y K. H. VESPER** (Eds.): *Encyclopedia of Entrepreneurship*, pp. 288-307. Englewood Cliffs, NJ. Prentice Hall.

STEIER, L. (2003): "Variants of agency contracts in family-financed ventures as a continuum of familial altruistic and market rationalities", *Journal of Business Venturing*, Vol. 18, pp. 597-618.

VECIANA, J.M. (1999): "Creación de empresas como programa de investigación científica", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 8, nº 3, pp. 11-36.

ZAHRA, S.A., CLAYTON, J.C. y SALVATO, C. (2004): "Entrepreneurship in Family vs. Non-Family Firms: A Resource-Based Analysis of the Effect of Organizational Culture", *Entrepreneurship Theory & Practice*, summer, pp. 363-381.

Anexo:

Tabla 1. Ficha técnica de la investigación

	Andalucía	Cataluña	Canarias	Castilla y León	Comunidad Valenciana	Extremadura	Galicia	Navarra	Madrid	País Vasco
Ámbito geográfico										
Universo (1) habitantes de 18 a 65 años	5.047.448	4.568.826	1.331.394	1.587.692	3.045.390	670.793	1.793.771	387.838	4.027.551	1.438.694
Selección de la muestra	Selección del muestreo polietápico: selección aleatoria de ciudades que componen la muestra, según cuotas de población residente en municipios mayores de 5.000 habitantes (población urbana) y municipios menores de 5.000 habitantes (población rural). En una segunda etapa se obtienen aleatoriamente números de teléfono correspondientes al municipio. Finalmente, se selecciona al individuo entre 18 y 65 años.									
Metodología	Encuesta telefónica									
Error muestral (+/-) (2)	+/- 2,19%	+/- 2,19%	+/- 2,19%	+/- 2,19%	+/- 2,19%	+/- 3,09%	+/- 2,19%	+/- 2,19%	+/- 2,19%	+/- 2,19%
Nivel de confianza	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%	95%
Tamaño muestral 2005	2000	2000	2000	2000	2000	1000	2000	2000	2000	2000
Periodo de realización de las encuestas	Abril – Julio de 2005									
(1) Fuente INE 2005										
(2) El cálculo del error muestral se ha realizado para poblaciones infinitas										
Hipotesis: P=Q=50% o de máxima indeterminación										

Fuente: elaboración propia

Tabla 2. Casos analizados

	EMP. NACIENTES	EMP. CREACIÓN RECIENTE
CASOS DE EMPRESAS	750	1.967
CASOS PRESENCIA DE FAMILIARES EN LAS EMPRESAS	271	427
	INV. INFOR. DIRECTOS	INV. INFOR. INDIRECTOS
EMPRESAS NACIENTES	120	53
EMPRESAS DE CREACIÓN RECIENTE	433	112

Fuente: elaboración propia

Tabla 3. Análisis descriptivo de carácter exploratorio: univariante y bivariante

% DE	AND.	CANA.	C.Y LEON	CATA.	C. VALEN.	EXT.	GAL.	MAD.	NAVA	P.VASCO	DIF. REGIONAL
EMP. CREACIÓN RECIENTE CON PRESENCIA DE FAMILIA	40,76	38,61	32,68	39,33	36,84	42,73	28,02	40,37	45,16	26,37	***
EMP. NACIENTES CON PRESENCIA DE FAMILIA	38,75	48,84	35,59	34,52	40,54	29,27	34,92	34,92	37,14	38,98	
INV. INFOR. DIRECTOS EN EMP. DE CREACIÓN RECIENTE	20,11	19,31	24,88	27,62	28,71	22,73	5,49	26,61	20,28	21,39	***
INV. INFOR. DIRECTOS EN EMP. NACIENTES	12,94	11,83	14,67	14,00	15,48	10,87	15,00	16,96	16,67	14,86	
INV. INFOR. INDIRECTOS EN EMP. CREACIÓN RECIENTE	3,80	4,95	9,27	6,69	7,66	1,8	2,2	5,50	4,15	8,46	**
INV. INFOR. INDIRECTOS EN EMP. NACIENTES	9,41	5,38	8,00	8,00	4,82	6,52	1,25	10,71	2,56	5,41	
RELACIÓN											
EMP. NACIENTES E INV. INFOR. DIRECTOS	19,35	21,43	23,81	17,24	16,67	16,67	4,5	28,57	11,54	17,39	***
EMP. NACIENTES E INV. INFOR. INDIRECTOS	9,68	7,14	9,52	6,90	10,34	4,88	0,0	11,43	3,85	4,35	
EMP. CREACIÓN RECIENTE E INV. INFOR. DIRECTOS	22,67	20,51	25,37	34,04	35,06	25,53	7,84	30,00	22,00	22,64	***
EMP. CREACIÓN RECIENTE E INV. INFOR. INDIRECTOS	5,33	5,13	5,67	10,64	9,09	2,13	3,92	9,09	6,12	11,32	**

TEST CHI CUADRADO DE PEARSON, HAY DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS PARA UN NIVEL DE CONFIANZA DEL 95%, UN P VALUE DE 0,05**

TEST CHI CUADRADO DE PEARSON, HAY DIFERENCIAS SIGNIFICATIVAS PARA UN NIVEL DE CONFIANZA DEL 95%, UN P VALUE DE 0,01***