


EMPRENDIMIENTO Y EMPRESA FAMILIAR EN ESPAÑA: ANÁLISIS DE SUS PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS Y PERFIL DE LOS EMPRENDEDORES FAMILIARES

ENTREPRENEURSHIP AND FAMILY BUSINESS IN SPAIN: ANALYSIS OF ITS MAIN CHARACTERISTICS AND PROFILE OF FAMILY ENTREPRENEURS

Berta Rivera* 

Universidade da Coruña, España

Sabela Siaba** 

Universidade da Coruña, España

Bruno Casal*** 

Universidade da Coruña, España

doi: <https://doi.org/10.18543/bee.2739>

Recibido: 28 de abril de 2023
Aceptado: 23 de junio de 2023
Publicado en línea: marzo de 2024

Sumario: Introducción. 1. Contexto de la investigación: evidencia disponible sobre los factores determinantes y obstáculos al emprendimiento. 2. Sección principal. 2.1. La actividad emprendedora en la empresa familiar en España. 2.2. Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor familiar. 3. Discusión y conclusiones. Referencias.

RESUMEN

Las empresas familiares desempeñan un papel clave en la economía, suponiendo en torno al 89% del tejido empresarial de nuestro país, con una aportación al PIB del 57,1% y la creación de un 67% del empleo privado. La actividad emprendedora tiene un papel crucial después de la pandemia de COVID-19 al ser uno de los principales indicadores de

* Catedrática de Economía Aplicada y Directora de la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de A Coruña.

** Profesora Asistente de Economía Aplicada, doctoranda en el Programa de Análisis Económico y Estrategia Empresarial de la Universidad de A Coruña y, ayudante de investigación en la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de A Coruña.

*** Profesor Ayudante Doctor y Responsable de Investigación de la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de A Coruña.

Más información sobre los autores disponible al final de este artículo

Agradecimientos: Este estudio contó con el apoyo de la afiliación individual de los autores.

Financiación: Ninguna.

Conflicto de intereses: Ninguno.

recuperación económica en períodos de recesión. Con datos del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) para 2021, se han analizado las principales características sociodemográficas de los empresarios familiares emprendedores, considerando sus principales diferencias con respecto al resto de negocios que no poseen esta naturaleza. Los resultados muestran que el 86,37% de los encuestados manifestó que su familia había participado en el inicio del negocio bajo la figura de copropietario y/o coadministrador, siendo la forma más común de participación la de cogestión y copropiedad familiar. La figura predominante fue la del autoempleo y el género que presentó mayores niveles de emprendimiento familiar fue el femenino. Estos resultados son de especial relevancia, dado que las familias desempeñan un papel importante en la creación de empresas y de empleo estable. Asimismo, conocer el perfil del emprendedor familiar puede facilitar el diseño de incentivos al emprendimiento.

Palabras clave: empresa familiar, emprendimiento, emprendimiento familiar, GEM, España.

ABSTRACT

Family businesses play a key role in the economy, accounting for around 89% of the business fabric of our country, with a contribution to GDP of 57.1% and the creation of 67% of private employment. Entrepreneurial activity plays a crucial role after the COVID-19 pandemic as it is one of the main indicators of economic recovery in periods of recession. With data from the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) for 2021, the main socio-demographic characteristics of family business entrepreneurs have been analyzed, considering their main differences with respect to the rest of businesses that do not have this nature. The results show that 86.37% of those surveyed stated that their family had participated in the start-up of the business under the figure of co-owner and/or co-administrator, the most common form of participation being that of co-management and family co-ownership. The predominant form was self-employment and the gender with the highest levels of family entrepreneurship was female. These results are particularly relevant, given that families play an important role in the creation of businesses and stable employment. Likewise, knowing the profile of the family entrepreneur can facilitate the design of incentives for entrepreneurship.

Keywords: family business, entrepreneurship, family entrepreneurship, GEM, Spain.

Introducción

La definición oficial de empresa familiar fue acordada en el año 2008 por el entonces Grupo Europeo de Empresas Familiares, actual *European Family Business*, y por el *Family Business Network Board*, las dos principales instituciones representantes de empresas familiares. Siguiendo dicha definición, una empresa, cualquiera que sea su tamaño, tiene carácter familiar si la mayoría de los votos son propiedad de la persona o familia que fundó la compañía (o propiedad de la persona dueña del capital social de la empresa), y/o al menos un representante de la familia o pariente participa en la gestión o gobierno de la compañía (Instituto de la Empresa Familiar, 2023a).

En los últimos años, la investigación sobre empresa familiar ha ido aumentando considerablemente al mismo tiempo que ha ido ganando re-

levancia como campo de estudio (Bernadich & Urbano, 2013). A medida que la investigación sobre empresa familiar ha ido creciendo, también se han desarrollado otros campos de estudio más específicos de dicha disciplina, como es el caso del emprendimiento. Este creciente interés no es sorprendente, dado el peso que en el tejido empresarial de la mayoría de los países occidentales tienen las empresas familiares.

Las empresas familiares desempeñan un papel clave en la economía mundial, pues se estima que aproximadamente el 90% de las empresas en el mundo son familiares y destacan por su aportación al empleo y al Producto Interior Bruto (PIB) mundial entre un 70-90% (Deloitte, 2019). En la Unión Europea, el 60% del total de empresas son de carácter familiar, incluyendo el 25% de las cien primeras compañías. Las aportaciones al PIB de las empresas familiares varían entre países, pero oscila entre el 30% y el 70% (Arteche & Rementeria, 2012). En el caso de España, el porcentaje de tejido empresarial familiar se incrementa con respecto a Europa, pues el 89% (lo que equivale a más de 1,1 millones de compañías) del total de empresas presentan carácter familiar y contribuyen al PIB privado del país en un 57,1% (Instituto de la Empresa Familiar, 2023b).

Después de la pandemia ocasionada por el COVID-19, el emprendimiento tiene un papel crucial en la salida y recuperación de la crisis. Las dificultades de incorporación al mercado laboral, con altos niveles de desempleo, y la baja calidad de los empleos existentes, han propiciado que las personas decidan iniciar sus propios negocios, pasando de ser empleados a ser empleadores (Gutiérrez, 2018). De hecho, según el último informe *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), la motivación principal del fenómeno emprendedor en España es la ausencia de suficientes puestos de trabajo (Red GEM de España, 2021). Además, la mayoría de los nuevos negocios que se crean involucran de una forma u otra a la familia. Por ejemplo, en un informe reciente de GEM, el 75% de las personas emprendedoras afirmaba que la familia participaba en la propiedad y/o gestión de sus nuevos negocios (Kelley et al., 2020). En cuanto a la motivación principal para emprender un negocio en España, para el 13,3% de los emprendedores se correspondería con la continuación de la tradición familiar. Asimismo, la participación familiar en la propiedad y/o gestión del negocio llegaría hasta el 76,3% de la población emprendedora (Peña et al., 2020).

La mayor parte de los estudios que tratan el espíritu empresarial familiar se centran en las empresas ya establecidas. Dado que la mayoría de las empresas establecidas son empresas familiares, uno podría preguntarse si la mayoría de las empresas que se inician se crean a través de la participación de las familias. Existe un amplio consenso académico a fa-

vor de esto último (Aldrich & Cliff, 2003), aunque la evidencia empírica es limitada.

Con datos del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) para 2018 y 2021 se proporciona información sobre la participación familiar en el espíritu empresarial en España. De este modo, se proporciona evidencia empírica sobre la realidad de las empresas familiares en España, haciendo distinción entre aquellos que son emprendedores y aquellos que son dueños y/o administradores de negocios familiares ya consolidados. Ambos perfiles son analizados desde un punto de vista sociodemográfico. Asimismo, también se realiza una comparativa con las empresas no familiares, para ver las principales diferencias y particularidades de los negocios de carácter familiar.

Este artículo está organizado en cuatro partes diferenciadas. La primera sección recoge una revisión de literatura referente a los factores y obstáculos que determinan el emprendimiento familiar. En la segunda sección, se estudia de forma descriptiva el fenómeno emprendedor familiar en España, analizando para ello los principales indicadores nacionales y regionales. En el tercer apartado, se presenta un perfil sociodemográfico del emprendedor familiar con respecto al emprendedor general. La cuarta y última sección presenta las principales conclusiones del estudio.

1. Contexto de la investigación: evidencia disponible sobre los factores determinantes y obstáculos al emprendimiento

Podemos referirnos al emprendedor como aquella persona que reconoce una oportunidad de mercado y se muestra dispuesta a conseguir los recursos necesarios para explotar dicha oportunidad con la finalidad de generar riqueza. Es por ello que, el carácter emprendedor está en el origen y supone la razón de ser de la mayoría de empresas, no solo las familiares (Nuez & Górriz, 2008).

No obstante, el emprendimiento no solo engloba la iniciación de una actividad o negocio a partir de las ideas que tenga un individuo, sino que también engloba la capacidad de asunción de riesgos al crear nuevos productos o innovar en productos ya existentes. Aunque en el momento de su constitución, toda empresa nace a partir de un impulso emprendedor, con el paso del tiempo –que en los negocios familiares se traduce al relevo generacional– unas empresas crean valor, otras lo mantienen y otras lo consumen. Cuando la figura del fundador o emprendedor inicial no sólo sirve de referencia histórica para sus descendientes, sino que además ins-

pira y sirve de ejemplo, el negocio familiar adopta una orientación emprendedora basada en nuevas iniciativas empresariales, desarrollo de nuevos productos, e incluso la apertura a nuevos mercados (Arteche & Rementeria, 2012).

Basándonos en esta última idea, según datos del Instituto de la Empresa Familiar (2022), el 52% de las empresas familiares españolas estarían orientadas hacia un nivel elevado de emprendimiento, doblando la media global (25%) y europea (27%). Destacan especialmente en materias de proactividad y asunción de riesgos, donde muestran valores significativamente superiores al resto de Europa (62% en España frente al 33% europeo en proactividad, y 41% frente al 25% en asunción de riesgos).

Sin embargo, el adoptar una actitud emprendedora requiere de disposición al cambio que, según la generación que esté a cargo del negocio familiar, puede variar. Varios estudios han demostrado que la edad que tiene el individuo también influye a la hora de emprender dentro de una empresa familiar. Aquellos que pertenecen a la *generación X* (42 a 57 años) presentan un mayor vínculo o apego emocional al negocio. Por otra parte, aquellos que se categorizan como *millennials* (26 a 40 años), son más proclives a la innovación y a la asunción de riesgos (Instituto de la Empresa Familiar, 2022).

Dado a su carácter de inversor paciente y con visión de largo plazo, según autores como Zahra (2005), las empresas familiares constituyen un entorno favorable para desarrollar nuevas iniciativas. En concreto, dado a su ambiente receptivo y hospitalario, propicia la creación de las comúnmente llamadas *startups*.

Además de todos estos factores sociales, culturales e institucionales, que influyen en la actitud emprendedora, se ha demostrado que el apoyo familiar y la convivencia en un entorno en el que los padres trabajan por cuenta propia, propicia una mayor participación de los hijos en iniciar nuevos negocios (Licht & Siegel, 2005). De este modo, si una persona, desde su infancia, ha estado inmersa en un ambiente familiar empresarial, estará más motivada y tendrá mayor propensión a crear una empresa en su madurez. La actividad empresarial se encuentra relacionada, de algún modo, con los valores presentes en el seno familiar, valores que se mantienen al inculcar en la niñez la iniciativa, la autorrealización y el éxito (Mungai & Velamuri, 2011).

Autores como Block (2010), defienden que la propiedad exclusiva del fundador tiene un impacto positivo en el emprendimiento y en la productividad de los activos intangibles. Según Le Breton-Miller et al. (2011), cuanto más se involucran los miembros de la familia en empen-

der, mayor será su tendencia a priorizar las preocupaciones de la familia sobre los intereses empresariales. De esta forma, la participación de la familia en la gestión de la empresa propicia un mayor emprendimiento, a través del compromiso familiar con la supervivencia del negocio (Casillas et al., 2011).

2. Sección principal

2.1. *La actividad emprendedora en la empresa familiar en España*

A partir de la evidencia disponible comentada en el epígrafe anterior, el análisis de la perspectiva familiar de la actividad empresarial emprendedora resulta de gran interés. A continuación, se analizarán los niveles de actividad emprendedora en las distintas fases que atraviesa el proceso de emprendimiento. Para ello, se utilizarán diversos indicadores que permitirán valorar cuál es la participación de la población adulta (de entre 18 y 64 años) en iniciativas que se encuentran en distintos momentos del tiempo. Así, se podrá distinguir la fase en la que una persona manifiesta su intención de emprender en el futuro próximo, la fase en la que ya está inmersa en la puesta en marcha del negocio, o la fase en la que ya gestiona un negocio ya establecido.

Con este objetivo se utilizarán datos de la encuesta GEM (2021). GEM tiene una trayectoria de más de 20 años en el estudio y análisis del fenómeno del emprendimiento, y emplea una metodología testada en más de 120 economías del mundo. Es el único proyecto que utiliza fuentes primarias, elaborando una exhaustiva encuesta a una muestra de más de 26.000 personas representativas de la población adulta española de entre 18 y 64 años y residentes en alguna de las 17 Comunidades Autónomas. En dicha encuesta existen dos preguntas relacionadas con la participación familiar a nivel empresarial. En la primera, se preguntó a los encuestados que declararon que estaban en la fase inicial empresarial, si sus negocios eran en su mayoría copropiedad o coadministrados con miembros de la familia y/u otros parientes. En la segunda, se preguntó lo mismo pero a empresarios ya consolidados. Estas dos preguntas indicaron si los encuestados se calificaban como emprendedores familiares o como propietarios de negocios familiares ya establecidos. De esta forma, distinguimos tres tipos de participación familiar. Los miembros de la familia pueden ser: 1) copropietarios y coadministradores de una empresa; 2) copropietarios pero no coadministradores, o 3) no copropietarios del negocio pero involucrados en coadministrarlo.

Así, podemos diferenciar los tres tipos de perfiles que se analizarán a lo largo de este artículo: 1) porcentaje de emprendedores potenciales que han manifestado su intención de poner en marcha una nueva empresa en los próximos tres años; 2) *Tasa de Actividad Emprendedora Total* (TEA), que constituye el principal indicador elaborado por GEM y se corresponde con el porcentaje de individuos entre 18 y 64 años que se identifican como empresarios nacientes o empresarios nuevos¹ y 3) porcentaje de empresarios consolidados que poseen un negocio ya establecido en el mercado tras haber pagado salarios por más de 42 meses.

El índice TEA se nutre de iniciativas de negocio que aún están en una fase muy embrionaria. Dicho indicador muestra la resiliencia de los emprendedores, puesto que, el emprendimiento general se mantiene en el 2021 en un 5% en España (5,38% en 2018). Una vez que estas iniciativas superan sus primeros años de actividad (en concreto más de 42 meses) se convierten en consolidadas, las cuales suponen en España el 6,33% de la población adulta en edad de trabajar en el año 2021.

Respecto a la intención de emprender un negocio familiar, y la posible involucración futura de la familia del emprendedor en el negocio, la actividad emprendedora total familiar el año 2021 se situó en torno al 73,47%. Para dicho año, el 73,44% de los emprendedores españoles indicó que su familia participaría en el inicio del futuro negocio como copropietaria, y un 77,37% bajo la figura de coadministradora. Para el año 2018, se observan cifras de participación familiar menores. Solo el 48,67% de los empresarios indicó que su familia participaría en el inicio del futuro negocio como copropietaria, y un 69,18% como coadministradora. Esto supone una reducción de 25 y 8 puntos porcentuales respectivamente con respecto al 2021, hecho que refuerza la idea de que, después de la pandemia de COVID-19, ha aumentado el número de emprendedores que tienen en consideración a sus familiares a la hora de iniciar un futuro negocio.

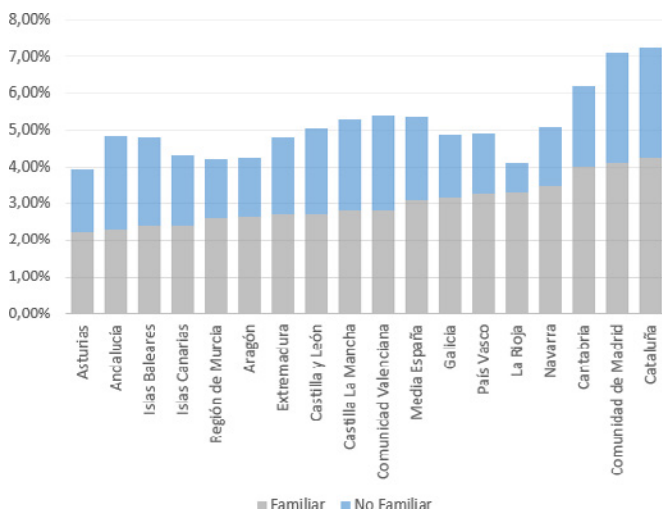
Si analizamos cifras basadas en empresas familiares ya en funcionamiento, obtenemos cifras que difieren de las que se basan en la intención de emprender. En el 2021, el 86,37% de los empresarios españoles manifestó que su familia había participado en el inicio del negocio con una figura de copropietario y/o coadministrador. A esto se le denomina familia emprendedora. El espíritu empresarial familiar es tan variado como la

¹ Por emprendedores nacientes se entiende a aquellas personas adultas que están iniciando un negocio y no han pagado salarios por más de tres meses; y por emprendedores nuevos se engloba a aquellos que han pagado salarios por más de tres meses y no más de 42.

TEA en las diferentes economías regionales, tal y como ilustra la Figura 1. Esta figura muestra los niveles de TEA con proporción de participación familiar para las 17 CC.AA. Cataluña es la que cuenta con una mayor proporción de empresarios familiares representando el 4,20% de la población adulta (18-64 años). Por el contrario, Asturias se configura como la Comunidad Autónoma con menor proporción de negocios emprendedores de carácter familiar, con un 2,15%. La media nacional se corresponde con un peso de poco más del 3% sobre la población adulta.

Figura 1

Tasas de actividad emprendedora total (TEA) en 17 CC.AA. con proporción de participación familiar, 2021



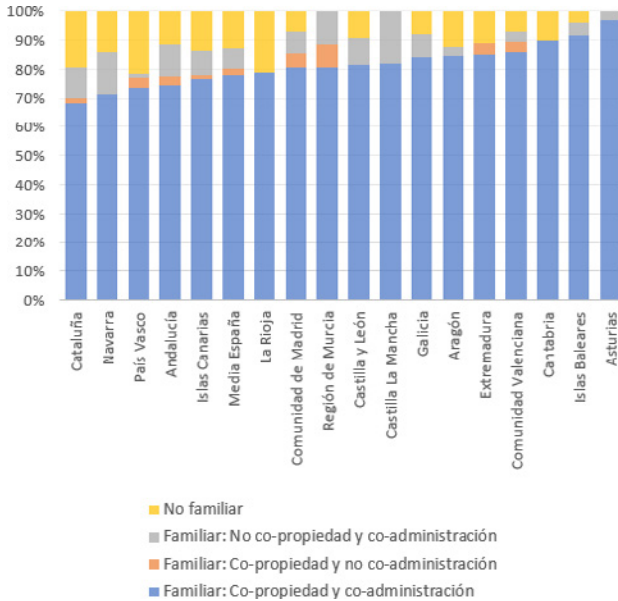
Fuente: elaboración propia con datos GEM 2021.

La Figura 2 muestra la composición de la TEA según la forma de participación (familiar y no familiar) que puede adoptar un negocio. En España, la forma más común de emprendimiento es la cogestión y copropiedad familiar del negocio (78% de la TEA), la cual puede conceptualizarse como la forma más fuerte de empresariado familiar. A nivel regional, las mayores proporciones de esta forma de propiedad se encuentran en Asturias, Islas Baleares y Cantabria, las cuales rondan el 90% de la TEA. Por el contrario, esta forma es menos mayoritaria en Cataluña o Navarra, donde apenas alcanza el 70%. La siguiente forma más común se corresponde con la no copropiedad y no cogestión familiar, es decir, empresas no fa-

miliares. En concreto, en España este tipo de naturaleza de negocios supone el 12,74% de las iniciativas emprendedoras. La tercera forma más usual es la no copropiedad pero sí cogestión, la cual supone el 7,14% de la TEA.

Figura 2

Tasas de actividad emprendedora total (TEA) en 17 CC.AA. con proporción de participación familiar, según forma, 2021



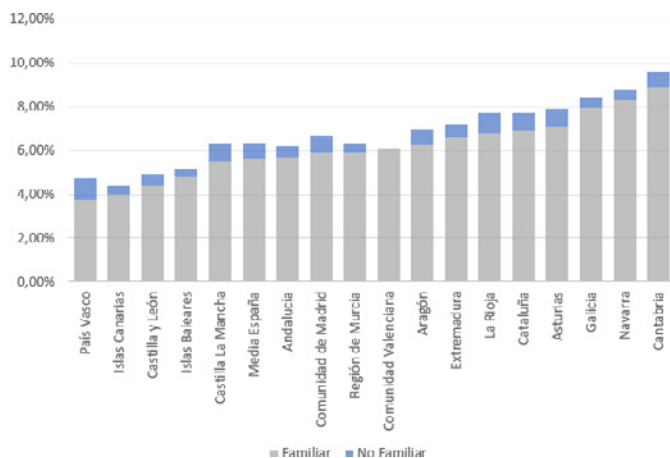
Fuente: elaboración propia con datos GEM 2021.

Dadas las altas tasas de participación familiar en la fase inicial, podemos preguntarnos si estos emprendedores continúan involucrando a la familia a medida que maduran, o si la participación familiar aumenta la probabilidad de permanecer en el negocio por más tiempo. Los datos GEM permiten el análisis de la fase empresarial establecida y la comparación con la fase emprendedora. Los resultados revelan una mayor importancia de la familia en las empresas establecidas. En España, la participación de empresarios familiares en las empresas ya consolidadas representa alrededor del 5% con respecto a la población adulta. Las CC. AA. con mayor peso de este tipo de negocios son Cantabria, Navarra y Galicia correspondiéndose con algo más del 8% de la población adulta de

entre 18 y 64 años (Figura 3). Las que menos, son País Vasco, Islas Canarias y Castilla y León, que apenas se sitúan en el 4%.

Figura 3

Tasas empresariales establecidas en 17 CC.AA. según proporción de participación familiar, 2021

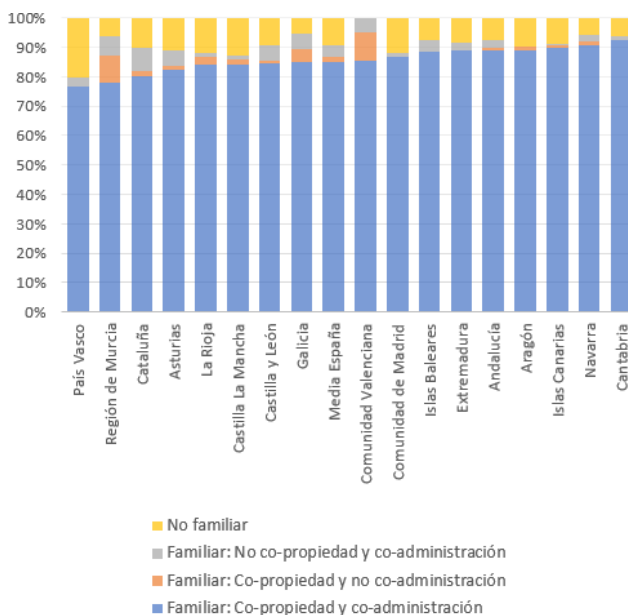


Fuente: elaboración propia con datos GEM 2021.

La Figura 4 muestra un desglose de la actividad empresarial establecida según las formas de participación (familiar y no familiar) para las 17 CC.AA. Al igual que ocurriría con la TEA, la forma más común de participación es la cogestión con copropiedad familiar. En España, cerca del 83% de las empresas ya establecidas tienen este tipo de involucración familiar. Cantabria y Navarra son de nuevo las CC.AA. con mayor participación familiar en los negocios ya establecidos (rondando ambas un 90%) y País Vasco, la que menos (77%). La siguiente forma más popular es la empresa establecida no familiar, que representa en España casi el 12%, y la tercera forma más común es la no copropiedad pero sí cogestión, suponiendo alrededor del 4% de la actividad comercial consolidada.

Figura 4

Formas de participación familiar y no familiar, como porcentaje de la actividad empresarial establecida en 17 CC.AA., 2021

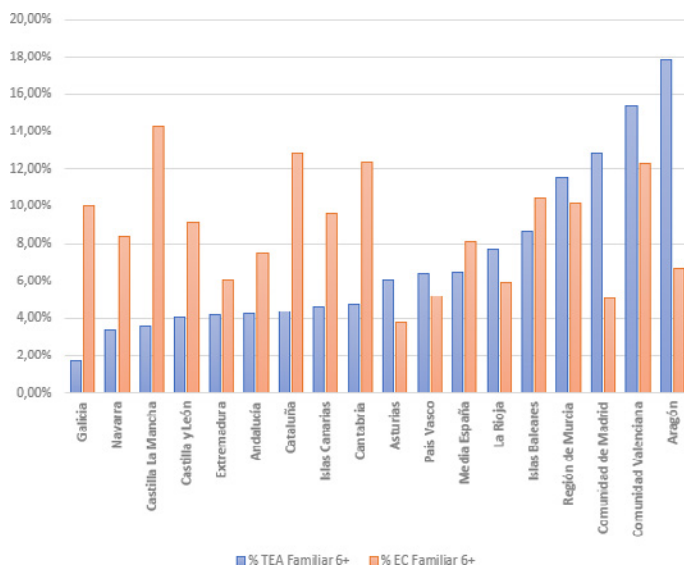


Fuente: elaboración propia con datos GEM 2021.

En la Figura 5 se puede verificar el impacto en el empleo de los emprendedores familiares y los dueños de negocios familiares ya establecidos, donde ambos contribuyen con cifras sustanciales. En Aragón, Comunidad Valenciana y Madrid, el 18%, 16% y 13% respectivamente de los emprendedores familiares tenían más de cinco empleados, lo que demuestra el valor que los empresarios brindan a sus sociedades, en términos de creación de empleo. Este impacto en el empleo es aún mayor entre los propietarios de negocios familiares ya consolidados. En comparación con los emprendedores familiares, existe una mayor proporción de empresas familiares con más de cinco empleados. De esta forma, el 8% de los empresarios familiares ya establecidos tienen más de cinco empleados, frente al 6,50% de los emprendedores.

Figura 5

Porcentaje de actividad emprendedora total familiar (TEA) y actividad empresarial familiar establecida con seis o más empleados en 17 CC.AA., 2021



Fuente: elaboración propia con datos GEM 2021.

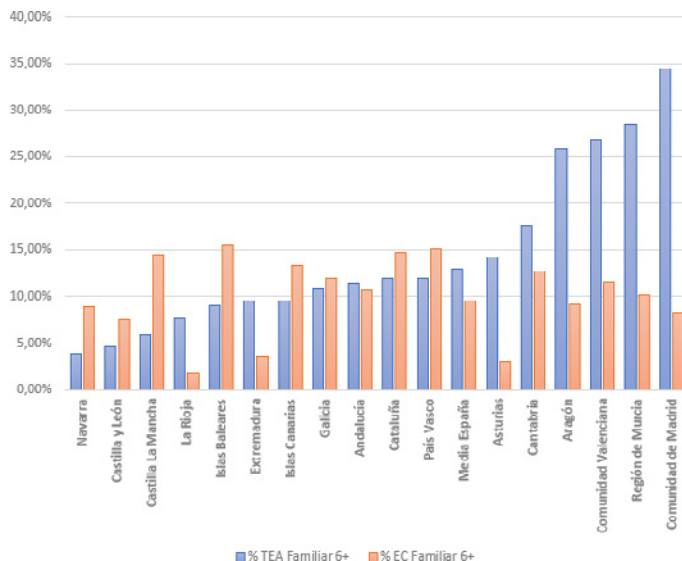
Con respecto a las perspectivas laborales futuras, normalmente los emprendedores son muy optimistas. Los empresarios consolidados, por otro lado, no solo han sobrevivido más de 3 años y medio, sino que también han creado un historial en el que basar sus predicciones. En este sentido, sus proyecciones pueden ser más confiables. Las proyecciones de crecimiento ofrecen una instantánea de ambiciones empresariales, donde resulta muy probable que aquellos que realmente han hecho crecer sus negocios tenían aspiraciones previas de hacerlo.

La Figura 6 muestra que es más probable que los propietarios de negocios familiares establecidos tengan más de cinco empleados actuales que los emprendedores familiares, y el 14% de los emprendedores familiares espera contratar a más de cinco nuevos empleados, mientras que en el caso de los propietarios de negocios familiares establecidos se corresponde con apenas el 10%. En este sentido, los emprendedores aún no han desarrollado sus negocios, mientras que los propietarios de negocios establecidos se encuentran en una fase estable y es menos probable que

proyecten un mayor crecimiento. A nivel regional, existen ciertas CC.AA. que muestran altas intenciones de crecimiento entre los emprendedores, como es el caso de la Comunidad de Madrid, la Región de Murcia y la Comunidad Valenciana.

Figura 6

Porcentaje de actividad emprendedora total familiar (TEA) y actividad empresarial familiar establecida que esperan contratar 6 o más empleados en los próximos 5 años, en 17 CC.AA.

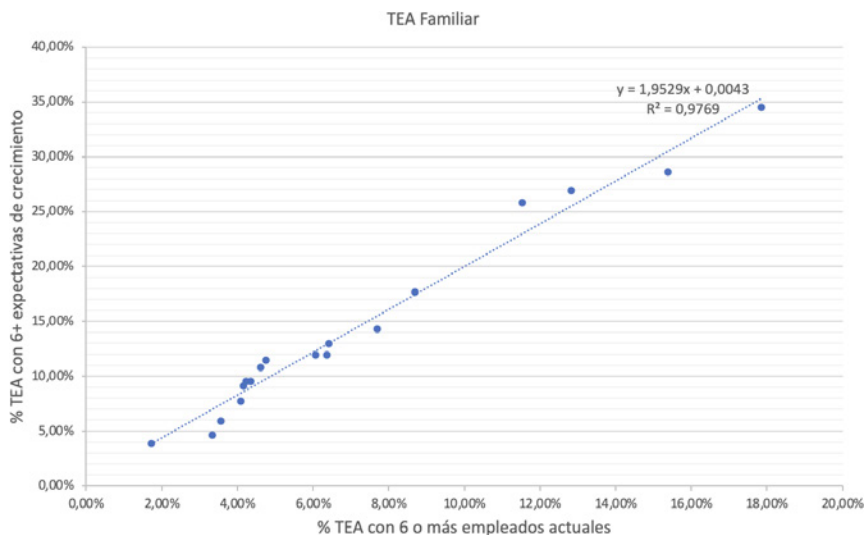


Fuente: elaboración propia con datos GEM 2021.

Analizando la relación entre empleo actual y esperado, economías regionales con una proporción relativamente alta de emprendedores y dueños de negocios establecidos con más de cinco empleados actuales muestran altas expectativas de creación de empleo, y viceversa. La Figura 7 muestra esta relación para las 17 CC.AA. españolas, con una asociación muy fuerte para los emprendedores familiares. Los resultados sugieren que es más probable que aquellos que comienzan con un menor número de empleados se mantengan pequeños, mientras que aquellos que comienzan con más número de empleados tienen más probabilidades de aspirar a crecer.

Figura 7

Relación entre 6+ empleos actuales y esperados para actividad emprendedora total familiar (TEA) y actividad empresarial familiar establecida, en 17 CC.AA.



Fuente: elaboración propia con datos GEM 2021.

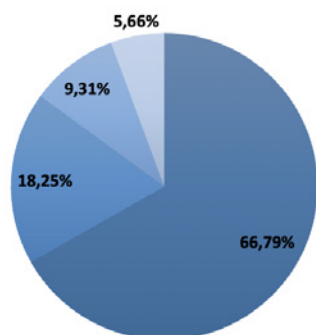
Orientación innovadora

El hecho de que las iniciativas familiares recogidas en la muestra sean en su mayoría sin empleados o bien con menos de 5 empleados, las convierte en iniciativas pequeñas y de bajo nivel tecnológico. Las Figuras 8 y 9 muestran cómo el 66,79% y 71,37% de los emprendedores familiares no están orientados a innovar en productos/servicios y procesos respectivamente, correspondiéndose con niveles mayores si se compara con el caso de las empresas no familiares (62,94% y 64,64% respectivamente). Por otro lado, de las iniciativas jóvenes que sí innovan en productos/servicios, el 18,25% lo hace en el mercado local, un 9,31% lo hace en mercados nacionales, y un 5,66% en el mercado internacional. Para procesos, se corresponderían con el 20,12%, el 2,71% y el 5,80% respectivamente.

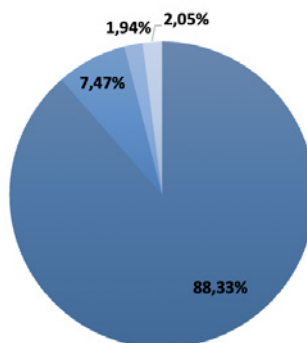
Figura 8

Distribución en la empresa familiar de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en España por innovación en productos/servicios en 2021

Negocios en fase inicial (TEA)



Negocios consolidados (más de 42 meses)



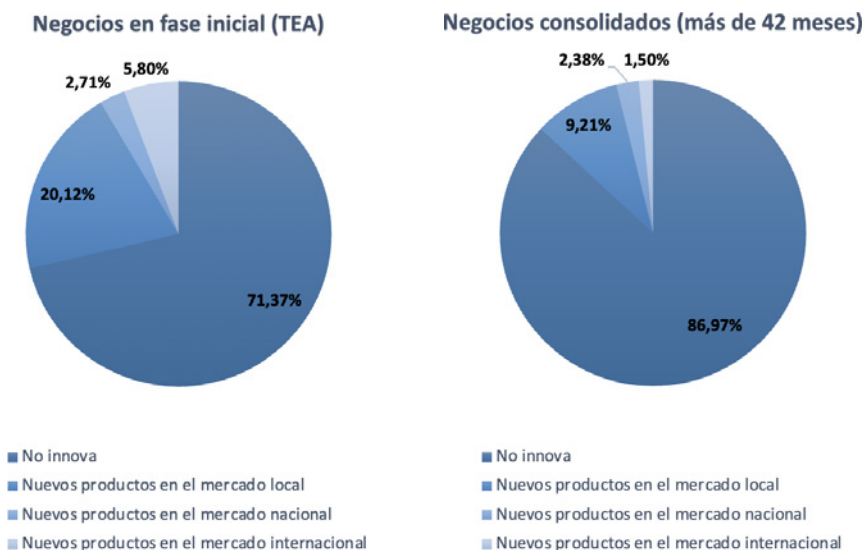
- No innova
- Nuevos productos en el mercado local
- Nuevos productos en el mercado nacional
- Nuevos productos en el mercado internacional

- No innova
- Nuevos productos en el mercado local
- Nuevos productos en el mercado nacional
- Nuevos productos en el mercado internacional

Fuente: elaboración propia con datos GEM 2021.

Figura 9

Distribución en la empresa familiar de los emprendedores en fase inicial (TEA) y consolidados en España por innovación en procesos en 2021



Fuente: elaboración propia con datos GEM 2021.

2.2. Perfil de las personas involucradas en el proceso emprendedor familiar

A continuación se realizará un análisis de los emprendedores responsables de la creación de los nuevos negocios familiares en base a sus principales características sociodemográficas. De esta forma, a partir de los datos obtenidos de GEM, se considerarán indicadores como la edad, el sexo o el nivel educativo de los encuestados. La distribución de los emprendedores familiares según estas características y su perfil sociodemográfico se presenta en la Tabla 1.

Distribución por edad

La edad se considera un factor determinante a la hora de emprender como indica la revisión de literatura realizada previamente. Según los datos obtenidos, la mayoría de los emprendedores familiares tienen edades comprendidas entre los 45 y 54 años (31,86%). Esto supone que, de

media, los emprendedores que apuestan por iniciativas de carácter familiar emprenden en edades más tardías que los emprendedores generales, pues en su mayoría, estos últimos se corresponden con personas de entre 35 y 44 años (29,47%).

La población emprendedora familiar más joven, de entre 18 y 24 años de edad ha disminuido significativamente, entre los años 2018 y 2021. En la época pre-COVID, el colectivo de los emprendedores familiares más jóvenes suponía el 7,14% de la TEA familiar, pasando a tener una representación del 4,16% en el año 2021. Un hecho reseñable es que este escaso y joven emprendimiento no se traduce finalmente en una maduración efectiva del negocio, pues en las empresas consolidadas, los jóvenes de la muestra no llegan a representar las mismas cifras que en la ratio TEA.

Distribución por nivel educativo

El capital humano es otro factor clave en el proceso emprendedor. En este estudio, el capital humano está medido a través del nivel educativo declarado por el entrevistado. En cuanto a los emprendedores familiares, estos tienen, en promedio, menores niveles de estudios superiores (postgrado y educación superior) que el emprendedor general (15,86% y 35,03% frente al 17,79% y 37,61% respectivamente).

Distribución por sexo

Si consideramos el sexo de los encuestados, existen ciertas diferencias en el proceso emprendedor. En la muestra analizada, el género que predomina en las iniciativas familiares emprendedoras es el femenino (52,90%). Las emprendedoras familiares españolas son mayoritarias con respecto al género masculino, el cual representa el 47,10%. Esto coincide con lo que ocurre en el emprendimiento no familiar, pues son también las mujeres las que llevan a cabo más iniciativas emprendedoras que los hombres. Sin embargo, este predominio femenino no se manifiesta en los empresarios familiares ya consolidados, pues representan el 43,80% (frente al 56,20% masculino). Estos resultados podrían indicar que las mujeres españolas consideran en mayor medida la opción de emprender, y una vez que lo han hecho, la consolidación de sus empresas tiene mayores dificultades, en comparación con la trayectoria de los negocios emprendidos por hombres.

Tabla 1

Características sociodemográficas de los emprendedores familiares y no familiares, 2021

Distribución por	Familiar		No familiar	
	TEA (%)	Consolidados (%)	TEA (%)	Consolidados (%)
Edad				
18-24 años	4,16	0,62	5,97	0,50
25-34 años	18,64	4,51	21,76	4,46
35-44 años	26,57	20,51	29,55	16,63
45-54 años	31,86	38,67	27,73	34,35
55-64 años	19,14	35,69	15,22	44,24
Nivel educativo				
Sin estudios	0,89	1,27	0,81	1,24
Primaria	12,82	18,49	10,18	18,27
Secundaria	35,15	37,49	33,08	36,89
Superior	35,03	35,16	37,61	34,95
Postgrado	15,86	7,81	17,79	8,29
Sexo				
Hombre	47,10	56,20	49,93	56,70
Mujer	52,90	43,80	50,07	43,30

Fuente: elaboración propia con datos GEM 2021.

Características de las iniciativas emprendedoras familiares en función del sexo

Para completar el análisis, se analiza con detalle otras características del perfil femenino que ha puesto en marcha iniciativas en su fase de etapa inicial (TEA). La Tabla 2 analiza la distribución de sexo por edad, por nivel educativo, por sector y por creación de empleo dentro del ámbito familiar.

Las mujeres que emprenden en negocios familiares tienen de media menos años que los hombres. Las mujeres de entre 55-64 años y 45-54 años emprenden en menor medida que los hombres en ese mismo tramo de edad y, por el contrario, lo hacen más en el de 35-44 y 25-34 años. Por

otra parte, en el tramo de edad más joven, de 18 a 24 años, los hombres emprenderían más que las mujeres. Con respecto a las emprendedoras no familiares, estas últimas presentan una edad media inferior a las emprendedoras de carácter familiar.

En cuanto al nivel de formación, la distribución según sexo también presenta diferencias a la hora de poner en marcha iniciativas emprendedoras. Las mujeres emprendedoras en negocios familiares cuentan con mayores estudios de postgrado que los hombres (19,35% frente al 13,71%), y menores niveles de estudios inferiores (sin estudios y primaria). Con respecto a las emprendedoras no familiares, las que apuestan por desarrollar iniciativas de carácter familiar cuentan con menores niveles de estudios superiores (superior y postgrado), y con un mayor peso de estudios de niveles primarios.

Según el ámbito sectorial, se evidencia que los negocios familiares puestos en marcha por mujeres se ubican de manera mayoritaria en el sector de servicios de consumo (56,04%), seguidos de los servicios orientados a empresas (27,11%), industria (15,38%) y sector extractivo (3,30%). Por su parte, las iniciativas masculinas tienen menor presencia que las generadas por mujeres en los servicios de consumo (42,71%), y una mayor presencia en el sector servicios (36,95% frente al 27,11% femenino). Las emprendedoras familiares emprenden en más iniciativas de consumo que las emprendedoras no familiares (52,50%), y menos en el sector extractivo (4,88%).

No obstante, las empresas familiares creadas por mujeres muestran una orientación a la innovación en tecnologías o producción menor a las de hombres, en cualquiera de las etapas del proceso emprendedor. Del total de iniciativas familiares emprendedoras que innovan en España, el 41,40% se corresponden con empresas creadas por mujeres (58,60% en el caso de los hombres). Por otro lado, de los negocios familiares ya establecidos que innovan, el 45,02% son propiedad de mujeres, y el 54,98% de hombres. Por tanto, el género masculino es el que lidera la innovación, tanto en iniciativas familiares emprendedoras, como consolidadas. Además, las emprendedoras familiares innovan, en promedio, menos que las no familiares (47,24%).

Por último, en cuanto a la creación de empleo futuro, en España, las iniciativas familiares lideradas por mujeres tienen menos expectativas que los hombres en cuanto a la creación de empleo en los próximos cinco años (el 37,62% frente al 62,38% de los hombres), y también menos expectativas que las emprendedoras no familiares, de las cuales el 54,67% espera contratar por lo menos un empleado en los próximos cinco años.

Tabla 2

Características sociodemográficas de los emprendedores familiares y no familiares, según sexo, 2021

Distribución por	Familiar (% TEA)		No familiar (% TEA)	
	Mujeres (%)	Hombres (%)	Mujeres (%)	Hombres (%)
Edad				
18-24 años	2,62	5,61	5,01	7,05
25-34 años	20,71	16,58	25,84	17,75
35-44 años	27,86	24,87	30,11	26,70
45-54 años	31,43	32,09	27,10	28,46
55-64 años	16,90	21,39	12,42	18,13
Nivel educativo				
Sin estudios	0,54	1,08	0,87	0,88
Primaria	14,78	12,63	8,90	11,58
Secundaria	33,87	40,59	33,50	32,74
Superior	37,63	33,65	38,01	36,77
Postgrado	13,71	19,35	18,69	18,01
Sector de actividad				
Consumo	56,04	42,71	52,50	39,29
Servicios	27,11	36,95	28,63	36,61
Transformador	15,38	14,92	13,99	20,03
Extractivo	3,30	5,42	4,88	3,95
Expectativas creación empleo	37,62	62,38	54,67	45,33
Innovación en tecnología o producción	41,40	58,60	47,24	52,76

Fuente: elaboración propia con datos GEM 2021.

3. Discusión y conclusiones

El presente estudio aporta evidencias sobre la naturaleza y características de las empresas familiares en España, distinguiendo entre iniciativas que surgen del emprendimiento de aquellas que ya están en un estadio más consolidado. También se ha realizado una comparativa con las empresas que no adoptan este carácter familiar, para ver las principales diferencias y en qué se particularizan las que sí lo son. Con datos del *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), se ha realizado un análisis descriptivo para 2021 del panorama de la empresa familiar en España.

Si hablamos de la primera fase del emprendimiento, en el año 2021, la intención de involucrar a la familia por parte de aquellas personas que tenían pensado poner en marcha un negocio en los próximos 3 años fue elevada. En este sentido, el 73,44% de los encuestados declaró contar con la futura participación de sus familiares bajo la figura de copropietarios, y un 77,37% bajo la figura de coadministrador. Si estas cifras se comparan con respecto al año 2018, se observa que antes del COVID-19 no existía tanto propósito de hacer partícipe a la familia en futuros negocios, por lo que la salida de la pandemia pudo haber constituido un estímulo a la hora de forjar mayores lazos con la familia, y que se cuente más con ella a la hora de iniciar futuros negocios.

En cuanto al emprendimiento familiar efectivo, en el año 2021, el 86,37% de los empresarios manifestó que su familia había participado en el inicio del negocio con una figura de copropietario y/o coadministrador. La forma más común de emprendimiento es la cogestión y copropiedad del negocio con la familia, la cual puede conceptualizarse como la forma más fuerte de empresariado familiar. Dicha forma de emprendimiento supondría el 78,35% de la TEA total familiar. En cuanto a la generación de empleo, más de la mitad de los emprendedores esperan contratar a más de cinco nuevos empleados en los próximos cinco años. La mayoría de los negocios familiares que emprenden están orientados a servicios de consumo (44,76%) y predominan las figuras de los negocios que tienen de 1 a 5 empleados (43,39%) y el autoempleo (49,72%). De estas iniciativas emprendedoras, el 11% no contempla nuevas contrataciones en los próximos cinco años y casi el 19% manifiesta una total incertidumbre acerca de este tema. La mayoría de las iniciativas son pequeñas y de bajo nivel tecnológico, y no muy orientadas a la innovación. De hecho, el 66,79% de los emprendedores familiares manifestó no innovar en productos/servicios en su empresa, y el 66,49% tampoco innovaba en procesos.

Analizando el perfil del emprendedor familiar, la mayoría de los emprendedores familiares son personas de entre 45 y 54 años y con formación en estudios secundarios. En lo que respecta a las tasas de participación por sexo, las emprendedoras familiares (52,90%) son mayoritarias con respecto al sexo masculino (47,10%), y las mujeres que más emprenden son aquellas con edades comprendidas entre los 45 y 54 años (31,43%). Sin embargo, son las mujeres emprendedoras las que menos innovan (41,40%) y las que menos expectativas de empleo generan (37,62%), a diferencia de los hombres (58,60% y 62,38% respectivamente).

Estos resultados son de especial relevancia, dado que, las familias desempeñan un papel clave en la creación de empresas y, por tanto, de empleo. En este sentido es fundamental apoyar las iniciativas y la sostenibilidad empresarial de las familias. Asimismo, conocer el perfil del emprendedor familiar puede facilitar el diseño de incentivos al emprendimiento. Además, tal y como se ha visto en este estudio, centrarse en la familia puede aumentar las tasas de actividad empresarial y la sostenibilidad de los negocios en curso, ya que las familias aportan mayor confianza, capital, esfuerzo y recursos para la creación y el desarrollo empresarial.

Referencias

- 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. [https://doi.org/10.1016/s0883-9026\(03\)00011-9](https://doi.org/10.1016/s0883-9026(03)00011-9)
- Arteche, J., & Rementeria, S. (2012). *La empresa familiar y el emprendimiento—Family business and entrepreneurship*.
- Bernadich, M., & Urbano, D. (2013). Creación y desarrollo de empresas familiares: Una revisión de literatura desde el enfoque institucional. En V. Fernandez, *Nuevas investigaciones sobre la gestión de la empresa familiar en España* (1st ed., pp. 11-44). *OmniaScience*. <https://doi.org/10.3926/oms.13>
- Block, J. (2010). Family Management, Family Ownership, and Downsizing: Evidence from S&P 500 Firms. *Family Business Review*, 23(2), 109-130. <https://doi.org/10.1177/0894486509360520>
- 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. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2011.03.002>
- Deloitte. (2019). *Encuesta Global de Empresas Familiares*. Deloitte Spain. <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/about-deloitte/articles/encuesta-global-empresa-familiar.html>

- Gutiérrez Olvera, S. (2018). Emprendimiento en las empresas familiares / Entrepreneurship in family businesses. *RICEA Revista Iberoamericana de Contaduría, Economía y Administración*, 4(7), 163. <https://doi.org/10.23913/ricea.v4i7.119>
- Instituto de la Empresa Familiar. (2022). El poder regenerador de la Empresa Familiar. *Instituto de la Empresa Familiar*. <https://www.iefamiliar.com/publicaciones/el-poder-regenerador-de-la-empresa-familiar/>
- Instituto de la Empresa Familiar. (2023a). La Empresa Familiar. *Instituto de la Empresa Familiar*. <https://www.iefamiliar.com/la-empresa-familiar/>
- Instituto de la Empresa Familiar. (2023b). Cifras empresa familiar. *Instituto de la Empresa Familiar*. <https://www.iefamiliar.com/la-empresa-familiar/cifras/>
- Kelley, D., Gartner, W., & Allen, M. (2020). *GEM Global Entrepreneurship Monitor*. GEM Global Entrepreneurship Monitor. Recuperado 27 de abril de 2023, de <https://www.gemconsortium.org/report/20192020-global-entrepreneurship-monitor-gem-family-entrepreneurship-report-2>
- Le Breton-Miller, I., Miller, D., & Lester, R. H. (2011). Stewardship or Agency? A Social Embeddedness Reconciliation of Conduct and Performance in Public Family Businesses. *Organization Science*, 22(3), 704-721. <https://doi.org/10.1287/orsc.1100.0541>
- Licht, A. N., & Siegel, J. I. (2005). The Social Dimensions of Entrepreneurship (SSRN Scholarly Paper N.º 824844). <https://papers.ssrn.com/abstract=824844>
- Mungai, E., & Velamuri, S. R. (2011). Parental Entrepreneurial Role Model Influence on Male Offspring: Is it Always Positive and when does it Occur? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(2), 337-357. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00363.x>
- Nuez, M. J. A., & Górriz, C. G. (2008). El emprendedor y la empresa: Una revisión teórica de los determinantes a su constitución. *Acciones e Investigaciones Sociales*, 26, Art. 26. https://doi.org/10.26754/ojs_ais/ais.200826332
- Peña, I., Guerrero, M., González-Pernía, J. L., & Montero, J. (2020). *Global Entrepreneurship Monitor. Informe GEM España 2019-2020*. Editorial de la Universidad de Cantabria. <https://doi.org/10.22429/euc2020.024>
- Red GEM de España. (2021). Informes Nacionales. *GEM España*. <https://www.gem-spain.com/informes-nacionales/>
- Zahra, S. A. (2005). Entrepreneurial Risk Taking in Family Firms. *Family Business Review*, 18(1), 23-40. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2005.00028.x>

Sobre los autores

BERTA RIVERA. Universidade da Coruña, Facultad de Economía y Empresa, Departamento de Economía Aplicada. Catedrática de Economía Aplicada y Directora de la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de A Coruña. <https://orcid.org/0000-0002-0687-9883>

University of A Coruña, Faculty of Economics and Business, Applied Economics Department. Professor of Applied Economics and Director of the Chair of Family Business at the University of A Coruña. <https://orcid.org/0000-0002-0687-9883>

SABELA SIABA. Universidade da Coruña, Facultad de Economía y Empresa, Departamento de Economía Aplicada. Profesora Asistente de Economía Aplicada, doctoranda en el Programa de Análisis Económico y Estrategia Empresarial de la Universidad de A Coruña y, ayudante de investigación en la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de A Coruña. <https://orcid.org/0000-0002-1341-1736>

University of A Coruña, Faculty of Economics and Business, Applied Economics Department. Assistant of Applied Economics, PhD student in the Program of Economic Analysis and Business Strategy at the University of A Coruña and research assistant in the Chair of Family Business at the University of A Coruña. <https://orcid.org/0000-0002-1341-1736>

BRUNO CASAL. Universidade da Coruña, Facultad de Economía y Empresa, Departamento de Economía Aplicada. Profesor Ayudante Doctor y Responsable de Investigación de la Cátedra de Empresa Familiar de la Universidad de A Coruña. <https://orcid.org/0000-0003-4888-2527>

University of A Coruña, Faculty of Economics and Business, Applied Economics Department. Assistant Professor and Head of Research of the Chair of Family Business at the University of A Coruña. <https://orcid.org/0000-0003-4888-2527>