

EMPRENDIMIENTO Y EMPRESA FAMILIAR



Encuentros con la Cátedra de la Empresa Familiar

Pilar Ortiz García

► Profesora titular del departamento de Sociología de la Universidad de Murcia y miembro de la Cátedra de Empresa Familiar Mare Nostrum/UM-UPCT.

La Real Academia Española de la Lengua define el término emprendimiento como «la acción y efecto de emprender o acometer una obra». Como su propia definición sugiere, se alude a la fase inicial de una actividad, lo cual no quiere decir que la tradición o, más concretamente, la continuación de una empresa por otras personas o en ámbitos diferentes de una actividad

existente, no supongan todo o un cierto grado de emprendimiento.

Según Zachary (2013) esto viene a romper algunos mitos en torno a este tipo de empresas, a saber, una de estas creencias es la que sostiene que la familia y los negocios están separados. Sin embargo, frente a este supuesto, cabe oponer la realidad de que en las empresas familiares han existido siempre como elementos compatibles.

El segundo mito se basa en que los negocios empresariales son el único sistema que está orientado hacia los objetivos, destacando entre ellos la rentabilidad y la obtención de beneficios, una estrategia en la que la familia podría convertirse en un obstáculo. No obstante, algunas de las empresas más exitosas del mundo son empresas familiares. Por otra parte, las familias -integradas o no en los negocios-, son y han sido tradicionalmente unidades de obtención y administración de recursos.

El tercer mito hace alusión a que en la familia se desarrolla una «emocionalidad» que no existe dentro de la esfera empresarial. Sin embargo, los negocios son igualmente una fuente de emociones ¿qué son si no la ansiedad, la alegría (ante el éxito) o la frustración (ante el fracaso)?

A estos tres mitos habría que añadir un cuarto que considera la tradición -elemento característico de lo familiar- como un impedimento para el desarrollo de la iniciativa emprendedora. A esta idea habría que replicar que la familia juega un papel fundamental en la creación de nuevas empresas, y ello, por las razones que se exponen a continuación.

La primera razón es de índole económica. El Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2014, encuesta global que analiza de manera exhaustiva la actividad emprendedora y su relación con el crecimiento económico de los países, pone de manifiesto que uno de los pro-

blemas más significativos de los negocios, especialmente en su fase inicial, es encontrar financiación. La familia es una de las fuentes fundamentales de aportación de capital, junto a otras como los amigos o los 'business angels'. Gran parte de estas empresas surgen como resultado del aporte de capital familiar y acaban desarrollándose en el seno de la familia, sin la cual, posiblemente el negocio no vería la luz.

La segunda razón es que la familia no sólo ejerce como fuente de financiación, sino también como una «red social» en la que los contactos son clave. Estas redes operan no sólo facilitando el acceso a otras vías de financiación, sino también, posibilitando el crecimiento del negocio.

Por último, no debe obviarse a la familia como agente de socialización importante, tanto en las primeras etapas de la vida del individuo, como en su madurez. No en vano, en el ámbito familiar es donde se transmite el espíritu emprendedor que acompaña el inicio de los negocios y, en consecuencia, el germen del emprendimiento.