

Aspiraciones del microempresario familiar mexicano: un estudio exploratorio

Aspirations of the Mexican family microentrepreneur: an exploratory study

María Luisa Saavedra García¹, Pablo Daniel Palacios Duarte² y María del Rosario Cortes Castillo³

Fecha de recepción: 11 de noviembre de 2024

Fecha de aceptación: 27 de febrero de 2025

1 Nacionalidad: mexicana. Adscripción: Universidad Nacional Autónoma de México
 ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3297-1157> Correo: maluisasaavedra@yahoo.com

2 Nacionalidad: mexicana. Adscripción: Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
 ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3741-770X> Correo: pablo.palacios@correo.buap.mx

3 Nacionalidad: mexicana. Adscripción: Instituto Politécnico Nacional
 ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0931-620X> Correo: mrcortes@ipn.mx



LICENCIA:
Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional.
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Resumen

El objetivo es explorar la naturaleza del emprendedor familiar en México, particularmente de la mujer, evaluando los motivos para crear una empresa familiar, sus cambios, el género de la jefatura del hogar, las capacidades y el posible conflicto de emprender. Para tal propósito, se utilizaron tres muestras provenientes de la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH, 2016, 2018 y 2020) y se desarrolló un modelo econométrico de Heckit. Los hallazgos muestran una aspiración bajo un estilo de vida razonable para la familia, y con intención a desarrollar un modelo de negocios de crecimiento limitado que a largo plazo sea sostenible, viable y sin socios. El emprendedor familiar mexicano cuenta con un nivel educativo medio y una curva de experiencia basta que determina su acción de emprendimiento. Por su parte, la mujer muestra una orientación no basada en necesidad, y contraria al emprendimiento en falso o pasajero que se le adjudica, entendida que la fémina no tiene una verdadera vocación de negocios.

Palabras clave: Emprendedor, Empresa Familiar, Capital humano, Género, Microempresas.

Abstract

The aim is to explore the nature of the family entrepreneur in Mexico, evaluating the reasons for creating a family business, its changes, the gender of the head of the household, the capacities, and the possible conflict of undertaking. For this purpose, three samples from the National Household Income and Expenditure Survey (ENIGH, 2016, 2018 y 2020), and a Heckit econometric model was developed. The findings show an aspiration under a reasonable lifestyle for the family, and with the intention of developing a business model of limited growth that in the long term is sustainable, workable and without partners. The Mexican family entrepreneur has a medium educational level and a rough experience curve that figures out his entrepreneurial action. On her part, the woman shows an orientation not based on need, and contrary to false or temporary entrepreneurship that is awarded to her, understanding that the female does not have a true business vocation.

Keywords: Entrepreneur, Family Business, Human capital, Gender, Microenterprises.

Introducción

La investigación sobre la empresa familiar mexicana es crucial debido a su significativa contribución al Producto Interno Bruto (PIB), alcanzando un 90% (Birdthistle & Hales, 2023). Además, estas empresas ofrecen una capacidad ocupacional que contrarresta la baja calidad de los empleos en el mercado (Rueda & Rueda, 2019), y se destacan por la cantidad y diversidad de unidades económicas que representan (Delfín *et al.*, 2020; Gutiérrez *et al.*, 2018; Belausteguigoitia, 2013). En países como México, Chile y Argentina, las empresas familiares generan más del 75% del ingreso nacional y el 80% del empleo (Rueda & Rueda, 2019). Este fenómeno de creación de empresas, impulsado por iniciativas familiares, ha fomentado investigaciones que buscan entender las dinámicas y particularidades de este binomio empresa-familia (Marcelino *et al.*, 2020; Brito *et al.*, 2020; Borges *et al.*, 2016; Chua *et al.*, 2012). La mayoría de los estudios se han enfocado en la propiedad y gestión familiar (Hennar *et al.*, 2019). Montiel y Soto (2020) sugieren que la relación entre el emprendimiento y las pequeñas empresas se está convirtiendo en un tema emergente en la literatura.

Este trabajo analiza el proceso de emprendimiento, centrándose en sus características y comportamientos individuales (Van de Ven, 1993; Gartner, 1985). En el contexto del emprendimiento familiar, se examinan los factores clave que definen al emprendedor familiar mexicano y los motivos que impulsan su intención emprendedora. Además, se destaca cómo el entorno de la empresa familiar influye en la creación de una nueva generación de emprendedores (Montiel & Soto, 2020).

Existen varios puntos de intersección entre los campos de estudio del emprendimiento y la empresa familiar. Por un lado, la dinámica emprendedora y sus acciones revelan elementos que permiten una mejor comprensión del desempeño familiar en el contexto empresarial. Por otro lado, la posibilidad de mantener el negocio y asegurar su supervivencia futura constituye un contexto de influencia donde se puede desarrollar la acción empresarial, considerando la superposición entre ambos campos de investigación (Chua *et al.*, 2012; Dyer & Handler, 1994). En las bases teóricas de la empresa y la familia, hay un amplio debate conceptual y metodológico debido a la existencia de diversas corrientes que formulan distintas maneras de identificarlas y cuantificarlas como una forma de emprendimiento social y económico (Marcelino *et al.*, 2020; Alvarado *et al.*, 2018).

Este estudio examina la naturaleza del emprendedor familiar en México, con especial atención a las mujeres. Se investigan las motivaciones para crear una empresa familiar, las posibles transformaciones en la dinámica familiar, el género de la jefatura del hogar, las capacidades emprendedoras y los probables conflictos asociados al emprendimiento. Al centrarse en las familias emprendedoras, se identifica la intención empresarial familiar hacia una colaboración conjunta para incrementar el patrimonio familiar a través de la creación de valor empresarial (Uhlener *et al.*, 2012; Berent & Uhlener, 2012). El presente trabajo está organizado de la siguiente manera: la primera sección, presenta la revisión de la literatura sobre la empresa familiar y el emprendimiento, para describir al emprendedor familiar mexicano. La segunda sección presenta la propuesta metodológica y tratamiento por la procedencia de los datos. La tercera, proporciona los hallazgos y discusión y la cuarta, última, son las conclusiones, limitantes y nuevas líneas de investigación.

1. Revisión de la Literatura

Uhlener *et al.* (2012) destacan una notable divergencia en la definición de empresa familiar (EF) y en los resultados reportados en la literatura sobre emprendimiento familiar. Esta discrepancia se debe a que algunos estudios solo requieren que más del 50% de la propiedad de la empresa esté en manos de una familia, mientras que otros exigen que las empresas se autodefinan explícitamente como empresas familiares. Existe una necesidad constante y cuantitativa en el ámbito del emprendimiento para explicar y detectar los factores que influyen en el éxito de las empresas, con el fin de comprender cómo las empresas familiares se adaptan y evolucionan a lo largo del tiempo (Montiel & Soto, 2020), lo que se conoce como la teoría de la perspectiva evolutiva.

La relación entre género, emprendimiento y empresa familiar es compleja, multidisciplinaria y de creciente relevancia (Gashi, 2024; Akhmedova *et al.*, 2020). Las mujeres emprendedoras en el ámbito familiar enfrentan obstáculos específicos, como el acceso limitado a actividades económicas y los estereotipos de género. Sin embargo, a menudo desarrollan empresas innovadoras. Comprender su contribución en el liderazgo de las empresas familiares proporciona una orientación valiosa (Gashi, 2024; Ratten *et al.*, 2018). El término 'empoderamiento de la mujer' describe los procesos mediante los cuales quienes han sido privados de la capacidad de tomar decisiones adquieren dicha capacidad (Kabeer, 2005, p. 13).

Es razonable suponer que el emprendedor familiar busca generar ganancias, pero también tiene un propósito de contingencia con su familia (teoría de la mayordomía) y se preocupa por mantener el buen nombre de la empresa, la sostenibilidad y la sucesión, respondiendo oportunamente a eventos críticos (teoría marginalista). La intención emprendedora, entendida como el compromiso de crear un nuevo negocio, ha sido ampliamente analizada (Rosado *et al.*, 2024). Además, la orientación emprendedora se enfoca en la empresa y su estrategia, que implica innovación, proactividad y asunción de riesgos para lograr un crecimiento a largo plazo (Wales *et al.*, 2021).

La intención emprendedora puede estar influenciada por factores como la tradición, las expectativas y el deseo del emprendedor y su familia, mientras que la orientación emprendedora puede verse afectada por la presencia de miembros familiares, el liderazgo, la aversión al riesgo y el deseo de preservar el patrimonio familiar (Randolph & Memili, 2023; Rosado *et al.*, 2024). En resumen, la intención y la orientación emprendedoras son conceptos distintos pero relacionados que resultan fundamentales para comprender el contexto del emprendimiento familiar. La intención emprendedora se refiere al compromiso individual de crear un nuevo negocio, mientras que la orientación emprendedora alude a la estrategia y cultura familiar.

El emprendimiento en el ámbito de la empresa familiar es una línea de investigación importante pero poco estudiada. Este trabajo aborda la motivación para la creación de empresas, deseable y viable, en el contexto de la familia mexicana, planteando preguntas esenciales como: ¿Qué razón impulsa el emprendimiento? ¿Cuál es el arquetipo del emprendedor familiar mexicano? ¿Qué dimensiones empresariales determinan el contexto del emprendimiento familiar en México? ¿Qué características identifican al emprendedor familiar? Estas preguntas buscan generar nueva información sobre el emprendedor familiar en México.

Tanto la teoría de la mayordomía como la teoría de la agencia se centran en comprender cómo los seres humanos pueden ser motivados a emprender en el seno de la familia (Chrisman, 2019). Estas teorías disipan el conflicto de interés entre el individuo y la organización (la familia), aunque existe variabilidad en los grados de conflictos de interés debido a la heterogeneidad de las familias. Sin embargo,

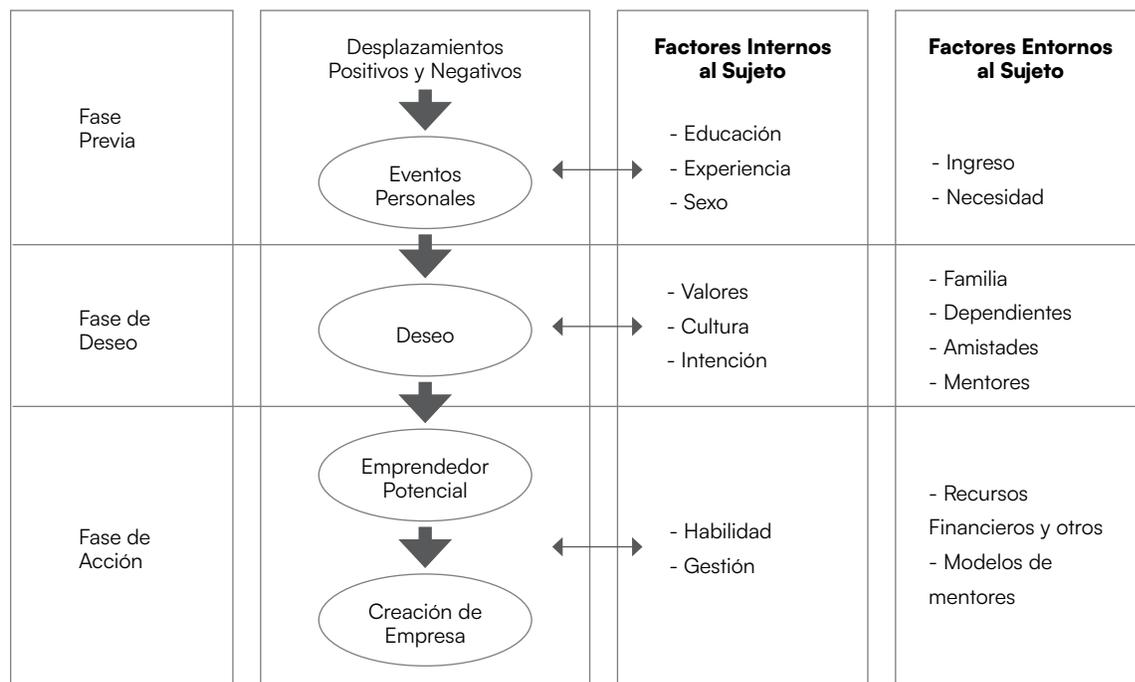
Berent y Uhlener (2012) demuestran que existe un interés compartido entre el crecimiento y la preservación del patrimonio familiar, lo cual constituye una característica clave del emprendedor familiar. Esto implica que, en gran medida, la familia determina la intención y orientación emprendedora.

Shapero y Sokol (1982) introdujeron el término ‘desplazamiento’ para describir el cambio de rumbo que motiva el posible surgimiento de un nuevo emprendedor [familiar]. Este cambio puede resultar de desplazamientos positivos o negativos, internos o externos. Un acontecimiento, como el apoyo financiero, el buen funcionamiento de la economía o el emprendimiento en un entorno familiar, puede generar un desplazamiento positivo. Adicionalmente, existen factores internos que alteran la trayectoria del emprendedor, como el nivel educativo, la edad o la experiencia.

Por otro lado, los factores externos, como la pérdida del empleo, pueden ser considerados los principales desplazamientos [negativos]. La búsqueda del logro de un deseo y la viabilidad del emprendimiento actúan recíprocamente (Shapero & Sokol, 1982), es decir la intención y la orientación. Desde la perspectiva familiar, el deseo y la viabilidad estratégica son factores clave para el potencial de creación de una empresa, determinados por la disponibilidad de recursos y capacidades del líder (González *et al.*, 2021).

Shapero y Sokol (1982) propusieron tres fases en su teoría de creación de empresas. La primera fase, previa al emprendimiento, está definida por acontecimientos positivos o negativos que experimenta el emprendedor. La segunda fase está determinada por el deseo, formado por circunstancias como la familia, las amistades y la cultura. La última fase es la acción, que agrupa factores como la existencia de recursos financieros, humanos y técnicos, entre otros (viabilidad estratégica). Otro aporte sobre la creación de empresas, desde la sociología, destaca que los individuos de alta capacidad son culturalmente alentados a iniciar empresas donde los miembros de la familia pueden emplearse y compartir directamente las ganancias (Licht & Siegel, 2006), subrayando el valor de la familia sobre el deseo.

Figura 1. Factores internos y externos al emprendedor



Fuente: Elaborado propia con base en Shapero y Sokol (1982).

Según Laouiti *et al.* (2022), la intención emprendedora está influenciada por la conciencia, que implica voluntad, persistencia y motivación para lograr objetivos (necesidad de logro), así como ser trabajador y tener una mayor apertura a la experiencia. Asimismo, la búsqueda de una carrera empresarial se asocia con niveles más altos de extraversión y estabilidad emocional, consideradas claves en la personalidad del emprendedor (Yeh *et al.*, 2020).

En cuanto a la orientación emprendedora, los factores clave son el liderazgo y la flexibilidad o capacidad de adaptarse a los cambios del entorno, ajustando tanto las estrategias como los recursos disponibles para la empresa (Hensellek *et al.*, 2023). El emprendedor, en su rol de jefe de familia, puede influir en la intención emprendedora de los miembros de la familia mediante la transmisión de valores, normas y conocimientos relacionados con el emprendimiento (Rosado *et al.*, 2022).

Además, puede fomentar un contexto cohesivo y un liderazgo inclusivo centrado en la familia, lo que facilita la creación de la empresa familiar. Es decir, un líder enfocado en el emprendimiento puede motivar a los miembros de la familia a iniciar nuevos negocios independientemente de la empresa familiar existente (Orozco, 2024). Sin embargo, la búsqueda de recursos (Rosado *et al.*, 2022) y el deseo de preservar el patrimonio familiar pueden influir en la intención del líder y en la orientación estratégica de la empresa familiar (Randolph & Memili, 2023). Por lo tanto, el contexto y la cultura familiar del emprendedor o jefe de familia pueden ser factores facilitadores (Rosado *et al.*, 2022).

Molina *et al.* (2016) explica que las empresas familiares se caracterizan por ser comúnmente dirigidas por sus propietarios (jefes de familia), lo que las hace propensas a la concentración y a la interferencia de índole familiar en la toma de decisiones. Esto puede constituir un grave obstáculo para la óptima gestión financiera y comercial, ya que los éxitos y fracasos afectan directamente a la familia en términos de recursos, patrimonio y propiedad. Si bien estas empresas, en su mayoría pymes, son más flexibles para adaptarse a cambios bruscos en su entorno, con frecuencia tienen dificultades para anticiparse a eventos debido a que no monitorean sus tendencias y carecen de la información necesaria (Molina *et al.*, 2016).

Por otro lado, Heredia y Erazo (2021) destacan en los emprendimientos familiares el valor que poseen los conocimientos y habilidades, como la experiencia y el rol de la familia, que tienden a ser impulsores en respuesta al desempleo. Asimismo, Canales *et al.* (2017) señalan que la creación de una empresa configura un mecanismo que potencializa la inserción exitosa en el mercado. Sin embargo, la investigación sobre la actividad emprendedora constituye aun una tarea compleja debido a la carencia de un esquema cuantitativo y cualitativo universalmente aceptado.

Entonces, la investigación del emprendedor familiar requiere un análisis profundo que utilice los elementos esenciales que lo definen—propiedad, familia y empresa—para generar marcos de referencia en el análisis comparativo de las empresas familiares (Samara, 2021). Existe consenso en torno a ciertas características básicas que las identifican: la composición del capital de propiedad familiar, la gestión influenciada por los miembros de la familia y los objetivos económicos que persigue esta organización productiva (EF), lo que la diferencia de otros emprendimientos.

En cuanto, a los motivos para emprender se pueden clasificar por oportunidad (“pull”) o por necesidad (“push”) (Yalcintas *et al.*, 2023; Romero & Milone, 2016; Lohest, 2011). Es decir, hay una dualidad en la creación de nuevos negocios: una basada en la oportunidad, donde el emprendedor es atraído por beneficios materiales e inmateriales (Balachandran & Sakthivelan, 2013; Morrison, 2006); y otra basada en la necesidad, donde el emprendimiento surge porque el individuo no encuentra lo que busca en el mercado laboral (Amorós & Bosma, 2014; Uhlaner & Thurik, 2009).

Martínez *et al.* (2023) encontraron que la intención emprendedora es producto del fomento de una cultura entre los miembros de la organización, como en una familia, donde se aprenden los aspectos positivos de desarrollar y emprender ideas de negocio. Estos autores ilustran al emprendedor con el ideal aspiracional de “ser independiente o autónomo de su empleador actual”, situándolo en un punto medio entre las teorías “pull” y “push”. Jiang *et al.* (2024) ha informado que las actitudes hacia el crecimiento, como la sensación de control y la preocupación por el riesgo, son determinantes clave de las decisiones de los emprendedores familiares, además de los recursos.

Mientras que la visión schumpeteriana, que asocia el emprendimiento con la innovación y la búsqueda de mejores condiciones de vida, el emprendimiento familiar mexicano parece estar motivado por la supervivencia. La habilidad del emprendedor familiar se centra en identificar y alcanzar metas, así como en obtener recursos que se alineen con el esfuerzo colectivo de la familia, lo cual es típico en empresas de pequeña escala enfocadas en la subsistencia, por lo cual se desprenden las hipótesis siguientes:

H1i: El emprendimiento familiar en México, particularmente entre las mujeres, está caracterizado por una intención motivada por la **necesidad** (*push*), que impulsa el proceso de creación de empresas

H1a: El emprendimiento familiar en México, especialmente entre las mujeres, se identifica con un **desplazamiento positivo** (*pull*), motivado por el deseo de mejorar las condiciones de vida o aprovechar oportunidades, y no como reacción a un entorno desfavorable.

Estas hipótesis buscan determinar si el emprendimiento familiar femenino en México está predominantemente impulsado por factores de necesidad o de oportunidad. De este modo, se facilita su análisis y comparación en estudios posteriores.

2. Método y modelo de estimación

Se utilizó la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) que es realizada por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) de México, la cual adicionalmente, recaba información sobre las características ocupacionales y sociodemográficas. Esta recolección de datos se realiza con una periodicidad bienal, con una cobertura geográfica nacional y la unidad de observación es el hogar, la vivienda y los integrantes del hogar. De la ENIGH se obtuvieron 3 muestras distintas, delimitando la información a los sectores de trabajo no agrícola (INEGI, 2017, 2019, 2021) (véase tabla 1).

Tabla 1. Diseño estadístico y características y tamaño de la muestra

ítem	Descripción
Tamaño de la muestra de la ENIGH	Unidad: Número de hogares o viviendas encuestadas En 2016: 81 mil 515 En 2018: 87 mil 826 En 2020: 105 mil 483
Objetivo	Identificar hogares constituido por un número variable de miembros, que en su mayoría conviven en un mismo lugar, entendidos como familia (Ampudia, 2020).
Criterios	Extraer datos de aquellos jefes de familia que declararon remuneraciones superiores al 75% del ingreso independiente y que su periodo de inicio de actividades fue en este año.

(continúa...)

(...continúa)

Ítem	Descripción
	De las variables propias del ENIGH, identificar hogares con ingreso real independiente o negocio (se utilizó índice de precios implícitos 2013=100). Variables:
Primer paso	<i>Ingtrab</i> Ingreso por trabajo que consiste en la suma del ingreso obtenido por trabajo, subordinado o asalariado, como independiente y de otros trabajos. Variable Y.
	<i>Negocio</i> Ingreso que constituye los ingresos por trabajo independiente por todas aquellas entradas en efectivo o en especie que los integrantes del hogar reciben regularmente, por su desempeño como trabajadores independientes en su trabajo principal o, si es el caso, en su trabajo secundario.
Segundo paso:	Criterio para desagregar los datos a partir de la ratio $\text{Negocio} / \text{Ingtrab} > 0.75$ o 75%. Obteniendo los registros de hogares o viviendas mexicanas con ingreso independiente o negocio.
Tamaño de la muestra desagregada	Unidad: Número hogares o viviendas encuestadas que tienen ingresos independientes. Em 2016; 8,376 viviendas En 2018; 9,101 viviendas En 2018; 11,197 viviendas.

Fuente: Elaboración propia.

Una restricción inicial se origina en la recolección de las muestras desagregadas de la ENIGH, las cuales no derivan de un muestreo aleatorio de probabilidad. Identificando un sesgo de selección que puede alterar los resultados; sin embargo, la aplicación de la corrección de Heckman, también denominada método de dos etapas, lambda de Heckman o método Heckit, junto con sus posteriores mejoras (Mincer, 1974; Figueroa *et al.*, 2012), aborda esta limitación.

2.1 Variable de selección

La variable de interés Emprendedor se creó para identificar a los sujetos que iniciaron actividades económicas durante el año, reflejando su intención de emprendimiento familiar. La variable se codificó como uno (1) si el jefe de familia inició actividades de forma independiente en el año, y como cero (0) en caso contrario. Se utilizó la variable Periact de la base de datos de la ENIGH para su construcción, aplicando la corrección de Heckman.

La probabilidad estimada de la variable de selección en el modelo Probit se incorporará a la regresión salarial como la variable λ (lambda), actuando como la variable independiente. El individuo se caracteriza como una persona independiente, jefe de familia y hogar, que ha iniciado actividades económicas. La variable de interés es dicotómica, con valores de 0 o 1, expresada como una probabilidad con distribución dada por la función de distribución acumulada de la normal estándar. Donde, Φ es la función de distribución acumulada de la normal estándar, X_i representa el vector de variables independientes y β_i son los coeficientes estimados del modelo.

$$P(\lambda=1) = Pr(\mu > -\sum_{i=0}^i \beta_i X_i) = \Phi(BX) \quad [1]$$

$$P(\lambda=0) = Pr(\mu \leq -\sum_{i=0}^i \beta_i X_i) = 1 - \Phi(BX) \quad [2]$$

$$(\lambda=1|X) = G(\beta_0 X_0 + \beta_1 X_1 + \dots + \beta_i X_i) = \beta_i \lambda_i \quad [3]$$

La λ modela la probabilidad de un emprendedor familiar como función de variables explicativas. Se modela la probabilidad de Emprendedor utilizando variables explicativas como género, nivel educativo, presencia de niños, total de integrantes con ingreso, porcentaje de ingreso subordinado, socios en el

hogar, estrato socioeconómico y tamaño de localidad. Se basa en estudios de Alvarado *et al.* (2018), Hennart *et al.* (2019), Martínez *et al.* (2023), Moreno *et al.* (2022) y Vargas y Oliva (2017). Los factores internos pueden influir en el jefe de hogar a ser un emprendedor familiar. Esto fue señalado por Shapero & Sokol (1982) y por Díaz *et al.* (2005).

La variable clase de hogar, *clase_hog*, ratifica la naturaleza familiar del emprendedor, es decir, el capital social familiar que se refiere a la funcionalidad familiar, la comprensión compartida y las relaciones interpersonales que la definen. (Díaz, 2015; Adler & Kwon, 2002; Nahapiet & Ghoshal, 1998). El control sobre la propiedad familiar se determina por las relaciones de poder familiar (Vial, 2019), identificado en la jefatura del hogar. La identificación del sistema familiar puede apoyar el entendimiento de la capacidad dinámica de una empresa familiar para crear, prorrogar o modificar su conjunto único de recursos.

2.2 Variable dependiente de la Regresión

Nuez y Górriz (2008) indican que el emprendedor se identifica como el agente que asume el riesgo de adquirir los medios de producción y estructurar la actividad económica, con la expectativa de obtener un beneficio económico. En consecuencia, la variable dependiente corresponde al ingreso mensual real por hora del jefe de hogar o familia, denominado *ln_ingreso*. Esta se deriva de la variable *Negocio*, expresada en valores mensuales reales, que representa el producto de las horas trabajadas por día [*HtrabDia*] y 21 días de trabajo (Molina *et al.*, 2016).

El modelo de regresión determina el ingreso real por hora del jefe familiar a partir de factores externos relacionados con el emprendimiento (Shapero & Sokol, 1982). Se consideran variables como tamaño de la empresa, tipo de actividad, categoría jurídica, número de establecimientos, ubicación, horas trabajadas y probabilidad de emprendimiento, siguiendo las condiciones de Heckman, Tobias y Vytlačil (2000, 2001).

$$\ln_ingreso = \beta_0 X_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 \dots \beta_i X_i + \beta_i \lambda_i + u_i \quad [4]$$

Donde X_i son variables explicativas, $X_0 = 1$ representa la constante, λ_i , es regresor adicional corrector del sesgo, β_i , son los parámetros obtenidos y u_i el término de error.

Se trabajará sólo con las variables que contiene la ENIGH, ya que no es un instrumento diseñado para conocer el emprendimiento o el mercado de trabajo en México. La técnica econométrica Heckit corrige el sesgo de selección al estimar ecuaciones salariales con la probabilidad obtenida en la variable latente λ , lo que facilita la obtención de datos más confiables.

3. Análisis e interpretación de los resultados

El agente de cambio es el emprendedor familiar quien decide en su organización u hogar, por lo cual se procuró encontrar los factores de cambio, que constituyen los fenómenos y oportunidades percibidos por el emprendedor que detona la acción de emprendimiento.

Los resultados descriptivos plasmados en la tabla 2, obtenidos a partir de las tres muestras sobre jefes de familia que perciben sus ingresos por trabajo primordialmente de forma independiente o negocio, identificadas como empresas familiares en México, considerando a aquellos jefes que iniciaron actividades en el año de aplicación de la encuesta, se obtuvieron 428 registros en el año 2016, 622 y 980 en los años 2018 y 2020, respectivamente. Dentro de este marco analítico se contaron (para la determinación de los factores que identifican al emprendedor familiar) con 17 variables independientes.

Los resultados muestran al emprendedor familiar con un grado la educativo con valores medios superiores a 5, identificando al emprendedor como un agente que cuenta con una formación de secundaria sin concluir como un fenómeno típico. No obstante, con relación a la experiencia en el emprendimiento (*exper_jefe*), se espera influya de manera positiva, pues se observa una tendencia a acumular más conocimientos en el mercado de trabajo, dado que en 2016 eran 35.16 años, aumentando su valor medio a 39.31 en 2018, y en 2020, alcanzó 38.09 años. En cuanto al género del emprendedor, se observa una presencia esencialmente masculina (tabla 2).

En lo referente a los incentivos, que forman parte del sistema de creación de la empresa, se encontró que la presencia de niños menores a seis años en el hogar (tanto en las muestras como los subgrupos de emprendedores), su registro medio es cercano a la unidad en los tres periodos. En lo correspondiente a la clase de hogar se observó que los registros medios son cercanos a dos que constituyen en hogares de tipo nuclear definidos como aquellos en el que al menos uno de los integrantes tiene parentesco con la jefa o el jefe del hogar, remarcando la naturaleza del emprendedor familiar. Sumariamente, no se observó que exista sociedad familiar donde al menos uno de los miembros en el hogar además de jefe sea responsable también de negocio (variable *socios*, valor medio próximo al 2, tabla 1). Un posible hallazgo sobre las características de la EF mexicana está determinado por quien ostenta el poder de familia que mayoritariamente es el hombre por lo que se presume que el poder del *pater familias*, define el conjunto de la familia donde lo que está dentro de la esfera de poder del padre es parte de la familia y lo que está fuera del alcance del poder paterno no lo es (Vial, 2019).

En este sentido los resultados descriptivos sitúan al emprendedor familiar mexicano, en un estrato socioeconómico medio bajo (*estra_socio*), caracterizándolo particularmente por necesidad, donde los investigadores coinciden que no aportan significativamente al crecimiento económico, pero ayudan a una economía cuando se presentan altas tasas de desempleo (Heredia & Erazo, 2021; Lohest, 2011).

Quizás, lo anterior se soporta al analizar al número de miembros generadores de ingresos en el hogar el subgrupo de emprendedores, la variable *percep_ing*, muestra en su media valores de 1.93, 2.19 y 2.01 en 2016, 2018 y 2020, respectivamente. Evidentemente, existe una tendencia a permanecer bajo en su ingreso por hora, a razón del inicio de la vida de una empresa familiar.

Al prestar atención al entorno empresarial que envuelve al emprendimiento familiar se encontró que el tipo de actividad económica es generalmente comercial. En lo que se refiere, al lugar donde desarrolla su actividad económica, este ha sido en su domicilio en cada periodo, y especialmente, el año 2020 por la crisis sanitaria. El tamaño empresarial ha estado entre 1 y 5 personas trabajadoras, ubicando al emprendedor familiar como un microempresario, coincidente con Canales et al. (2017), en lo referente a la ubicación primordialmente donde los emprendedores florecen, los resultados descriptivos, los ubican en comunidades poco pobladas, como lo determina la moda de la variable *tam_loc*, (4) correspondiente a localidades con menos de 2 500 habitantes, y esto se ratifica según se valora a sus registros medios.

Finalmente, otro resultado destacable fue la ausencia de contabilidad, probablemente debido a su dimensión (microempresa); así también, ratificando la naturaleza de estas organizaciones, poniendo el enfoque en tres elementos significativos que apoyan el concepto de EF: la propiedad, la administración y los objetivos (James 1999), la variable *clas_emp*, clase de empresa, ubica en su valor medio al emprendedor familiar mexicano como aquella persona independiente, proveniente de una familia nuclear.

Tabla 2. Estadísticos principales de muestra y subgrupo

2016. Estadísticos principales, e liminaron 2409 de una base de observaciones 1 — 8376. Grupo de Control, Empresas Familiares.

	sexo_jefe	educa_jefe	Exper_jefe	menores	socios	est_socio	percep_ing	HrtrabDia	tam_loc	clase_hog	IngSHog	lugact	tipoact	reg_cont	tam_emp	clas_emp	numesta	In_ingreso
Media	1.24	4.51	43.82	0.67	1.98	1.75	2.21	7.47	2.98	2.05	0.02	2.31	2.05	3.83	1.52	1.00	1.32	2.64
Des.Tip.	0.43	2.33	16.96	1.04	0.13	0.74	1.29	4.73	1.22	0.59	0.04	2.50	0.80	0.41	0.70	0.00	0.47	1.47
Mediana	1.00	5.00	38.00	0.00	2.00	2.00	2.00	8.40	3.00	2.00	0.00	2.00	2.00	4.00	1.00	1.00	1.00	2.82
Mínimo	1.00	1.00	5.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.20	1.00	1.00	0.00	0.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	-5.15
Máximo	2.00	11.00	87.00	7.00	2.00	4.00	10.00	27.00	4.00	5.00	0.25	9.00	3.00	4.00	11.00	3.00	3.00	8.73

2016. Estadísticos principales, usando las observaciones 1 — 611. Grupo con tratamiento. Emprendedor familiar.

Media	1.45	5.28	35.16	0.71	1.97	1.95	1.93	8.10	2.57	1.90	0.01	2.29	2.19	3.86	1.42	1.00	1.29	2.53
Des.Tip.	0.50	2.26	15.91	1.00	0.17	0.77	1.15	4.98	1.32	0.59	0.04	2.51	0.76	0.36	0.78	0.07	0.46	1.43
Mediana	1.00	6.00	32.00	0.00	2.00	2.00	2.00	8.00	3.00	2.00	0.00	3.00	2.00	4.00	1.00	1.00	1.00	2.62
Mínimo	1.00	1.00	5.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.40	1.00	1.00	0.00	0.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	-2.59
Máximo	2.00	11.00	84.00	4.00	2.00	4.00	6.00	25.20	4.00	3.00	0.24	9.00	3.00	4.00	10.00	2.00	2.00	7.79
Q1	2.00	4.00	23.00	0.00	2.00	1.00	1.00	4.00	1.00	2.00	0.00	1.00	2.00	4.00	1.00	Nd	1.00	1.69
Q3	2.00	6.00	47.00	1.00	2.00	2.00	2.00	11.20	4.00	2.00	0.00	5.00	3.00	4.00	2.00	Nd	2.00	3.38
Moda	2.00	6.00	32.00	0.00	2.00	2.00	1.00	9.60	4.00	2.00	0.00	1.00	3.00	4.00	1.00	Nd	1.00	Nd

2018. Estadísticos principales, eliminando 2601 de la base de 9101 y usando las observaciones 1 — 6500. Grupo de Control, Empresas Familiares.

	sexo_jefe	educa_jefe	Exper_jefe	menores	socios	est_socio	percep_ing	HrtrabDia	tam_loc	clase_hog	IngSHog	lugact	tipoact	reg_cont	tam_emp	clas_emp	numesta	In_ingreso
Media	1.25	4.61	44.16	0.64	1.99	1.72	2.17	8.14	3.03	2.05	0.01	1.00	2.08	3.83	1.52	1.00	1.34	2.52
Des.Tip.	0.43	2.38	17.11	1.01	0.12	0.75	1.26	4.37	1.22	0.61	0.05	0.00	0.80	0.42	0.76	0.00	0.49	1.49
Mediana	1.00	4.00	44.00	0.00	2.00	2.00	2.00	8.00	4.00	2.00	0.00	1.00	2.00	4.00	1.00	1.00	1.00	2.68
Mínimo	1.00	1.00	4.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.20	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	-5.55
Máximo	2.00	11.00	103.00	11.00	2.00	4.00	12.00	33.00	4.00	5.00	0.25	1.00	3.00	4.00	12.00	1.00	3.00	11.00

2018. Estadísticos principales, usando las observaciones 1 — 622. Grupo con tratamiento. Emprendedor familiar.

Media	1.34	5.17	39.31	0.76	1.98	1.86	2.19	8.25	2.86	2.06	0.02	1.00	2.12	3.85	1.52	1.00	1.36	2.44
Des.Tip.	0.47	2.42	17.10	1.01	0.14	0.75	1.33	4.75	1.23	0.62	0.05	0.00	0.79	0.38	0.85	0.00	0.48	1.38
Mediana	1.00	6.00	38.00	0.00	2.00	2.00	2.00	8.00	3.00	2.00	0.00	1.00	2.00	4.00	1.00	1.00	1.00	2.56
Mínimo	1.00	1.00	4.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.20	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	-2.19
Máximo	2.00	11.00	87.00	5.00	2.00	4.00	10.00	24.00	4.00	5.00	0.25	1.00	3.00	4.00	12.00	1.00	3.00	5.98
Q1	1.00	3.00	25.00	0.00	2.00	1.00	1.00	4.80	2.00	2.00	0.00	Nd	1.00	4.00	1.00	Nd	1.00	1.59
Q3	2.00	8.00	52.00	1.00	2.00	2.00	3.00	11.20	4.00	2.00	0.00	Nd	3.00	4.00	2.00	Nd	2.00	3.38
Moda	1.00	6.00	30.00	0.00	2.00	2.00	1.00	9.60	4.00	2.00	0.00	Nd	3.00	4.00	1.00	Nd	1.00	Nd

2020. Estadísticos principales, eliminando a 6516 registros de T1197 y usando las observaciones 1 — 4681. Grupo de Control, Empresas Familiares.

	sexo_jefe	educa_jefe	Exper_jefe	menores	socios	est_socio	percep_ing	HtrabDia	tam_loc	clase_hog	IngSHog	lugact	tipoact	reg_comt	tam_emp	clas_emp	numesta	In_ingreso
Media	1.26	4.79	44.54	0.58	1.99	1.75	1.94	7.95	2.98	2.07	0.01	1.00	2.07	3.79	1.55	1.00	1.35	2.66
Des.Tip.	0.44	2.39	17.05	0.94	0.12	0.75	0.99	4.31	1.23	0.62	0.05	0.00	0.80	0.43	0.74	0.00	0.49	0.02
Mediana	1.00	4.00	45.00	0.00	2.00	2.00	2.00	8.00	4.00	2.00	0.00	1.00	2.00	4.00	1.00	1.00	1.00	2.81
Mínimo	1.00	1.00	4.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.20	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	-4.82
Máximo	2.00	11.00	98.00	8.00	2.00	4.00	9.00	33.60	4.00	5.00	0.25	1.00	3.00	4.00	12.00	1.00	3.00	8.41

2020. Estadísticos principales, usando las observaciones 1 — 980. Grupo con tratamiento. Emprendedor familiar.

Media	1.38	5.62	38.09	0.73	1.98	1.96	2.01	7.60	2.58	2.12	0.02	1.00	2.19	3.81	1.51	1.00	1.27	2.50
Des.Tip.	0.48	2.47	17.04	0.97	0.13	0.79	1.00	4.47	1.29	0.66	0.05	0.00	0.76	0.42	0.82	0.00	0.45	1.48
Mediana	1.00	6.00	37.00	0.00	2.00	2.00	2.00	7.20	3.00	2.00	0.00	1.00	2.00	4.00	1.00	1.00	1.00	2.65
Mínimo	1.00	1.00	4.00	0.00	1.00	1.00	1.00	0.20	1.00	1.00	0.00	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	1.00	-4.44
Máximo	2.00	11.00	88.00	5.00	2.00	4.00	7.00	25.20	4.00	5.00	0.25	1.00	3.00	4.00	11.00	1.00	3.00	8.13
Q1	1.00	4.00	24.00	0.00	2.00	1.00	1.00	4.00	1.00	2.00	0.00	Nd	2.00	4.00	1.00	Nd	1.00	1.66
Q3	2.00	8.00	51.00	1.00	2.00	2.00	3.00	10.35	4.00	2.00	0.00	Nd	3.00	4.00	2.00	Nd	2.00	3.44
Moda	1.00	6.00	45.00	0.00	2.00	2.00	2.00	9.60	4.00	2.00	0.00	Nd	3.00	4.00	1.00	Nd	1.00	Nd

Des. Tip. Desviación típica. Q1 Primer Cuartil, Q3 Tercer Cuartil.

Fuente: Elaboración de propia.

3.2 Resultados del modelo econométrico y discusión

La tabla 2, muestra los resultados de la aplicación del modelo de Heckit, en primer término, se lograron tres ecuaciones salariales y de probit (Heckman, Tobias y Vytlacil, 2000 y 2001), para cada periodo. El proceso de análisis e interpretación de datos se realizó mediante tres mecánicas: 1) Según las ecuaciones, probabilidad y MCO, 2) Según la categorización de las variables explicativas de mayor significancia estadística, y, 3) Según los resultados atípicos que reflejan la diferencia entre periodos.

Recordando, la teoría del capital humano de un sujeto, entendido como los conocimientos, talentos, competencias, habilidades y destrezas que adquirió durante la formación educativa (escolaridad), y producto de acumular experiencia donde la característica elemental de este capital es que no se deprecia por hacer uso de él a lo largo de su vida económica, y su momento de retribución se lleva a cabo en su etapa laboral (Vargas & Oliva, 2017). Entendiendo que la variable experiencia, *exper_jefe*, representa el aprendizaje de las personas en términos de la edad. Adicionada, con su variable al cuadrado la lógica es que los ingresos y la motivación de emprender del individuo aumentarán hasta que sus rendimientos fueran decrecientes, es decir, llegará un momento en donde la productividad del sujeto empieza a decrecer y, por ende, sus ingresos como la posible acción de emprender a razón de su edad (Mincer, 1974). Sin embargo, el ingreso y acción del emprendedor aumenta a través de dos vías; educación y experiencia (teoría de capital humano).

La acumulación de experiencia tiene efectos significativos en la decisión de emprender, según la primera evidencia sobre el emprendimiento familiar. Se derivó la variable experiencia en un modelo Probit para comprender mejor la probabilidad de ser emprendedor familiar. La probabilidad alcanza su máximo años de experiencia específica y luego disminuye. En 2016, se estimaba que la experiencia mínima de para emprender negocios era de 8.4 años, cifra que disminuyó a 6.3 años en 2018 y 2020. Este descenso sugiere que, ante el posible incremento de las necesidades familiares y la menor experiencia, existen menos obstáculos para acceder al mercado de trabajo independiente, lo que aumenta la intención de emprender.

En México, el emprendimiento familiar, particularmente entre las mujeres al adicionar el efecto del género del líder doméstico [*sexo_jefe*], se caracteriza por una intención impulsada por la necesidad que propicia la creación de empresas, lo que respalda la hipótesis [H1]. Los individuos tienden a emprender en etapas más tempranas de la vida debido a la creciente demanda económica. Esta observación coincide con la práctica emprendedora en Colombia, motivada por la necesidad y la escasez de oportunidades laborales (Orozco, 2024).

La escolaridad no es un factor determinante para el emprendedor familiar, lo cual apoya la Hipótesis [H1], ya que no resultó significativa en las ecuaciones de probabilidad. En las regresiones salariales, la variable *educa_jefe* mostró resultados empíricos heterogéneos. Según la teoría del capital humano, un mayor nivel educativo debería conducir a ingresos más elevados. En 2018, se observó un aumento del 7.28% en el ingreso asociado a un incremento en el nivel educativo. Sin embargo, en la regresión salarial de 2020, un aumento en el nivel educativo resultó en una disminución del 8.46% en el ingreso.

Esta anomalía puede atribuirse a las alteraciones en las prácticas laborales tradicionales durante el confinamiento y la crisis sanitaria de la Covid-19. Es decir, la capacidad de remuneración en los sectores que emplean a individuos con mayores niveles educativos se vio reducida por las limitaciones impuestas por la pandemia. En tiempos de crisis, los individuos optan por emprender independientemente de su nivel educativo debido a las necesidades económicas crecientes y las limitaciones del mercado laboral. Por el contrario, el éxito de las mujeres emprendedoras chinas se ve influenciado significativamente por su experiencia laboral previa en áreas similares y su nivel educativo (Jiang et al., 2024).

Al centrarnos en la ecuación salarial de 2020, se observa que la variable experiencia y su cuadrado son significativas, infiriéndose un mínimo de 4.8 años de experiencia. En comparación con la experiencia promedio del emprendedor familiar, que es de 38.09 años (Tabla 2), esta brecha sugiere que la motivación del emprendedor mexicano podría deberse más a la necesidad que a la especialización o a modelos de emprendimiento más tecnificados basados en la oportunidad (Amorós & Bosma, 2014).

Tabla 3. Modelo de Heckit

Variable dependiente: Ln_Ingreso
 Variable de selección: Emprendedor

	2020a			2018b			2016c		
	Coefficiente	Des. Típica		Coefficiente	Des. Típica		Coefficiente	Des. Típica	
constante	10.72910	1.79981	***	7.07417	0.98905	***	-1.58248	1.89068	
sexo_jefe	-1.11527	0.26742	***	-0.76787	0.15500	***	0.28004	0.30862	
educa_jefe	-0.08465	0.04552	*	0.07285	0.03697	**	-0.00584	0.05405	
Exper_jefe	0.08087	0.02924	***	0.02793	0.02016		-0.07808	0.04018	*
Exper_jefe²	-0.00084	0.00030	***	-0.00014	0.00022		0.00025	0.00035	
menores	-0.07705	0.10010		0.00094	0.07795		-0.17030	0.12211	
lugact	0.07349	0.03188	**	0.03657	0.02520		0.04150	0.03136	
tipoact	0.08553	0.07805		-0.01547	0.05709		0.13455	0.08367	
reg_cont	-0.37086	0.14366	***	-0.24190	0.12745	*	-0.19258	0.17905	
tam_emp	0.21274	0.08351	**	0.15410	0.07243	**	0.11884	0.08318	
clas_emp	-0.50185	0.48292		0.32596	0.40555		0.22012	0.80509	
Numesta	0.14676	0.14638		0.25615	0.11061	**	0.34746	0.17343	**
Lambda (λ)	-4.14524	0.94111	***	-2.77485	0.16384	***	3.35619	1.21657	***
	Ecuación de Selección			Ecuación de Selección			Ecuación de Selección		
constante	-0.75283	0.34283	**	-0.51395	0.29340	*	-0.08125	0.39671	
sexo_jefe	0.23407	0.03959	***	0.14945	0.04722	***	0.25627	0.05170	***
educa_jefe	0.01401	0.01006		-0.01091	0.01153		-0.01725	0.01299	
Exper_jefe	-0.02543	0.00515	***	-0.02173	0.00621	***	-0.03025	0.00696	***
Exper_jefe²	0.00020	0.00006	***	0.00017	0.00007	**	0.00018	0.00008	**
menores	0.00961	0.02268		0.00442	0.02523		-0.06605	0.02861	**
socios	-0.06589	0.14775		-0.18348	0.11058	*	-0.23462	0.15961	
est_socio	-0.00534	0.03254		0.05202	0.02656	*	-0.04299	0.04342	
percep_ing	0.03762	0.02116	*	0.04100	0.01323	***	0.02406	0.02252	
HrtrabDia	-0.02005	0.00426	***	-0.02877	0.00327	***	0.00639	0.00504	
tam_loc	-0.02414	0.01895		0.00924	0.01534		0.01507	0.02419	
clase_hog	0.06761	0.03417	**	0.00027	0.02753		-0.08354	0.04408	*
IngSH	-0.32122	0.40138		0.68431	0.28455	**	-0.86584	0.52988	

a. Estimación en dos etapas Heckit, con un número de observaciones de 1-11197, eliminando 3031. La Media de la vble. dep. 2.501974, una D.T. de la vble. dep.1.482313, RHO -1.000000. Modelo de Probit, número de observaciones 8166, censuradas 7186, porcentaje de casos predichos 88.0%.

b. Estimación por Máxima verosimilitud Heckit, con un número de observaciones de 1-9100, eliminando 2600. La Media de la vble. dep. 2.44096, una D.T. de la vble. dep.1.38099, RHO -0.971451. Modelo de Probit, número de observaciones 6500, censuradas 5878, porcentaje de casos predichos 90.4%.

c. Estimación en dos etapas Heckit, con un número de observaciones de 1-8376, eliminando 2409. La Media de la vble. dep. 2.534119, una D.T. de la vble. dep.1.434074, RHO 1.0000 Modelo de Probit, número de observaciones 5967, censuradas 5422, porcentaje de casos predichos 90.9%.

Los resultados del modelo se lograron mediante la mejor estimación, ya sea por el método de dos etapas o por máxima verosimilitud (MV), que permiten estimar conjuntamente Probit y MCO. Dentro del modelo Heckit, ambas técnicas son posibles conservando las mismas variables de análisis. Significancias estadísticas de 10% (*), de 5% (**), y de 1% (***).

Fuente: Elaboración propia.

La variable explicativa, *sexo_jefe*, desempeñó un papel significativo tanto en la ecuación del ingreso como en la probabilidad de emprender en todos los periodos de estudio. Por lo tanto, al examinar el impacto local de ser una emprendedora familiar femenina en la ecuación de selección, se observa un incremento en la probabilidad del 5.38% en 2020, 2.93% en 2018 y durante 2016, en 5.42%, lo cual se atribuye a su elevado coeficiente en la ecuación de selección. A pesar de que la predominancia masculina en el emprendimiento mexicano se evidencia en la moda y la media de la variable *sexo_jefe* en 2020 y 2018 a excepción de 2016 (tabla 2), la cuestión plantea cuál es la intención de emprendimiento de la mujer jefa de hogar. El impacto que genera en su rendimiento económico, tal como se evidencia en el coeficiente y su signo en la regresión en 2020 y 2018, es negativo y con una renta inferior a la de los varones. En otras palabras, la mujer no tiene la necesidad de lograr un rendimiento superior en su emprendimiento, posiblemente debido a lo señalado por Moreno et al. (2022), que indica que la mujer ha sido limitada en su participación económica debido a la prevalencia de estereotipos y barreras de entrada. Las mujeres tienden a depender más de los recursos personales disponibles como los recursos familiares que del capital externo para crear una empresa (Jiang et al., 2024). La necesidad de logro del emprendimiento familiar femenino, influenciada por niveles bajos de rendimiento y capital, está determinada por actitudes psicológicas como la sensación de control, la orientación hacia el equilibrio entre el trabajo y la familia, y la preocupación por el riesgo, según Jiang et al. (2024).

La evidencia empírica contrasta los hallazgos de Díaz de León y Cancino (2014) que señalan que, en el emprendimiento por necesidad, particularmente en el entorno familiar, la motivación primordial para emprender se asocia con la falta de una ocupación remunerada adecuadamente. Esta motivación en las mujeres no se circunscribe únicamente a la adquisición de ingresos, sino que engloba la búsqueda de reconocimiento y la superación de barreras como los techos de cristal establecidos en función del género. La premisa subyacente se basa en los hallazgos concernientes a la presencia de menores de edad en el hogar (variable; menores), que solo fue determinante en el año 2016 y de forma privativa en la ecuación de probabilidad. En consecuencia, resulta evidente que esta variable no tuvo relevancia en ninguna ecuación de regresión del ingreso. En conclusión, la motivación de las mujeres para emprender no se fundamenta en una remuneración superior, sino en necesidades económicas u otros beneficios no identificados en el presente análisis. Este fenómeno puede ser justificado mediante lo planteado por Yalcintas et al. (2023), quienes sostienen que la razón constituye una oportunidad justificada por factores más adaptables como la gestión del horario y que la demarcación entre el tiempo dedicado al trabajo y al tiempo dedicado a la familia se establece con menos rigidez en los trabajadores independientes.

Indiscutiblemente, la dedicación laboral del jefe de familia emprendedor registró una media de 7 horas diarias (Tabla 2). No obstante, de acuerdo con el signo y coeficiente en la ecuación de probabilidad (variable significativa *HrtrabDia*), se observa una disminución en su motivación. Los efectos locales en la probabilidad del emprendedor familiar, en respuesta a un incremento en una hora laboral, se calculan en -0.42% y -0.50% para los años 2020 y 2018, respectivamente. Lo anterior, reafirma la orientación del emprendimiento hacia el estilo de vida o por oportunidad, poniendo de manifiesto un anhelo de flexibilidad y control en el manejo del equilibrio temporal entre la familia y la empresa, especialmente entre las mujeres, lo que avala parcialmente la Hipótesis [Ha]. No obstante, se sugiere que las mujeres no presentan una característica definida de emprendimiento por oportunidad o pull. Retomando a Morrison (2006), quien clasifica el emprendimiento asociado al estilo de vida como una oportunidad no dinámica ni tecnológica, dado que realiza una contribución esencial al capital social y cuestiona la forma tradicional de emprender en términos económicos. De este modo, sitúa al emprendimiento en un punto intermedio entre la orientación por necesidad y la orientación por oportunidad.

Otro resultado empírico, es la forma de administración practicada por el emprendedor familiar, la cual se basa en que no participa otra persona en el hogar, aparte del jefe, quien es el responsable del negocio (véase variable socios en 2018, Tabla 3). Asimismo, los datos sobre la sociedad familiar, específicamente la variable socios, mostraron valores medios que oscilaron alrededor de 2 tanto en el grupo de control (empresas familiares) como en el de emprendedores familiares (Tabla 2). Esto se entiende como una negativa a ceder la responsabilidad o compartirla con otros miembros de la familia.

En consecuencia, más allá de ser percibido como un obstáculo para la empresa familiar, se deduce que la gestión centralizada en el líder previene el conflicto, lo cual es beneficioso para el rendimiento y la satisfacción (Jehn y Mannix, 2001; Jehn *et al.*, 1999; Frank *et al.*, 2011; Kellermanns & Eddleston, 2004) y para el logro del emprendimiento, dado que una relación de conflicto dentro de la empresa familiar erosiona la buena voluntad y el consenso mutuo (Deutsch, 1969). En particular, desde la óptica del poder de pater familias, vinculado a roles y estereotipos de género tradicionales (Mueller, 2004), el emprendimiento femenino podría ser potenciado cuando la mujer asume la dirección de la familia en la ausencia de un compañero (separadas, divorciadas, abandonadas, madres solteras). Este hallazgo surge debido a la escasa participación de las mujeres en el emprendimiento y la gestión familiar, quienes, además de ser responsables de la propiedad y el sustento familiar, deben cumplir con un requisito adicional: asumir la responsabilidad de las tareas domésticas. Indudablemente, este requisito disminuiría aún más su potencial participación (Moreno *et al.*, 2022) y definiría la necesidad de emprendimiento por control y flexibilidad laboral (Yalcintas *et al.*, 2023), contexto en el que el emprendedor familiar masculino no se enfrenta de manera equivalente al reto de emprender.

Aunque el objetivo es capturar la singularidad inherente al emprendimiento familiar, los datos empíricos sitúan a la estructura social de la clase de hogar (clase_hog) como nuclear, es decir, conformada por un núcleo conyugal primario, compuesto por el jefe de hogar, cónyuge e hijos. Esta estructura organizativa evidencia la naturaleza del emprendimiento familiar y, en conjunto, con el incremento en la cantidad de miembros que obtienen un ingreso monetario medio de dos personas, se genera un efecto local positivo que potencia la probabilidad de emprendimiento de 0.71% en 2018 a 0.80% en 2020, consolidando la premisa de que un mayor número de miembros implicados favorece el emprendimiento. Por lo tanto, desde una perspectiva constructiva, el emprendimiento familiar puede ser interpretado como el conjunto de transformaciones estructurales experimentadas por las familias, las cuales se manifiestan en nuevas prácticas, comportamientos, actitudes, formas de interacción, roles y desempeños, así como la naturaleza de los vínculos que los unen, en función de su composición familiar y tamaño (Díaz, 2015). De este modo, se evidencia que el impacto del modelo nuclear y del poder paterno se intensifica a medida que la autoridad se torna más cerrada, una característica particular en la Escuela Familiar Mexicana, tal como se observa en Yalcintas *et al.* (2023).

Continuando con los datos atípicos significativos que únicamente manifestaron su impacto significativo en un periodo específico, se identificó la presencia de menores que evidencia una disminución en la cantidad de hijos e hijas en el hogar [menores, 2016]. Asimismo, se inferió que las mujeres, madres o parejas se involucran de manera activa con la empresa familiar nuclear, lo que disminuye su función reproductiva (Gutiérrez *et al.*, 2018), teniendo en cuenta que se originan en un estrato socioeconómico medio bajo [est_socio]. Según Orozco Collazos (2024), la cohesión familiar, los valores y el estrato socioeconómico pueden influir en el gobierno y la colaboración en el emprendimiento, ya que las familias de bajos ingresos tienden a tener lazos más fuertes y un mayor sentido de solidaridad. Sin embargo, esto no implica que el emprendimiento tenga una naturaleza de necesidad, dado que la mejora en la escalera del estrato social incrementa la probabilidad de emprender actividades en aproximadamente un 0.90% (λ).

La correlación entre la propiedad, la empresa y la familia (Palafox *et al.*, 2020), podría representar una ventaja para el empresario familiar. En este contexto, la adaptabilidad familiar condiciona las capacidades empresariales, tal como se evidencia en las ecuaciones de regresión minería. Las familias, al tomar decisiones, evalúan la pérdida y ganancia de su patrimonio (Islam *et al.*, 2022). Para evitar amenazas y asegurar su patrimonio, tienden a invertir de manera conservadora y evitan los riesgos cuando utilizan recursos familiares para crecer. Se determinó que la magnitud de las empresas es una variable significativa que fluctúa entre 1 y 5 individuos (tabla 2, *tam_emp*), con una moda establecida en el valor 1, característico de un individuo. Esta evidencia es parcialmente congruente con Canales *et al.* (2017), quienes enfatizaron que las iniciativas empresariales de jóvenes mexicanos se caracterizan por ser micronegocios y pequeñas empresas. No obstante, no se hallaron pruebas empíricas que demuestren su localización particularmente en áreas urbanas ni su integración en el contexto de la economía informal, a la que denominaron emprendimiento destructivo. Cabe destacar que la informalidad constituye un asunto de gran envergadura y ajeno al estudio académico.

Desde una perspectiva gerencial, el resultado de la variable contar con servicio contable [*reg_cont*] arrojó un promedio de 3.8, con una moda de 4, lo que indica que no lleva a cabo contabilidad (tabla 1). No obstante, al examinar el coeficiente y el signo en las regresiones de mayor significancia, 2020 y 2018, se valora su impacto en el ingreso. Se deduce que, a pesar de tener un signo negativo, el emprendedor familiar, en la medida en que reconoce las ventajas de control, registro y separación del ingreso entre la familia y la empresa, tiene efectos positivos en su ingreso por hora de trabajo, lo que conduce a una mejora en el rendimiento.

Además de la habilidad del emprendedor, se constató que el emprendimiento con los recursos de una familia (variable *numesta*), que describe la cantidad de puestos o establecimientos que constituyen la empresa, evidencia un promedio superior a la unidad. Derivado de otro resultado inesperado, variable *lugact* en 2020, se puede inferir que el emprendedor participa en un establecimiento y que su actividad se lleva a cabo en su domicilio, particularmente durante ese año de crisis sanitaria.

Una última instancia, la variable *lambda* demostró ser de relevancia en todas las regresiones, lo que implica que todas las variables presentes en la ecuación de probabilidad influyen en las ecuaciones salariales o funciones de ingresos derivadas (Mincer, 1974). En consecuencia, el objetivo no es comparar el rendimiento salarial del emprendedor con aquel que ya posee o genera en una empresa familiar o que ha logrado un avance mayor en la curva de vida, y a la luz de los datos descriptivos, es evidente que son inferiores.

Conclusiones

Los resultados distinguen al emprendedor familiar mexicano bajo el concepto del “estilo de vida”, dado que sus metas están en consonancia con los objetivos familiares (personales), se inclinan por un emprendimiento restringido a los recursos, bienes y habilidades familiares, y este asume la función de proveedor económico razonable o salvaguarda familiar. Morrison (2006) lo categorizó de esta manera debido a su atracción por beneficios inmateriales. Por otro lado, Chrisman (2019) lo catalogó como un “comportamiento oportunista”, fundamentado en los intereses individuales del individuo y las compensaciones que recibe. Por otro lado, Martínez *et al.* (2023) enfocan su aspiración hacia la independencia o autonomía.

Se concluye que la intención emprendedora del emprendedor familiar mexicano se sitúa en un punto intermedio entre la necesidad (*push*) y la oportunidad (*pull*). Los resultados indican que se rechaza la hipótesis nula (H1) y se acepta parcialmente la hipótesis alternativa (Ha). Esto se debe a que el emprendimiento

familiar en México está caracterizado por un desplazamiento positivo (Shapero & Sokol, 1982), es decir, por el deseo de materializar una empresa y la capacidad de controlar su entorno, orientándose hacia la oportunidad más que como una reacción a circunstancias desfavorables.

En el caso específico del género femenino (variable `sexo_jefe`) en las ecuaciones de selección, se observa un signo positivo y un coeficiente significativo. Esto indica que la motivación y el empoderamiento de las mujeres en el emprendimiento familiar no emergen como resultado de un esquema de subsistencia. Por el contrario, las mujeres emprendedoras familiares están impulsadas por el deseo de mejorar sus condiciones de vida y aprovechar oportunidades, lo que respalda la hipótesis alternativa en el contexto femenino.

Estos hallazgos sugieren que el emprendimiento familiar mexicano, especialmente entre las mujeres, incorpora elementos de proactividad y búsqueda de oportunidades en la creación de empresas. Esto tiene implicaciones importantes para el diseño de políticas públicas y programas de apoyo que fomenten el emprendimiento, considerando tanto los factores de necesidad como los de oportunidad que motivan a los emprendedores familiares en México.

Adicionalmente, los hallazgos de la investigación subrayan el papel crucial de la experiencia para el emprendedor familiar, caracterizado por una media de 38 años de experiencia. Se caracteriza al emprendedor mexicano como un individuo de edad adulta, con un nivel educativo de educación media (secundaria concluida o no), que, aunque no impacta la intención de emprendimiento, puede tener un impacto significativo en su potencial y orientación emprendedora. Un descubrimiento significativo es el impulso de la mujer hacia el emprendimiento, evidentemente no motivado únicamente por la necesidad de sostener una familia, y parcialmente manifestado por la presencia de infantes en el hogar. Por lo que, se recalca que la estructura familiar mexicana está experimentando transformaciones contemporáneas, con una marcada tendencia hacia la disminución de niños, la aparición de la mujer como líder familiar y la prevalencia de al menos dos miembros del hogar como receptores de ingresos económicos y que, preferentemente, participan en la empresa o negocio familiar.

Un área de oportunidad del estudio se presenta cuando el emprendimiento surge dentro de la familia, pero no es definido por el jefe de familia u hogar, sino fruto de un familiar como hijos o esposa en familias nucleares donde gobierna el *pater familias* y estos agentes de cambio no son observados. Entonces, el capital social de la EF, las redes, mentorías y el capital humano y social de estos posibles agentes reconfiguran al emprendimiento, que este estudio no observa. Aunque, el acierto sobre la mujer emprendedora que muestra una orientación no basada en necesidad, sino un comportamiento de oportunidad, y contraria al emprendimiento en falso o pasajero que se le adjudica, genera nuevas preguntas que expliquen y diseccionen a este nuevo agente femenino dinamizador del emprendimiento en México.

Referencias

- Adler, P. S., & Kwon, S.-W. (2002). Social capital: Prospects for a new concept. *The Academy of Management Review*, 27(1), 17–40. <https://doi.org/10.5465/amr.2002.5922314>
- Akhmedova, A., Cavallotti, R., Marimon, F. & Campopiano, G. (2020). Daughters' careers in family business: motivation types and family-specific barriers. *Journal of Family Business Strategy*, 11(3), 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2019.100307>.
- Alvarado, E., Ortiz, J. & Morales, D. (2018). Factores que influyen en el emprendimiento de un micronegocio familiar en México. *Revista de Economía del Rosario*, 21(1), 153-180. <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/economia/a.6816>

- Amorós, J. E., & Bosma, N. (2014). *Global Entrepreneurship Monitor 2013 global report: Fifteen years of assessing entrepreneurship across the globe*. Global Entrepreneurship Research Association (GERA).
- Ampudia, M. K. M. (2020). Familia: enfoque y abordaje en la atención primaria. *Revista Médica Sinergia*, 5(09), 1-13.
- Balachandran, V., & Sakthivelan, M. S. (2013). Impact of information technology on entrepreneurship (entrepreneurship). *Journal of Business Management & Social Sciences Research*, 2(2), 51-56. <https://www.academia.edu/download/33256951/1157M.pdf>
- Belausteguigoitia Rius, I. (2013). *Empresas familiares: Dinámica, equilibrio y consolidación*. Mc Graw Hill.
- Berent-Braun, M. M., & Uhlener, L. M. (2012). Family governance practices and teambuilding: paradox of the enterprising family. *Small Business Economics*, 38(1), 103–119. <http://www.jstor.org/stable/41410004>
- Birdthistle, N., & Hales, R. (2023). The Meaning of Being a Family Business in the 21st Century. En Birdthistle, N. & Hales, R. (Eds.), *Attaining the 2030 Sustainable Development Goal of Responsible Consumption and Production* (pp. 11-20). Emerald Publishing Limited. <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/63651/1/9781804558409.pdf#page=32>
- Borges, A. F., Brito, M. J., Lima, J. B. & Castro, C. L. (2016). Empreendedorismo em empresas familiares: a pesquisa atual e os desafios futuros. RAM. *Revista de Administração Mackenzie*, (17), 93-121. <http://dx.doi.org/10.1590/1678-69712016/administracao.v17n2p93-121>.
- Brito-Ochoa, M. P., Sacristan-Navarro, M. A., & Pelechano-Barahona, E. (2020). A Bibliometric Analysis of Dynamic Capabilities in the Field of Family Firms (2009-2019). *European Journal of Family Business*, 10(2), 69-81. <https://doi.org/10.24310/ejfbefjb.v10i2.10162>
- Canales, R. A., Román, Y. & Ovando, W. (2017). Emprendimiento de la población joven en México. Una perspectiva crítica. *Entreciencias: Diálogos en la sociedad del conocimiento*, 5(12). <https://doi.org/10.21933/J.EDSC.2017.12.211>
- Chrisman, J. J. (2019). Stewardship theory: Realism, relevance, and family firm governance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(6), 1051-1066. <https://doi.org/10.1177/1042258719838472>.
- Chua, J. H., Chrisman, J. J., Steier, L. P., & Rau, S. B. (2012). Sources of heterogeneity in family firms: An introduction. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(6), 1103-1113. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00540.x>
- Delfín-Ruiz, C., Cano-Guzmán, R., & Peña-Valencia, E. J. (2020). Funcionabilidad familiar como estrategia para la generación del emprendimiento social en México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(89), 79-91. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29062641007>
- Deutsch, M. (1969). Conflicts: productive and destructive. *Journal of Social Issues*, 25(1), 7-41. <https://doi.org/10.1111/j.1540-4560.1969.tb02576.x>
- Díaz de León, D., & Cancino, C. A. (2014). De emprendimientos por necesidad a emprendimientos por oportunidad: casos rurales exitosos. *Multidisciplinary Business Review*, 7(1), 48–56. <https://journalmbr.net./index.php/mbr/article/view/352>
- Díaz, J. C, Urbano, D., y Hernández, R. (2005). Teoría económica institucional y creación de empresas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 1(3), 209-230. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=274120410012>
- Díaz, P. I. U. (2015). Conformación y particularidades de un grupo de familias nucleares de la ciudad de Bogotá. *Trabajo social (Universidad Nacional de Colombia)*, (17), 77-92. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5375895>
- Dyer Jr, W. G., & Handler, W. (1994). *Entrepreneurship and family business: Exploring the connections*. *Entrepreneurship theory and practice*, 19(1), 71-83. <https://doi.org/10.1177/1042258794019001>

- Figuroa, C., Vázquez, P. T., Martín, I. T., & del Rey, S. (2012). James Heckman, el sesgo de selección muestral. En *VI Congreso Internacional de Historia de Estadística y de la Probabilidad*. Ahepe. Valencia, España. http://www.ahepe.es/VI Congreso/descargas/Cristina_Sanchez_Figuroa.pdf
- Frank, H., Kessler, A., Nosé, L., & Suchy, D. (2011). Conflicts in family firms: state of the art and perspectives for future research. *Journal of Family Business Management*, 1(2), 130-153. <https://doi.org/10.1108/20436231111167219>
- Gartner W. B. (1985). A conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *Academy of Management Review*, 10 (4), 696-706. <https://doi.org/10.5465/amr.1985.4279094>
- Gashi Nulleshi, S. (2024). How do women entrepreneurs influence the strategic orientation of family businesses? A typology of Swedish decision-making in Småland community. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*, 18(2), 117-144. <https://doi.org/10.1108/JEC-06-2022-0091>
- González Macías, C., Zizaldra Hernandez, I. & Mercado Salgado, P. (2021). Sustentabilidad organizacional en pymes familiares restauranteras de La Jonquera en Cataluña, España. *Nóesis. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 24(47-1), 80—97. <https://doi.org/10.20983/noesis.2015.12.6>
- Gutiérrez, J. M., Romero, J., Díaz, M., & Sulbarán, N. (2018). Emprendimiento como fuente de desarrollo de la empresa familiar. Algunas reflexiones sobre Venezuela. *Revista de Ciencias Sociales (RCS)*, 23(4), 97-107 <http://hdl.handle.net/11323/3319>
- Heckman, J. J., Tobias, J. L. & Vytlacil, E. (2000). Simple estimators for treatment parameters in a latent variable framework with an application to estimating the returns to schooling. Working paper 7950. *National Bureau of Economic*. <https://www.nber.org/papers/w7950.pdf>
- Heckman, J., Tobias, J. L., & Vytlacil, E. (2001). Four parameters of interest in the evaluation of social programs. *Southern Economic Journal*, 68(2), 211-223. <https://www.jstor.org/stable/1061591?seq=1>
- Hennart, J. F., Majocchi, A. & Forlani, E. (2019). The myth of the stay-at-home family firm. *Journal of International Business Studies*, (50), 758—782. <https://doi.org/10.1057/s41267-017-0091-y>
- Hensellek, S., Kleine-Stegemann, L., & Kollmann, T. (2023). Entrepreneurial leadership, strategic flexibility, and venture performance: Does founders' span of control matter?. *Journal of Business Research*, (157), 113544. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113544>
- Heredia-Pineda, S. T., & Erazo-Álvarez, C. A. (2021). Diagnóstico de emprendimientos familiares frente al desempleo. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 6(12), 390—418. <https://doi.org/10.35381/r.k.v6i12.1297>
- INEGI (2017). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) 2016*. Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática. <https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2016/>
- INEGI (2019). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) 2018*. Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática. <https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2018/>
- INEGI (2021). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) 2020*. Instituto Nacional de Estadística Geografía e Informática. <https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2020/>
- Islam, N., Wang, Q., Marinakis, Y., & Walsh, S. (2022). Family enterprise and technological innovation. *Journal of Business Research*, (147), 208-221. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.004>
- James, H. S. Jr. (1999). Owner as manager, extended horizons and the family firm, *International Journal of the Economics of Business*, (6), 41—56. <https://doi.org/10.1080/13571519984304>
- Jehn, K. A., Northcraft, G. B., & Neale, M. A. (1999). Why differences make a difference: A field study of diversity, conflict and performance in workgroups. *Administrative science quarterly*, 44(4), 741-763. <https://doi.org/10.2307/2667054>

- Jehn, K.A. & Mannix, E.A. (2001), The dynamic nature of conflict: a longitudinal study of intragroup conflict and group performance, *Academy of Management Journal*, 44(2), 238-251. <https://doi.org/10.5465/3069453>
- Jiang, Y., Jiang, Z., & Chen, Z. (2024). Women entrepreneurship in China: A bibliometric literature review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 179, 114688. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2024.114688>.
- Kabeer, N. (2005). Gender equality and women's empowerment: A critical analysis of the third millennium development goal 1. *Gender & development*, 13(1), 13-24. <https://doi.org/10.1080/13552070512331332273>
- Kellermanns, F. W., & Eddleston, K. A. (2004). Feuding families: When conflict does a family firm good. *Entrepreneurship theory and Practice*, 28(3), 209-228. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2004.00040.x>
- Laouiti, R., Haddoud, M. Y., Nakara, W. A., & Onjewu, A. K. E. (2022). A gender-based approach to the influence of personality traits on entrepreneurial intention. *Journal of Business Research*, (142), 819-829. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.018>.
- Licht, Amir N. & Siegel, Jordan I. (2006). The Social Dimensions of Entrepreneurship. En Casson, M. & Yeung, B. (eds.), *Oxford Handbook of Entrepreneurship*. (pp. 511-539). Oxford University Press.
- Lohest, O. (2011). *Opportunity and/or necessity entrepreneurship? The impact of the socio-economic characteristics of entrepreneurs*. PRA.
- Marcelino-Aranda, M., Torres-Ramírez, A., Muñoz Marcelino, D., & D. Camacho, A. (2020). Professionalization in the family business: evolution and lines of research. *Nova Scientia*, 12(25)018. <https://doi.org/10.21640/ns.v12i25.2508>
- Martínez-Cañas, R., Ruiz-Palomino, P., Jiménez-Moreno, J. J., & Linuesa-Langreo, J. (2023). Push versus Pull motivations in entrepreneurial intention: The mediating effect of perceived risk and opportunity recognition. *European Research on Management and Business Economics*, 29(2), 100214. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2023.100214>
- Mincer, J. (1974). Schooling, Experience, and Earnings. *National Bureau of Economic Research*. <https://www.nber.org/books-and-chapters/schooling-experience-and-earnings>
- Molina, P. A., Botero, S., & Montoya, J. N. (2016). Empresas de familia: conceptos y modelos para su análisis. *Pensamiento & Gestión*, (41), 116-149. <https://www.redalyc.org/journal/646/64650087006/html/>
- Montiel-Méndez, J. O., & Soto-Maciel, A. (2020). Un marco exploratorio para el emprendimiento desde una perspectiva evolutiva. *Retos, Revista de Ciencias Administrativas y Económicas*, 10(20). <https://doi.org/10.17163/ret.n20.2020.10>
- Moreno-Gómez, J., Gómez-Araujo, E., Ferrer-Ortiz, D., & Peña-Ruiz, R. (2022). Gender perspective of parental role model influence on nascent entrepreneurs: evidence from Colombia. *European Research on Management and Business Economics*, 28(1), 100156. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2021.100156>
- Mueller, S. L. (2004). Gender gaps in potential for entrepreneurship across countries and cultures. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 9(3), 199-220.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital and the organizational advantage. *The Academy of Management Review*, 23(2), 242-266.
- Nuez, M. & Górriz, C. (2008). El emprendedor y la empresa: una revisión teórica de los
- Orozco-Collazos, L. E. (2024). Next generations of entrepreneurs: between independent new ventures and hierarchical family firms. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 1-29. <https://doi.org/10.1080/08276331.2024.2389730>.
- Palafox Soto, M. O., Ochoa Jiménez, S., & Jacobo Hernández, C. A. (2020). La empresa familiar: evolución teórica de su conceptualización. *Folleto Gerenciales*, 24(2), 94-107.

- Randolph, R., Su, E., & Memili, E. (2023). How does the founding family matter in corporate governance? A study of the entrenchment heterogeneity among S&P 1,500 firms. *Journal of Business Research*, (154), 113362. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.113362>
- Ratten, V., Dana, L.-P. and Ramadani, V. (2018). *Women Entrepreneurship in Family Business*. Routledge, London.
- Romero-Martínez, A. M., & Milone, M. (2016). El emprendimiento en España: Intención emprendedora, motivaciones y obstáculos. *Journal of Globalization, Competitiveness and Governability*, 10(1), 95-109. <https://doi.org/10.3232/GCG.2016.V10.N1.05>
- Rosado-Cubero, A., Freire-Rubio, T., & Hernández, A. (2022). Entrepreneurship: What matters most. *Journal of Business Research*, (144), 250-263. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.01.087>
- Rosado-Cubero, A., Hernández, A., Jiménez, F. J. B., & Freire-Rubio, T. (2024). Does gender affect entrepreneurship? Evidence from Spanish and Argentinian business incubators. *Journal of Business Research*, (170), 114326. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114326>
- Rueda, J.F. & Rueda, M. A. (2019). Definición, importancia y análisis de la empresa familiar. *Lúmina*, (20), 8-28. <https://doi.org/10.30554/lumina.20.3260.2019>
- Samara, G. (2021). Family businesses in the Arab Middle East: What do we know and where should we go?. *Journal of Family Business Strategy*, 12(3), 100359. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2020.100359>
- Shapero, A. & Sokol, L. (1982). The Social Dimensions of Entrepreneurship. En. A. Kent, D.L. Sexton, & K.H. Vesper (Eds.). *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp- 72-90). Prentice-Hall.
- Uhlaner, L. M., Kellermanns, F. W., Eddleston, K. A., & Hoy, F. (2012). The entrepreneuring family: A new paradigm for family business research. *Small Business Economics*, (38), 1-11. <https://doi.org/10.1007/s11187-010-9263-x>
- Uhlaner, L., & Thurik, R. (2009). Postmaterialism influencing total entrepreneurial activity across nations. En *Entrepreneurship and Culture* (pp. 301-328). Springer Berlin Heidelberg. (online version) https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-540-87910-7_14
- Van de Ven, H. (1993). The development of an infrastructure for entrepreneurship. *Journal of Business venturing*, 8(3), 211-230. [https://doi.org/10.1016/0883-9026\(93\)90028-4](https://doi.org/10.1016/0883-9026(93)90028-4)
- Vargas-Hernández, J. G., & Oliva, V. H. (2017). Capital humano y descentralización de la educación. El caso para Tlajomulco de Zuñiga, Jalisco. *Ensayos de Economía*, 27(50), 181-207. <https://doi.org/10.15446/ede.v27n50.66536>
- Vial-Dumas, M. (2019). La familia nuclear ante el derecho. Una retrospectiva de su formación y definición en la tradición jurídica occidental *Revista chilena de derecho*, 46(2), 555-578. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34372019000200555>
- Wales, W. J., Kraus, S., Filser, M., Stöckmann, C., & Covin, J. G. (2021). The status quo of research on entrepreneurial orientation: Conversational landmarks and theoretical scaffolding. *Journal of Business Research*, (128), 564-577. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.046>
- Yalcintas, M., Iyigün, O., & Karabulut, G. (2023). Personal characteristics and intention for entrepreneurship. *The Singapore Economic Review*, 68(02), 539-561. <https://doi.org/10.1142/S0217590821500338>
- Yeh, C. H., Wang, Y. S., Hsu, J. W., & Lin, S. J. (2020). Predicting individuals' digital autopreneurship: Does educational intervention matter? *Journal of Business Research*, 106(C), 35—45. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.08.020>