

EL EMPRENDEDOR DE LA EMPRESA FAMILIAR MEXICANA, UNA VISIÓN CRÍTICA

Oscar Lozano Carrillo

Profesor-investigador del Departamento de Administración, DCSH, UAM-A

Juan Cayetano Niebla Zatarain

Profesor-investigador, Universidad de Occidente, Campus Mazatlán

El inicio de una empresa como unidad productiva, en donde se realizan actividades en un marco de división social del trabajo y se coordinan esfuerzos basados en un contrato de colaboración entre trabajadores y capital (Martinez, 1984), suele enmarcarse en un proceso complejo que la mayoría de las veces inicia con la decisión de un actor de realizar dicho acto, hecho que lo comienza a definir, a él, como un emprendedor. Este personaje moviliza recursos materiales, energía y tiempo para iniciar la organización y, en prácticamente todas las micro y pequeñas empresas que así inician, es reconocido como el dueño-fundador o dirigente-dueño. La mayor parte de la literatura que revisa este tema, principalmente en los últimos años, homologa o combina así de el concepto de empresario con el de emprendedor, lo que sin duda no significa lo mismo.

En México y el mundo, la figura del emprendedor ha ido tomando en los últimos años una posición mítica, que lo ubica a la par de un héroe que lucha contra las fuerzas del mercado para iniciar su aventura de negocio, instalando una empresa. Esta idea ha generado una gran cantidad de literatura, programas estatales y proyectos universitarios, con la idea de promover la generación de empresas, a partir del apoyo e incluso, se dice, de la formación de emprendedores. Durante la década de los ochenta, los programas emprendedores comenzaron a surgir con una gran importancia en el país,¹ y con ellos, una gran ambigüedad en torno al tema.

Dichos programas, proyectos, y la literatura que se ha generado sobre el tema, comenzaron a gestar un mito en torno a este personaje, así, todo aquel interesado en poner una empresa prácticamente era considerado como un emprendedor,

o que su intención lo convertiría en uno, después de tomar algunos cursos, o leer algunos manuales. El término *emprendedor* comenzó a manejarse sin ninguna mediación teórica, y así ha continuado hasta nuestros días.

No se puede negar la existencia de los emprendedores de empresas, pero considerar prácticamente a todo aquel que decide poner una empresa, o ya posee alguna, como un emprendedor, es un exceso; ni todo emprendedor es empresario, ni todo empresario es emprendedor, sin duda habrá emprendedores empresarios, y también empresarios emprendedores, pero también empresarios que no son emprendedores, y emprendedores que no son empresarios.

En la empresa familiar mexicana existen muchos casos en los que el dueño-fundador es un emprendedor, pero su éxito se debe fundamentalmente al apoyo que la familia ofreció en la aventura de inicio del negocio, de tal manera que el emprendedor, en una gran cantidad de los casos, lo es junto con la familia que lo apoya. Es importante generar investigaciones sobre la temática del emprendedor y del empresario, pero ligar estos conceptos al de la empresa familiar, ya que seguramente será una organización de este tipo la que esté operando, al menos en nuestro país, para con ello aportar a la reflexión crítica del fenómeno, la cual aún es insuficiente, pues la que existe se ha desbordado en mitos que terminan en muchos fracasos empresariales. El presente artículo constituye un primer acercamiento a la temática del emprendedor. La primera parte es una descripción de lo que se puede considerar como emprendedor, tanto desde la literatura común de los últimos años, como también a partir de la literatura principalmente económica que le dio origen al término; en la segunda parte, se mostrará la participación que este personaje, ya tipificado en la primera parte, tiene en la empresa familiar mexicana, a partir de los hallazgos en un caso de estudio, que a manera de ejemplo mostrará una realidad de muchas organizaciones de este tipo en México. Por último se emitirán unas breves conclusiones.

El emprendedor primero

El acto de emprender constituye un tema que ha ido ganando terreno en el mundo de la economía y principalmente de los negocios. Ante la complejidad global, pero sobre todo ante la crisis económica mundial, el tema del emprendedor es un reducto al que todos los discursos, comenzando con el político, recurren como el secreto, no propiamente para el desarrollo, sino, en estricto sentido, para impulsar a la gente hacia el autoempleo, ante las cada vez más recurrentes crisis económicas.

No resulta extraño escuchar hoy en día en muchos de los discursos que hablan de la crisis, que la gente tiene que mirar hacia nuevas fórmulas de generación de recursos, el empleo cada día es más escaso y la apuesta es a invertir en proyectos (principalmente negocios) innovadores que salven a la población de la pobreza.

Se promueven así mecanismos de promoción a emprendedores desde diversas instancias gubernamentales,² organizaciones sociales,³ empresas privadas,⁴ inclusive desde espacios críticos como la Universidad Pública,⁵ sin ninguna mediación reflexiva sobre el asunto. Emprender es visto como un acto de elección democrática que cualquier ciudadano puede realizar con el simple hecho de así desearlo.

Dentro de la literatura relativa al tema de emprendedores, se encuentra una gran cantidad de información que parte de definiciones y consejos para los “emprendedores” o interesados en volverse emprendedores. Rafael Alcaraz (2006) señala que los emprendedores se distinguen por:

- Compromiso total, determinación y perseverancia.
- Capacidad para alcanzar metas.
- Orientación a las metas y oportunidades.
- Iniciativa y responsabilidad.
- Persistencia en la solución de problemas.
- Realismo.
- Autoconfianza.
- Altos niveles de energía.
- Busca retroalimentación.
- Control interno alto.

- Toma de riesgos calculados.
- Baja necesidad de estatus y poder.
- Integridad y confiabilidad.
- Tolerancia al cambio.
- Creatividad e innovación.
- Confianza en sí mismo y sus capacidades.
- Perseverancia.
- Capacidad para manejar problemas.
- Aceptación del riesgo.

El concepto “emprendedor”

En estudios e investigaciones realizados sobre el fenómeno “empreendedorismo”, se observa que no hay un consenso entre los estudiosos e investigadores respecto a la exacta definición del concepto emprendedor.

De acuerdo con Gerber (1996), el emprendedor es un innovador, un gran estratega, creador de nuevos métodos para penetrar o desarrollar nuevos mercados; tiene personalidad creativa, siempre desafiando lo desconocido, transformando posibilidades en oportunidades. Caos en armonía.

En los Estados Unidos, el término emprendedor es frecuentemente definido como aquel que comienza su propio, nuevo y pequeño negocio.

Para Lezana & Tonelli (1998) “emprendedores son personas que persiguen el beneficio, trabajando individual o colectivamente. Pueden ser definidos como individuos que innovan, identifican y crean oportunidades de negocios, montan y coordinan nuevas combinaciones de recursos (función de producción), para extraer los mejores beneficios de sus innovaciones en un medio incierto”.

“Emprendedorismo” es el principio que privilegia la innovación, descentralización y delegación de poder.

Esta sería la postura de los autores que intentan atrapar las características de los emprendedores, con la clara intención de vender una idea de héroe que puede generar su propia empresa, aun en ambientes de crisis económicas, políticas, sociales, como las que se viven en la actualidad.

El acto de emprender ha sido verbalizado de diferentes maneras, con lo que se ha generado una ambigüedad con relación al concepto correcto. Existen textos que hablan de emprendedurismo, emprendizaje y emprendimiento, lo que muestra el poco cuidado que se ha puesto para legitimar este concepto, este actor, este mito.

Bajo esta perspectiva el acto de emprender con un quehacer eficiente, requiere de una gama complicada de variables que no se circunscriben a deseos o necesidades de querer ganar dinero. Es un asunto complejo que moviliza elementos profundos del individuo, que están determinados previamente por condiciones en principio psicológicas, además de culturales, sociales, económicas e incluso políticas, pero que se sustentan fundamentalmente en un apartado ético y estético profundo del individuo de la modernidad.

Fue en el siglo xvii donde hizo su aparición el concepto de “emprendedor” en la teoría económica. Se remonta a la obra de Richard Cantillon (1959), economista irlandés predecesor de los fisiócratas, quien en *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general* habla sobre “*les marchands et le entrepreneurs*” urbanos, quienes eran los encargados de comprar las mercancías y bienes a los terratenientes y productores agrarios para transportarlos a la ciudad donde los venderían. En su aventura económica estos personajes asumían el riesgo del transporte y de la venta de la mercancía, ya que muchas de las veces, además de la inseguridad de los caminos, la demanda no estaba garantizada de antemano.

Tal vez sea Joseph A. Shumpeter, quien haya sentado las bases teóricas que explican de una manera más precisa, al emprendedor, reconociéndolo como actor fundamental del sistema. En su libro *Capitalismo, socialismo y democracia*, Shumpeter (1957) señala que “El principal impulso que regula y mantiene la máquina capitalista en movimiento proviene de los nuevos bienes de consumo, de los nuevos métodos de producción y de transporte, de los nuevos mercados, de las nuevas formas de organización industrial y de la creación de empresas capitalistas”, para lo cual se vuelve indispensable la figura de un personaje

que asuma dicho proceso de *destrucción-creativa* permanente, y que garantice al sistema la subsistencia.

En su trabajo previo, *Teoría del desarrollo económico* Shumpeter (1957) señalaba así la diferencia que existe entre el empresario y el gerente o administrador:

El empresario define un tipo particular de conducta que se aleja claramente de la conducta cotidiana basada en la costumbre o en las reglas escritas o no escritas, codificadas por la tradición y transmitidas a través de la educación, en las que se enmarca la actividad económica rutinaria inherente a la dirección y gestión de las empresas. El empresario se opone al gerente de la misma manera que el aparato teórico de la dinámica se opone al de la estática, y de la misma forma que el cambio económico se opone al flujo circular (Martinelli, 1985).

Los emprendedores, según Shumpeter (Clydesdale, 2007), son personajes innovadores que abren nuevos mercados, crean nuevos tipos de organizaciones industriales, introducen nuevos bienes, nuevos métodos y fuentes de recursos, lo que los convierte en héroes que vigorizan con nuevas ideas la economía.

No obstante, Shumpeter seguramente se estaba refiriendo a otro tipo de emprendedores que aquellos que ponen su tiendita o venden ropa en un mercado; la caracterización que hace de este personaje es la del capitalista que impulsa grandes empresas industriales.

En la actualidad, el emprendedor constituye un referente ideal creado por diferentes órdenes, no necesariamente de manera consciente o deliberada, sino como producto de una búsqueda por encontrar alternativas ante las crisis de empleo cada vez más comunes en nuestras sociedades. Los problemas económicos de miles de empresas arrojan diariamente a miles de trabajadores operativos a la calle, y alguna alternativa se les debe de ofrecer, aunque sea de manera ideal. ¿Quién no venía a ser su propio jefe? ¿Quién no querría tener su propio negocio y ganar mucho

dinero? ¿quién rechazaría la oportunidad de ser un emprendedor de empresas?

El papel del emprendedor en la empresa familiar

Como señala Ginebra (2001:21), "La empresa familiar es un modo de emprender o de invertir sin el cual no se explicaría gran parte de las empresas exitosas de occidente", así como también que "las empresas familiares han sido uno de los elementos de mayor eficiencia social. La acción emprendedora que conlleva ha significado una oportunidad de ascenso social para muchas personas".

Siempre inicia con el impulso de uno de los familiares reconocido como el miembro fundador que, con frecuencia, es el padre o la madre (Grabinsky, 1994); la empresa familiar encuentra en este personaje su emprendedor creativo, quien genera y desarrolla la idea que dará inicio a la empresa que dará empleo a varios miembros de la familia. Para ejemplificar con mayor claridad se presenta un caso real mexicano.

La Agencia de viajes "R" es una Agencia de viajes de dueños mexicanos que hoy en día tiene ventas anuales por más de nueve millones de pesos, lo cual la ubica, desde la tipología de NAFINSA, como una mediana empresa, y desde la de la Secretaría de Economía (SE), como una pequeña, por contar con siete trabajadores incluyendo al dueño; se podría considerar una empresa familiar donde, a excepción de la madre, toda la familia R trabaja. El señor D. es el padre y además es el dirigente-dueño (DD); las hijas son operadoras de viajes, al igual que un hermano, y son acompañados por un amigo que trabaja con ellos desde hace 20 años, así como otro operador que apoya al hermano, y un mensajero que lleva 15 años con ellos.

La actividad de la Agencia de viajes R, por tratarse de una operadora mayorista, es la de ofrecer paquetes a agencias de viajes pequeñas; los paquetes que ofrece son prácticamente para el público en general; los encargados de dichas ventas son los operadores; el DD se dedica a la administración del negocio, encargándose per-

sonalmente de los pagos, y el otro, que no es operador, como ya se mencionó, es el mensajero, quien se encarga de llevar los documentos a los clientes. La agencia se ubica en una colonia céntrica de la ciudad de México. Dentro de un edificio de la década de los sesenta, rentan dos departamentos en el primer y segundo pisos. El primero de ellos lo ocupa el DD, en uno de los cuartos acondicionados como oficina; en otro de los cuartos (en total son dos) están las dos hermanas, y en la estancia se encuentran tres escritorios, pero sólo uno de ellos es ocupado por alguien, se trata del amigo de la familia que lleva 20 años trabajando con ellos. En el departamento de arriba, también acondicionado como oficina, trabaja el hermano mayor del DD, quien junto con un asistente se encarga de todos los viajes a Centro y Sudamérica.

Después de trabajar por varios años en una línea aérea recientemente quebrada de México, el señor D decidió impulsar su propia empresa de viajes, lo hizo con el apoyo de dos hermanos. Uno de ellos, también está relacionado con el negocio del turismo, y el otro proviene de un ramo comercial ajeno, pero con capacidad para llevar la contabilidad de la nueva empresa.

En este caso el origen de la empresa fue idea y fundación del señor D, el trasladó su conocimiento en empresa hacia su propia organización, pero en todo momento recibió el apoyo de los hermanos, y posteriormente de las hijas, así como el soporte moral de la esposa. El momento de mayor auge de la empresa lo constituyen los años en los que las hijas, con una carrera afín al negocio, comenzaron a generar mayor productividad en la empresa.

No obstante, es preciso mencionar que esta idea original generó la empresa hace más de 20 años, y se mantuvo sin cambios mayores por todo ese tiempo, lo que muestra claramente que el acto creativo fue un momento en la historia del señor D, de la empresa y de los hermanos, que en realidad tuvo su éxito gracias a la capacidad de administración del dirigente-dueño.

Cuando se realizó la investigación en esta empresa, había un trabajador de quien el señor D

tenía buena impresión era un buen chico, trabajador y muy responsable, que ya estaba ocupándose de operaciones de viajes; no obstante, de un mes para otro, de una visita para otra, este trabajador desapareció. Cuando se preguntó por qué ya no estaba, sólo se dieron evasivas; empero, de inmediato el señor D comenzó a ratificar que sólo con la familia existe confianza. Al cuestionársele sobre cuál sería el tipo de personas que podrían trabajar ahí en su empresa, hizo referencia a que muy poca gente quiere trabajar; siempre están buscando trabajos donde se gane bien y se haga poco, de ahí la importancia de trabajar con la familia. Este ha sido el ejemplo y dogma que ha generado en su organización, donde todos piensan igual que él y, al parecer, todos están convencidos de la importancia de este principio, ya que el hermano, la hija mayor y la menor, también hacen referencia a la importancia de la familia en la organización. El punto es unánime, la familia es una gran ventaja para la empresa, la hija menor expresa “trabajando con la familia hay confianza, apoyo laboral y emocional, además de honestidad en el trabajo”.

Es interesante ver cómo la relación entre la familia es muy institucional, la hijas se dirigen al padre con confianza pero de una manera muy impersonal, por decirlo de alguna manera, como si hablaran con el jefe, aunque sí lo llaman “Pa”. Esto es algo que se observó en la organización y que consideramos muy importante: la relación del padre con las hijas y el hermano es muy rígida, podríamos equipararla con un orden jerárquico tradicional burocrático de relación jefe-subalterno en la que hay respeto, pero un gran apego por las normas y reglamentos de la organización; sin embargo el señor R menciona que las hijas y el hermano tienen la libertad de hacer las cosas como mejor les parezca, no obstante, en relación con lo observado podríamos decir que existe una preforma de procesos que se respetan desde su origen, desde la misma forma que el señor D implementó. Él menciona que “ellas siempre han estado aquí, han visto cómo se hacen las cosas, si yo no estoy, ellas saben qué hacer, aunque eso casi nunca pasa, pero ellas saben cómo

armar un paquete; saben... algo que es muy importante, que es escoger a los operadores”.

En este sentido se podría describir a la organización R como una organización sui géneris, en la cual existe un orden jerárquico vertical, en apariencia no coercitivo, ya que los trabajadores, por ser en su mayoría familiares, aparentemente tienen la libertad de elegir; sin embargo, eligen en función de lo que aprendieron. A la manera de Ford, diríamos, tienen la libertad de “elegir el color del carro que quieran, siempre y cuando éste sea negro”.

No obstante quizá lo más importante es ver cómo la interpretación que el DD hace de la realidad en verdad construye el significante para los demás, su interpretación de que es la familia la generadora de todo el beneficio de la organización, incluyendo su adaptabilidad y éxito después de los problemas que muchos ven, se debe en el fondo a la familia, y esto es reforzado aún más cuando los miembros de la familia observan cómo las otras agencias van desapareciendo.

La familia como uno de los mecanismos ontogenéticos más importantes de adaptabilidad opera cuidando a sus miembros y dotándolos de las herramientas necesarias para su supervivencia. Vemos cómo esta organización en realidad es un medio eficaz para la supervivencia de los individuos, esa condición natural de protección que el hombre tiene en la familia al ser el animal más indefenso de la naturaleza, al menos en los primeros años después de nacido, se presenta y se institucionaliza en la organización, es decir, la empresa se erige como un mecanismo eficaz de apoyo para que el ser humano sobreviva y se adapte de manera adecuada a su entorno.

Con un formato de administración tradicional de organización moderna burocrática (Mouzelis, 1975), el señor D contrató a los dos hermanos y posteriormente formó y empleo a las hijas, siempre pensando en ellos como familia que trabaja, que es un formato singular, ya que si bien son hermanos e hijas, en la empresa se tienen que comportar como trabajadores, y así se les paga, con sueldos comunes, y esto lo tienen que aceptar desde su punto de vista, por el bienestar de

la familia. Es decir, de papel de padre y cabeza de familia, salta a la de Dirección de la empresa familiar, pero en este último caso, utiliza los referentes tradicionales burocráticos que copia de las empresas que conoce,⁶ y comienza a explotar de la forma común a la familia, no con una intención deliberada de abuso, sino como un formato para sobrevivir.

La empresa ha tenido éxito y actualmente se posiciona dentro del mercado de agencias de viajes mexicano. Es una de las pocas organizaciones que lograron sobrevivir en este rubro, después de la crisis del 11 de septiembre y el uso de internet para la compra de boletos avión y paquetes vacacionales, y esto se debe al aporte que la familia hace a la organización, de tal manera que el ser emprendedor en este caso, como ya se ha visto, podría considerarse como un solo momento de la historia de la empresa, y no como ese personaje que constantemente está arriesgando para crear nuevos escenarios y asumir retos cada vez mayores.

Conclusiones

1. El emprendedor en una profunda connotación constituye un actor que en la economía libre se encuentra realizando sus actos de *destrucción-creativa* de manera natural y espontánea. Serán muy pocos los emprendedores que acudan por ayuda a una instancia para ser formados, por lo regular estos personajes ya se encuentran haciendo empresa. El emprendedor promedio que crea empresas en México podría, si se requiriera hacer una tipificación, ser en realidad un buen administrador que arriesga en una etapa de su vida, que más bien es la juventud, para después cuidar su creación quizá con mayor despliegue de energía que el mismo acto creativo que dio origen a la empresa, tratando siempre de eliminar el riesgo y el cambio.

2. El individuo que inicia una empresa realiza un acto de emprendedor, lo que no necesariamente lo hace emprendedor, lo hace empresario, por lo menos en el tiempo en que su empresa permanezca con vida. Son comunes los casos

en los que un individuo pone una empresa, a través de emprender un riesgo, y el negocio comienza a funcionar adecuadamente; sin embargo los factores que garantizan esto pueden ser múltiples, el producto o bien ofrecido, el mercado, pero uno muy importante es la capacidad del empresario para administrar, lo que en realidad denotará una característica superior a la del emprendedor, es decir, la verdadera capacidad de muchos de los empresarios en México no es la de ser emprendedores, sino buenos administradores del negocio que en una única ocasión emprendieron con riesgo.

3. El emprendedor en México, como se reconoce en la mayoría de los textos, es un ser heroico, que realiza acciones individuales que lo llevan a generar grandes alcances, pero en la realidad estos personajes están soportados por otras personas que la mayoría de las veces son familiares. La familia al respaldar la idea del emprendedor de diferentes maneras, posibilita el verdadero éxito de muchas organizaciones de este tipo, ya sea con recursos económicos, con trabajo productivo, o al menos con un respaldo moral. La familia en todo momento determina el comportamiento del emprendedor, no se puede saber si es una condición innata, pero sin lugar a dudas difícilmente se enseña el ser emprendedor.

4. Los programas que intentan formar empresarios tenderán al fracaso por definición, ya que la gente que intenta formarse en esta materia es porque no tienen la capacidad de hacerlo, y aunque se les ofrezcan herramientas lo más probable es que en el corto plazo estén quebrando. Sin lugar a dudas habrá algunos casos de éxito, pero serán mínimos; lo que se quiere decir es que aquellos que tienen la capacidad de tener una empresa ya están haciendo empresa, y no necesitarán acercarse a estos programas.

5. El conocimiento que se tiene sobre el ser emprendedor aún es insuficiente, constituye por su complejidad un terreno inexplorado, particularmente en la sociedad mexicana. El hacer el traslado de experiencias en otros países a la realidad local constituye un riesgo que ya ha mostrado sus

impactos al hacer fracasar miles de empresarios que intentan seguir reglas que no tienen nada que ver con su particular consistencia cultural. Es necesario realizar más investigaciones teóricas que tengan a su vez referencias en casos, para poder comprender de mejor manera la naturaleza del emprendedor mexicano.

Notas

¹ “Después de ver el éxito que alcanzó en los primeros años de operación de una materia optativa que se ofrecía a los alumnos que realizaban sus estudios profesionales en el Tecnológico de Monterrey, se estructura formalmente en 1985 el Programa Emprendedor y en 1992 de *Desarrollo de Emprendedores*” en <http://www.itesm.edu/wps/wcm/connect/ITESM/Tecnologico+de+Monterrey/Emprendimiento/Formacion+emprendedora/Programas+de+apoyo+al+emprendimiento/>.

² El Programa México Emprende es una estrategia integral con la que se otorgan garantías a la banca comercial y se ofrece asesoría financiera y de gestión empresarial, en beneficio de las Mipymes. Secretaría de Economía <http://www.siem.gob.mx/siem2008/>

³ En la actividad empresarial existen dos elementos primordiales: una persona emprendedora y una idea básica.

—La persona emprendedora se caracteriza porque busca y descubre nuevas oportunidades.

—La generación de ideas puede venir de experiencias propias o ajenas, de buscar alternativas, de aportar soluciones a diferentes problemas, en definitiva, de innovar. De las primeras decisiones a adoptar por el promotor o promotores de una nueva empresa, una vez estudiado el Plan de Negocio y analizada su viabilidad, es la elección de la forma jurídica, ya que ello no sólo condicionará el desarrollo futuro de la organización, sino también el de sus socios. Club emprende de Aragón. En este apartado se ofrece un marco de refe-

rencia para la adopción de decisiones relativas a la forma jurídica, así como para identificar los trámites de constitución y puesta en marcha de una empresa. http://www.emprender-en-aragon.es/paginas/crear_empresa.php

⁴ El 30 de septiembre vence el plazo para el registro de las Pymes al concurso: "Premio UPS al Espíritu Emprendedor", cuya primer premio consta de 25 mil dólares y un paquete de equipos de Hewlett-Packard consistente en: una computadora portátil modelo HP Probook o similar y una impresora modelo HP Color LaserJet o similar. (*El Universal* Miércoles 18 de agosto de 2010).

⁵ IPN. Este Programa se dirige a emprendedores potenciales de la comunidad politécnica, estudiantes de todas las escuelas de nivel medio superior, superior y posgrado, que tengan el interés en desarrollar habilidades emprendedoras, para la creación de una empresa. <http://www.updce.ipn.mx/poliiemprende.html>

⁶ Es una práctica común el hacer una copia del formato estructural y procesual de las organizaciones, en función de lo que el individuo conoce, ese es el motivo por el cual todas las organizaciones del mismo tipo se parecen, Powel y Dimaggio (1995) denominan a este fenómeno isomorfismo organizacional.

Fuentes bibliográficas

Alcaraz, Rafael (2006). *El emprendedor de éxito*. México. McGraw-Hill interamericana.

Bóveda V. Juan Ángel (2004). "El emprendedor y las pequeñas empresas", en *Futuros*, vol. II. núm. 6, Paraguay.

Clydesadale, Greg (2007). "Economic Decline and Failure of Chinese Entrepreneurs", en *The Quarterly Journal of Austrian Economics*, vol. 10, núm. 2. Austria.

Cantillon, Richard (1959). *Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general*. México. FCE.

Gerber (1996). *Revista Futuros*, vol. II, núm. 6. 2004 <http://www.revistafuturos.info>

Ginebra, Joan (2001). *Las empresas familiares: su dirección y su continuidad*. México. Panorama.

Grabinsky, Salo (1994). "La empresa familiar: guía para crecer y sobrevivir", *Del verbo emprender*. México. Nafinsa.

Lezana y Tonelli (1996) *Revista Futuros*. vol. II. núm. 6. 2004. <http://www.revistafuturos.info>

Martinelli, Alberto (1985). *Análisis económico y análisis sociológico de la teoría económica de Shumpeter*, en *Reis*, octubre, pp. 42-65.

Martinez Nogueira, Roberto (1984). *Empresas familiares, análisis organizacional y social*. Buenos Aires. Macchi.

Mouzelis, Nicos (1975). *La teoría de la organización*. Barcelona. Ediciones Península.

Powell, Walter W y Paul J. Dimaggio (1991). *El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional*. México. Fondo de Cultura Económica.

Schumpeter, Joseph (1957). *Historia del análisis económico*. Fondo de Cultura Económica. México.