



*Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.*



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

## **Empresas familiares, como influye para la creación de empresas en sus sucesores, en la ciudad de Tecomán, Colima**

*Hugo Martín Moreno Zacarías<sup>1</sup>*

*Renato Francisco González Sánchez\**

*Víctor Aparicio Rosas\**

### **Resumen**

Una parte importante en el desarrollo de las empresas familiares es la sucesión del negocio a los hijos. Estos por varias razones no siguen la empresa de sus padres. Es por ello, que el objetivo es conocer si los hijos de empresarios tienen interés por crear su propia empresa. Se tomaron los datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas del INEGI, para los tres principales comercios al detalle de Tecomán, Colima. Se realizó una muestra de 113 negocios que se obtuvieron 28 encuestas a hijos adultos de los empresarios para ver su intención emprendedora. Se realizaron gráficas y correlaciones. Los hijos de empresarios en su mayoría ya están trabajando en la empresa de los padres y solo un 45 % tienen la intención de emprender sus propios negocios. Los padres si proporcionan algún apoyo para la creación de la empresa.

**Palabras clave:** Empresa familiar, apoyos, nueva empresa.

### **Abstract**

An important part in the development of family businesses is the succession of the business to sons. These for several reasons do not follow the company of their parents. That is why the objective is to know if the sons of entrepreneurs have an interest in creating their own company. Data were taken from the National Statistical Directory of Economic Units of INEGI, for the three main retail businesses in Tecomán, Colima. A sample of 113 businesses was carried out that obtained 28 surveys of adult sons of entrepreneurs to see their entrepreneurial intention. Graphs and correlations were made. The sons of entrepreneurs are mostly already working in the parent company and only 45% intend to start their own businesses. Parents do provide some support for the creation of the company.

**Keywords:** Family business, support, new business.

---

<sup>1</sup> Facultad de Contabilidad y Administración de Tecomán, Facultad de Economía.

## **Introducción**

En la sociedad actual, es necesario buscar todas las opciones necesarias para buscar negocios que sean más rentables con el fin de mejorar la calidad de vida de las personas y de la sociedad. Una opción es buscar la independencia económica mediante el desarrollo de emprendimientos que satisfagan las necesidades del público potencial consumidor.

“La persona que se quiera dedicar a emprender debe estar lo mejor preparada posible, y esto se logra integrando cuerpo, cabeza y corazón en forma equilibrada. Así, en la medida que estos tres factores formen parte de nosotros dando la mejor combinación, obtendremos más y mejores resultados” (Valdés, 2003).

Hoy en día los jóvenes tienen mayor interés por emprender nuevos proyectos, con iniciativa y motivación que los impulse en la creación de estos. Buscando la independencia de la realización de las ideas propias que buscan emprendimientos factibles.

“El emprendimiento puede surgir por diversos factores; uno de ellos puede ser por la necesidad de tener un sustento económico” (Sebastián, 2003), para poner en práctica conocimientos e ideas adquiridas, se considera que otro posible factor que detone el espíritu emprendedor es que forme parte de una empresa familiar, esto último, es una de las razones principales por las que se realiza el presente estudio, con la intención de validarlo.

“La familia empresaria, si pretende garantizar su continuidad a través de generaciones, enfrenta el gran reto de la regeneración continua del negocio familiar a medida que se adapta a las realidades de un entorno económico y competitivo” (Paladino M. , 2017).

Como se mencionó un factor detonante en la decisión de estos para emprender es la familia, ya que durante años se ha venido observando que las empresas que se han establecido son heredadas a los sucesores, sin considerar el interés que ellos muestran al mando del negocio, lo que podría ocasionar la desaparición de la empresa. Algunos padres motivan a sus hijos a emprender un nuevo negocio o en algunos casos son los hijos los que tienen esta propia iniciativa.

En la actualidad se cuenta con más apoyos y recursos económicos que permiten llevar a cabo lo planeado con carreras enfocadas al ámbito empresarial, que permite dirigir un negocio de manera exitosa y con ello que la cultura emprendedora en la familia continúe.

El proceso de sucesión generacional no es una tarea fácil, pues el complejo mundo de relaciones que se entremezclan en el proceso origina la aparición de una serie de problemas que pueden dificultar. Tal como señala (Gallo, 1998), “ en España, el 61 por 100 de las empresas familiares

están dirigidas y controladas por la primera generación, el 24 por 100 por la segunda generación, el 9 por 100 por la tercera generación y solo el 6 por 100 son la cuarta generación siguientes. Una parte muy importante de las EF de primeras generaciones ocurre cuando los hijos de los fundadores se incorporan a la misma”.

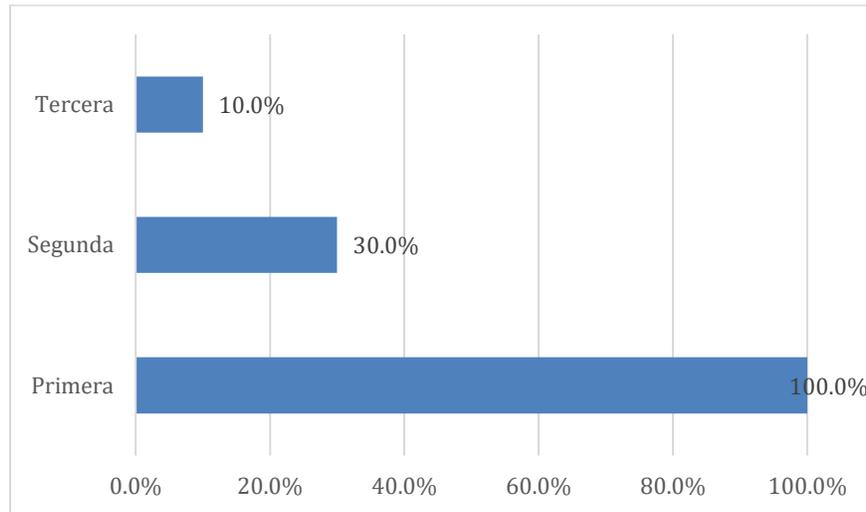
El fenómeno de la sucesión generacional ha de entenderse desde la importancia que este tiene para “empresas familiares”. A la gran cantidad de compañías en edad sucesoria, hay que sumarle el deseo generalizado de fundadores y sucesores de que la propiedad y la dirección de la empresa, continúen en manos de la familia fundadora. El deseo de que la empresa continúe en manos de la propia familia, se basa generalmente en razones de alto contenido afectivo y emocional, tales como tradición, historia, seguridad económica e independencia.

### **Planteamiento del problema**

Las empresas familiares se desarrollan en todos los segmento económicos. Estas pueden ser de todos tamaños, constituidas bajo diversas formas legales y con distintos grados de profesionalización. No obstante, todas estas empresas tienen en comun: la gran influencia que ejerce la familia sobre la empresa.

Hay varias investigaciones que muestran las grandes dificultades que enfrentan las empresas familiares para lograr la continuidad en los cambios generacionales. Aproximadamente una de cada tres empresas tienen éxito al pasar la estafeta a la siguiente generacion citado por (Belausteguioitia, 2003), (Lea, 1993); (Handler y Kram.E., 2008) como se aprecia en la figura 1. Es importante hacer notar que no todos los casos de desaparición de las empresas familiares se deben a fracasos. Hay empresas que deciden perder su carácter familiar al incorporar a otro accionista y perder el control; tambien puede darse el caso de que haya la oportunidad de cerrar tratos rentables y se decida vender la compañía a terceros.

**Figura 1.** Porcentaje de éxito en la sucesión de las empresas familiares



Fuente: Belausteguigoita 2003

### **Objetivo general**

Determinar si los hijos de los empresarios de la ciudad de Tecomán, Colima, presentan interés por crear su propia empresa o han emprendido por su cuenta.

### **Objetivos específicos**

- Identificar las empresas familiares en la ciudad de Tecomán, Colima.
- Conocer las opiniones de los hijos de las familias empresarias respecto al emprendimiento.
- Diseñar y validar un instrumento que permita recoger la información necesaria para validar o desacreditar la hipótesis.

### **Hipótesis**

H<sub>1</sub>. El 50% de los hijos de los empresarios desean emprender un nuevo negocio.

H<sub>2</sub>. El 70% de los hijos cuyas familias tienen empresas, recibieron apoyo económico al iniciar sus propios emprendimientos.

H<sub>3</sub>. El 60% de los hijos cuyas familias tienen empresas, han realizado sus propios emprendimientos.

### **Justificación**

Algunas de las ventajas de ser tu propio jefe podrían ser; horarios flexibles ya que crea y aplica su propio ritmo de trabajo, decidir el salario que quiere percibir, responsable de la toma de decisiones y de las acciones que se llevan a cabo dentro de la empresa sin dar explicaciones.

Se puede decir que un emprendedor que crea su propio negocio, es un director de orquesta que maneja todas las áreas de la empresa. Es una tradición de emprendedores que provienen de familias

de empresas propias, de ser ayudados y ayudar a los familiares y buscan empleados que les proporcionen una confianza similar a los parientes. Parten de una visión de buscar la mejor ganancia tomando en cuenta la inversión del negocio (De Jesús, 2013).

Además de desarrollar valores y habilidades como responsabilidad, honestidad, liderazgo, tolerancia, independencia económica etc. Las ventajas de ser hijo de un empresario podrían ser apoyo económico, de acuerdo a los resultados obtenidos de las entrevistas aplicadas a emprendedores en la ciudad de Medellín indican que el 48% recibe financiamiento por parte de la familia. (Quiroz, Vera y Cardona, 2008).

Una característica interesante de la familia empresarial y emprendedora es que las operaciones de negocio que realiza no es solamente a corto plazo, sino que en muchas ocasiones van más allá de las generaciones. Se piensa como ciertas acciones del negocio pueden ayudar a futuras generaciones (Alcaide, 2015).

Aporte de conocimientos adquiridos por parte de la familia conforme a la experiencia mediante la realización de las actividades que permitan el desarrollo profesional incorporando la innovación para las nuevas generaciones. Mayor oportunidad de trabajo puesto que van encaminado a ese estilo de vida.

Es de vital importancia investigar este tema de manera extensa, para tener un panorama general acerca de las diversas causas que impulsan a las nuevas generaciones a emprender un negocio propio, que genere mayor oportunidad de empleo a la sociedad, beneficiando a la economía e inculcando el emprendimiento por medio de apoyos monetarios que brinda el gobierno por ejemplo el INADEM “El Instituto Nacional del Emprendedor órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Economía, que tiene por objeto instrumentar, ejecutar y coordinar la política nacional de apoyo incluyente a emprendedores y a las micro, pequeñas y medianas empresas, impulsando su innovación, competitividad y proyección en los mercados nacional e internacional para aumentar su contribución al desarrollo económico y bienestar social, así como coadyuvar al desarrollo de políticas que fomenten la cultura y productividad empresarial” (Pérez y González, 2018).

## **Marco teórico**

El capital social representa un aspecto gerencial fundamental, visto éste como un activo intangible, aplicable para determinar desde la correcta ocupación de cargos de dirección y gerencia, hasta cómo se conducen las relaciones interpersonales hacia el éxito y a una asociatividad cónsona con sus fines y metas, en la búsqueda de competitividad y consolidación en el mercado (Jimenez, 2011).

El capital social constituye un activo estratégico de las empresas, facilitándoles el acceso y la explotación de nuevos recursos e influyendo positivamente en sus resultados. Dada la relevancia del capital social, resulta crucial conocer qué factores favorecen el desarrollo del mismo en el contexto organizacional (Márquez, 2013).

El capital económico posee un peso preponderante y decisivo frente a los otros tipos de capital, pues es la posesión de este lo que decide el éxito de las luchas en todos sus campos, es decir, es la especie de capital mejor convertible y constituye la base para la obtención de los demás (Cárdenas, Guzmán, Sánchez y Vanegas, 2014).

Lo importante del capital social para los individuos y los grupos que lo poseen, es la potencialidad que les confiere y de la que carece el individuo aislado. Es decir, lo esencial del capital social es que es una capacidad. Representa pues la capacidad de obtener

En el caso de los emprendedores potenciales, la buena planificación inicial fue considerada como una de las cuestiones más importantes para el éxito del emprendimiento.

En el caso de los emprendedores nacientes actuar en su emprendimiento de acuerdo con sus valores fue señalado como una cuestión tan importante como asesorarse ante la falta de conocimientos y encontrar el nicho de mercado indicado es uno de los factores más relevantes para el éxito del emprendimiento (Sastre, 2013).

Los dos elementos más relevantes para anticipar el éxito de un emprendimiento son contar con financiamiento y que, anteriormente, la situación laboral del emprendedor sea trabajador independiente. A partir de ahí se podría ahondar en el contexto familiar y socioeconómico (tanto por su impacto en la intención de emprender como por la situación económica familiar), y en el estudio de las posibilidades de financiamiento existentes (Messina, 2015).

Los valores es uno de los factores para alcanzar el éxito, la creatividad, ser saludables, la autodisciplina, bajo los aspectos motivacionales de logro, autodirección, seguridad y conformidad. Las personas de éxito buscan obtenerlo de manera personal como resultado de la demostración de sus competencias. La autodisciplina, asociada al sacrificio, o la fuerza de voluntad es un valor que

se presenta como necesario para lograr el éxito en muchos de los campos profesionales. En cualquier desempeño profesional, actividad o iniciativa emprendedora, la ilusión y el entusiasmo pueden ser la motivación inicial que lleve a realizar una actividad al más alto nivel, pero tras el paso del tiempo y ante la aparición de dificultades, si no se posee cierta dosis de autodisciplina se puede entrar en una espiral de negatividad, pereza y desidia que impida alcanzar la meta propuesta, es decir, el éxito (Ballester y Fernández, 2015).

La Business Families Foundation (BFF) realizó un estudio en la ciudad de México para determinar si existe un plan de sucesión preciso y planificado tomando como base, datos recolectados mediante la aplicación de encuestas, de los datos obtenidos se refleja que el 16% de las empresas han desarrollado dicho plan, más del 90% de las firmas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores tiene una clara representación familiar. Sin embargo, a nivel global el 95% de jóvenes sucesores a las empresas no quieren incorporarse al negocio (Estrada, 2016).

En la localidad de Sevillana de Marchena, España. Se realizaron estudios cualitativos que fueron recabados de cuatro dueños de empresas familiares, de los cuales resultó que en los cuatro se ha producido la sucesión a la segunda generación sin dificultades y, hasta el momento, se puede considerar que de forma exitosa. Los factores fundamentales que han generado este éxito son:

- La constancia de sus miembros debido a los lazos que los unen, lo que hace que puedan afrontar las dificultades y así conseguir un mayor rendimiento.
- La dedicación completa al trabajo, desarrollando capacidades y esfuerzos durante todas sus vidas para poder llevar a cabo la gestión del negocio de la familia y para mantener el legado que tanto le ha costado conseguir al fundador. (Carmona, 2017)

En la universidad de Burgos, España. Se realizó un artículo sobre el emprendimiento en la sociedad, cuyo objetivo fue extraer factores significativos de los padres de hijos en etapa postobligatoria. Se aplicaron pruebas paramétricas T de Student y varianza de un factor (ANOVA) con una muestra de 791 progenitores. Los resultados muestran que los padres con estudios básicos son los que más motivan e impulsan a sus hijos a crear su propia empresa. La conclusión de este estudio es para fortalecer la educación, valores y los conocimientos acerca del emprendimiento para lograr crear emprendedores exitosos (Alonzo, Ponce de León y Jiménez, 2017).

Un estudio de Kellermanns, Eddleston, Barnett y Pearson, investiga varios factores que pueden estar relacionados con el comportamiento emprendedor en empresas familiares. Las variables que consideran incluyen la edad y el tiempo de permanencia del primer ejecutivo (antigüedad en el puesto) y el número de generaciones de la familia en el control de la propiedad y la dirección de la

empresa. Si bien su hipótesis inicial era que la antigüedad en el cargo de los líderes podía impactar negativamente en el emprendimiento, la investigación concluyó que numerosas empresas familiares mantenían un alto espíritu emprendedor e innovador con independencia de la edad o antigüedad en el cargo de su fundador. (Olivie, 2018).

En la universidad técnica de Ambato se realizó una investigación con el objetivo de determinar los factores de emprendimiento para la creación de empresas familiares, en la investigación se trabajó con un total de 200 emprendedores de los cuales 89 (44.5%) son mujeres y el 55,5% que correspondió a 111 hombres. Mediante el estudio realizado en la ciudad de Ambato, señala que el máximo nivel educativo alcanzado por los emprendedores fue la secundaria en un 69.5 seguido por porcentaje del 13,5% nivele primario, el emprendimiento lo inician aquellas personas que no lograron ingresar a la universidad y se quedaron únicamente con un título de bachiller, la situación laboral antes de iniciar con su negocio el 59%, era independiente trabajaba como empleado es decir ya tenía algún negocio, los pequeños y medianos empresarios si bien corresponde a la tercera parte 31.5%, son sujetos que emprendieron después de salir como empleados. Se concluye que el factor motivador más relevante para los emprendedores es la necesidad económica, e indica que el apoyo recibido por la familia, es importante para el desarrollo de su emprendimiento, esto se percibe en un alto porcentaje de encuestados 84,5%. (Cortez, V C. , 2018).

### **Metodología**

Es un trabajo transversal en una sola encuesta a los dueños de negocio de mostrador. Se usó un enfoque mixto de toma de datos cualitativos y cuantitativos buscando las razones de respuesta que dieron origen a las variables de medición (cuantitativas).

Para determinar la población se determinó en seleccionar, a las empresas de venta de mostrador que fueran familiares y que tuvieran hijos mayores de edad o con preparatoria terminada a ellos se les preguntará su intención emprendedora para la realización de una empresa que no sea del giro de sus padres. Se tomó como base el directorio estadístico nacional de unidades económicas (DENUE) del INEGI. Se tomaron a los giros más comunes. Se tomó a las siguientes empresas: 31 tiendas de ropa, 23 ferreterías y 60 papelerías. Para el determinar el tamaño de muestra se utilizó el software de Consulta Mitofsky con los siguientes parámetros: Valor de Q y P ambos del 50 %, un nivel de confianza del 95% y un 5% para el margen de error. El valor de N fue de 113 empresas de los t res giros. Se eligió un muestreo aleatorio simple, obteniendo números aleatorios por medio de la hoja de cálculo Exel. La variable dependiente: Son los hijos de familias empresarias que quieren emprender un negocio. Y las independientes; padres con negocios propios, padres motivadores para realizar su propia empresa, interés de los hijos para crear su propia empresa y si se presenta un

apoyo económico para el inicio del negocio. Se realizó una estadística descriptiva y una inferencial correlacional.

### Resultados

Una vez realizada el muestreo se lograron obtener 89 encuestas útiles. De las cuales 69 son empresas familiares. Es un 77,8 % del total de empresas entrevistadas son familiares. Y de estas empresas familiares 34 (54,8 %) no presentan hijos mayores de la edad estudiada. En la figura 2, se muestra la edad de los hijos entrevistados.

Se muestra que la mayoría de son jóvenes que están entre los estudiantes que terminaron preparatoria y profesional, se considera un etapa para ideal para realizar su propia empresa, se tiene la fuerza y la confianza para realizar su propia empresa.

En la figura 3, se pregunta sobre si tienen algún puesto en la empresa familiar. Se observa que todos tienen algún puesto en la empresa. La gran mayoría (más del 96 %), tiene el puesto de dueño del negocio. Esto indica que ya tienen una responsabilidad empresarial dentro del negocio familiar. Esto da la experiencia necesaria para poder crear su propio negocio.

**Figura 2.** ¿Qué edad tiene?



Fuente: Elaboración propia

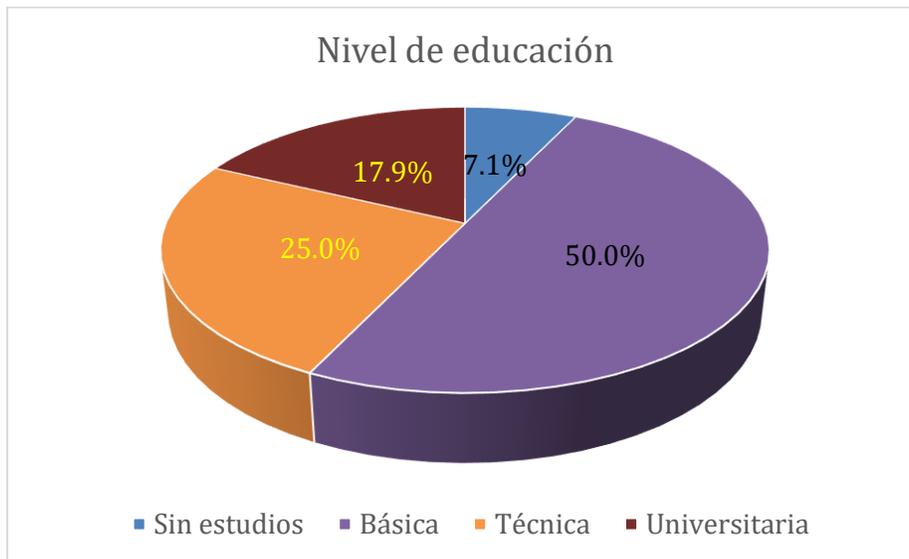
**Figura 3.** Puesto que ocupa



Fuente: Elaboración propi

En la figura 4, se muestra los estudios realizados, el 50% (14) de los encuestados respondieron que solo cuentan con la educación básica ya que ellos consideran que para emprender un negocio le dan mayor relevancia a factores como el compromiso por el negocio, el aprovechamiento de oportunidades, la motivación para superarse.

**Figura 4.** Nivel de educación

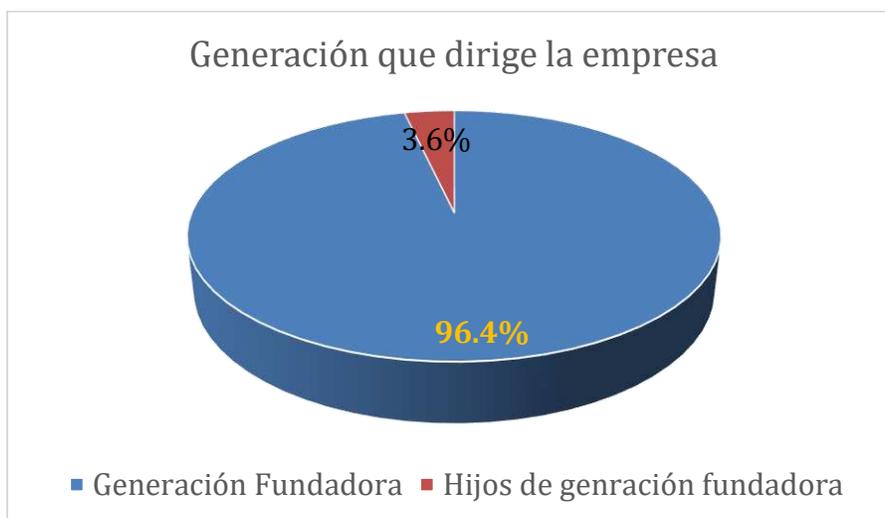


Fuente: Elaboración propia

El 25% (7) cuenta con estudios técnicos, mencionaron que al terminar el bachillerato ya tenían planeado formar un negocio y solo enfocarse en ello. El 17, 9% (5) cuenta con estudios universitarios ellos consideran que es fundamental la educación y contar con los conocimientos que

permiten el desarrollo de habilidades, técnicas, estrategias para la toma de decisiones para guiar su negocio al éxito. El 7, 1% (2) no cuenta con estudios debido a la falta de recursos por parte de sus padres lo que los llevo a buscar la manera de salir adelante a temprana edad.

**Figura 5.** Generación que dirige la empresa



Fuente: Elaboración propia

Aunque la mayoría de los hijos ya están en un puesto gerencial (figura 5), aún se presenta más del 96 % es dirigida por sus fundadores, esto da la idea que en relación del organigrama de las empresas arriba de la gerencia del dueño que es el hijo. Se presenta un organismo administrativo superior. Esta puede ser una sucesión familiar ya en forma práctica que no deja de ser paternalista el manejo del negocio. El restante menos del 3,5 % no se presenta una dirección y puede dejar al hijo en manejar la toma de decisiones.

Esto se complementa con la figura 6. En la cual se pregunta si se tiene un consejo para el manejo de la gerencia y se ve el complemento de la anterior pregunta. Con un 96% de presencia de la familia. Se puede decir, que se quiere un complemento de madurez con la visión de los jóvenes para la gestión empresarial.

Tomando en cuenta el ambiente que se creó para los jóvenes respecto a un ambiente para los negocios en la figura 7 se pregunta si existe el interés de crear su propia empresa.

**Figura 6.** Su consejo es...

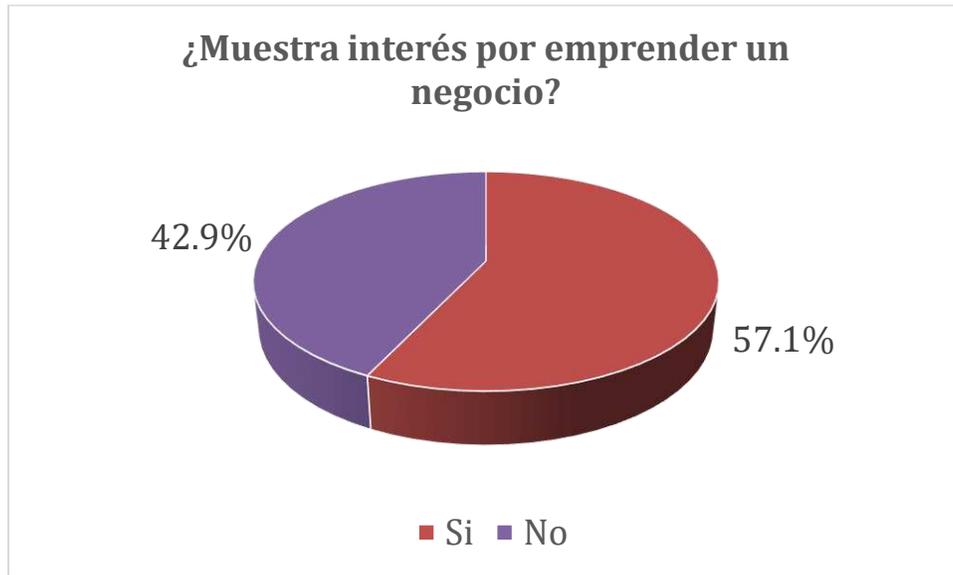


Fuente: Elaboración propia

De los empresarios encuestados que respondieron que tienen hijos mayores de edad el 57,1% (16) están interesados en emprender debido a la experiencia que han obtenido por el negocio de sus padres, que de cierta manera han sido involucrados en el manejo de la empresa para seguir en el ámbito. El 42,9% (12) no muestran interés debido a la carrera que eligieron.

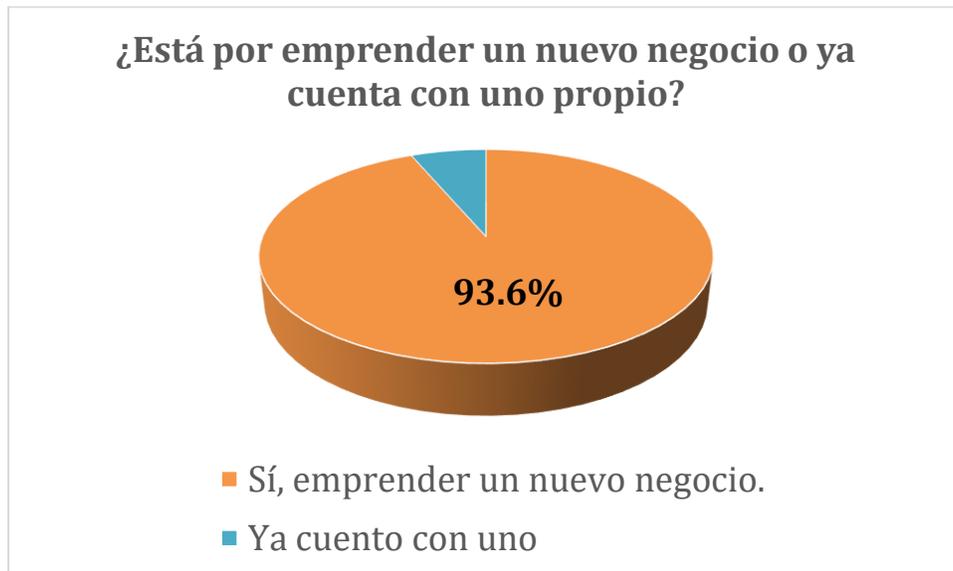
En este marco de emprendimiento, se muestra (figura 8), respecto si es esta por emprender un nuevo negocio. El 93,8% (15) mencionaron que si están dispuestos a emprender un nuevo negocio. El porcentaje restante 6,3% (1) ya cuenta con un negocio. Estos resultados indican que el soporte de la familia por hacer negocios ha influido en continuar la actividad empresarial.

**Figura 7.** ¿Muestra interés por emprender un negocio?



Fuente: Elaboración propia

**Figura 8.** ¿Está por emprender un nuevo negocio o ya cuenta con uno propio?



Fuente: Elaboración propia

También de los datos recabados se observó que el 50% (8) de los que van a emprender un nuevo negocio desean conservar el mismo que sus padres, y el restante 50% (8) opta por emprender otro tipo de negocio que les agrade o que se relacione con la carrera de estudio que eligieron, donde pongan en práctica sus propios conocimientos.

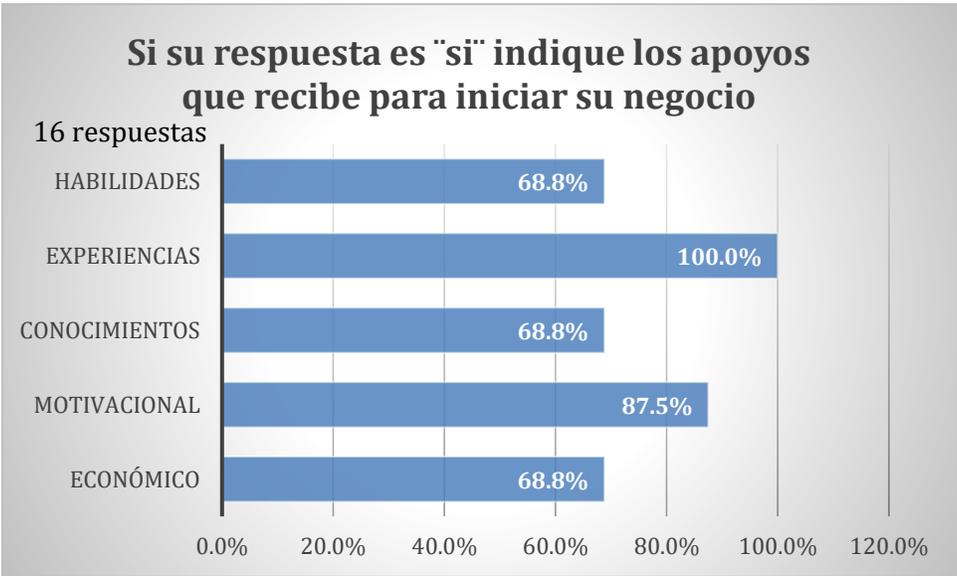
El 100% (28) de los padres brindan diversos tipos de apoyo a sus hijos emprendedores.

El tipo de apoyo (figura, 9), más sobresaliente del 100% (16) es la experiencia que brindan los padres a los hijos para su negocio prospere, ya que es de suma importancia saber resolver los conflictos que puedan surgir dentro de la empresa. Como segundo aspecto, la motivación con un 87,5% (14). Por último, con el mismo porcentaje e importancia de 68,8% (11) fueron los aspectos económicos, conocimientos y habilidades.

Los atributos más importantes que resultaron en la encuesta, con mayor relevancia que se le exigen al emprendedor son; Nivel de educación, experiencia en los negocios, trayectoria y desempeño, independencia, confianza en sí mismo, ser respetado por los empleados, experiencia y habilidades financieras, en marketing, integridad, inteligencia, creatividad, capacidad para asumir riesgos, compromiso con el negocio, competencia para la dirección.

Dentro de las menos significativos se encuentran; el género, edad del sucesor, orden de nacimiento, porcentaje de participación en el capital y relación con sanguinidad.

**Figura 9.** Tipos de apoyo que se dan para la creación de una nueva empresa



Fuente: Elaboración propia

Para un análisis de relación, se utilizó las pruebas de correlaciones entre las variables seleccionadas. En la tabla 1 se muestra la relación edad con grados de estudio.

De acuerdo a la correlación realizada se obtuvo un resultado de  $-.119$  lo que indica que no existe relación entre las variables por lo cual cualquier generación puede dirigir la empresa sin importar el grado de estudio que este tenga. Esto solamente contempla un grado empírico del conocimiento del negocio. Puede ser que no se conozca la utilidad de la ciencia administrativa para ser empleada en el negocio familiar.

**Tabla 1.** Correlación de variables Grado de estudios-Generación de la empresa

<b>Correlaciones</b>			
		¿Con qué grado de estudios cuenta?	¿Qué generación dirige la empresa?
¿Con qué grado de estudios cuenta?	Correlación de Pearson	1	<b>-0.119</b>
	Sig. (bilateral)		0.546
	N	28	28
¿Qué generación dirige la empresa?	Correlación de Pearson	<b>-0.119</b>	1
	Sig. (bilateral)	0.546	
	N	28	28

Fuente: Elaboración propia con programa SPSS

De acuerdo a la correlación tabla 2, se determina que los padres si motivan a sus hijos con diferentes tipos de apoyo para emprender, la correlación nos muestra que nuestro objetivo general y nuestra hipótesis absoluta si se cumple ya que todos brindan apoyo en general.

La correlación entre la variable del apoyo motivacional y el apoyo económico arroja como resultado  $.561$  lo cual señala que ambos apoyos son fundamentales para el inicio de un nuevo negocio, lo cual es positivo ya que los hijos que reciben estos apoyos se encuentran motivados e interesados por emprender.

La correlación que existe entre la variable del apoyo económico con la variable del apoyo en conocimientos arroja como resultado  $.709$  esto indica que al recibir todo aquello que los padres pueden heredar en cuanto a ideas, procesos, la forma de administrar y tratar con proveedores, La correlación entre la variable del apoyo en conocimientos y la variable del apoyo motivacional arroja el resultado de  $.561$  lo cual es significativo e indica que existe una relación positiva ya que cuenta con los conocimientos necesarios y se observa la constancia que tienen los padres en

impulsar a sus hijos a los negocios.

Se puede observar que debido a que el apoyo en experiencias es brindado por todos los padres encuestados esto impide el cálculo de la correlación ya que la respuesta es constante<sup>2</sup>.

La correlación entre la variable del apoyo en habilidades y la variable de apoyo económico arroja un resultado de .709 lo cual indica que brindar apoyo en cuanto, a la administración del tiempo, y a las habilidades directivas adecuadas que ayuden al emprendimiento genera que los padres de familia decidan apoyar de manera económica, lo cual genera que se tengan herramientas necesarias para poner en marcha un nuevo negocio.

**Tabla 2.** Correlación de variables muestra interés por emprender con el tipo de apoyo que brindan los padres

CORRELACIONES							
		¿muestra interés por aprender ?	¿Brinda apoyo motivacional ?	¿Brinda apoyo económico ?	¿Brinda apoyo en conocimient o?	¿Brinda apoyo en experiencias ?	¿Brinda apoyo en habilidades ?
¿muestra interés por aprender?	Correlació n de Pearson	1	a	a	a	a	a
¿Brinda apoyo motivacional ?	Correlació n de Pearson	0	1	0.561	0.561	a	0.561
¿Brinda apoyo económico?	Correlació n de Pearson	a	0.561	1	0.709	a	0.709
¿Brinda apoyo en conocimient o?	Correlació n de Pearson	a	0.561	0.709	1	a	0.709
¿Brinda apoyo en experiencias?	Correlació n de Pearson	a	a	a	a	1	a
¿Brinda apoyo en habilidades?	Correlació n de Pearson	a	0.561	0.709	0.709	a	1

a: No se puede calcular porque, como mínimo, una de las variables es constante

Fuente: Elaboración propia con programa SPSS.

<sup>2</sup> Nota: En las tablas de correlación se presenta una letra "a" que significa una sola variable como resultado. Por lo tanto, el dato antes de la correlación si es diferenciado.

De manera general se observa que todos los apoyos son brindados, quizá no todos tengan estos 5 apoyos, pero en su mayoría cuentan con más de 3 esto refleja el interés de los padres hacia los hijos por verlos crecer y convertirse en emprendedores competentes.

## **Conclusiones**

Se concluye que no todos los hijos de empresarios muestran disposición e interés por emprender, debido a los intereses particulares por carreras universitarias, prefieren estar bajo el mando de alguien más para evitar mayor carga de responsabilidad.

En su mayoría fueron los que están dispuestos y/o ya emprendieron un nuevo negocio aprovechando los recursos con los que cuenta y las oportunidades que se presentan.

En cuanto al análisis que se realizó para determinar si los padres motivan a sus hijos a crear una empresa se concluye que los hijos emprendedores si obtuvieron apoyos de sus padres como: la experiencia que fue el factor que más resalto, el apoyo económico en ciertos casos.

Cabe resaltar que crecer en una familia emprendedora tiene influencia en la decisión de emprender por parte de los sucesores.

Como sugerencia se debe de concientizar a los futuros jóvenes empresarios la importancia de concluir una carrera universitaria para obtener bases más sólidas y facilidad al momento de emprender un negocio, con el fin de mejorar la toma de decisiones y tener liderazgo.

Que se otorguen las mismas oportunidades en equidad de género y apoyos por parte de los padres.

Mayor asesoramiento por parte del gobierno de los apoyos hacia las nuevas generaciones, para crear nuevos negocios o expandir los negocios ya existentes.

## Referencias

- Alcaide, M. R. (2015). La familia empresaria: capacidad emprendedora transgeneracional resultados de un pre test . *Cuaderno de Investigación de la Cátedra PRASA de Empresa Familiar* .
- Alonzo, R., Ponce de León, E., Jiménez, E. (2017). Actitud de los padres hacia la posibilidad de emprendimiento de sus hijos. Factores vinculados. *Contextos Educativos*, (22) 97-110.
- Ballester, S. G. y Fernández, I.R. (2015). Valores de éxito y emprendimiento. *Infad revista de psicología*, (1), 171-184.
- Belausteguioitia, R. I. (2003). *Empresas familiares su dinámica, equilibrio y consolidación*. México, D.F.: Pearson Educación.
- Cárdenas, J., Guzmán A., Sánchez, Vanegas, J. (2014). ¿Qué se crea al fomentar el emprendimiento? Los principales impactos de la formación en este campo. *Universidad & Empresa*, (17) 173-190.
- Carmona, H. (2017). Tesis: *Las Empresas Familiares de Segunda Generación. Estudio de casos en Marchena*. Sevilla, España. Ed. Universidad de Sevilla.
- Cortez, V, C. (2018). Tesis: *Factores de empendimiento Para la cración de empresas familiares en la ciudad de Ambato*. Ámbato. Ecuador. Ed. Universidad Tecnológica Ámbato.
- De Jesús, N. (2013). *Los Consejos Que Nunca Me Dieron: Un Camino Hacia La prosperidad financiera*. Bloomington, EUA.: Ed. Palibrio.
- Estrada, L. (2016). Familias emprendedoras, semillero de nuevos negocios. *Tec Review*, (3)14-19.
- Gallo, M. A. (1998). *La sucesión en la empresa familiar*. Barcelona, España.: CAIXA- Colección de estudios e informes.
- Handler, W., y Kram.E., K. (2008). Succession in family firms: The problem of Resistance. *Journal of the family firm institute*, 1(4),361-381.
- Jimenez, M. (2011). Capital social en empresas familiares. *Revista Venezolana de Gerencia*, 16 (54):255–273.
- Lea, J. (1993). *La sucesión del management de la empresa familiar: Como mantener el negocio en la familia y la familia en el negocio*. Vergara. Argentina.: Granica.
- Márquez, B. L. (2013). Emprendimiento corporativo y capital social. Un análisis de Empresas intensivas en tecnología. *Revista Venezolana de Gerencia*, 18 (61), 62-85.

- Messina, M. (2015). Factores de éxito en un emprendimiento: Un estudio exploratorio con base en Técnicas de Data Mining. *Tec Empresarial*, (9), 31-40.
- Olivié, C. (2018). *Empresa familiar*,. Barcelona, España. Ed: EAE.
- Paladino, M. (2017). *De la empresa familiar a la familia empresarial*. Madrid, España, Ed. LID.
- Pérez, L., y González, R. (1 de OCTUBRE de 2018). *El Instituto Nacional del Emprendedor*. Obtenido de El Instituto Nacional del Emprendedor:
- Quiroz, M., Vera, L., Cardona, A. (2008). Las dimensiones del emprendimiento empresarial. Medellín, Colombia. *Cuadernos de Investigación*, (69) 17-20.
- Sastre, R.F. (2013). la motivación emprendedora y los factores contribuyen con el éxito del emprendimiento. *Ciencias Administrativas*, (1) 1-10.
- Sebastián, L. (2003). *Razones para la esperanza de un mundo imperfecto*. Barcelona, España.: Ed. Icaria.
- Valdés, D. I. (2003). *Los primeros pasos al mundo empresarial* . México,D. F., México: LIMUSA .