

Boletín de Estudios Económicos

Bulletin of Economic Studies

Emprendimiento y Empresa Familiar: Una simbiosis natural

Entrepreneurship and Family Business: A natural symbiosis

Vol. LXXVIII / Diciembre 2023 Núm. 234

DOI: <https://doi.org/10.18543/bee782342023>

ARTICULOS / ARTICLES

Selección de socios y resultado de los equipos emprendedores: ¿Debería quedar todo en familia?

Selection of Partners and the Outcome of Entrepreneurial Teams: Should Everything Stay in the Family?

Sebastián Aparicio, Javier Montero

doi: <https://doi.org/10.18543/bee.2772>

Recibido: 14 de junio de 2023 • Aceptado: 28 de agosto de 2023 • Publicado en línea: marzo de 2024

Acceso Abierto, Copias Impresas y Derechos de Autoría

El *Boletín de Estudios Económicos* es una revista de **acceso abierto**, lo que significa que todo el contenido está disponible gratuitamente para los usuarios y sus instituciones. Los usuarios pueden leer, descargar, copiar, distribuir, imprimir, buscar o enlazar los textos completos de los artículos, o utilizarlos para cualquier otro fin lícito, sin pedir permiso previo a la Editorial o al autor; siempre que se cite adecuadamente el trabajo original y se indique claramente cualquier modificación del mismo. Esto se ajusta a la definición de acceso abierto de la OAI.

Se pueden proporcionar **copias impresas** de la revista si se solicita. Se trata de copias en color, impresas y acabadas profesionalmente. Las copias impresas tienen un coste. Para pedir una copia impresa de un artículo o de un número, envíe un correo electrónico al editor de producción con su solicitud (<beejournal@deusto.es>).

Cuando los autores envían un artículo para su revisión y publicación en el *Boletín de Estudios Económicos*, conservan sus **derechos de autor**, pero aceptan automáticamente conceder los derechos de publicación no exclusivos a la Editorial (del *Boletín de Estudios Económicos*) y aceptan que el artículo se publique bajo una licencia *Creative Commons*, si el artículo es aceptado para su publicación. Se recomienda a los autores que lean atentamente sus derechos. Creemos que este enfoque garantiza un acuerdo justo para ambas partes. La licencia concedida permite a la Editorial editar y maquetar el artículo, que se incluirá en un próximo número y se distribuirá en cualquier medio *online* y *offline* que la Editorial considere necesario para promocionar el artículo, los autores y la revista. Este párrafo se incluye en las Directrices para los autores.

Para más información sobre la licencia Creative Commons, visite:

<https://creativecommons.org>.

Open Access, Hard Copies and Copyright

The *Bulletin of Economic Studies* is an **Open Access** journal which means that all its content is available free of charge to users and their institutions. Users are allowed to read, download, copy, distribute, print, search, or link to the full texts of the articles, or use them for any other lawful purpose, without asking prior permission from the publisher or the author; provided the original work is properly cited and any changes to the original are clearly indicated. This is in accordance with the OAI definition of Open Access.

Hard copies of the journal can be provided upon request. These are colour copies, professionally printed and finished. Hard copies incur a fee. To order a hard copy of an article or an issue, please email the production editor with your request (<beejournal@deusto.es>).

When authors submit a paper for reviewing and publishing, they retain their **copyright**, but they automatically agree to grant non-exclusive publishing rights to the Publisher and agree that the paper will be published under a Creative Commons licence, if the paper is accepted for publication. Authors are encouraged to read their rights carefully. We believe this approach ensures a fair arrangement for both parties. The licence granted allows the Publisher to edit and typeset the paper, which will be included in a forthcoming issue and distributed in any online and offline medium that the journal deems necessary in order to promote the paper, the authors, and the Journal. This paragraph is included in the Guidelines for Authors.

For more information about the Creative Commons Licence, please visit:

<https://creativecommons.org>.

Boletín de Estudios Económicos

ISSN (Papel): 0006-6249 • ISSN (Electrónico): 2951-6722 • Vol LXXVIII - N.º 234 - Diciembre 2023, págs. 93-114

<https://bee.revistas.deusto.es>

SELECCIÓN DE SOCIOS Y RESULTADO DE LOS EQUIPOS EMPRENDEDORES: ¿DEBERÍA QUEDAR TODO EN FAMILIA?

SELECTION OF PARTNERS AND THE OUTCOME OF ENTREPRENEURIAL TEAMS: SHOULD EVERYTHING STAY IN THE FAMILY?

Sebastián Aparicio* 
Universidad Autónoma de Barcelona, España

Javier Montero** 
Universidad de Zaragoza, España

doi: <https://doi.org/10.18543/bee.2772>

Recibido: 14 de junio de 2023
Aceptado: 28 de agosto de 2023
Publicado en línea: marzo de 2024

Sumario: 1. Introducción. 2. ¿Qué sabemos de los equipos emprendedores según la teoría? 2.1. Definición de equipos emprendedores. 2.2. Reflexiones a partir de las teorías sobre equipos emprendedores. 3. ¿Qué dicen los datos sobre el resultado de los equipos emprendedores? 3.1. Contexto de la investigación. 3.2. Equipos emprendedores y resultados del proceso emprendedor. 4. Discusión y principales implicaciones. 5. Referencias.

RESUMEN

La visión del emprendedor como un héroe solitario es común en la sociedad. Sin embargo, muchos negocios nuevos son creados por equipos. De hecho, en comparación con los emprendimientos solitarios, los negocios emprendidos en equipo tienen mayores probabilidades de obtener beneficios, sobrevivir en el mercado y crecer rápidamente. Pero para lograr un mejor resultado a la hora de emprender no basta con decidir formar un equipo, sino que es necesario también decidir con quién asociarse. Además, siendo la familia un contexto en el cual buscar socios potenciales para formar equipos, resulta clave tener en cuenta cómo influye la composición del equipo emprendedor en el caso de nuevos negocios familiares. Este artículo pretende responder a estas cuestiones a partir de las teorizaciones alrededor de equipo emprendedor y empresa familiar, y de datos transversales tales como el *Panel Study*

* Profesor Lector Serra Hünter en la Universitat Autònoma de Barcelona, España.

** Profesor Contratado Doctor en la Universidad de Zaragoza, España.

Más información sobre los autores disponible al final de este artículo.

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

Financiación: Ninguna.

Conflicto de intereses: Ninguno.

of *Entrepreneurial Dynamics (PSED)* con el fin de ofrecer orientaciones prácticas para quienes se encuentran iniciando nuevos negocios. En este sentido, hacer una selección cuidadosa del equipo es fundamental, teniendo en cuenta que los equipos emprendedores familiares pueden tener algunas limitaciones que hay que considerar.

Palabras clave: Equipos emprendedores, emprendimiento, empresa familiar, heterogeneidad vs. homogeneidad, creación de empresas.

ABSTRACT

The view of the entrepreneur as a lone hero is very common in society. However, many new businesses are created by teams. Indeed, team ventures are more likely to profit, survive in the marketplace, and grow rapidly compared to solo ventures. Yet, to achieve a better outcome from the entrepreneurship process, it is not enough to form a team since it is also necessary to choose the right partners. The family context might serve to look for potential partners to form entrepreneurial teams, which is why it is key to consider how the composition of the entrepreneurial team influences the outcome of new family businesses. This article aims to answer these questions based on the theorization around entrepreneurial teams and family firms, as well as on longitudinal information such as the Panel Study of Entrepreneurial Dynamics (PSED), which are helpful for providing practical guidance for those who are starting new businesses. In this regard, careful team member selection is fundamental, along with consideration of the limitations that family business teams may have.

Keywords: Entrepreneurial teams, entrepreneurship, family business, heterogeneity vs. homogeneity, business creation.

1. Introducción

El emprendimiento se ha consolidado como uno de los motores actuales del desarrollo territorial. La evidencia procedente de estudios académicos muestra que su impacto en la sociedad va más allá de la creación de nuevos negocios y empleos (Van Stel & Storey, 2004), ya que también ejerce un papel clave en la introducción de innovaciones y la búsqueda de soluciones a desafíos económicos, sociales y medioambientales (Aparicio et al., 2022; Zahra & Wright, 2016). Detrás del emprendimiento se encuentran las personas emprendedoras, que son quienes identifican, evalúan y explotan oportunidades para introducir bienes y servicios futuros mediante nuevos negocios (Shane & Venkataraman, 2000). Muchas veces, estas personas son vistas en la sociedad como héroes solitarios, que luchan individualmente contra las fuerzas del entorno para poder llevar a buen puerto sus iniciativas (Cooney, 2005). Sin embargo, esta visión es más bien un mito, puesto que la realidad nos muestra que muchos negocios nuevos de éxito han emergido de equipos emprendedores, en lugar de emprendedores solitarios. Por ejemplo, aunque el nacimiento de Apple se ha asociado habitualmente al espíritu emprendedor de Steve Jobs, lo cierto es que fue un negocio fundado con Steve Wozniak. Lo mismo sucedió con Tesla, que no fue fundada

exclusivamente por Elon Musk, sino por un equipo entre los que también se encuentran Martin Eberhand, Marc Tarpenning, Ian Wright y Jeffrey B. Straubel. Incluso en el territorio español, una de las nuevas empresas de mayor valoración en los últimos años, Glovo, fue cofundada por un equipo compuesto por Oscar Pierre y Sacha Michaud.

La visión de la persona emprendedora como héroe solitario ha supuesto una barrera para quienes sienten que no cuentan con las características innatas que le permiten asumir grandes riesgos, obviando así la importancia de configurar equipos cuando surge una oportunidad de emprender. emprender en equipo tiene implicaciones muy importantes para la supervivencia, éxito y rendimiento de los nuevos negocios creados (Santos & Neumeier, 2022), especialmente aquellos que están en un contexto familiar (Schjoedt et al., 2013). Entendemos como equipos emprendedores al conjunto de varios (dos o más) individuos que conjuntamente identifican y ponen en marcha oportunidades de un nuevo negocio, compartiendo el riesgo y la dirección del proyecto (Cooney, 2005; Wright & Vanaelst, 2009).

En general, los nuevos negocios creados por equipos emprendedores tienen más probabilidades de entrar en beneficios, de sobrevivir en el mercado y de crecer más rápidamente (Knight et al., 2020; Pinzón et al., 2022). A pesar de ello, muchas personas que se aventuran a emprender lo siguen haciendo de forma solitaria y, entre quienes emprenden en equipo, no parece estar suficientemente claro con quién asociarse para conseguir un mejor resultado dentro del proceso emprendedor.

Dentro de las empresas familiares, estas implicaciones pueden ser aún mayores debido a que la familia es un contexto natural en el que las personas se apoyan a la hora de emprender (Xu et al., 2020). Además, cuando los miembros de equipos emprendedores pertenecen a la misma familia cuentan con relaciones que son duraderas, que no distinguen entre el ámbito profesional y personal y que, además, no se pueden sustituir o reemplazar de la noche a la mañana. De hecho, alrededor del 50% de los equipos emprendedores están compuestos por miembros que comparten alguna afiliación familiar (Brannon et al., 2013). Aun así, la influencia de la familia en los equipos emprendedores y sus resultados no se ha estudiado suficientemente (Discua Cruz et al., 2013).

Si la formación de equipos tiene ventaja a la hora de emprender, ¿qué nos dice la teoría al respecto? y ¿qué nos dicen los datos sobre el resultado de los equipos emprendedores? Estas son dos preguntas que se intentan abordar en este artículo con el fin de ofrecer orientaciones prácticas para quienes se encuentran iniciando nuevos negocios, tanto dentro como fuera del contexto familiar. Para ello, analizamos la teorización e inter-

sección de los conceptos equipo emprendedor y empresa familiar. Para aportar evidencia, exploramos la información disponible en *Panel Study of Entrepreneurial Dynamics (PSED)* para los Estados Unidos. Gracias a esto, hemos descubierto que las empresas familiares compuestas por equipos emprendedores tienen mejores rendimientos y productividad que aquellas empresas lideradas por una sola persona. Sin embargo, los resultados observados están condicionados por una selección adecuada del equipo emprendedor, en cuyo caso parece mejor para la empresa crear equipo con personas fuera del núcleo familiar. Esta evidencia podría servir a emprendedores a la hora de evaluar la puesta en marcha de un proyecto con miembros familiares o externos a la familia.

2. ¿Qué sabemos de los equipos emprendedores según la teoría?

2.1. *Definición de equipos emprendedores*

Existen distintas maneras de referirse a los equipos emprendedores, lo que dificulta definir quién es y quien no es miembro de un equipo emprendedor; pero antes de entender qué es un equipo emprendedor, es necesario definir qué es una persona emprendedora. Para muchos, parece claro que al inicio de un nuevo negocio es clave la figura de un líder emprendedor que toma los primeros pasos. En este sentido, en la literatura se ha intentado definir las características que identifican a una persona emprendedora, atribuyéndole rasgos como la creatividad y la capacidad para detectar oportunidades (Kirzner, 2008), la capacidad para organizar recursos (Alvarez & Busenitz, 2001) y la capacidad para asumir riesgos (Shaver & Scott, 1991). Sin embargo, esta visión individual que define a las personas emprendedoras en base a rasgos personales ha sido criticada porque no permite distinguir a quienes emprenden de otros colectivos relevantes para la empresa, como los miembros de equipos directivos (Pinzón et al., 2021).

A pesar de la falta de consenso, una persona emprendedora es alguien que participa en el proceso de identificación, evaluación y explotación de oportunidades (Shane & Venkataraman, 2000), contribuyendo en gran medida a la creación de valor y actuando libremente en dicho proceso al fijar los límites de su propia actividad y de su participación en la propiedad del negocio resultante. En muchos casos, estas personas actúan formando un equipo que se implica seriamente en el desarrollo del negocio en cualquiera de las fases del proceso, contribuyendo con su capital humano y social (Schjoedt & Kraus, 2009) a formular la estrategia de nego-

cio y dirigir sus operaciones (Klotz et al., 2014). De esta manera, un equipo emprendedor es el conjunto de dos o más personas que actúan para identificar una oportunidad y hacerla realidad mediante el establecimiento de un nuevo negocio, teniendo un interés financiero mutuo que les hace compartir la propiedad y participando en la gestión con una influencia directa o legítima en las decisiones estratégicas (Cooney, 2005; Wright & Vanaelst, 2009). Asimismo, la definición de equipo emprendedor en el ámbito de la empresa familiar se refiere a dos o más personas, miembros de una familia por parentesco o matrimonio, que se involucran activamente en la identificación y materialización de una oportunidad para crear un nuevo negocio en el que comparten la propiedad y la gestión (Discua Cruz et al., 2013).

En ambos casos, los equipos emprendedores convencionales y familiares se diferencian de otros equipos dentro de la empresa en el hecho de que se forman de manera voluntaria, sin que haya alguien externo que imponga su composición, pero con un propósito claro que determina su existencia y que es esencial cuando hablamos de emprendimiento: la identificación, evaluación y explotación de una oportunidad para crear un negocio (Patzelt et al., 2021; Shane & Venkataraman, 2000). Por lo tanto, como analizaremos más adelante, el resultado de un equipo emprendedor se puede reflejar en su capacidad para lograr que el negocio nuevo sea rentable en el mercado y en el tiempo que se tarda en conseguirlo (Knight et al., 2020).

2.2. Reflexiones a partir de las teorías sobre equipos emprendedores

En los últimos años, la literatura sobre formación de equipos emprendedores ha tratado de responder cuestiones como las siguientes: (1) ¿cómo se originan los equipos emprendedores?, (2) ¿cómo se seleccionan entre sí las personas emprendedoras que forman los equipos?, (3) ¿en qué contextos las personas emprendedoras buscan socios potenciales para formar equipos?, y (4) ¿qué factores individuales empujan a las personas emprendedoras a buscar socios cuando crean una nueva empresa? (Lazar et al., 2020).

En cuanto al origen de los equipos, la evidencia existente ha revelado que los equipos emprendedores se crean siguiendo dos patrones bien distintos. Según el primero de ellos, una persona identifica individualmente una idea de negocio y posteriormente busca a otras personas socias que le ayuden a desarrollar y explotar la oportunidad. De esa manera, el origen está en la idea de negocio identificada, que viene antes y puede determinar la formación posterior del equipo (Grossman et al., 2012). De acuerdo

con el segundo patrón, un grupo de personas decide primero asociarse para crear una empresa y, a continuación, tratan de identificar conjuntamente una idea de negocio para luego desarrollar y explotar la oportunidad, por lo que en este caso el origen está directamente en el equipo, que se forma antes y puede determinar la identificación de la idea de negocio (Kamm & Nurick, 1993). Ambos patrones son posibles, dado que la formación de equipos emprendedores puede ser útil no solo en la explotación de la oportunidad, sino también en la identificación de la idea de negocio (Shane & Venkataraman, 2000). En las empresas de origen familiar también pueden coexistir estos dos patrones, aunque creemos que el segundo de ellos puede ser el dominante: un grupo de personas con vínculos familiares decide asociarse para crear una empresa y, posteriormente, exploran las posibles ideas de negocio que quieren desarrollar.

La otra cuestión interesante es cómo se seleccionan entre sí las personas que forman equipos emprendedores. Al respecto, la literatura también proporciona un abanico de explicaciones donde se pueden destacar dos de ellas (Lazar et al., 2020). La primera es la estrategia de “atracción interpersonal” (*interpersonal attraction strategy* en la terminología inglesa). Según esta, las personas emprendedoras que forman equipos seleccionan a sus socios en base a intereses y cualidades similares a las suyas, contribuyendo así a la homogeneidad del equipo. Por lo tanto, esta estrategia se fundamenta en que las personas emprendedoras prefieren trabajar con otras personas con las cuales tienen mayor afinidad y empatía, ya sea en base a valores, hobbies, gustos o preferencias comunes. La segunda es la estrategia de “búsqueda de recursos” (*resource-seeking strategy*), mediante la cual las personas emprendedoras que forman equipos seleccionan a sus socios en base a los recursos y capacidades que necesitan para crear una empresa, contribuyendo así a la heterogeneidad del equipo. Por lo tanto, esta segunda estrategia se fundamenta en que las personas emprendedoras prefieren trabajar con otras personas con las cuales se pueden complementar para conseguir los medios que les falta, ya sean conocimientos, contactos o recursos financieros necesarios para el desarrollo de la empresa. Ambas estrategias dan lugar a tipos de equipos emprendedores distintos. En el caso de la “atracción interpersonal”, el equipo será bastante homogéneo ya que las personas se suelen entender mejor con otras que tienen un perfil sociodemográfico o de capital humano bastante parecido, ya sea en edad, género, nivel de ingresos, nivel educativo o grado de experiencia laboral. Por el contrario, siguiendo la estrategia de “búsqueda de recursos”, las personas emprendedoras buscan aquellos recursos de los cuales carecen, por lo que los equipos formados tienden a

ser más heterogéneos. Alrededor de esta cuestión, la literatura previa sobre equipos emprendedores ha mostrado cómo, por lo general, los equipos heterogéneos funcionan mejor debido a la complementariedad de sus miembros (Jin et al., 2017), aunque existen argumentos para pensar que la heterogeneidad puede afectar negativamente el resultado de los equipos cuando existen conflictos entre miembros con diferentes puntos de vista. En el caso de las empresas familiares, existe evidencia que señala los equipos emprendedores como organizaciones más homogéneas que los equipos emprendedores convencionales, ya que los miembros de una misma familia comparten valores y normas que, a menudo, se transmiten de generación en generación (Discua Cruz et al., 2013); y además, los recursos y redes que pueden proporcionar a los equipos que forman suelen ser redundantes (Ucbasaran et al., 2003).

La otra cuestión, muy unida a la anterior, tiene que ver con los contextos en los que las personas emprendedoras buscan socios potenciales para formar equipo. La respuesta es bastante obvia: apoyándose en los contactos que tenga el potencial emprendedor. Y ahí cobran especial relevancia toda la red de contactos construida tanto en el contexto educativo, durante el proceso formativo que se ha seguido especialmente en la universidad, como en el contexto laboral, durante los empleos que previamente se han desempeñado (Kacperczyk & Marx, 2016). La literatura ha destacado cómo ambos contextos son los dos más fértiles para encontrar a los socios adecuados a la hora de formar equipos emprendedores y crear una empresa. Por el contrario, en el contexto de la empresa familiar, esta búsqueda de potenciales socios se suele limitar inicialmente a los miembros de la familia que quieren tener la propiedad y el control del nuevo negocio. Los contactos con los que cuenta la familia también se pueden utilizar para conseguir los recursos de los que carecen sus miembros. Sin embargo, si tales contactos se han desarrollado dentro del contexto familiar pueden aportar una fuente poco heterogénea para encontrar socios, especialmente si las relaciones familiares hacen difícil excluir a un miembro familiar sin experiencia para incluir en el equipo a un tercero con experiencia (Discua Cruz et al., 2013). Como veremos más adelante, esos equipos familiares pueden estar compuestos por familiares con vínculo romántico como las parejas o por familiares con vínculo biológico como los padres e hijos, hermanos, primos, etc.

Finalmente, también se ha estudiado los diferentes factores individuales que empujan a los emprendedores a buscar socios cuando crean una nueva empresa. O, dicho de otra forma, de qué manera factores como el nivel educativo o la experiencia previa favorecen la búsqueda de socios o la decisión de emprender de manera solitaria. Por un lado, podemos pen-

sar que mayores niveles de capital humano (ya sea a través del proceso educativo o de una mayor experiencia laboral) favorecen que la persona emprendedora tenga los conocimientos necesarios para llevar a cabo el negocio de manera solitaria (Dimov, 2010; Pinzón et al., 2022). Una persona más preparada necesita, por lo general, una menor ayuda externa. Por el contrario, una persona con menos conocimientos puede verse obligada a buscar socios que completen su preparación para poder crear una nueva empresa de manera efectiva. Sin embargo, también podemos pensar que las personas con mayores niveles de capital humano tienden a crear negocios más sofisticados (Pinzón et al., 2022), necesitando de un mayor abanico de recursos y conocimientos que les empujen a buscar potenciales socios. Esa situación podría hacer que mayores niveles de capital humano favorezcan la creación de equipos emprendedores. En el caso de las empresas familiares, tal y como ya hemos comentado, si los miembros del equipo emprendedor carecen de los recursos necesarios serán más reticentes a incorporar a otras personas para no perder el control de la empresa, aunque siempre tendrán la posibilidad de incorporarlos como colaboradores externos.

3. ¿Qué dicen los datos sobre el resultado de los equipos emprendedores?

3.1. Contexto de la investigación

Para analizar las cuestiones anteriores vamos a utilizar la información proporcionada por el proyecto *Panel Study of Entrepreneurial Dynamics* (en adelante, proyecto *PSED*). El *PSED* es un proyecto que nace en Estados Unidos en 1998 y que tiene como objetivo analizar longitudinalmente el proceso de creación de negocios nuevos (Reynolds & Curtin, 2009). El contexto estadounidense puede ser una limitación *per se*. Sin embargo, la literatura actual en emprendimiento y empresa familiar ha resaltado el caso norteamericano como referencia para el análisis de ecosistemas y formación de nuevas empresas, cuyos resultados se han expandido en otros contextos de países desarrollados y en desarrollo (Audretsch, 2021; Pahnke & Welter, 2019).

En concreto, este proyecto pretende analizar la transición desde que una persona identifica una oportunidad y decide iniciar la puesta en marcha de un negocio para explotarla hasta que o bien avanza dentro del proceso emprendedor haciendo que su negocio sea viable y rentable en el mercado, o bien abandona el proceso y deja de estar involucrada en el

proceso emprendedor. Con ese objetivo, el proyecto cuenta con dos bases de datos, conocidas como *PSED I* (Curtin & Reynolds, 2018a) y *PSED II* (Curtin & Reynolds, 2018b), correspondientes a dos cohortes distintas de personas emprendedoras que fueron identificadas en 1998-2000 (*PSED I*) y 2005-2006 (*PSED II*) y que fueron seguidas durante varios años desde que iniciaron el proceso emprendedor.

Ambas bases de datos recogen las diferentes actividades de puesta en marcha de los negocios iniciados por las personas emprendedoras que conforman cada cohorte, determinando hasta qué punto la realización de ciertas actividades y su orden tienen un impacto en el resultado del proceso emprendedor. Asimismo, también ofrecen datos sobre la composición de los equipos emprendedores, arrojando información acerca de las características socio-demográficas del equipo, sus vínculos familiares y multitud de características acerca del perfil de los nuevos negocios que se están tratando de crear.

Nuestra muestra incluye un total de 1731 proyectos emprendedores que tienen las siguientes características. En primer lugar, al final del proceso de seguimiento un 24% de ellos (es decir, 417 proyectos) lograron ser rentables en los términos que definiremos a continuación, un 37% de ellos abandonaron sin conseguirlo y el 39% restante siguen tratando de convertirse en empresas rentables. Dentro de los negocios rentables, el 53% eran proyectos individuales y el 47% proyectos en equipo (es decir, 220 proyectos). Finalmente, cabe destacar que, en relación al vínculo entre los miembros de los equipos, el 69% tenía algún vínculo familiar y el 31% no lo tenía. De este 69%, prácticamente tres cuartos era un vínculo familiar de pareja.

3.2. *Equipos emprendedores y resultados del proceso emprendedor*

A lo largo de este apartado se van a presentar los resultados que arroja el proyecto PSED. Con los datos de este proyecto se pueden identificar tres hitos dentro del proceso emprendedor (González-Pernía et al., 2019). Tales hitos definen tres situaciones en la que, en un momento determinado, se encuentra el negocio de cualquier persona emprendedora que hay en la muestra de estudio: El primer hito es el momento de concepción, con el que la persona emprendedora inicia el proceso con una idea de negocio “naciente”, que se mantiene como tal mientras la persona emprendedora siga desarrollando su idea, en solitario o en equipo, hasta que ocurra uno de los dos siguientes hitos. El segundo hito es la transición hacia un negocio “rentable”, que ocurre cuando la persona emprendedora,

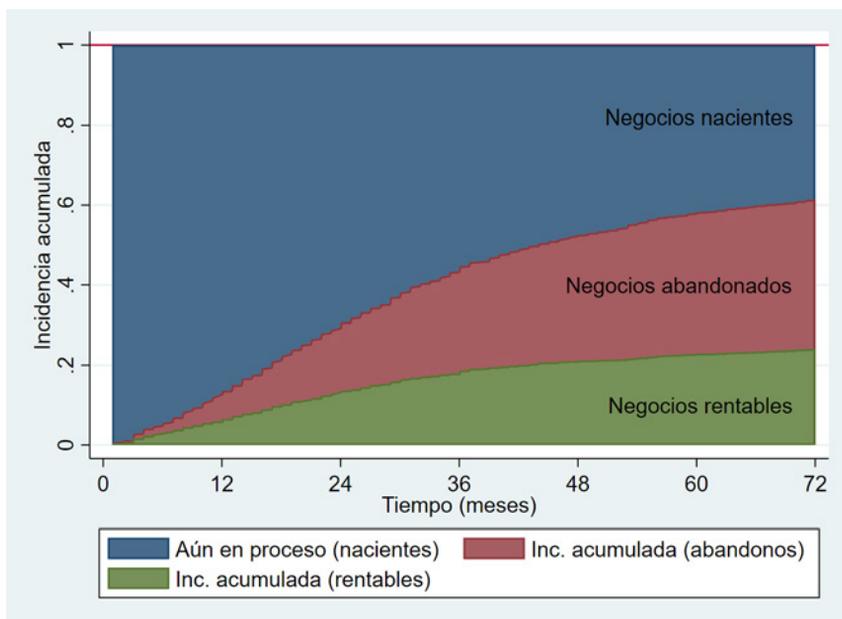
en solitario o en equipo, consigue que su idea se convierta en un negocio que genera beneficios de una manera más o menos sostenible en el tiempo (concretamente, seis meses seguidos obteniendo beneficios incluyendo los salarios de los propietarios). El tercer hito es la transición hacia un negocio “abandonado”, que ocurre cuando la persona emprendedora, en solitario o en equipo, desiste de su idea, ya sea porque ha encontrado una alternativa mejor o porque ha considerado que su negocio no va a resultar rentable.

El proyecto PSED se focaliza en personas que han iniciado un proceso emprendedor y les hace un seguimiento hasta alcanzar un resultado de dicho proceso. Por lo tanto, una vez que la persona emprendedora consigue que su negocio transite de naciente a rentable, ya no se le hace un seguimiento posterior (aunque su negocio rentable pueda ir mal en un futuro). La idea del proyecto es permitir analizar el tiempo que se tarda en conseguir un resultado (transitando a negocio rentable o negocio abandonado) desde que se inicia el proceso emprendedor con un negocio naciente en el momento de la concepción.

La Figura 1 muestra el patrón general que, dentro del proceso emprendedor, siguen los negocios que son capaces de generar beneficios y aquellos que abandonan por el camino. Al comienzo del proceso emprendedor, como se puede ver, todos los negocios son nacientes ya que están comenzando su andadura y, con el paso del tiempo, algunos consiguen ser rentables, otros abandonan y un determinado porcentaje (bastante importante) siguen siendo nacientes porque no son capaces de generar beneficios de manera sostenida pero tampoco quieren abandonar en el proceso. El porcentaje que muestra la figura puede parecer muy relevante, pero hay que tener en cuenta que una parte de estos negocios son desarrollados por personas que también tienen otras fuentes de ingresos, lo que les permite compaginar la creación de un negocio con otros trabajos. Sí que podemos destacar cómo al final del periodo temporal analizado (tras 72 meses), en torno a un 20% de los negocios son rentables, un 40% han abandonado a lo largo del proceso, y el restante 40% sigue en el proceso de conseguir una empresa rentable.

Figura 1

Resultados del proceso emprendedor en forma de transición a negocios rentables o abandonados



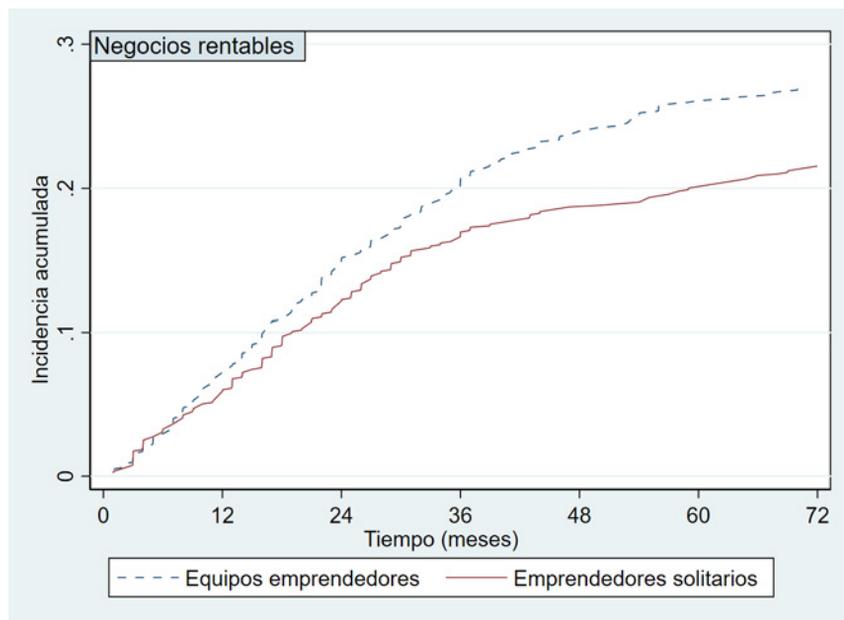
Fuente: Elaboración propia a partir de PSED I y PSED II (Curtin & Reynolds, 2018a, 2018b).

La Figura 2 se centra en el porcentaje de negocios que consiguen ser rentables, diferenciando entre aquellos negocios que se emprenden de manera solitaria y aquellos que se emprenden en equipo. Vemos claramente cómo los equipos emprendedores consiguen ser rentables en mayor medida que los emprendedores solitarios en coherencia con la literatura (Cooney, 2005), a pesar de que un equipo necesita generar mayores beneficios para conseguir que todos sus miembros puedan vivir de él. Llama la atención cómo al comienzo del proceso (durante el primer año) apenas existen diferencias entre equipos e individuos que emprenden en solitario, pero conforme se avanza en el proceso se van apreciando diferencias sustanciales. Ciertamente, identificar y explotar una oportunidad requiere una variedad de habilidades y recursos. Sin embargo, cada negocio tiene su propio ciclo de gestación y cuando el proceso de creación se alarga en el tiempo, resulta difícil que una sola persona pueda aportar la cantidad de recursos necesarios para persistir en el proceso. Es aquí cuando parece que el equipo em-

prendedor cobra mayor importancia, puesto que varias personas pueden aportar una mayor cantidad de recursos que una sola para aguantar con éxito en la creación del negocio a medida que pasa el tiempo.

Figura 2

Transición a negocios rentables. Diferencias entre emprendedores en equipo y en solitario



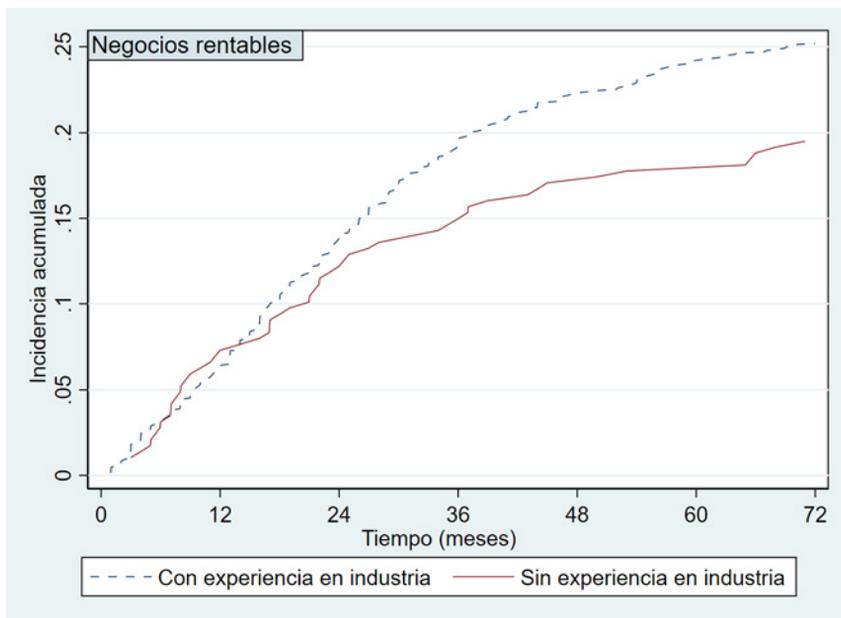
Fuente: Elaboración propia a partir de PSED I y PSED II (Curtin & Reynolds, 2018a, 2018b).

La Figura 3 muestra también la transición de la muestra a negocios rentables dentro del proceso emprendedor, pero diferenciando entre las personas emprendedoras que cuentan con experiencia en la misma industria en la que opera el negocio que se está emprendiendo y aquellas sin experiencia alguna. Como es de esperar, tener experiencia en la industria donde se está creando la empresa resulta muy relevante para tener mayores opciones de éxito y conseguir el resultado deseado en el proceso emprendedor. Las personas emprendedoras con experiencia previa en la industria son más propensas a formar equipos (Pinzón et al., 2022), lo que aporta a estos un mayor conocimiento del mercado, de la forma de satisfacer a los consumidores, o de cómo contactar con proveedores o distri-

buidores, entre muchas otras ventajas, lo que en definitiva aumenta las opciones de éxito dentro del proceso emprendedor.

Figura 3

Transición a negocios rentables. Diferencias entre emprendedores con experiencia y sin experiencia en la industria

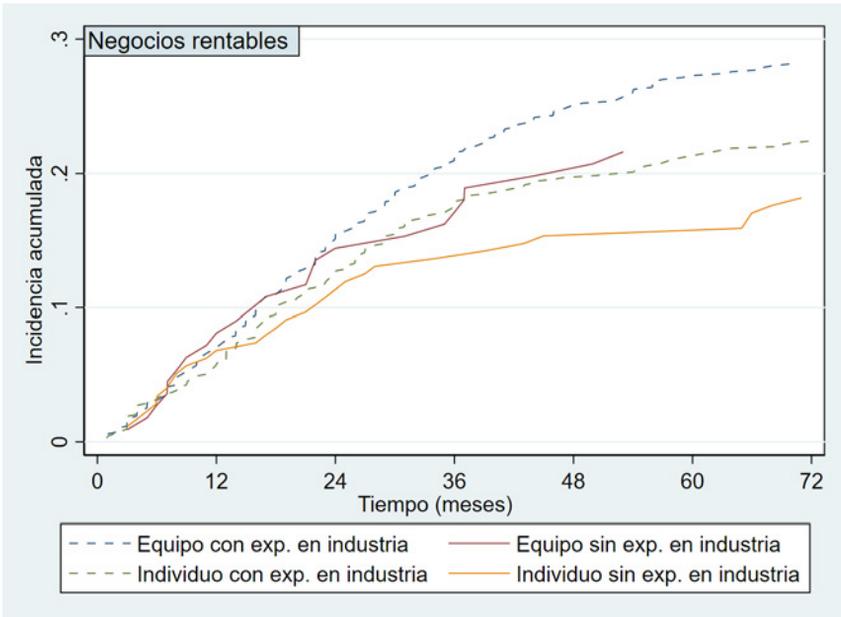


Fuente: Elaboración propia a partir de PSED I y PSED II (Curtin & Reynolds, 2018a, 2018b).

La Figura 4 muestra nuevamente la transición a negocios rentables distinguiendo entre equipos e individuos que emprenden en solitario, pero esta vez teniendo en cuenta si disponen de experiencia previa en la industria o no. Anteriormente, ya se ha visto cómo, en general, los equipos emprendedores suelen rendir en promedio mejor que las personas que emprenden en solitario. Asimismo, independientemente de si emprenden en equipo o en solitario, las personas con experiencia previa en la industria también suelen rendir mejor en el proceso emprendedor que las que no tienen dicha experiencia. Combinando ambas dimensiones, se puede ver cómo los equipos experimentados son los más exitosos, seguidos de los equipos no experimentados y los individuos experimentados, para terminar con los individuos que no tienen experiencia en la industria.

Figura 4

Transición a negocios rentables. Diferencias entre emprendedores en equipo y en solitario, con experiencia y sin experiencia en la industria

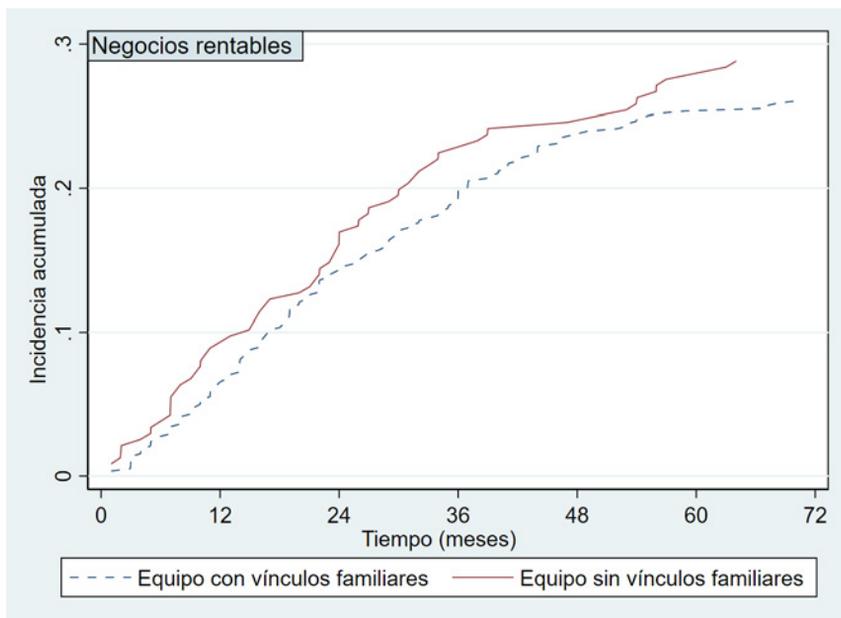


Fuente: Elaboración propia a partir de PSED I y PSED II (Curtin & Reynolds, 2018a, 2018b).

La Figura 5 distingue entre los equipos emprendedores con vínculos familiares y los equipos que no tienen vínculo familiar alguno entre sus miembros. Las diferencias en este caso son menos acentuadas que en los casos anteriores, pero también se puede apreciar cómo los equipos emprendedores sin vínculos familiares son capaces de conseguir que sus negocios tengan beneficios en el mercado en mayor medida que los equipos emprendedores familiares. La existencia de parentescos en los equipos emprendedores puede responder a la homofilia (Ruef et al., 2003), lo que implica que la actitud altruista hacia miembros de la familia influye en la selección de miembros dentro de los equipos emprendedores familiares (Discua Cruz et al., 2013), poniendo a estos en desventaja en comparación con otros equipos en los que la selección de miembros responde a la búsqueda de recursos específicos.

Figura 5

Transición a negocios rentables. Diferencias entre equipos con vínculos y sin vínculos familiares



Fuente: Elaboración propia a partir de PSED I y PSED II (Curtin & Reynolds, 2018a, 2018b).

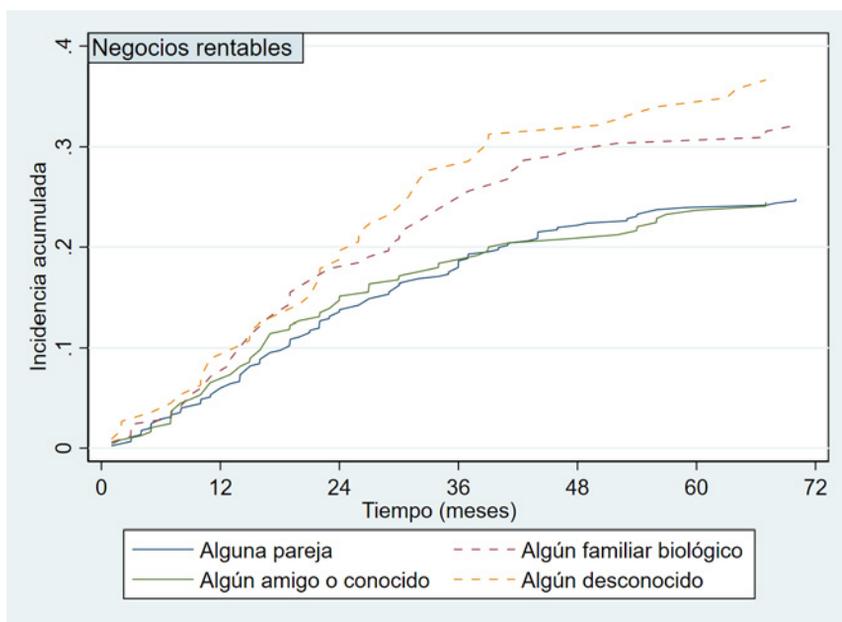
Por último, la Figura 6 profundiza en el tipo de vínculo familiar existente dentro de los equipos emprendedores, teniendo en cuenta que no es lo mismo ser un equipo compuesto por una pareja, que ser un equipo compuesto por familiares con parentesco de padre, hijo o hermanos. La figura separa los equipos emprendedores familiares compuestos por miembros que son parejas y aquellos cuyos miembros tienen vínculos biológicos. De la misma manera, dentro de los equipos que no tienen vínculos familiares, también se hace una separación entre aquellos que han formado el equipo con amigos o conocidos, y aquellos que lo han hecho con desconocidos. También se pueden apreciar diferencias notables en el rendimiento de los diferentes equipos en función de su configuración.

El mayor rendimiento lo dan los equipos formados por desconocidos, en línea con la literatura que defiende el rol positivo de la heterogeneidad en los equipos emprendedores (Wright & Vanaelst, 2009). En segundo

lugar, están los equipos emprendedores que tienen un vínculo familiar biológico; mientras que en último lugar encontramos, con un rendimiento bastante parecido, a los equipos emprendedores compuestos por parejas y los compuestos por amigos o conocidos. Es posible que en los equipos emprendedores familiares compuestos por parejas exista una menor heterogeneidad que en los compuestos por miembros con vinculación biológica, especialmente si se trata de miembros con grado lejano de consanguinidad.

Figura 6

Transición a negocios rentables. Diferencias entre equipos cuyos miembros tienen distintos tipos de vínculos



Fuente: Elaboración propia a partir de PSED I y PSED II (Curtin & Reynolds, 2018a, 2018b).

4. Discusión y principales implicaciones

Aunque existe evidencia de que emprender en equipo es conveniente a la hora de crear un nuevo negocio (Knight et al., 2020; Lazar et al., 2020), no está claro cómo seleccionar a otros socios con los cuáles conformar equipo. En particular, la literatura existente ha puesto poca aten-

ción en los equipos emprendedores compuestos por miembros de la misma familia (Discua Cruz et al., 2017). Nuestro estudio ha revelado importantes implicaciones prácticas en el ámbito de la composición de los equipos emprendedores y el resultado del proceso de creación de negocios nuevos. En concreto, podemos destacar que los equipos emprendedores suelen tener un mejor resultado que quienes emprenden en solitario, pero es necesario hacer una selección cuidadosa del equipo, teniendo en cuenta que en los equipos emprendedores familiares existen algunas limitaciones que conviene considerar.

Rendimiento superior de los equipos emprendedores: Los equipos emprendedores superan a los emprendedores en solitario a la hora de lograr éxito en el proceso de creación de negocios nuevos (Ben-Hafaïedh & Cooney, 2017). Esto se debe a que crear un negocio nuevo requiere una serie de habilidades y recursos que pocas personas poseen individualmente (Klotz et al., 2014). Por lo general, varias personas pueden reunir una mayor cantidad de recursos tangibles (financieros, físicos, etc.) e intangibles (conocimiento, habilidades, redes, etc.) para emprender que una sola persona. Aunque el emprendimiento en solitario puede ofrecer una mayor autonomía, es recomendable buscar socios para aumentar las posibilidades de éxito en la creación de un nuevo negocio.

Selección cuidadosa del equipo: Los resultados indican que una selección cuidadosa de los miembros del equipo emprendedor es crucial para evitar los malos resultados. Dado que existe tendencia a formar equipo con personas de la red más cercana y que la mayoría de los proyectos emprendedores no logran ser rentables, es fundamental asegurarse de reunir un equipo con las habilidades, conocimientos y experiencia necesarios para enfrentar los desafíos del mercado. Esto implica buscar personas con perfiles complementarios, siguiendo una estrategia de “búsqueda de recursos” con la que se añade heterogeneidad a las características de los miembros del equipo (Lazar et al., 2020). Una gama más diversa de conocimientos, habilidades y otros recursos puede ser útil para abordar problemas no rutinarios, como los que se enfrentan en la creación de un negocio nuevo, y alcanzar resultados de mayor calidad, más creativos e innovadores (Jin et al., 2017).

Limitaciones de los equipos emprendedores familiares: Nuestros resultados indican que los equipos emprendedores familiares presentan un resultado en el proceso de creación de empresa ligeramente inferior en comparación con los equipos conformados por miembros sin vínculo familiar. La familia es un contexto habitual en el que una persona emprendedora puede encontrar socios potenciales con los cuales formar equipo.

Sin embargo, en estos casos es más probable que la selección de los socios siga una estrategia de “atracción interpersonal”, motivada por cuestiones ajenas a las necesidades del negocio en sí mismo, como el altruismo o empatía hacia miembros de la familia (Discua Cruz et al., 2013), generando así un sesgo de homofilia en el equipo (Ruef et al., 2003). Esto puede hacer que la búsqueda de potenciales socios no considere a las personas más preparadas o aquellas que mejor complementen las capacidades y recursos del equipo emprendedor familiar necesita. Ser consciente de este sesgo no implica abandonar los equipos emprendedores familiares, sino evitar que el equipo esté compuesto exclusivamente por miembros de la familia.

Es importante destacar que los resultados discutidos aquí son matizables, ya que los vínculos entre miembros de equipos emprendedores familiares y no familiares pueden variar según su naturaleza. Por ejemplo, los datos analizados muestran que, en los equipos no familiares, emprender con personas desconocidas en lugar de amigos puede dar mejores resultados en el proceso de creación de nuevos negocios. Si se seleccionan socios con una estrategia de “atracción interpersonal”, según la cual se forma equipo con otras personas similares, el resultado parece peor que si se seleccionan socios con la estrategia de “búsqueda de recursos”, según la cual se forma equipo con otras personas distintas. Algo parecido puede pasar con los equipos emprendedores compuestos por parejas en comparación con los que están compuestos por miembros con familiares biológicos. Es decir, en comparación con los segundos, en los primeros puede primar más la estrategia de “atracción interpersonal” que la de “búsqueda de recursos”. Al fin y al cabo, si se forma equipo emprendedor con la pareja solo hay una opción para elegir socio, mientras que si se forma equipo con familiares con vínculos biológicos puede haber varias entre las cuáles escoger a la persona más preparada para llevar el negocio.

En resumen, nuestros hallazgos respaldan la importancia de la selección cuidadosa del equipo emprendedor, la formación de equipos con recursos complementarios y, por lo tanto, la consideración de factores más allá de los vínculos familiares en la conformación de equipos emprendedores exitosos. Estos aspectos pueden guiar a los emprendedores en la toma de decisiones estratégicas para mejorar sus posibilidades de éxito en el competitivo mundo empresarial. Las dinámicas del mercado estadounidense son una muestra de esta competencia constante. Nuestros resultados están basados en este único caso, por lo que futura evidencia podría considerar otros contextos bien sea en países desarrollados o países en vía de desarrollo (Pahnke & Welter, 2019).

5. Referencias

- Aparicio, S., Audretsch, D., Noguera, M., & Urbano, D. (2022). Can female entrepreneurs boost social mobility in developing countries? An institutional analysis. *Technological Forecasting and Social Change*, 175, 121401. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.121401>
- Audretsch, D. B. (2021). Have we oversold the Silicon Valley model of entrepreneurship? *Small Business Economics*, 56(2), 849-856. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00272-4>
- Alvarez, S. A., & Busenitz, L. W. (2001). The entrepreneurship of resource-based theory. *Journal of Management*, 27(6), 755-775. [https://doi.org/10.1016/S0149-2063\(01\)00122-2](https://doi.org/10.1016/S0149-2063(01)00122-2)
- Ben-Hafaïedh, C., & Cooney, T. M. (2017). Introduction. In C. Ben-Hafaïedh & T. M. Cooney (Eds.), *Research Handbook on Entrepreneurial Teams* (pp. 1-7). Edward Elgar Publishing. <https://www.elgaronline.com/view/edcoll/9781784713195/9781784713195.00021.xml>
- Brannon, D. L., Wiklund, J., & Haynie, J. M. (2013). The Varying Effects of Family Relationships in Entrepreneurial Teams. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(1), 107-132. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00533.x>
- Cooney, T. M. (2005). Editorial: What is an Entrepreneurial Team? *International Small Business Journal*, 23(3), 226-235. <https://doi.org/10.1177/0266242605052131>
- Curtin, R. T., & Reynolds, P. D. (2018a). *Panel Study of Entrepreneurial Dynamics, PSED I, United States, 1998-2004: Version 1* [Data set]. Inter-University Consortium for Political and Social Research. <https://doi.org/10.3886/ICPSR37203.V1>
- Curtin, R. T., & Reynolds, P. D. (2018b). *Panel Study of Entrepreneurial Dynamics, PSED II, United States, 2005-2011: Version 1* (Version v1) [Data set]. ICPSR - Interuniversity Consortium for Political and Social Research. <https://doi.org/10.3886/ICPSR37202.V1>
- Dimov, D. (2010). Nascent Entrepreneurs and Venture Emergence: Opportunity Confidence, Human Capital, and Early Planning. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1123-1153. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00874.x>
- Discua Cruz, A., Hadjielias, E., & Howorth, C. (2017). Family entrepreneurial teams. In *Research Handbook on Entrepreneurial Teams* (pp. 187-207). Edward Elgar Publishing.
- Discua Cruz, A., Howorth, C., & Hamilton, E. (2013). Intrafamily Entrepreneurship: The Formation and Membership of Family Entrepreneurial Teams. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(1), 17-46. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00534.x>
- González-Pernía, J. L., Guerrero, M., Montero, J., & Peña-Legazkue, I. (2019). La travesía desde la concepción de la idea de negocio a la realidad empresarial. In I. Peña-Legazkue, M. Guerrero, J. L. González-Pernía, & J. Montero, *Global Entrepreneurship Monitor: Informe GEM España 2018-2019*. Editorial de la Universidad de Cantabria. <https://doi.org/10.22429/euc2020.024>

- Grossman, E. B., Yli-Renko, H., & Janakiraman, R. (2012). Resource Search, Interpersonal Similarity, and Network Tie Valuation in Nascent Entrepreneurs' Emerging Networks. *Journal of Management*, 38(6), 1760–1787. <https://doi.org/10.1177/0149206310383693>
- Jin, L., Madison, K., Kraiczy, N. D., Kellermanns, F. W., Crook, T. R., & Xi, J. (2017). Entrepreneurial Team Composition Characteristics and New Venture Performance: A Meta-Analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(5), 743–771. <https://doi.org/10.1111/etap.12232>
- Kacperczyk, A., & Marx, M. (2016). Revisiting the Small-Firm Effect on Entrepreneurship: Evidence from Firm Dissolutions. *Organization Science*, 27(4), 893–910. <https://doi.org/10.1287/orsc.2016.1065>
- Kamm, J. B., & Nurick, A. J. (1993). The Stages of Team Venture Formation: A Decision-making Model. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(2), 17–27. <https://doi.org/10.1177/104225879301700202>
- Kirzner, I. M. (2008). The alert and creative entrepreneur: A clarification. *Small Business Economics*, 32(2), 145–152. <https://doi.org/10.1007/s11187-008-9153-7>
- Klotz, A. C., Hmieleski, K. M., Bradley, B. H., & Busenitz, L. W. (2014). New Venture Teams: A Review of the Literature and Roadmap for Future Research. *Journal of Management*, 40(1), 226–255. <https://doi.org/10.1177/0149206313493325>
- Knight, A. P., Greer, L. L., & De Jong, B. (2020). Start-Up Teams: A Multidimensional Conceptualization, Integrative Review of Past Research, and Future Research Agenda. *Academy of Management Annals*, 14(1), 231–266. <https://doi.org/10.5465/annals.2018.0061>
- Lazar, M., Miron-Spektor, E., Agarwal, R., Erez, M., Goldfarb, B., & Chen, G. (2020). Entrepreneurial Team Formation. *Academy of Management Annals*, 14(1), 29–59. <https://doi.org/10.5465/annals.2017.0131>
- Pahnke, A., & Welter, F. (2019). The German Mittelstand: antithesis to Silicon valley entrepreneurship? *Small Business Economics*, 52(2), 345–358. <https://doi.org/10.1007/s11187-018-0095-4>
- Patzelt, H., Preller, R., & Breugst, N. (2021). Understanding the life cycles of entrepreneurial teams and their ventures: An agenda for future research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(5), 1119–1153. <https://doi.org/10.1177/1042258720978386>
- Pinzón, N., Montero, J., & González-Pernía, J. L. (2022). The influence of individual characteristics on getting involved in an entrepreneurial team: The contingent role of individualism. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 18(3), 1103–1140. <https://doi.org/10.1007/s11365-021-00768-0>
- Pinzón, N., González-Pernía, J. L., & Montero, J. (2021). Differences between entrepreneurial teams and individual entrepreneurs: an international approach. *UCJC Business & Society Review*, 18(3), 192–235.
- Reynolds, P. D., & Curtin, R. T. (Eds.). (2009). *New Firm Creation in the United States: Initial Explorations with the PSED II Data Set*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-0-387-09523-3>

- Ruef, M., Aldrich, H. E., & Carter, N. M. (2003). The Structure of Founding Teams: Homophily, Strong Ties, and Isolation among U.S. Entrepreneurs. *American Sociological Review*, 68(2), 195–222. <https://doi.org/10.2307/1519766>
- Santos, S. C., & Neumeier, X. (2022). Culture and gender in entrepreneurial teams: the effect on team processes and outcomes. *Small Business Economics*, 58(2), 1035–1050. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00432-x>
- Schjoedt, L., Monsen, E., Pearson, A., Barnett, T., & Chrisman, J. J. (2013). New venture and family business teams: Understanding team formation, composition, behaviors, and performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(1), 1–15. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00549.x>
- Schjoedt, L., & Kraus, S. (2009). Entrepreneurial teams: Definition and performance factors. *Management Research News*, 32(6), 513–524. <https://doi.org/10.1108/01409170910962957>
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Journal*, 25(1), 217–226. <https://doi.org/10.2307/259271>
- Shaver, K. G., & Scott, L. R. (1991). Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 23–45. <https://doi.org/10.1177/104225879201600204>
- Ucbasaran, D., Lockett, A., Wright, M., & Westhead, P. (2003). Entrepreneurial Founder Teams: Factors Associated with Member Entry and Exit. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(2), 107–128. <https://doi.org/10.1046/j.1540-6520.2003.00034.x>
- Van Stel, A., & Storey, D. J. (2004). The Link between Firm Births and Job Creation: Is There a Upas Tree Effect? *Regional Studies*, 38(8), 893–909. <https://doi.org/10.1080/0034340042000280929>
- Wright, M., & Vanaelst, I. (2009). Introduction. In M. Wright & I. Vanaelst (Eds.), *Entrepreneurial teams and new business creation* (pp. ix–xli). Elgar.
- Xu, F., Kellermanns, F. W., Jin, L., & Xi, J. (2020). Family support as social exchange in entrepreneurship: Its moderating impact on entrepreneurial stressors-well-being relationships. *Journal of Business Research*, 120, 59–73. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.07.033>
- Zahra, S. A., & Wright, M. (2016). Understanding the Social Role of Entrepreneurship. *Journal of Management Studies*, 53(4), 610–629. <https://doi.org/10.1111/joms.12149>

Sobre los autores

SEBASTIÁN APARICIO. Profesor Lector Serra Hünter en el Departamento de Empresa de la Universitat Autònoma de Barcelona. También participa como Investigador en el Centro de Investigación sobre Emprendimiento e Innovación Social (CREIS-UAB) y en el Centro de Iniciativas Emprendedoras Universitarias (CIEU-UAB), así como Investigador *Junior* en el *Institute for Development Strategies* en

la *School of Public and Environmental Affairs* (IDS-SPEA, Indiana University), e Investigador Externo de la Fundación ECSIM (Colombia). Anteriormente fue Profesor Asistente de Emprendimiento en *Durham University Business School* (Reino Unido). Contando con un Doctorado en Economía y Negocios (ruta de emprendimiento), la investigación de Sebastián se enfoca en los efectos del emprendimiento en el desarrollo económico bajo el marco de la teoría económica institucional. Parte de su investigación se ha publicado en varias revistas internacionales, como *Journal of World Business*, *Technological Forecasting and Social Change* y *Small Business Economics*. <https://orcid.org/0000-0003-1121-5667>

Serra hunter Fellow in the Department of Business at the Universitat Autònoma de Barcelona. He is also affiliated as a Research Fellow in the Centre for Entrepreneurship and Social Innovation (CREIS-UAB) and the Centre for University Entrepreneurship (CIEU-UAB-), as well as a Junior Research Fellow in the Institute for Development Strategies at the School of Public and Environmental Affairs (IDS-SPEA, Indiana University), and a Researcher at Fundación ECSIM (Colombia). Previously he was an Assistant Professor of Entrepreneurship at Durham University Business School (UK). Holding a Ph.D. in Economics and Business (entrepreneurship route), Sebastian's research focuses on the effects of entrepreneurship on economic development under the institutional lenses. Some of his research has been published in various international journals, such as *Journal of World Business*, *Technological Forecasting and Social Change*, and *Small Business Economics*. <https://orcid.org/0000-0003-1121-5667>

JAVIER MONTERO. Profesor Contratado Doctor en el Departamento de Dirección y Organización de Empresas de la Universidad de Zaragoza. Su investigación está centrada en el emprendimiento. Ha estudiado la influencia de las instituciones de un país en la actividad emprendimiento, los distintos tipos de emprendimiento, los equipos emprendedores, el proceso emprendedor y el estatus social de los emprendedores. Sus trabajos se han presentado en importantes foros de discusión nacionales e internacionales y publicado en revistas como *International Small Business Journal*, *International Entrepreneurship and Management Journal*, *Entrepreneurship Research Journal*, *Business Strategy and the Environment*, y *BRQ Business Research Quarterly*. <https://orcid.org/0000-0001-9493-1583>

Associate Professor in the Department of Business Administration and Management at the University of Zaragoza. His research is focused on entrepreneurship. He has studied the influence of a country's institutions on entrepreneurial activity, different types of entrepreneurship, entrepreneurial teams, the entrepreneurial process, and the social status of entrepreneurs. His work has been presented at important national and international conferences and published in journals such as the *International Small Business Journal*, *International Entrepreneurship and Management Journal*, *Entrepreneurship Research Journal*, *Business Strategy and the Environment*, and *BRQ Business Research Quarterly*. <https://orcid.org/0000-0001-9493-1583>