

MUCHOS / EMPRENDEDORES: ¿MÁS DESARROLLO?

Roberto Vainrub y Aramís Rodríguez

Venezuela muestra altos índices de actividad empresarial, año tras año; sin embargo, sus resultados macroeconómicos siguen dependiendo de la exportación de petróleo. El hecho de que en Venezuela no haya una relación entre la actividad empresarial y el crecimiento económico despierta interés en la comunidad académica que estudia la creación de empresas.

EN VENEZUELA EMERGE, año tras año, una gran cantidad de emprendedores: aproximadamente, uno de cada cuatro venezolanos mayores de edad está en proceso de formar una empresa o, simplemente, cuenta con una recién creada. Tales son los hallazgos del programa de investigación Monitor Global de la Iniciativa Empresarial (GEM, por sus siglas en inglés). Iniciado por varios investigadores y académicos del Colegio Babson, en Estados Unidos, y la Escuela de Negocios de Londres, el GEM se ha convertido, desde la publicación de su primer informe en 1999, en uno de los principales consorcios de investigación del mundo dedicado a mejorar la comprensión de la relación entre la actividad emprendedora y el crecimiento económico nacional. A tales efectos, el proyecto ha sido diseñado, desde sus comienzos, como un programa de investigación multinacional y armonizado, que proporciona evaluaciones anuales del sector emprendedor para una selección de países.

Desde el año 2003, Venezuela participa en este programa internacional de investigación, y no ha dejado de figurar en las primeras posiciones cuando se comparan los países por actividad empresarial en las etapas iniciales. A pesar de esto, su crecimiento económico sigue vinculado principalmente a la exportación de petróleo, que no garantiza el mantenimiento del ritmo de crecimiento en el caso de una caída del precio del petróleo o de las cantidades producidas.

¿Qué sucede entonces? ¿Por qué una población tan emprendedora no logra con sus iniciativas impulsar el crecimiento económico de su país? Para muchos, el hecho de que los venezolanos estén entre los pueblos más emprendedores del planeta es razón de orgullo y satisfacción; para otros, esto es necesario pero no suficiente. Al parecer, la calidad y el tipo de las iniciativas emprendedoras son tan, o más, importantes que su cantidad para impulsar un verdadero desarrollo del país.

Una relación difícil de establecer

Es fácil suponer que la actividad empresarial está relacionada con el crecimiento económico: si en una región emergen más emprendedores, se crearán más empresas que generarán más puestos de trabajo, se intensificará la competencia y se mejorará la productividad mediante la innovación y la tecnología. No obstante, ciertos hallazgos muestran que esto no siempre es así.

En el mundo ha habido muchos intentos de establecer alguna relación entre la actividad empresarial temprana de los países con sus grados de competitividad y crecimiento económico. Desde hace diez años se han configurado iniciativas, como el GEM, cuyos informes contienen datos que permiten establecer una relación sistemática entre el

crecimiento económico de un país (medido generalmente por los ingresos por habitante) y la cantidad y el tipo de actividad empresarial.

Según el GEM, los países con pocos ingresos por habitante y bajos índices de competitividad se caracterizan por altas tasas de actividad empresarial temprana; es decir, por la presencia de gran cantidad de empresas, general-

Muchos de los emprendedores venezolanos, más que potenciales empresarios, son autoempleados que inician algún negocio

mente muy pequeñas y de reciente data. En la medida en que los ingresos aumentan, así como también la competitividad, la cantidad de empresas emergentes es menor y la industrialización y las economías de escala permiten que empresas más grandes y mejor establecidas puedan aumentar su participación en la economía.

Venezuela ha mostrado, año tras año, altas tasas de actividad empresarial temprana, pero su crecimiento económico sigue atado a las exportaciones petroleras. En el año 2004 hubo un repunte del crecimiento económico: su variación interanual logró superar con creces la del producto interno bruto mundial, de acuerdo con datos del Fondo Monetario Internacional. Para muchos economistas, estas variaciones positivas tan apreciables no se deben a un crecimiento real de la economía, sino que están vinculadas a la circunstancia especial del alza del precio del petróleo. La relación entre las exportaciones no petroleras y las ex-

Riqueza e iniciativa en las naciones

(tasa de actividad emprendedora en porcentajes y producto interno bruto por habitante, por paridad de poder compra, en dólares)



Fuente: los datos sobre actividad emprendedora provienen de N. Bosma, K. Jones, E. Autio y J. Levie: *Global Entrepreneurship Monitor 2007*. Babson Park (Massachusetts) y Londres: Babson College, London Business School y Global Entrepreneurship Monitor. Las cifras del producto interno bruto provienen del sitio en internet del Fondo Monetario Internacional (www.imf.org).

Los más emprendedores

(países en las primeras posiciones en actividad emprendedora en 2003, 2005 y 2007; tasas de actividad emprendedora en porcentajes)

	2003		2005		2007	
1	Uganda	29,2	Venezuela	25,0	Tailandia	26,9
2	Venezuela	27,3	Tailandia	20,7	Perú	25,9
3	Argentina	19,7	Nueva Zelanda	17,6	Colombia	22,7
4	Chile	16,9	Jamaica	17,0	Venezuela	20,2

Fuente: informes del GEM.

Algunas cifras macroeconómicas de Venezuela

(millones de dólares)

	1998	2004	2007
Producto interno bruto	91.340	112.800	181.608
Exportaciones totales	17.707	27.230	65.210
Exportaciones petroleras	12.178	22.029	58.438
Exportaciones no petroleras	5.529	5.201	6.772
Exportaciones no petroleras/totales (por ciento)	31,2	19,1	10,4

Fuente: Banco Central de Venezuela.

portaciones totales del país revela que ha disminuido la participación de las no petroleras en el total exportado, y que los ingresos nacionales provienen principalmente de la industria petrolera.

A medida que crece la economía venezolana, independientemente de las razones, se observa que disminuye su tasa de actividad empresarial temprana. Este hecho permite inferir que muchos de los emprendedores venezolanos, más que potenciales empresarios, son autoempleados que inician algún negocio, quizás porque no encuentran alternativas de empleo o porque no pueden contar con un ingreso estable o seguro.

Los hallazgos del GEM resaltan la gran proporción de emprendedores que inician sus negocios en Venezuela, motivados por factores extrínsecos (falta de empleo, necesidad económica, bajo salario). En promedio, cuarenta por ciento de los individuos que emprenden anualmente en Venezuela lo hacen por necesidad; mientras que en el mundo la proporción media de individuos que lo hacen por esta razón está alrededor de 25 por ciento. En los países con altos ingresos por habitante, la actividad emprendedora en etapas iniciales es llevada a cabo, en su mayoría, por individuos motivados por razones intrínsecas (búsqueda de oportunidades, vocación, deseo de desarrollo personal). En países con medianos y bajos ingresos, los factores extrínsecos (necesidad o falta de empleo) son los que impulsan la actividad emprendedora. Además de altos ingresos por habitante, los países con altas proporciones de emprendedores motivados por la oportunidad, más que por la necesidad, presentan valores positivos con respecto a otras variables que miden el desarrollo de las naciones: altas tasas de exportaciones, gastos en educación y gastos en investigación y desarrollo (Acs, 2007).

El hecho de que un país tenga una población con espíritu emprendedor puede ser un síntoma positivo.

Pero, si este espíritu es impulsado por el hecho de que la población no encuentra alternativas de empleo, el comportamiento empresarial resultante estará orientado a la búsqueda de cualquier medio de vida, lo que conducirá a la generación de pequeñas empresas con escasa capacidad de innovación, poco interesadas en crecer y explorar nuevos mercados, y su impacto en la economía del país será inferior al potencialmente posible.

Poco valor agregado

Aunque es fácil suponer que las actividades empresariales privadas agregan poco valor (porque el principal ingreso proviene de la actividad petrolera), hallazgos tales como los tipos de empresas que surgen año tras año, las expectativas de retorno de los emprendedores, su potencial exportador y la duración de las nuevas empresas pueden dar una idea de la calidad de la actividad empresarial temprana en Venezuela.

La mayoría de los negocios se orienta al consumidor final: 46,8 por ciento en el comercio, 34,7 por ciento en servicios tradicionales y apenas 3,3 y 3,4 por ciento en manufactura y el sector primario, respectivamente. El tipo de negocio predominante en los últimos años ha consistido en bodegas, ventas de alimentos y víveres; centros de comida rápida, restaurantes, panaderías y heladerías; comercio de textiles y artículos para el hogar; cibercafés y servicios de telecomunicaciones; peluquerías y centros de estética. Sin duda, el valor que aportan estas actividades no se asemeja al aportado por las desarrolladas en los países de ingresos altos, donde la actividad empresarial se orienta hacia sectores de transformación, como los industriales, y de servicios no tradicionales que se basan en innovación, tecnología y conocimiento.

Los emprendedores venezolanos esperan recuperar su inversión a muy corto plazo. Según el GEM 2005, 27,3

por ciento de los emprendedores deseaban recuperar su inversión en apenas seis meses, 35,7 por ciento en un año y 19,7 por ciento en dos años. Esto hace un total de 82,7 por ciento de los emprendedores que esperaban recuperar su inversión en dos años o menos, lo que es poco factible. En general, la inversión de estos emprendedores se caracteriza por ser poco arriesgada en bienes de capital y concentrada, quizás, en activos de alta rotación, como inventarios; en consecuencia, genera poco valor agregado a mediano y largo plazo.

Aproximadamente la mitad de los emprendedores venezolanos manifiesta que no posee clientes fuera del país, lo que habla del poco potencial exportador de estas iniciativas. De hecho, la mayoría de las empresas surge sin intenciones de buscar otros mercados o crecer. Además, el porcentaje de negocios establecidos con más de 42 meses (tres años y medio) no sigue el mismo patrón de las altas tasas de actividad empresarial. En Venezuela, por cada cuatro empresas nuevas y nacientes, solo existe una con más de 42 meses de establecida. En países como Argentina, Brasil, Chile, España y Portugal la relación es prácticamente de uno a uno, mientras que en Japón, Italia, Suecia y Holanda la relación favorece a las empresas establecidas (Fernández, Rodríguez y Vidal, 2006). Estas cifras permiten suponer que tener tasas elevadas de iniciativa empresarial no es condición suficiente para contar con una amplia base de empresas establecidas ni, mucho menos, para que haya desarrollo económico.

¿Qué sucede entonces? Algunas explicaciones

El fenómeno de la actividad empresarial ha sido explicado desde diversos puntos de vista. Enfoques sociológicos, psicológicos y económicos han intentado, por separado, analizar y explicar la aparición de empresarios. Los enfoques provenientes de las teorías del aprendizaje social y del comportamiento han tenido más aceptación, pues ponen un mayor énfasis en los estímulos ambientales, el proceso de aprendizaje, la motivación y la formación de las intenciones de los individuos. El Centro de Emprendedores del IESA ha propuesto algunas explicaciones, basadas en estudios relacionados con el GEM, del poco valor que agregan los emprendedores venezolanos con sus iniciativas.

Poca educación

Aunque algunos piensen que la educación no es indispensable para la creación de un negocio, un estudio realizado por el investigador Erkkö Autio (2007) para el GEM ofrece pruebas de que los emprendedores con mayores expectativas y potencial de crecimiento son los que tienen mayores grados de educación. La formación de un individuo se refleja en sus habilidades cognitivas: mientras mayor sea su grado de formación, mayor será su capacidad para procesar información y discriminar entre una gran variedad de opciones. Si un empresario posee cierta formación o experiencia, dispondrá de ciertas habilidades que reforzarán su confianza en sí mismo y su *locus* de control interno.



Compás de Identidad Personal®

¿Sabe usted cuáles son las preferencias de pensamiento de sus líderes y de su gente, las que impactan e influyen en su actuación y en la cultura organizacional que usted quiere tener en su empresa?

¿Sabía usted que sus líderes y su gente utilizan metaprogramas que pueden ser medidos, que están interconectados y que son predictores poderosos del éxito organizacional que usted quiere para su empresa?

El Identity Compass® (Compás de Identidad Personal)

es un inventario de clase mundial diseñado por los expertos Arne Maus y Robert Dilts que actúa como una brújula que permite identificar y medir **dónde se encuentra la persona** en términos de sus preferencias de pensamiento, **cómo utiliza sus brújulas internas** para decidir y actuar, y **hacia dónde se dirige** en su desempeño gerencial, personal o profesional.

El Compás de Identidad Personal®

mide atributos específicos de forma directa y revela:

1

ONCE FACTORES DE PERCEPCIÓN DEL ENTORNO
(cómo construye la persona el mundo)

2

NUEVE FACTORES MOTIVADORES DEL INDIVIDUO
(qué y cómo se activa la persona)

3

ONCE ESTRATEGIAS DE ÉXITO
(cómo elabora e instrumenta la persona su actuación)

4

VEINTE ESTILOS DE TRABAJO
(cómo elabora y actúa la persona su interacción y dirección)

ALFREDO C. ÁNGEL

Identity Compass Latinoamérica® International Licensed Consultant
Centro Empresarial Pineda y Pineda, mezzanina, oficina 4,
Lechería, Estado Anzoátegui, teléfonos (0414) 821.0251 y (0416) 881.9454
acaconsultores@cantv.net

Su motivación para crecer y desarrollar su negocio se verá estimulada y sus actitudes apropiadas (en sentido cognoscitivo y afectivo) lo llevarán a tener aspiraciones orientadas al crecimiento (Davidsson, 1991).

Países de América Latina como Chile, Colombia y Ecuador poseen buenas proporciones (30, 29 y 28 por ciento, respectivamente) de individuos con educación superior dedicados a la creación de nuevos negocios. En Venezuela, la creación de nuevos negocios está principal-

Cuarenta por ciento de los individuos que emprenden anualmente en Venezuela lo hacen por necesidad; mientras que en el mundo la proporción media de individuos que lo hacen por esta razón está alrededor de 25 por ciento

mente en manos de individuos sin formación académica: cerca del 7,5 por ciento no tienen formación alguna, casi setenta por ciento ha alcanzado una formación básica o media, alrededor del doce por ciento ha obtenido una formación técnica y apenas 5,3 por ciento cuenta con educación superior. Este hallazgo permite inferir que la falta de educación es uno de los principales factores que incide en los comportamientos y el perfil de los emprendedores venezolanos; aunque muchos logren iniciar su negocio, no poseen las habilidades y la confianza necesaria para hacer crecer y desarrollar sus empresas.

Entorno difícil

Establecer la influencia del entorno sobre la calidad del emprendedor es complicado, porque la relación entre ambas variables no es evidente. El desarrollo de un país puede mejorar y fortalecer la actividad empresarial pero, al mismo tiempo, la actividad empresarial contribuye al desarrollo económico. Sin embargo, es bien sabido que si un país posee un entorno difícil para hacer negocios, por escasez

de factores (mano de obra, tecnología, materias primas), poca cultura empresarial o escasos incentivos institucionales, será difícil potenciar las características personales de sus habitantes que propician la creación de empresas. Los individuos que logren independizarse tenderán a orientarse al autoempleo y no a la creación de empresas destinadas a crecer y explorar nuevos mercados.

En la actualidad el contexto económico venezolano ofrece buenas oportunidades (independientemente de las causas) y el contexto social muestra signos favorables a la creación de empresas. Sin embargo, los factores políticos e institucionales no parecen propicios para la aparición y el desenvolvimiento de empresas formalmente constituidas.

Diferentes entidades internacionales dan a conocer información sobre las mediciones anuales de la competitividad y el entorno para hacer negocios en diversos países. Según estos informes, Venezuela muestra los peores índices de competitividad cuando se compara con otros países. Los informes concluyen que en Venezuela la regulación de la actividad comercial es pesada y confusa, la justicia está influida por el gobierno, el mercado de trabajo es rígido y el mercado financiero se ha vuelto más vulnerable a la interferencia política. La corrupción impregna la función pública y, junto con la probabilidad de expropiación, ayuda a disuadir la inversión extranjera. La inflación es extremadamente alta y el gobierno tiene el poder de fijar los precios.

Aunque Venezuela muestre un entorno económico cargado de oportunidades, y fuentes de financiamiento para iniciar negocios, las condiciones políticas, legales y públicas frenan la generación de empresas de calidad. Más aun, inducen a muchos emprendedores a la informalidad y el autoempleo, antes que enfrentar la incertidumbre, la burocracia, las leyes y las complicaciones que implica establecer legalmente una empresa.

¿Qué se debe hacer? Algunos caminos

La prioridad en la agenda de países como Venezuela, u otros de medianos ingresos, no debe ser promocionar más iniciativas empresariales tempranas o más autoempleo, sino preparar a sus habitantes, mejorar las cualidades de sus gerentes y empresarios, y promover las economías de escala mediante el crecimiento de las empresas jóvenes existentes. Esto requiere que los gobiernos de estos paí-

Posición de Venezuela en diversos índices de competitividad

Índice	Año	Organización	Número de países	Posición de Venezuela
Competitividad para el crecimiento	2007	Foro Económico Mundial	125	88
Competitividad	2008	IMD	55	55
Hacer negocios	2006	Banco Mundial	178	164
Libertad económica	2007	Heritage Foundation	157	148

Fuentes: Foro Económico Mundial: *World competitiveness report 2007*. IMD (Instituto Internacional para el Desarrollo Gerencial): *World competitiveness yearbook 2007*. Heritage Foundation (Fundación Herencia): *Index of economic freedom report*. Banco Mundial: «Doing business ranking» (www.doingbusiness.org/economyrankings).

ses generen confianza, respeten los derechos de propiedad, promuevan la educación empresarial, garanticen el acceso a los mercados de capital, mantengan condiciones macroeconómicas estables y aseguren la infraestructura física necesaria.

En el ámbito educativo se requiere un sistema adecuado para potenciar habilidades y actitudes empresariales. La educación tradicional desarrolla, sin duda, habilidades necesarias para el crecimiento personal y económico, pero no es muy eficaz en la formación de actitudes empresariales. Por lo tanto, la educación debería orientarse en una doble vía; por un lado, introducir la formación empresarial desde la escuela primaria y, por el otro, crear programas de formación vocacional dirigidos a empresarios que ya han abandonado la educación formal, para estimular un comportamiento más acorde con el actual clima de competitividad y rápidos cambios tecnológicos.

El camino es difícil y largo, pero algunas organizaciones han dado los primeros pasos. El IESA, con su Centro de Emprendedores, tiene varios años trabajando en la formación de emprendedores y potenciales empresarios con programas orientados a desarrollar habilidades que les permitan reconocer oportunidades y adaptarse a las nuevas realidades. El recién formado «Sistema de apoyo a la creación de empresas en Venezuela» (Sacev), en el cual participan universidades de todo el país, incluido el IESA, dispone de una cátedra común de promoción de la capacidad emprendedora y una red de apoyo y asesoría a emprendedores en diversos niveles educativos.

La meta es llevar la experiencia y los conocimientos empresariales a los niveles más bajos de la escala educativa para que, a mediano y largo plazo, surjan iniciativas empresariales de mejor calidad y con mayores probabilidades de éxito. De esta manera, en un futuro se podrá decir que en Venezuela muchos emprendedores sí crearán las condiciones para tener un país desarrollado. **RI**

Referencias

- Acs, Z.J. (2007): «How is entrepreneurship good for economic growth?». *Innovations*. Vol. 1. No. 1.
- Autio, E. (2007): *Global report on high-growth entrepreneurship*. Babson Park (Massachusetts) y Londres: Babson College, London Business School y Global Entrepreneurship Monitor.
- Davidsson, P. (1991): «Continued entrepreneurship: ability, need and opportunity as determinants of small firm growth». *Journal of Business Venturing*. Vol. 6, No. 6.
- Fernández, F., A. Rodríguez y R. Vidal (2006): *Global Entrepreneurship Monitor. Venezuela 2005*. Caracas: Centro de Emprendedores del IESA.

Roberto Vainrub
Profesor del IESA

Aramís Rodríguez
Investigador del IESA

RIF: J-00006748-1

Una mano con cariño



Voluntarios por Venezuela:
los trabajadores de Bigott se hacen sentir...

Desde hace más de 7 años han dedicado 12.700 horas hombre a la reparación de 30 escuelas públicas en 11 estados del país, beneficiando directamente a 7.132 niños e indirectamente a más de 27.400 personas, entre padres, representantes y maestros.

Bigott ha invertido más de 850 mil BsF. para apoyar a sus empleados en esta tarea.

¡juntos seguimos apoyando con cariño a nuestro país!



0800-CBigott
2244688
www.bigott.com