

De la inclusión a la prosperidad

FABIANA CULSHAW ■ Periodista y psicóloga empresarial

Bangente realizó una investigación sobre el perfil del microempresario popular exitoso en Venezuela. Mediante la inclusión financiera, estas personas y sus familias logran salir adelante.

Solo aquellos que se arriesgan a ir demasiado lejos pueden descubrir hasta dónde se puede llegar.

T. S. ELIOT

BANGENTE, fundado en el año 1999 y dedicado a las microfinanzas, realizó una investigación con el fin de determinar hasta qué punto su función empresarial y social ha favorecido a sus clientes. Una de las principales conclusiones es que los emprendedores y sus familias han prosperado significativamente a partir de la inclusión financiera y del acceso al microcrédito. Son personas pertenecientes a los sectores populares de Venezuela que superan la barrera de la pobreza, con base en el orgullo por el trabajo y el conocimiento de la dinámica de los barrios. Conocen las redes, las costumbres, el lenguaje y las necesidades de productos y servicios de la «base de la pirámide». Muchos logran avanzar hasta el punto de constituir lo que se ha dado en llamar «cápsulas de clase media».

Una característica de los microempresarios populares es que se desplazan en los intersticios de los mundos formal e informal. En el formal participan con el registro legal de sus empresas y tienen relación con la banca y las aseguradoras. Además, participan y reciben beneficios del mundo informal; por ejemplo, con sus viviendas autoconstruidas en terrenos invadidos o sus negocios adosados a estas.

El estudio de Bangente aporta un mayor conocimiento sobre los empresarios populares y sobre el perfil de los clientes del banco, al tiempo que define indicadores de medición psicosocial de la «prosperidad», de utilidad para la institución. El estudio, elaborado por Virginia Soto y Marisela Hernández, se titula *De la inclusión a la prosperidad: una visión que cambia vidas*, fue publicado por la Fundación Bangente y acaba de ser presentado en el IESA.

En sus quince años, Bangente ha otorgado 550.000 créditos y asistido a 70.000 microempresarios, incluidos 19.000 captados en 2014. Sesenta por ciento de los clientes tiene entre 31 y 50 años de edad, aunque también se atienden jóvenes entre 18 y 30 años (once por ciento) y personas de más de sesenta años (nueve por ciento). Un tercio de los clientes ha cursado bachillerato hasta el nivel diversificado y de ellos la mayoría lo ha completado. La cartera está constituida, en más del veinte por ciento, por negociantes pequeños y vulnerables, como dueños de bodegas en los barrios. El promedio de créditos otorgados está entre 37.000 y 40.000 bolívares. El índice de mora es 0,50.

Perfil del microempresario próspero

Los entrevistados, seleccionados por su perfil financiero próspero, tienen en común la actitud o disposición natural al aprendizaje (por ejemplo, de un oficio), lo que alimenta sus aspiraciones. Generalmente estas personas, pertenecientes a zonas populares, llegan en algún momento de sus historias de

vida a una situación límite, como el fallecimiento de un familiar cercano o no tener qué comer, lo que los empuja a buscar oportunidades de subsistencia. Esa búsqueda se acompaña de la ayuda informal de algún pariente o vecino, y en una instancia posterior aparece la opción del crédito bancario.

El empresario popular próspero, según los resultados del estudio, está orgulloso de sí mismo y de su trabajo, siente gusto por el dinero y por su actividad, hace las más variadas tareas (desde la compra de materias primas hasta el manejo de las finanzas, pasando por ser mensajero de la empresa), se desempeña a tiempo completo, es perseverante ante la adversidad (es común que pierda todo, a veces por hábitos de juego o alcoholismo, pero vuelve a empezar y supera sus vicios), es agradecido, tiene principios y estrategias (aun sin saberlo) en materia de servicio al cliente, desarrolla productos y maneja el capital humano (muchos tienen empleados a cargo), y también es consecuente en el pago de sus deudas.

Otro aspecto común de estos microempresarios es que están convencidos de que sus vidas dependen de ellos mismos y de sus trabajos, no de la suerte, el destino o las demás personas. Esto significa, en términos de psicología, que poseen «locus de control interno»: ellos son los hacedores de

EL ESTUDIO

El estudio de Bangente consistió en una investigación cualitativa, basada en entrevistas no estructuradas con 21 clientes que obtuvieron resultados destacados en sus emprendimientos y más de diez años de trayectoria, según los registros de la institución.

Las entrevistas, entre 45 minutos y dos horas de duración, se realizaron en los lugares de trabajo de los entrevistados, con frecuencia ubicados en sus viviendas. Algunas de las preguntas fueron: ¿cómo era su vida antes del emprendimiento y ahora? ¿Qué cosas ya no ocurren y cuáles sí aparecen ahora? ¿Cómo maneja el dinero y el ahorro? ¿Cómo planifica sus finanzas?

Los entrevistados nacieron en distintas regiones del país y algunos en Colombia y Perú. Actualmente viven y trabajan en zonas populares de Caracas y alrededores: Centro, Catia, Petare, Prado de María, Cota 905 y San Antonio de los Altos. Se dedican a las más diversas actividades comerciales y de servicios, como la venta de alimentos en bodegas, accesorios, productos de ferretería, confección de ropa y servicios de transporte.

El trabajo de campo se realizó entre finales de 2012 y mediados de 2013. En total, la investigación duró casi dos años, y supuso algunas reentrevistas, análisis y sistematización de resultados.

su futuro. Además, el hogar tiene significativa importancia en el imaginario social de estas personas. Con frecuencia, sus emprendimientos laborales nacen dentro del hogar y este aparece fusionado al negocio.

Salto pa'lante

Los microempresarios entrevistados se perciben como «prósperos», aunque no suelen utilizar ese término, sino que hablan de un «salto pa'lante». La idea de prosperidad aparece en ellos asociada a la capacidad de obtener dinero, objetos y respeto de la comunidad. Una vez obtenidos, continúan el esfuerzo con la intención de mantener lo logrado o superarlo.

En todos los casos el emprendimiento es sentido como un punto de referencia o inflexión en sus vidas. Hablan de un antes y un después. El testimonio de una persona que actualmente tiene 18 unidades de transporte en Catia lo ejemplifica: «Mi vida de antes (del negocio) era el hambre eterna».

Con frecuencia se piensa que los emprendedores populares tienen escasos recursos; sin embargo, muchos viven con comodidad, viajan dos veces al año a Estados Unidos, van a Panamá a conseguir aliados comerciales o incluso a China para traer mercadería. Según el estudio, todos los entrevistados provienen de familias estables y ellos mismos constituyen también parejas de más de diez años de relación. Ven a sus hijos como «resortes de la prosperidad». En su mayoría están estudiando en colegios o universidades privadas.

A pesar de sus progresos, y de ser consideradas «cápsulas de clase media», estas familias siguen viviendo en las zonas populares, debido a un fuerte apego afectivo y sobre todo porque saben que allí están sus clientes. William, un comerciante de ferretería de Palo Verde, lo explica: «Vivo en un barrio con muchas invasiones y siempre hay construcciones allí. Tengo varios camiones para abastecer a todos esos clientes. Otras ferreterías no llegan, pero yo les llevo los productos a la puerta, aunque estén en la cima del barrio. Cubro el barrio desde el pie hasta arriba».

Indicadores en el hogar

El hogar constituye un indicador de primer orden para determinar el potencial de prosperidad del emprendedor. No es lo mismo una persona con una casa arreglada que otro desordenado y sin hábitos de limpieza, lo que se reflejará en sus cuentas y en su relación con la banca.

La mentalidad de prosperidad se nota en las mejoras que los microempresarios van haciendo en sus viviendas y en la adquisición de activos, tales como líneas blanca y marrón.

Con frecuencia se piensa que los emprendedores populares tienen escasos recursos; sin embargo, muchos viven con comodidad, viajan dos veces al año a Estados Unidos, van a Panamá a conseguir aliados comerciales o incluso a China para traer mercadería

Esas mejoras no responden directamente al crédito bancario que reciben, sino que es resultado de las ganancias del trabajo que realizan con el apuntamiento del financiamiento.

Uno de los principales elementos que observa un asesor de negocios, con la misión de evaluar el otorgamiento o no de un microcrédito o ampliarlo, es la calidad de las venta-

OPINIONES DE EXPERTOS

La presentación del libro *De la inclusión a la prosperidad* en el IESA incluyó un foro con expertos:

- Juan Uslar, director ejecutivo de la Fundación Bangente, hizo referencia a la ausencia de políticas públicas en materia de microfinanzas y a la falta de una regulación específica para los bancos dedicados al tema en el país.
- Josefina Brunicelli, representante del Centro de Políticas Públicas del IESA, consideró que la formalización del microempresario es todo un reto «en un país donde hacerlo es prácticamente hundirse por la sobrelegislación vigente. Es más, muchos negocios formales han migrado a la informalidad en los últimos años, para sobrevivir».
- Sofía Esqueda, coordinadora del Centro de Mercadeo del IESA, puso el foco en que las multinacionales hacen fortunas atendiendo a los mercados populares y muchos de sus conocimientos los han aprendido de los microempresarios populares; por ejemplo, las estrategias de las ventas al detal o en pequeños envases.
- Luis Moreno, representante de Banauge, destacó la necesidad de elaborar indicadores sobre la dinámica de los sectores populares, para orientar la práctica del otorgamiento de créditos bancarios. Asimismo, observó la poca participación del microempresario popular en organizaciones comunitarias y en responsabilidad social.
- Aramis Rodríguez, representante del Centro de Emprendedores del IESA, habló de la importancia de ampliar el conocimiento sobre la economía informal para alimentar las investigaciones académicas y la docencia en el país, sobre todo si se toma en cuenta que más del cincuenta por ciento de la economía nacional se desarrolla en las zonas populares.

nas. Es habitual observar que, de un hueco en la pared, la persona pase espontáneamente a la construcción de ventanas propiamente dichas, incluso corredizas y con cortinas. Cuando el arreglo se complementa con macetas y plantas se adivina una intención de estética y superación en el microempresario.

Las ventanas suelen tener una correlación con otros cambios en las casas; por ejemplo, la instalación de cocinas empotradas y mejores muebles. La presencia de libros y cuadernos de los hijos y la existencia de áreas en la casa especialmente dedicadas para estudiar también resultan elementos positivos al evaluar a la persona.

Evelyn, una comerciante de bisutería cerca de la Plaza Pérez Bonalde en Catia, cuenta cómo comenzó a progresar: «Recién a los quince años pude ir a la escuela y aprender a leer. Luego me di cuenta que no podía hablar como una malandra para venderle a la gente. Después seguí por mi casa, le puse cerámica al piso. Todo eso fue cambiando mi visión de la vida».

El asesor de negocios necesita conocer a fondo al emprendedor y su negocio, el mercado en el que opera, su condición moral, su arraigo a la comunidad y el respeto del que goza dentro de ella. Ello explica que se convierta con frecuencia en su aliado y amigo, con relaciones de confianza y lealtad mutuas. 