

- *Debates IESA* tiene como finalidad promover la discusión pública sobre la gerencia y su entorno, mediante la difusión de información y la confrontación de ideas. Es publicada trimestralmente por el Instituto de Estudios Superiores de Administración, en Caracas, Venezuela.
- *Debates IESA* está dirigida a quienes ocupan posiciones de liderazgo en organizaciones públicas o privadas de toda índole. El objetivo es propiciar la comunicación entre gerentes, funcionarios públicos, políticos, empresarios, consultores e investigadores.
- En *Debates IESA* tienen cabida los artículos que examinen temas de actualidad, análisis de políticas públicas y empresariales, aplicaciones de las ciencias administrativas y hallazgos de las ciencias sociales. Son bienvenidas, también, las exposiciones de teorías y modelos novedosos, reseñas de publicaciones y críticas o discusiones de artículos publicados en ésta u otras revistas.
- *Debates IESA* es una revista arbitrada. El editor enviará una copia anónima de cada artículo a dos árbitros, quienes emitirán alguno de los juicios siguientes: el artículo debe publicarse tal como está, requiere cambios o no debe publicarse.
- Los artículos publicados en *Debates IESA* no expresan consenso alguno, ni la revista se identifica con corrientes o escuelas de pensamiento. Además, los autores pueden estar en desacuerdo. No se acepta responsabilidad alguna por las opiniones expresadas, pero sí se acepta la responsabilidad de darles la oportunidad de aparecer.

Sí, definitivamente, hay evidencia de un auge de negocios en torno a la comida. Afirmar esto a comienzos de 2015 puede sonar a cruel ironía, en vista de los serios problemas de escasez e inflación que sufre el país; escasez que hace difícil conseguir ingredientes tan sencillos como el pollo, e inflación que, casi día a día, eleva de manera alarmante los precios de alimentos que de exóticos no tienen nada. Pero, a pesar de los pesares, hay un interés importante, visible y creciente, en hacer dinero con la comida.

El interés gastronómico de los venezolanos, al menos en lo que se refiere a restaurantes y comida de la calle, no es nada nuevo, como reporta uno de los trabajos incluidos en este número de *Debates IESA*. Desde hace largas décadas, Caracas ha sido testigo del nacimiento, la consolidación y la desaparición de unos cuantos restaurantes que contaron con la aprobación de una exigente clientela. Sin embargo, llama la atención que muchas iniciativas empresariales en materia de gastronomía están en manos de gente joven, que se ha preocupado de formarse para la cocina y que, más recientemente, ha desarrollado un comprensible interés en prepararse para el buen manejo de un negocio basado en la comida.

¿Qué puede haber contribuido al florecimiento del negocio de la cocina, en cualquiera de sus vertientes? Si bien esta pregunta no es de fácil respuesta, al menos dos factores merecen ser señalados: una creciente población que come en la calle y que, al mismo tiempo, es cada vez más exigente. Ambos factores parecen operar en diferentes estratos sociales. El que la gente sea más exigente podría explicarse, al menos en parte, por la influencia de inmigraciones de países muy diversos entre los cuales se destacan los europeos. Curiosamente, los inmigrantes, además de influir con su paladar, también han influido incursionando en negocios gastronómicos, al incorporar a su oferta platos y productos de origen autóctono, con materia prima venezolana de excelente calidad, como el chocolate.

Cuando ocurre un auge en determinado tipo de negocios muchos se lanzan a emprender en lo que parece ser una mina de oro. Pero, como suele ocurrir en cualquier área, muchos son los llamados y no tantos los elegidos. De hecho, la tasa de fracasos se aproxima en Venezuela al cincuenta por ciento. Pero, cuando llega, el éxito puede llegar en grande. Este país parece estar, incluso, exportando negocios gastronómicos. Tal cosa ocurre cuando se ha asimilado experiencia que permite adaptarla a otros entornos, tal vez no tan enredados, y a otros paladares.

¿Cuáles son los ingredientes fundamentales o condiciones necesarias para el éxito de un negocio gastronómico en Venezuela? Los artículos de este número de *Debates IESA* señalan tres elementos que quedarán resonando en la mente del lector: creatividad, motivación para emprender y tenacidad. Y si a este lector le obligaran a señalar un solo factor, y nada más uno, señalaría: tenacidad a toda prueba. Sin dedicación constante y temple para luchar con constancia, en un entorno plagado de obstáculos tan diversos y frustrantes como los excesivos pasos en la tramitación de permisos y regulaciones y la lidia cotidiana con los empleados, no es posible sobrevivir y tener éxito. Pero, ¿no podría decirse lo mismo para buena parte de las iniciativas en cualquiera área en Venezuela? Parece que sí, pero en la gastronomía el asunto se complica inmensamente, porque la satisfacción del cliente, mejor dicho de todos los clientes, tiene que ser inmediata. El paladar actúa como un juez implacable: aprueba o condena en segundos, no acepta racionalizaciones de ninguna especie. Basta el paladar insatisfecho de pocos clientes para condenar un negocio al fracaso, por muy atractivo que sea su nombre, viral su eslogan y fabulosa su ubicación.

Está claro, entonces, que el negocio de la comida requiere mucho más que tener buena sazón. 