



GLOBAL

ENTREPRENEURSHIP

MONITOR

Informe ejecutivo, Venezuela 2009-2010





Esta publicación ha sido producida por el Centro de Emprendedores del IESA.

www.iesa.edu.ve/centro-de-emprendedores
emprendedores.iesa@iesa.edu.ve

Caracas, 2011.

Equipo de investigación:

Nunzia Auletta
Aramis Rodríguez
Rebeca Vidal

Asistente de investigación:

Mónica González

Producción Gráfica:

Reserva Creativa
www.reservacreativa.com

Global Entrepreneurship Monitor

Informe ejecutivo, Venezuela 2009-2010

Global Entrepreneurship Monitor

Informe ejecutivo, Venezuela 2009-2010

índice

	PÁGINA
PRÓLOGO	07
SECCIÓN 1: UN ACERCAMIENTO AL GEM	09
Modelo Conceptual del GEM	11
¿Qué es un emprendedor para el GEM?	12
El emprendimiento social	12
SECCIÓN 2: ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	17
RESULTADOS GLOBALES	19
Actividad emprendedora temprana y empresas establecidas	19
Motivación de la iniciativa empresarial	22
Iniciativa empresarial y género	24
Emprendimiento social	24
RESULTADOS PARA VENEZUELA	28
¿Cuántos emprendedores hay en Venezuela?	28
¿Cómo es la cultura para emprender en Venezuela?	29
¿Cómo es el típico emprendedor venezolano?	29
¿Quiénes son los más emprendedores?	30
¿Cómo son las nuevas empresas venezolanas?	31
SECCIÓN 3: EL ENTORNO PARA EMPRENDER	35
¿Cómo es el entorno venezolano para emprender, en comparación con otros países?	37
El apoyo financiero	37
Las políticas gubernamentales	41
Los programas gubernamentales	43
El sistema educativo	44
La transferencia de tecnología y conocimiento	44
La estructura comercial profesional	45
La apertura del mercado interno	46
El acceso a la infraestructura física	46
Las normas culturales y sociales	47
Las oportunidades del mercado	49
La capacidad personal para emprender	49
La valoración de la carrera emprendedora	50
El marco legal sobre la propiedad intelectual	50
La valoración de la mujer emprendedora	51
El apoyo a la actividad emprendedora de alto potencial de crecimiento	52
Innovación	52
El componente social de la actividad emprendedora	55

Prólogo

Venezuela es un país de emprendedores que buscan forjar su desarrollo personal y familiar apostando su esfuerzo diario y sus recursos. Desde el año 2003, en el Centro de Emprendedores del IESA, estamos comprometidos con esta fuerza de progreso del país. Hoy reconocemos nuestra responsabilidad, como primera escuela de negocios en el área, de contribuir en la articulación del Ecosistema del Emprendimiento, red que conjuga los esfuerzos de decenas de organizaciones miembros de la cadena de valor que apoya y promueve a todos aquellos que estén reconociendo oportunidades y buscando ideas innovadoras, independientemente del sector o tamaño de sus iniciativas.

El IESA ha identificado en el emprendimiento un gran activo intangible para la construcción de una sociedad verdaderamente productiva y con mayor equidad social. Por ello, este tema se ha convertido en un eje inspirador y estratégico para el Instituto, a través de la difusión de valores y prácticas de emprendimiento, la investigación de la actividad emprendedora en el país y el desarrollo de innovadores programas de formación.

La visión IESA 2015 propone multiplicar la capacidad y ampliar el alcance del Centro de Emprendedores, a través de programas que incluyen educación a distancia y una red de aliados con miras a alcanzar la meta de 15.000 emprendedores formados en un lapso de 5 años. Se busca así llegar una diversidad de segmentos con el fin de aumentar las probabilidades de éxito de nuevas empresas en toda Venezuela. En particular nuestro esfuerzo está centrado en:

Emprendedores: se brinda apoyo y se generan herramientas idóneas para que las iniciativas empresariales aumenten su probabilidad de éxito, así como su potencial de crecimiento, y de generación de empleos dentro del entramado económico en el cual deciden insertarse.

Microempresarios: se presta particular atención al reconocimiento de nuevos modelos de negocios para

las mayorías, en la que el rol del microempresario se inserta en la red social del barrio, donde produce efectos positivos de desarrollo económico y social.

Emprendedores Sociales: se fomenta la actividad emprendedora en la producción de valor social, insertándose en áreas donde ni los gobiernos ni el mercado pueden ofrecer respuestas eficientes. La formación de emprendedores sociales representa la tercera palanca de promoción del espíritu emprendedor en el país y requiere programas fundados en el conocimiento de las mejores prácticas y casos de éxito.

Comprender a los emprendedores, sus motivaciones, actitudes y aspiraciones, así como las actividades que realizan, representa un punto esencial en el desarrollo de nuestros programas. En este sentido, uno de nuestros esfuerzos más importantes consiste en la participación en la red del Global Entrepreneurship Monitor (GEM), proyecto de investigación global que inicialmente contó con la participación de 10 países y en 2009 alcanzó una muestra de 54 participantes, con más de 150 investigadores involucrados a nivel mundial. El estudio, que se viene realizando cada dos años, a partir del 2003, conducido por el Centro de Emprendedores, con el apoyo de la firma Datanálisis, en la aplicación del trabajo de campo a lo largo del territorio nacional, sigue colocándonos entre los países más emprendedores del planeta.

En el año 2009, nuestro país se ubica en el octavo lugar en el índice de actividad emprendedora temprana (TEA=18,7) y en el primer lugar en el índice de actividad emprendedora social (SEA= 3,4), lo cual es evidencia de la amplia oferta de propuestas emprendedoras que buscan incrementar el bienestar de las comunidades. Sin embargo, este potencial aún no es aprovechado a plenitud, como evidencia el repetirse de una de las más altas tasas de mortalidad de empresas nacientes, pues muchas iniciativas no logran sobrevivir a los tres años y medio de operaciones o consolidarse como realidades generadoras de empleo estable.

Queda mucho camino por recorrer en términos de innovación, internacionalización y generación de iniciativas en sectores con mayor potencial de crecimiento. Sin embargo, este esfuerzo de investigación representa un excelente diagnóstico a partir del cual pueden desarrollarse políticas públicas y esfuerzos de articulación de todas las organizaciones que participan en la actividad emprendedora, para contribuir a mejoras reales en las oportunidades para los emprendedores en el país.

Al presentar el cuarto reporte nacional del GEM, en su edición 2009-2010, deseamos agradecer a todas las personas e instituciones que con su apoyo lo han hecho posible:

Los veinticuatro expertos entrevistados y las casi dos mil personas encuestadas a lo largo del territorio nacional, por haber aceptado formar parte de este proyecto.

El equipo de Datanálisis que contribuyó con la aplicación y el procesamiento de la encuesta a la población adulta, liderado por Tatiana Hariton.

Representantes de instituciones nacionales que conforman el naciente Ecosistema del Emprendimiento y que han aportado sus opiniones sobre temas selec-

cionados para la elaboración del análisis sobre el entorno para emprender.

Los miembros del equipo organizador del GEM a escala mundial, quienes ofrecieron apoyo permanente durante el procesamiento y análisis de los resultados.

Las autoridades del IESA, Francisco Sanánez (Presidente), María Helena Jaén (Vicepresidente y Directora Académica) y Rosa Amelia González (Directora de Investigación y Desarrollo), por el apoyo incondicional prestado a la incorporación y permanencia del IESA en el GEM.

Las empresas Acumuladores Duncan, Consorcio Precowayss y Grupo Veneclasificados, C.A., las cuales aportaron fondos en el marco de la Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación, por confiar en la importancia de este proyecto que trabaja para entender y apoyar al emprendedor venezolano.

La Comunidad IESA, por hacer posible un ambiente de colaboración y estudio que nos permite ubicarnos entre las primeras escuelas de gerencia en América Latina.

Un acercamiento al GEM



El GEM complementa los análisis tradicionales de competitividad y crecimiento económico con un enfoque sistémico que considera la participación de la creación de empresas dentro de la economía, partiendo del supuesto de que las nuevas empresas generan innovaciones, aumentan la competencia, satisfacen nuevos nichos de mercado, y contribuyen con la reasignación de recursos.



El Monitor Global del Emprendimiento (GEM, por sus siglas en inglés) es una investigación que se realiza con la intención de:

- Medir las diferencias entre los niveles de actividad emprendedora de los países participantes.
- Identificar cuáles factores influyen sobre la actividad emprendedora de los países participantes.
- Generar recomendaciones de políticas públicas orientadas a impulsar la actividad emprendedora sostenible.

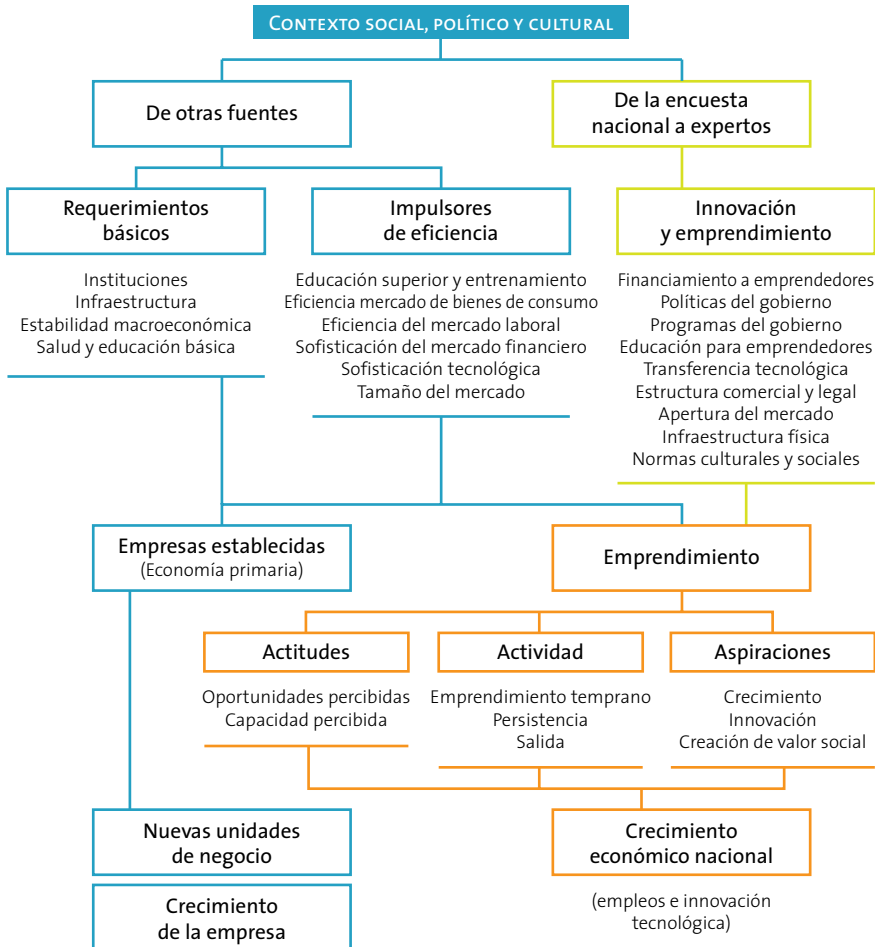
El GEM comenzó en el año 1999 con la participación de 10 países y para 2009 ya contaba con una muestra de 54 naciones. En Venezuela el estudio se realiza cada dos años desde 2003.

MODELO CONCEPTUAL DEL GEM

El espíritu empresarial es una importante fuerza que influye sobre la economía de los países, pues determina en gran medida la capacidad de generar riqueza. El GEM complementa los análisis tradicionales de competitividad y crecimiento económico con

FIGURA 1

MODELO CONCEPTUAL DEL GEM



un enfoque sistémico que considera la participación de la creación de empresas dentro de la economía, partiendo del supuesto de que las nuevas empresas generan innovaciones, aumentan la competencia, satisfacen nuevos nichos de mercado, y contribuyen con la reasignación de recursos.

El modelo conceptual del GEM sostiene que existen tres categorías de elementos que definen al entorno: requerimientos básicos, elementos que impactan tanto la actividad de las empresas nacientes como la de las empresas establecidas y su crecimiento; impulsores de eficiencia, factores que impactan también a ambos tipos de empresas, y las condiciones para la innovación y el emprendimiento, las cuales afectan en particular a los nuevos emprendimientos.

Las fuentes de información del GEM son las siguientes:

- Encuesta a la población adulta: Es un instrumento de recolección de datos que se aplica a una muestra representativa de la población adulta de cada país participante en el estudio. De este instrumento se deriva la información requerida para el cálculo de la proporción de emprendedores, así como los perfiles de los mismos y las características de sus iniciativas.
- Encuesta a expertos nacionales: Es un instrumento que recopila datos derivados de la opinión de un grupo de expertos nacionales sobre diferentes temas relacionados con la creación de empresas. En cada país se incluyen expertos en cada uno de los elementos que integran la categoría de innovación y empre-

dimiento dentro del modelo conceptual.

- Otras fuentes: El GEM incorpora datos provenientes de organizaciones multilaterales para establecer comparaciones y relaciones entre la creación de empresas y algunas variables macroeconómicas e institucionales.

¿QUÉ ES UN EMPRENDEDOR PARA EL GEM?

El GEM asume el emprendimiento como un proceso que va desde la ejecución de acciones orientadas a la identificación de oportunidad para la creación de una nueva organización, hasta la conducción del crecimiento de una organización existente, tal como se muestra en la figura 2.

Es así como, dependiendo de la etapa en la cual se encuentre el individuo, podemos hablar de potencial emprendedor, emprendedor naciente, emprendedor propietario de una organización naciente y emprendedor propietario de una organización establecida.

Estas definiciones sustentan las principales medidas derivadas del GEM. En la tabla 1 se ofrece una descripción de la terminología y las medidas principales sobre las cuales se desarrolla el modelo conceptual del este estudio .

EL EMPRENDEIMIENTO SOCIAL

Por primera vez en 2009, el GEM incluyó la categoría de emprendedores sociales dentro de la investigación. El estudio de estos emprendedores se realizó

FIGURA 2

EL PROCESO EMPRENDEDOR

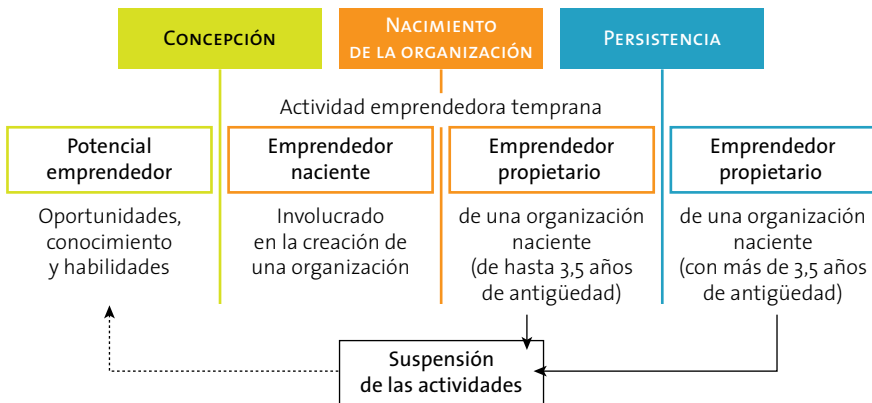


TABLA 1

TERMINOLOGÍA Y MEDIDAS PRINCIPALES DEL MODELO CONCEPTUAL GEM

TASAS DE PREVALENCIA DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA EN LA POBLACIÓN ADULTA

Medida	Descripción
Actividad emprendedora naciente	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que es actualmente empresario naciente, es decir, que participa activamente en la creación un negocio en el cual será propietario, o co-propietario; este negocio no ha pagado sueldos, salarios, o cualquier otro tipo de pagos a los propietarios por más de 3 meses.
Tasa de propiedad de nuevos negocios	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que es actualmente propietario-administrador de un nuevo negocio, es decir, que tiene y maneja un negocio en funcionamiento que ha pagado sueldos, salarios, o cualquier otro tipo de pago a los propietarios por más de tres meses, pero no más de 42 meses.
Actividad emprendedora temprana (TEA)	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que es empresario naciente o propietario-administrador de un nuevo negocio (según lo definido anteriormente).
Tasa de propiedad de empresas establecidas	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que es actualmente propietario-administrador de un negocio establecido, es decir, que tiene y maneja un negocio en funcionamiento que ha pagado sueldos, salarios, o cualquier otro pago a los dueños por más de 42 meses.
Actividad empresarial total	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años que participa en actividades emprendedoras en etapas iniciales o bien que son propietarios-gerentes de empresas establecidas (según las definiciones anteriores).

CARACTERÍSTICAS DE LAS PRIMERAS FASES DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

Actividad emprendedora temprana impulsada por el deseo de mejorar	Porcentaje de quienes participan en actividades emprendedoras tempranas, que (1) dicen estar impulsados por la oportunidad y no por no encontrar otras opciones de trabajo, y (2) indican que el impulso principal para participar en esa oportunidad es el deseo de ser independiente o de aumentar los ingresos, más que sólo para mantener estable el nivel de ingresos.
Actividad emprendedora temprana con expectativas de alto crecimiento	Porcentaje de emprendedores en etapas tempranas que esperan llegar a emplear a por lo menos 20 empleados dentro de cinco años.

TABLA 1

TERMINOLOGÍA Y MEDIDAS PRINCIPALES DEL MODELO CONCEPTUAL GEM

CARACTERÍSTICAS DE LAS PRIMERAS FASES DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

Medida	Descripción
Actividad emprendedora temprana orientada a un nuevo producto o mercado	Porcentaje de emprendedores en etapas tempranas que indican que su producto o servicio es nuevo para por lo menos algunos de los clientes, y que indican también que no hay muchas empresas que ofrezcan el mismo producto o servicio.
Actividad emprendedora temprana orientada a la internacionalización	Porcentaje de emprendedores en etapas tempranas que indican que por lo menos el 25% de sus clientes son de países extranjeros.

PERCEPCIONES RELACIONADAS CON LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

Oportunidades percibidas	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años (excluyendo a individuos que se encuentran en cualquier etapa de una actividad emprendedora) que ve buenas oportunidades para iniciar una empresa en la zona en la que residen.
Capacidades percibidas	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años (excluyendo a individuos que se encuentran en cualquier etapa de una actividad emprendedora) que cree tener las destrezas y los conocimientos necesarios para iniciar una empresa.
Tasa de temor al fracaso	Porcentaje de la población entre 18 y 64 años (excluyendo a individuos que se encuentran en cualquier etapa de una actividad emprendedora) que indica que el temor al fracaso les impediría establecer una empresa.

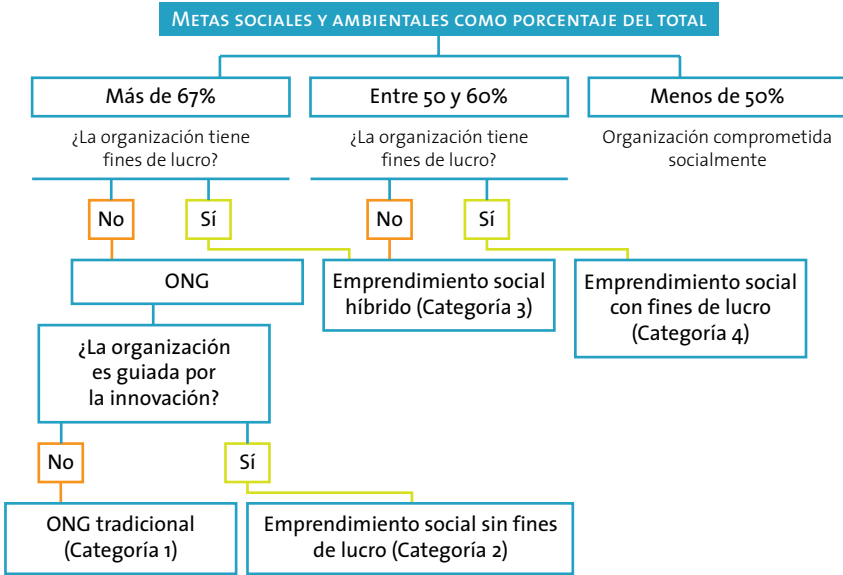
tomando en cuenta las categorías de emprendimiento social que se describen a continuación.

En función de la clasificación descrita en la figura 3, los tipos de emprendimiento social se definen en los siguientes términos:

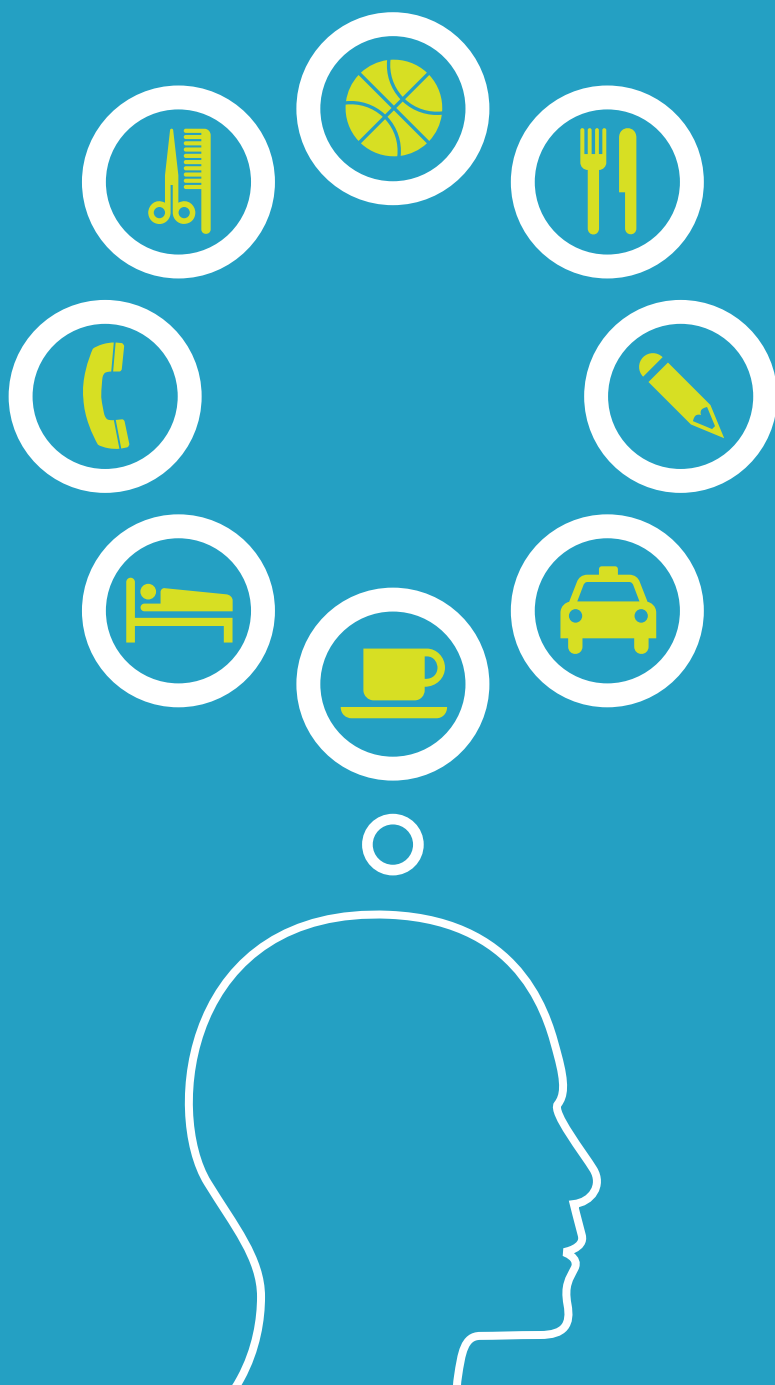
- ONG Tradicional: Organización no gubernamental tradicional, con alto componente de metas sociales o ambientales, sin fines de lucro.
- Emprendimiento social sin fines de lucro: Organización con alto nivel de metas sociales o ambientales, sin fines de lucro y con elevada innovación en su configuración o entrega de productos o servicios.
- Emprendimiento social híbrido: Organización con alto nivel de metas sociales o ambientales, con una estrategia de ganancia integrada o complementaria con la misión.
- Emprendimiento social con fines de lucro: Organización con alto nivel, pero no exclusivo, de metas sociales o ambientales, con fines de lucro.

FIGURA 3

CLASIFICACIÓN DE LOS EMPRENDIMIENTOS SOCIALES



Actividad emprendedora



La aplicación de la encuesta a la población adulta en Venezuela arrojó, de manera consistente con lo observado en años anteriores, una elevada propensión a emprender negocios en comparación con los otros países de la muestra.



La fuente de información que permite establecer las características y comparaciones de la actividad emprendedora entre los países que integran la muestra del GEM, es una encuesta dirigida a la población adulta. Este instrumento tiene el mismo sistema de aplicación en todos los países participantes, con el apoyo de empresas especializadas en estudios estadísticos.

En el caso de Venezuela, la encuesta fue realizada por la empresa Datanálisis, y las características del ejercicio fueron las siguientes:

- **Universo estadístico:** Personas de ambos sexos, mayores de 18 años.
- **Tipo de muestreo:** Aleatorio y estratificado estrato social y región.
- **Tamaño de la muestra:** Fueron contactados 2.000 hogares, de los cuales 1.693 entrevistas fueron efectivas, con una tasa de respuesta de 84,65%.
- **Cobertura geográfica:** Ciudades principales y secundarias distribuidas entre ocho regiones del país (Capital, Central, Centro-Occidental, Guayana, Nor-Oriental, Los Llanos y Zuliana).
- **Método de recolección de información:** Entrevistas cara a cara y puerta a puerta.
- **Nivel de confianza:** 95%.
- **Fecha de recolección de la información:** 20 al 29 de mayo de 2009.

En esta sección se establecen los resultados globales del estudio, de manera de establecer comparaciones entre países, y también los resultados específicos que caracterizan el caso venezolano.

Resultados globales

El principal indicador que ofrece el GEM es la tasa de actividad emprendedora temprana (TEA, por sus siglas en inglés), el cual ofrece una estimación del nivel de actividad emprendedora temprana, y se calcula mediante la suma de la actividad emprendedora naciente y la tasa de propiedad de nuevos negocios. Adicionalmente, el GEM incorpora información sobre propietarios de empresas establecidas.

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA TEMPRANA Y EMPRESAS ESTABLECIDAS

En el ejercicio correspondiente al año 2009, los países integrantes de la muestra fueron divididos en tres grupos, de acuerdo con la clasificación sugerida por Porter, Sachs y McArthur (2002):

- **Economías impulsadas por factores:** Países cuya economía se basa en actividades extractivas o directamente relacionadas con la explotación de recursos naturales. Dentro de este grupo, los países que obtuvieron mayores tasas de emprendimiento fueron Uganda (con un TEA de 33,67%) y Guatemala (26,76%). Venezuela ocupó la quinta posición de este grupo con un TEA de 18,66%.

- **Economías impulsadas por la eficiencia:** Países cuya economía se basa en actividades valor agregado en la producción y generación de bienes y servicios. En este grupo, las economías más emprendedoras resultaron ser Colombia, Perú y China.

- **Economías impulsadas por la innovación:** Países cuya economía se orienta en gran magnitud hacia actividades de valor agregado por medio de la innovación basada en investigación y desarrollo. Los países con mayor actividad emprendedora de este grupo fueron los Emiratos Árabes Unidos e Islandia.

En el gráfico 1 se muestra el orden global de los países que participaron en el ejercicio del año 2009. Es posible apreciar que Venezuela ocupó la octava posición en la muestra completa, con un TEA de 18,66 por ciento.

En el gráfico 2 se muestran los resultados correspondientes a los países orientados por recursos, grupo en el cual Venezuela se ubica en el séptimo lugar, mientras el gráfico 3 permite establecer una comparación entre los niveles de actividad emprendedora de los países de América Latina, donde nuestro país ocupa la quinta posición.

En el gráfico 4, el cual muestra la comparación entre el TEA y la tasa de propiedad de empresas establecidas, los países están organizados en función de la segunda variable. Puede observarse que Uganda, China y Jamaica son los países con mayor índice de empresarios establecidos, es decir, que han recibido beneficios de sus negocios por más de 42 meses, mientras que Sudáfrica, Censén y Tonga se encuentran entre las economías con menor actividad empresarial establecida.

En algunos países como Dinamarca, Italia y Japón, se observa que la proporción de empresarios esta-

GRÁFICO 1

ÍNDICE DE ACTIVIDAD EMPRENDEDORA TEMPRANA (TEA)

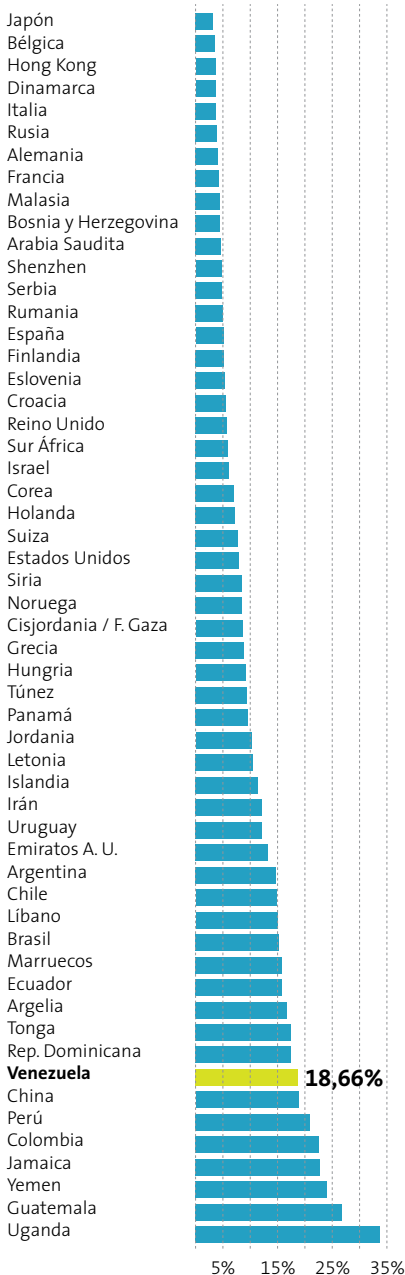


GRÁFICO 2

TEA PAÍSES ORIENTADOS POR LOS RECURSOS

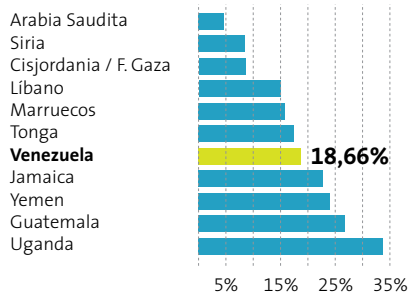
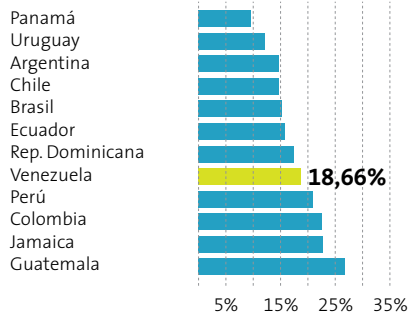


GRÁFICO 3

TEA DE LOS PAÍSES DE AMÉRICA LATINA

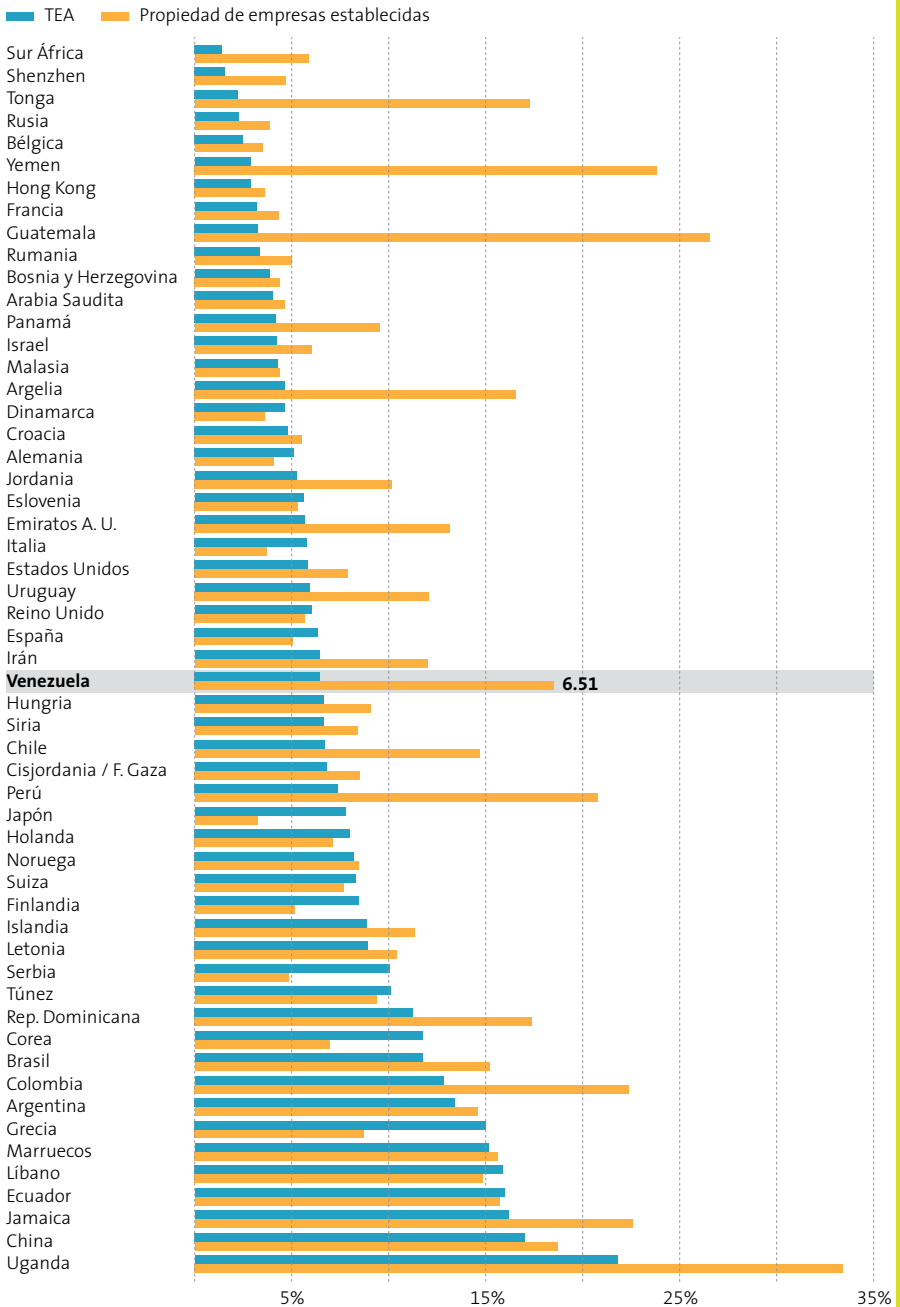


blecidos supera el TEA. En tales casos, es posible inferir que la sostenibilidad, y por lo tanto la probabilidad de mantenerse en el tiempo de las empresas, es mayor que en aquellos donde el TEA supera a los empresarios establecidos.

En el caso de Venezuela la brecha entre ambos valores es particularmente llamativa. Esta realidad denota un problema de “mortalidad infantil” de las empresas venezolanas. Esta es una situación que se ha mantenido desde que se realizó el estudio por primera vez en el país en el año 2003. Diversos elementos pueden estar causando esta situación: desde el punto de vista del emprendedor, la formación empresarial puede ser inadecuada, de manera que los esfuerzos por adquirir conocimientos y herramientas gerenciales contribuirían con el mejoramiento de la probabilidad de éxito en la carrera emprendedora; desde el punto de vista del entorno, las políticas y regulaciones pueden afectar la actividad empresarial, de modo que una estrate-

GRÁFICO 4

COMPARACIÓN ENTRE TEA Y TASA DE PROPIEDAD DE EMPRESAS ESTABLECIDAS



gia de apoyo al fortalecimiento empresarial desde el sector público puede favorecer la sostenibilidad de las empresas .

Es así como la comparación demuestra que, tener tasas elevadas de emprendimiento temprano no es condición suficiente para contar con una amplia base de empresas establecidas.

En la tabla 2, se ofrece el índice de empresas establecidas como proporción de la actividad emprendedora temprana para cada país.

Al observar la relación entre la creación de empresas y empresas establecidas, es posible evidenciar que Japón, por ejemplo, cuenta con una elevada probabilidad de permanencia de los negocios en el tiempo, a pesar de reportar una baja actividad emprendedora temprana, es decir que por cada empresario nuevo hay 2,4 empresarios establecidos, mientras que Venezuela se ubica cerca del otro extremo de la lista, con apenas 0,34 empresarios establecidos por cada nuevo emprendedor.

MOTIVACIÓN DE LA INICIATIVA EMPRESARIAL

Otra variable que el GEM toma en consideración para hacer comparaciones entre países, tiene que ver con la motivación que lleva a los individuos a convertirse en emprendedores. Cuando una persona afirma que decidió acometer una actividad emprendedora a raíz de la identificación de una oportunidad de negocios interesante, luego de una búsqueda sistemática, se considera que es emprendedor por oportunidad. Por otra parte, si decidió emprender porque no le quedaba otra alternativa, o bien por encontrarse desempleado, se considera que es emprendedor por necesidad.

El gráfico 5 muestra los resultados las tasas de emprendedores por oportunidad y por necesidad de cada país, es decir, la cantidad de emprendedores de cada categoría sobre el total de la población. En este caso, Venezuela resulta ser uno de los países en los cuales la proporción de emprendedores por necesidad es mayor en comparación con la muestra (6,02%), aún cuando los emprendedores por oportunidad representan el doble (12,48%).

En este orden de ideas, la tabla 3 muestra la relación entre oportunidad y necesidad en cada país, es decir el número de iniciativas motivadas por oportunidad que existe por cada iniciativa impulsada por la necesidad. Es posible apreciar que por cada emprendedor suizo motivado por necesidad, existen más de 13 mo-

TABLA 2

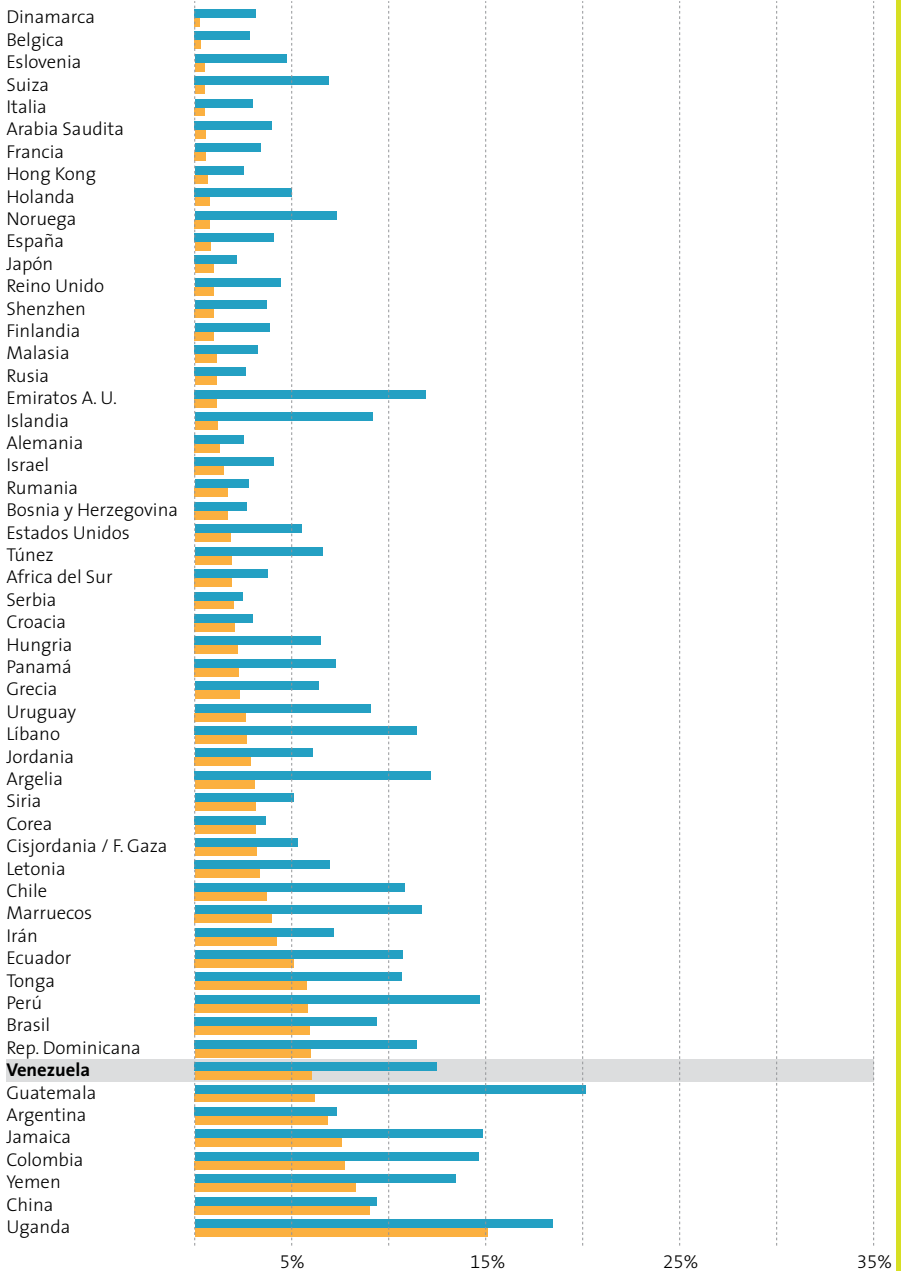
RELACIÓN ENTRE TEA Y TASA DE PROPIEDAD DE EMPRESAS ESTABLECIDAS

Guatemala	0,12
Tonga	0,12
Yemen	0,12
África del Sur	0,24
Argelia	0,27
Shenzhen*	0,32
Venezuela	0,34
Perú	0,35
Emiratos Árabes Unidos	0,43
Panamá	0,44
Chile	0,45
Uruguay	0,48
Jordania	0,51
Irán	0,53
Colombia	0,57
Rusia	0,58
República Dominicana	0,64
Uganda	0,65
Rumania	0,67
Israel	0,7
Belgica	0,71
Jamaica	0,71
Estados Unidos	0,73
Francia	0,73
Hungria	0,73
Brasil	0,77
Islandia	0,77
Cisjordania y la Franja de Gaza	0,79
Siria	0,79
Croacia	0,8
Hong Kong	0,8
Letonia	0,85
Arabia Saudita	0,87
Bosnia y Herzegovina	0,87
Argentina	0,92
China	0,93
Marruecos	0,96
Malasia	0,97
Noruega	0,97
Ecuador	1,01
Eslovenia	1,05
Reino Unido	1,05
Líbano	1,06
Túnez	1,07
Suiza	1,08
Holanda	1,12
Alemania	1,25
España	1,25
Dinamarca	1,28
Italia	1,56
Finlandia	1,64
Corea	1,68
Grecia	1,72
Serbia	2,06
Japón	2,4

GRÁFICO 5

TEA POR OPORTUNIDAD Y TEA POR NECESIDAD

TEA de oportunidad TEA por necesidad



tivados por oportunidad. Mientras tanto, China muestra una proporción casi de un emprendedor por oportunidad por cada uno que emprende por necesidad.

En el caso de Venezuela, los emprendedores por oportunidad representan alrededor del doble de aquellos motivados por necesidad, toda vez que el indicador analizado se ubica en 2,07.

INICIATIVA EMPRESARIAL Y GÉNERO

La población masculina continúa siendo protagonista de la actividad emprendedora en la mayoría de los países, pues la tendencia global observada en los ejercicios del GEM realizados en años anteriores se mantiene en esta oportunidad. Esta realidad es válida también en el caso venezolano desde el año 2007. En años anteriores la proporción de mujeres emprendedoras superaba a los emprendedores de la población masculina, de manera que se ha mantenido la tendencia a la disminución en la tasa de emprendedoras, la cual puede tener origen en la generación de programas sociales por parte del Gobierno, los cuales proporcionan aportes económicos, como por ejemplo becas para participar en programas educativos, a personas de bajos recursos en un contexto país en donde la cabeza de familia típicamente es la mujer, sobre todo en los estratos de menores ingresos. Esto puede estar actuando como un inhibidor de la iniciativa empresarial femenina en el caso venezolano.

EMPRENDIMIENTO SOCIAL

Con respecto al desarrollo de iniciativas sociales en el mundo, una primera aproximación la proporciona el gráfico 7, en el cual se muestran los niveles de actividad social de las empresas, clasificadas según su etapa de desarrollo. Las iniciativas sociales nacientes son aquellas que se encuentran en proceso de gestación; las que se encuentran en etapas tempranas cuentan con antigüedades menores a los tres años y medio, y las establecidas han superado esta edad.

Es posible observar que el nivel de iniciativas sociales en etapas tempranas es comparativamente elevado en el caso de Venezuela, país que, con una tasa de 3,57%, ocupa el segundo lugar luego de Yemen en la clasificación de acuerdo con esta variable. Sin embargo, en el caso de iniciativas sociales establecidas, tan solo 0,09% de los adultos venezolanos lidera este tipo de organizaciones.

Por otra parte, en el gráfico 9 se observa el nivel de actividad emprendedora social clasificada por el

TABLA 3

RELACIÓN ENTRE OPORTUNIDAD Y NECESIDAD

China	1.03
Argentina	1.07
Corea	1.07
Uganda	1.22
Serbia	1.23
Croacia	1.44
Bosnia y Herzegovina	1.56
Brasil	1.58
Rumania	1.61
Yemen	1.61
Siría	1.63
Cisjordania y la Franja de Gaza	1.66
Irán	1.69
Tonga	1.85
Colombia	1.88
República Dominicana	1.92
África del Sur	1.95
Alemania	1.96
Jamaica	1.96
Venezuela	2.07
Letonia	2.08
Ecuador	2.08
Jordania	2.1
Japón	2.28
Rusia	2.34
Perú	2.51
Israel	2.7
Grecia	2.76
Hungría	2.9
Chile	2.9
Malasia	2.92
Marruecos	2.93
Estados Unidos	2.97
Panamá	3.2
Guatemala	3.24
Uruguay	3.41
Túnez	3.48
Hong Kong	3.7
Shenzhen*	3.74
Finlandia	3.85
Argelia	4.15
Líbano	4.3
Reino Unido	4.51
España	5.11
Italia	5.5
Francia	5.72
Holanda	6.68
Arabia Saudita	7.23
Islandia	7.83
Belgica	8.87
Eslovenia	9.27
Noruega	9.36
Emiratos Árabes Unidos	10.36
Dinamarca	12.11
Suiza	13.58

GRÁFICO 6

TEA MASCULINO

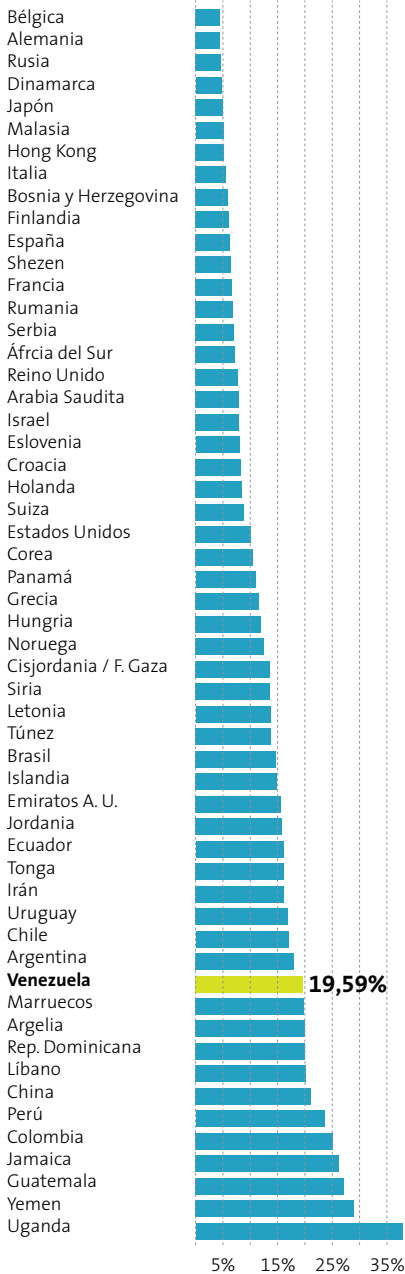


GRÁFICO 7

TEA FEMENINO

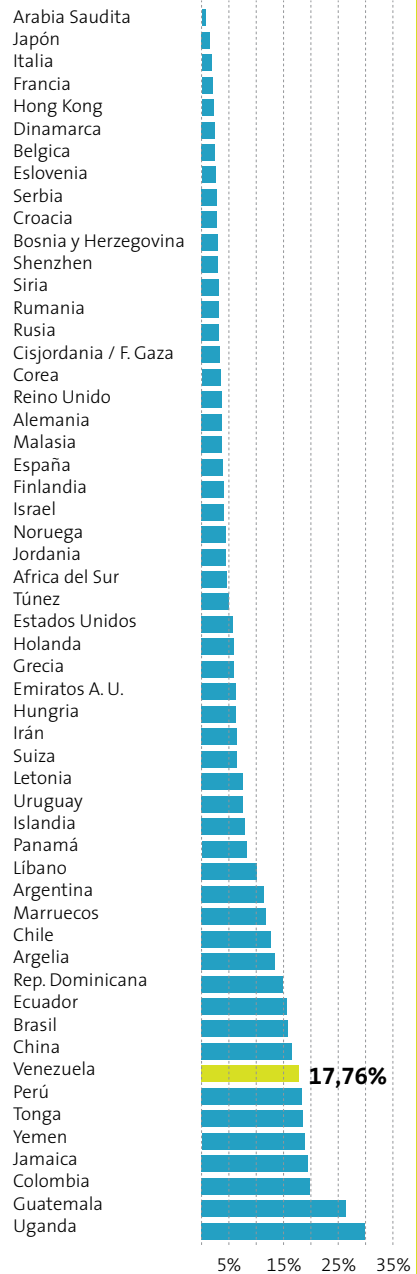


GRÁFICO 8

ACTIVIDAD EMPRENDEDORA SOCIAL

■ Naciente ■ Temprana ■ Establecida

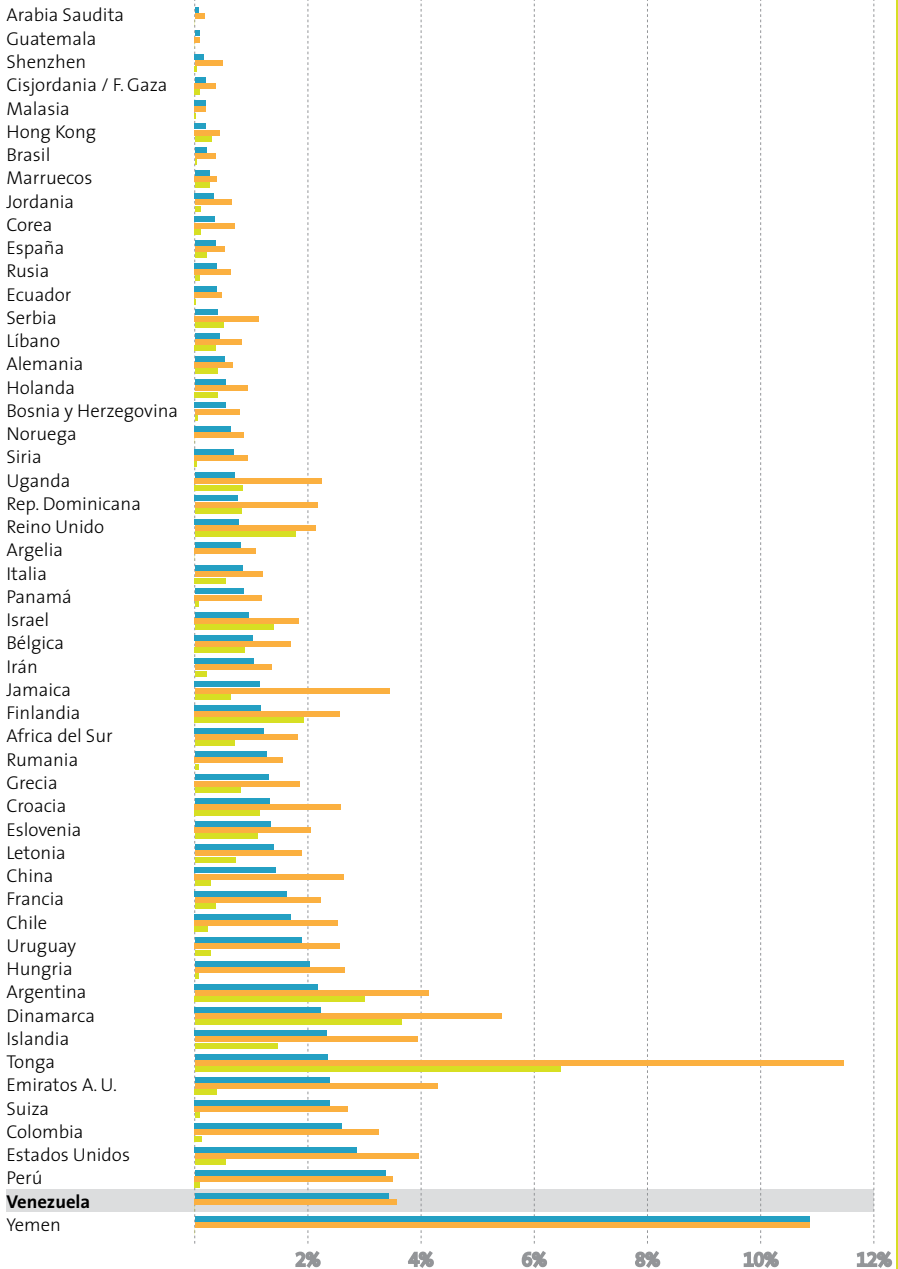
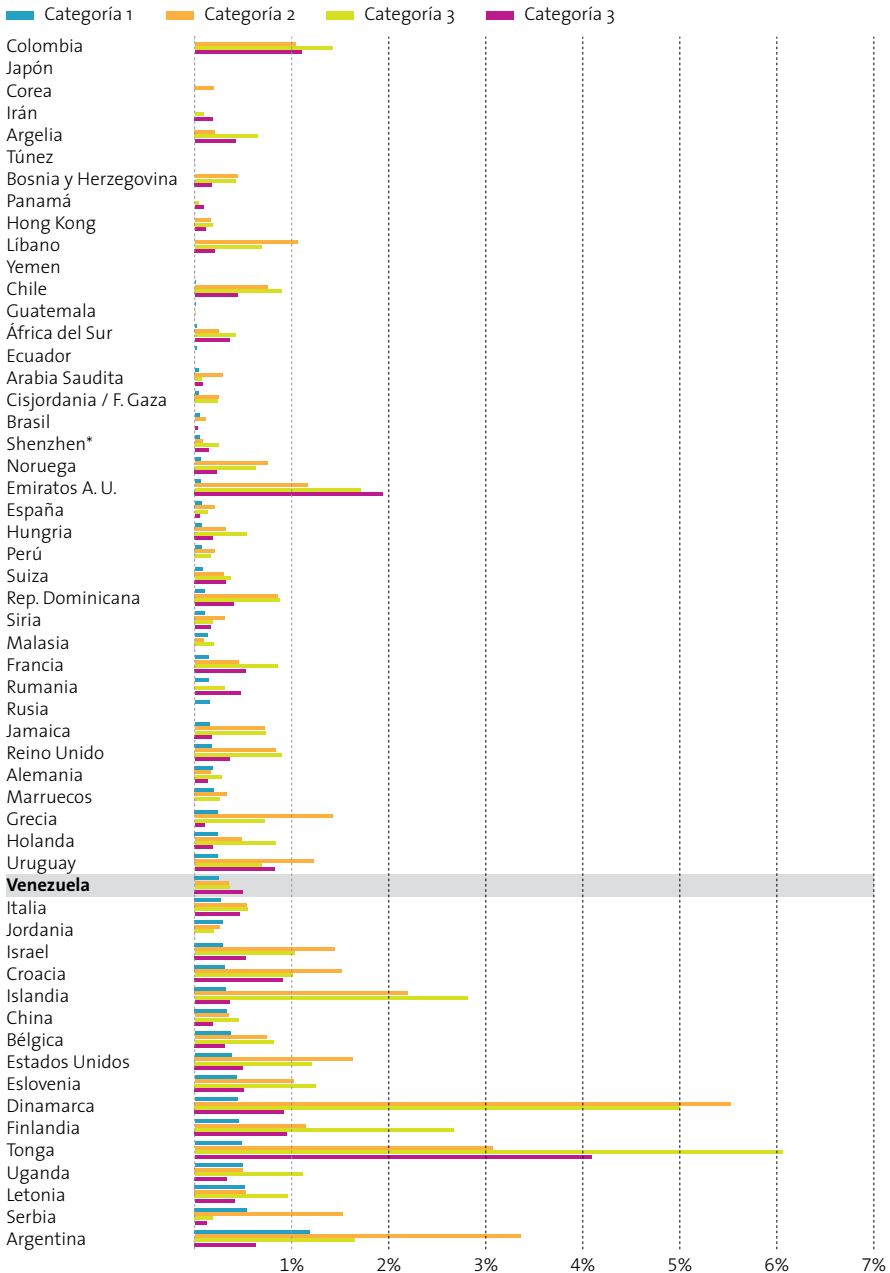


GRÁFICO 9

TIPOS DE EMPRENDIMIENTOS SOCIALES



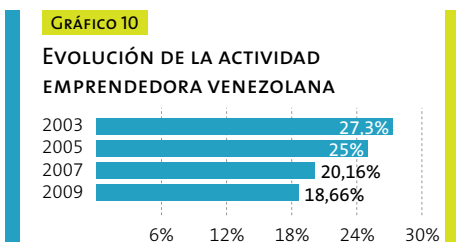
tipo de organización, de acuerdo con las categorías manejadas por el GEM, las cuales fueron definidas en la sección anterior (ONG Tradicional, emprendimiento social sin fines de lucro, emprendimiento social híbrido y emprendimiento social con fines de lucro). En el caso venezolano, la categoría más popular para emprender socialmente resultó ser aquella orientada a fines de lucro. En tal sentido, la visión de incluir lo social como parte del negocio y no meramente como actividad filantrópica se refleja en este resultado del caso venezolano.

Resultados para Venezuela

La aplicación de la encuesta a la población adulta en Venezuela arrojó, de manera consistente con lo observado en años anteriores, una elevada propensión a emprender negocios en comparación con los otros países de la muestra. Venezuela se ubica en la octava posición del mundo, la quinta del grupo de países con economías basadas en la explotación de recursos, y también quinta de Latinoamérica, región que muestra elevada propensión a la iniciativa empresarial.

De esta manera, aún cuando la actividad emprendedora venezolana ha venido decreciendo, tal como puede observarse en el gráfico 10, esta nación se mantiene dentro de las economías más emprendedoras del mundo. Entre las posibles hipótesis que pueden explicar el decrecimiento de la actividad emprendedora en Venezuela se encuentra el efecto que el paro petrolero realizado durante el año 2002 pudo haber tenido sobre la economía. Este acontecimiento culminó con el cierre de muchas empresas y el retiro de un gran número de trabajadores de la industria petrolera, quienes debieron recurrir a iniciativas propias para generar ingresos personales. Con el paso de los años este efecto ha mermado, conjuntamente con el avance de numerosas regulaciones, tales como controles de precios y control de cambio, que han podido representar limitaciones para la creación de nuevas empresas.

¿CUÁNTOS EMPRENDEDORES HAY EN



VENEZUELA?

Existen dos formas de clasificar a los emprendedores. La primera clasificación se realiza a partir de los grupos definidos como emprendedores nacientes, propietarios de negocios nuevos y propietarios de empresas establecidas. Estos resultados se obtienen al preguntar a los emprendedores por cuánto tiempo han estado pagando salarios o ganancias a sus propietarios. En la siguiente tabla se resumen los resultados para Venezuela, según esta primera clasificación.

Al extrapolar estos resultados a la población adulta venezolana, la cual se estima, con base en cifras del Instituto Nacional de Estadística (INE), en unos 17.347.644 individuos, resulta que en el país hacen vida aproximadamente 2.312.441 emprendedores nacientes, 924.629 propietarios de nuevos negocios, para un total de 3.237.070 individuos en actividad emprendedora temprana. Mientras tanto, los propietarios de empresas establecidas son aproximadamente la tercera parte, pues la cifra asciende a 1.127.597 individuos. Estos números pueden interpretarse como una evidencia de la dificultad que tienen las empresas venezolanas para mantenerse en el tiempo. Es decir, se crean muchas empresas pero la esperanza de vida de las mismas es limitada. Las razones pueden estar vinculadas con el entorno para emprender o con el proceso llevado a cabo por el emprendedor en cuanto a la identificación de la oportunidad, la localización o administración de recursos o la escogencia del equipo de apoyo .

La segunda clasificación distingue a los emprendedores según el rol que ejecutan dentro del negocio. A continuación figura la tabla donde se explican las cualidades de cada uno y la forma de distribución de los porcentajes para cada rubro:

Al proyectar estos resultados en función de la totalidad de la población adulta venezolana, los resultados apuntan a la presencia de 2.446.018 emprendedores del tipo 1; 1.179.640 del tipo 2; 2.532.756 del tipo 3; 225.519 del tipo 4; 6.123.718 del tipo 5, y 520.429 del tipo 6 en el país para el año 2009.

La suma de los porcentajes correspondientes a cada tipo de emprendedor no es igual al del TEA debido a que este índice no incluye a todos los emprendedores propietarios, más bien, engloba únicamente a aquellos cuyo negocio haya pagado salarios o percibido ganancias por un máximo de 42 meses. Adicionalmente, algunos encuestados pueden distribuirse dentro de más de una categoría y sólo son contados

GRÁFICO 11

LO QUE PIENSAN LOS VENEZOLANOS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

En el pasado usted alguna vez comenzó un nuevo negocio, solo o con otras personas del que usted fue dueño o gerenció	13,6%
En Venezuela se ven a menudo en los medios de comunicación reportajes sobre negocios nuevos exitosos	53,7%
En Venezuela los que han iniciado con éxito un negocio gozan de un alto nivel de vida y respeto	71,6%
En Venezuela la mayoría de las personas considera que emprender un nuevo negocio es una opción de carrera deseable	76,7%
En Venezuela la mayoría de las personas preferirían que todos tuviesen un nivel de vida similar	69,9%
El temor al fracaso es lo que le impide emprender un nuevo negocio	27,5%
Tiene los conocimientos, destrezas y experiencia para iniciar un nuevo negocio	64,3%
Considera que durante los próximos 6 meses habrá buenas oportunidades para iniciar un negocio en el área donde vive	52,0%
Conoce personalmente a alguien que haya emprendido un negocio en los últimos dos años	50,6%

una vez como parte del TEA.

¿CÓMO ES LA CULTURA PARA EMPRENDER EN VENEZUELA?

Los datos que se ofrecen a continuación corresponden a la proporción de personas que contestó afirmativamente a cada una de los planteamientos que muestra el gráfico 11.

El análisis de estos resultados pone de manifiesto el elevado aprecio de la población venezolana hacia la actividad emprendedora. Esto lo demuestra la extensa proporción de personas encuestadas que afirma que en Venezuela la gente considera que emprender un negocio es una opción de carrera deseable; asimismo, una amplia proporción de encuestados afirma que los emprendedores gozan de un elevado nivel de vida y respeto.

Mientras tanto, solo una pequeña proporción de los encuestados afirma que el temor al fracaso le impide iniciar un negocio, lo cual demuestra que la mayoría presenta una actitud muy optimista frente a la posibilidad de ser emprendedores exitosos.

¿CÓMO ES EL TÍPICO EMPRENDEDOR VENEZOLANO?

En esta sección se ofrece una aproximación a las características que distinguen a los emprendedores venezolanos, tomando como unidad de análisis a aquellos individuos que se encuentran dentro de los grupos de emprendedores independientes y emprendedores corporativos (tipos 1 y 2).

En tal sentido, el típico emprendedor venezolano pertenece al género masculino, tiene una edad comprendida entre los 25 y los 34 años, se encuentra autoempleado, es decir, que no cuenta con más trabajadores en su iniciativa aparte de él mismo; ha alcanzado el grado de bachiller en su educación formal, habita en la ciudad capital (Caracas) y pertenece al estrato socioeconómico E de la población.

El conjunto de gráficos del 12 al 17, los cuales ofrecen la distribución de grupos demográficos sobre la base del total de emprendedores, dan fe del perfil anteriormente señalado.

GRÁFICO 12

DISTRIBUCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES ACTUALES SEGÚN GÉNERO

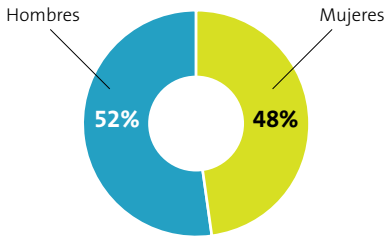


GRÁFICO 13

DISTRIBUCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES ACTUALES SEGÚN GRUPOS DE EDAD

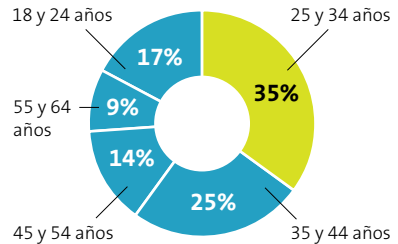


GRÁFICO 14

DISTRIBUCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES ACTUALES SEGÚN OCUPACIÓN

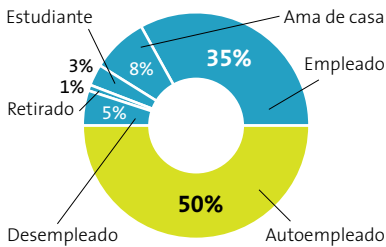


GRÁFICO 15

DISTRIBUCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES ACTUALES SEGÚN REGIÓN GEOGRÁFICA

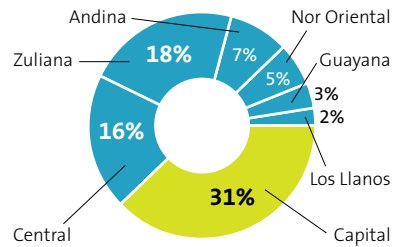


GRÁFICO 16

DISTRIBUCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES SEGÚN ESTRATO SOCIOECONÓMICO

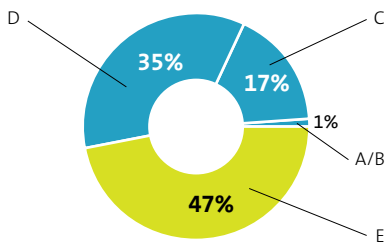
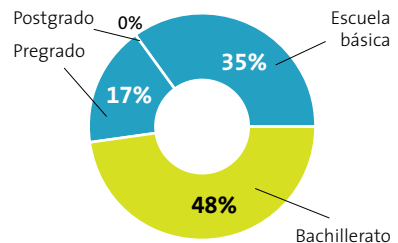


GRÁFICO 17

DISTRIBUCIÓN DE LOS EMPRENDEDORES ACTUALES SEGÚN NIVEL EDUCATIVO



¿QUIÉNES SON LOS MÁS EMPRENDEDORES?

Ahora bien, al analizar a los individuos por grupo demográfico, es posible establecer la propensión a emprender de cada grupo. Esta información se observa en los gráficos del 18 al 23.

Desde esta perspectiva es posible apreciar que desde el punto de vista de género, los más emprendedores

son los hombres; el grupo de edad con mayor actividad emprendedora es el que va de los 25 a los 34 años de edad; los individuos autoempleados son quienes más emprenden en comparación con otras ocupaciones, lo cual podría ser un reflejo de la situación de mayor necesidad económica de este grupo poblacional; la región centro-occidental, integrada por los estados Falcón, Lara, Portuguesa y Yaracuy, es la que ofrece mayor actividad de creación de nuevas

GRÁFICO 18

TEA SEGÚN GÉNERO

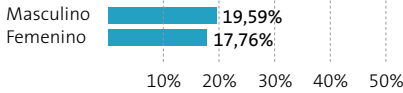


GRÁFICO 19

TEA SEGÚN EDAD

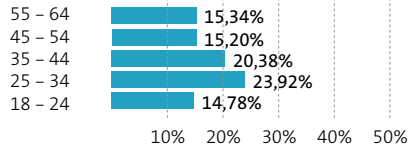


GRÁFICO 20

TEA SEGÚN OCUPACIÓN

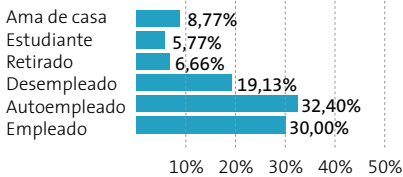


GRÁFICO 21

TEA SEGÚN REGIÓN GEOGRÁFICA

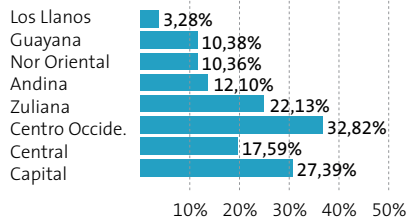


GRÁFICO 22

TEA SEGÚN ESTRATO SOCIOECONÓMICO

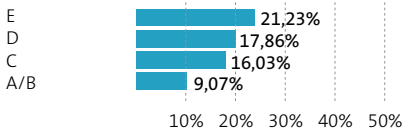
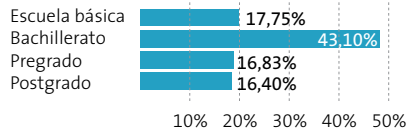


GRÁFICO 23

TEA SEGÚN NIVEL EDUCATIVO



empresas, el estrato E, es decir, el de condiciones socioeconómicas más desfavorables de la población, es el que presenta mayor actividad en este sentido, lo cual resulta consistente con la elevada presencia de emprendedores por necesidad que buscan alternativas para mejorar sus ingresos a través de actividades popularmente conocidas como “resuelve” o “rebusque”, que no necesariamente son formalizadas. Finalmente, desde el punto de vista de la educación formal, los más emprendedores son quienes han alcanzado título de bachilleres; situación que también puede asociarse con la presencia de altos niveles de necesidad económica, pues las personas que no han alcanzado educación de tercer nivel pueden tener más dificultades para conseguir un trabajo formal en una organización existente, por lo que deben recurrir a la iniciativa propia.

¿CÓMO SON LAS NUEVAS EMPRESAS VENEZOLANAS?

En esta sección se examinan las características de las empresas creadas por los emprendedores actuales en cuanto a la innovación, vista desde tres puntos de vista: la oferta de nuevos productos o servicios, la diferenciación en relación con la competencia, y la incorporación de tecnología en sus negocios. Asimismo, se evalúa el alcance geográfico del mercado atendido, los tipos de negocios y potencial de generación de empleo.

Con respecto a la innovación en productos y servicios, el gráfico 24 muestra que la amplia mayoría de los emprendedores afirma que ninguno de sus clientes considerará su oferta como innovadora. En efecto, y de manera consistente con esta apreciación, la mayoría de los emprendedores considera que la competencia es elevada en su ámbito de negocio, pues existen muchas empresas ofreciendo productos o servicios equivalentes, tal como se evidencia en el gráfico 25.

Respecto a la incorporación de tecnología en el nego-

GRÁFICO 24

CLIENTES QUE CONSIDERAN EL PRODUCTO O SERVICIO INNOVADOR

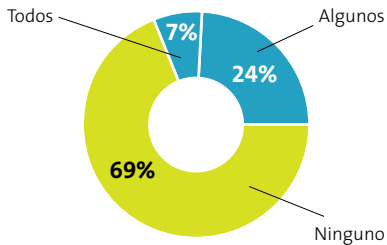


GRÁFICO 25

CUANTOS NEGOCIOS OFRECEN EL MISMO PRODUCTO

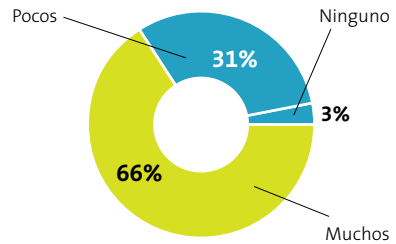


GRÁFICO 26

ANTIGÜEDAD DE LAS TECNOLOGÍAS APLICADAS EN EL NEGOCIO

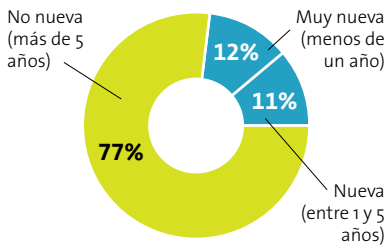
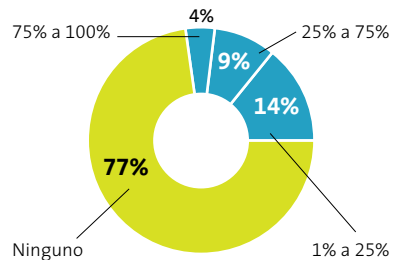


GRÁFICO 27

PORCENTAJE DE CLIENTES FUERA DEL PAÍS



cio, la mayoría de los emprendedores manifiesta que las tecnologías que son empleadas en su empresa han estado disponibles por más de cinco años. Esta característica denota baja capacidad para acceder a innovaciones tecnológicas que impulsen a las empresas recién creadas en el país.

Con relación al potencial de internacionalización de las empresas noveles venezolanas, el gráfico 27 muestra que la orientación hacia los mercados foráneos es bastante limitada, toda vez que la mayoría de los emprendedores manifiesta que ninguno de sus clientes se encuentra fuera de Venezuela. Tomando en cuenta que las nuevas iniciativas empresariales en su mayoría son de escala reducida e impulsadas por emprendedores de escasos recursos económicos, resulta coherente que la intención de internacionalización sea limitada.

tor alimenticio, es decir que los negocios de venta de alimentos, ya sea en restaurantes, establecimientos de comida rápida, panaderías, pastelerías, así como las ventas informales de víveres, chucherías y repostería, concentran el favoritismo para hacer negocios en el país.

A este ramo de actividad le siguen en negocios vinculados con el cuidado personal y la estética, y aquellos vinculados con telecomunicaciones y transporte, tal como demuestra el gráfico 28.

Finalmente, con respecto a la generación de empleo de los nuevos emprendimientos, es posible observar que la escala de las iniciativas recién creadas es reducida. En efecto, más de 70% de los emprendedores consultados manifiesta que su empresa ofrece entre 1 y 5 plazas de empleo. Es así como la mayoría de las empresas creadas en el país entra dentro de la categoría de microempresa. Mientras tanto, 6% de los emprendedores ofrece entre 5 y 20 empleos, mientras solo 2% ofrece más de 20 plazas de trabajo para el momento en que se realizó la consulta. Nuevamente,



GRÁFICO 28

TIPOS DE NEGOCIOS EMPRENDEDIDOS



GRÁFICO 29

PORCENTAJE ACTUAL DE EMPLEOS OFRECIDOS EN RAZÓN DE TEA

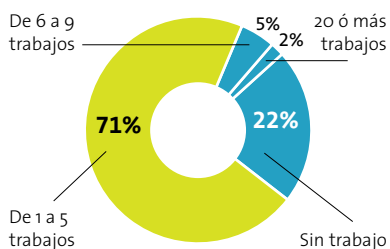
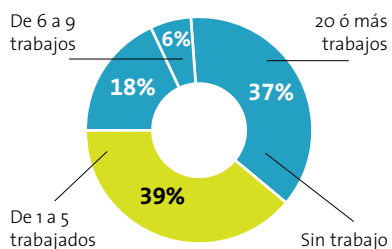


GRÁFICO 30

NÚMERO APROX. DE PLAZAS OFRECIDAS EN LOS PRÓX. 5 AÑOS SEGÚN TEA



estas características resultan compatibles con las características socioeconómicas del emprendedor venezolano, el cual generalmente se ubica dentro de los estratos de menos poder adquisitivo y en condición de autoempleo.

Asimismo, la aspiración de crecimiento de los emprendedores, expresada en el número de empleos que espera ofrecer en un plazo de cinco años, muestra que 6% espera ofrecer más de 20 puestos de trabajo y 18% espera convertirse en mediana empresa al ofrecer entre 6 y 20 empleos. Mientras tanto, la ma-

yoría manifiesta su expectativa de ofrecer entre 1 y 5 posiciones al mercado laboral, manteniendo la escala que actualmente caracteriza a sus negocios.

En líneas generales, la importante actividad emprendedora que se desarrolla en Venezuela y que coloca a este país consistentemente entre las naciones más emprendedoras del mundo en los últimos años, se caracteriza por una escala reducida, con limitado alcance en materia de innovación, generación de empleo o potencial de exportación. Esto da fe de la necesidad de generar programas que permitan que

SECCIÓN DOS: CARACTERÍSTICAS DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

el ímpetu emprendedor se convierta en empresas exitosas, con visión de largo plazo y alto potencial de crecimiento. Son muchos los desafíos del entorno para lograr la generación de empresas cada vez más competitivas, como será analizado en la siguiente sección. Sin embargo, Venezuela cuenta con lo más importante: un entusiasta espíritu emprendedor.

El entorno para emprender



Los mayores desafíos del entorno venezolano para el emprendimiento se encuentran relacionados con el desarrollo de políticas y programas gubernamentales de apoyo, el establecimiento de un marco legal que proteja la propiedad intelectual y la creación de programas de apoyo a iniciativas específicas que cuenten con alto potencial de crecimiento.



Uno de los principales objetivos del GEM es proveer información que sirva de insumo para el debate sobre las condiciones del entorno de cada país para el desarrollo de las iniciativas empresariales. En tal sentido, el estudio incluye una encuesta a expertos nacionales, quienes llevan a cabo la tarea de diagnosticar los efectos de determinadas políticas públicas y condiciones culturales e institucionales, así como recomendar prácticas virtuosas tendientes a fomentar la actividad emprendedora.

En esta sección se ofrecen los resultados de la consulta a un grupo de 36 expertos venezolanos provenientes de los sectores público, privado y no gubernamental, quienes evaluaron los siguientes elementos que conforman el entorno del emprendedor según el modelo del GEM:

- Apoyo financiero
- Políticas gubernamentales
- Programas gubernamentales
- Sistema educativo
- Transferencia de tecnología y de conocimiento
- Estructura comercial y profesional
- Apertura del mercado interno
- Acceso a infraestructura física
- Normas culturales y sociales
- Oportunidades del mercado
- Capacidad personal para emprender
- Valoración de la carrera emprendedora
- Marco legal sobre propiedad intelectual
- Valoración de la mujer emprendedora
- Apoyo a la actividad emprendedora de alto potencial de crecimiento
- Innovación

El método que se utilizó para recabar la información se basó en entrevistas cara a cara. El instrumento aplicado consistió en un cuestionario con una serie de afirmaciones, sobre las cuales el entrevistado manifestaba su grado de acuerdo. Asimismo, en esta sección se han incluido algunos análisis realizados por otros expertos colaboradores sobre algunos temas relevantes del entorno venezolano para emprendedores.

¿CÓMO ES EL ENTORNO VENEZOLANO PARA EMPRENDER, EN COMPARACIÓN CON OTROS PAÍSES?

De acuerdo con la evaluación de los expertos, Venezuela ofrece importantes retos para generar condiciones de entorno más favorables a la actividad emprendedora. Esto se hace evidente en el gráfico 31, donde se observan las puntuaciones asignadas por los expertos venezolanos a cada categoría de análisis, en comparación con el promedio mundial y el promedio de la región latinoamericana.

En la mayoría de los aspectos evaluados Venezuela se encuentra por debajo del promedio global y el de Latinoamérica. Las únicas áreas que ofrecen evaluaciones ligeramente superiores a ambos promedios son la valoración de la mujer emprendedora y la innovación. Asimismo, los mayores desafíos del entorno venezolano para el emprendimiento se encuentran relacionados con el desarrollo de políticas y programas gubernamentales de apoyo, el establecimiento de un marco legal que proteja la propiedad intelectual y la creación de programas de apoyo a iniciativas específicas que cuenten con alto potencial de crecimiento.

EL APOYO FINANCIERO

Uno de los aspectos que más preocupa a las personas con intención de emprender consiste en tener acceso a los recursos financieros necesarios para hacer realidad su idea. En este sentido, los expertos consultados consideraron que existe un importante camino por recorrer en Venezuela, relacionado con ofrecer la posibilidad de captar recursos a través de la salida a la bolsa y la disponibilidad de capital de riesgo.

Por otra parte, los aspectos con mejor evaluación relativa, aunque no necesariamente reflejan una fortaleza, fueron las fuentes de financiamiento ajenas al negocio, las cuales pueden personificarse en la figura de inversionistas ángeles, o individuos que, a título personal, están dispuestos a contribuir con el desarrollo temprano o la creación de nuevas empresas; así como el financiamiento propio del emprendedor, la cual es la típica fuente de recursos de las nuevas empresas.

GRÁFICO 31

COMPARACIÓN DE LA EVALUACIÓN DE EXPERTOS DE VENEZUELA CON EL PROMEDIO GLOBAL Y EL PROMEDIO DE LATINOAMÉRICA

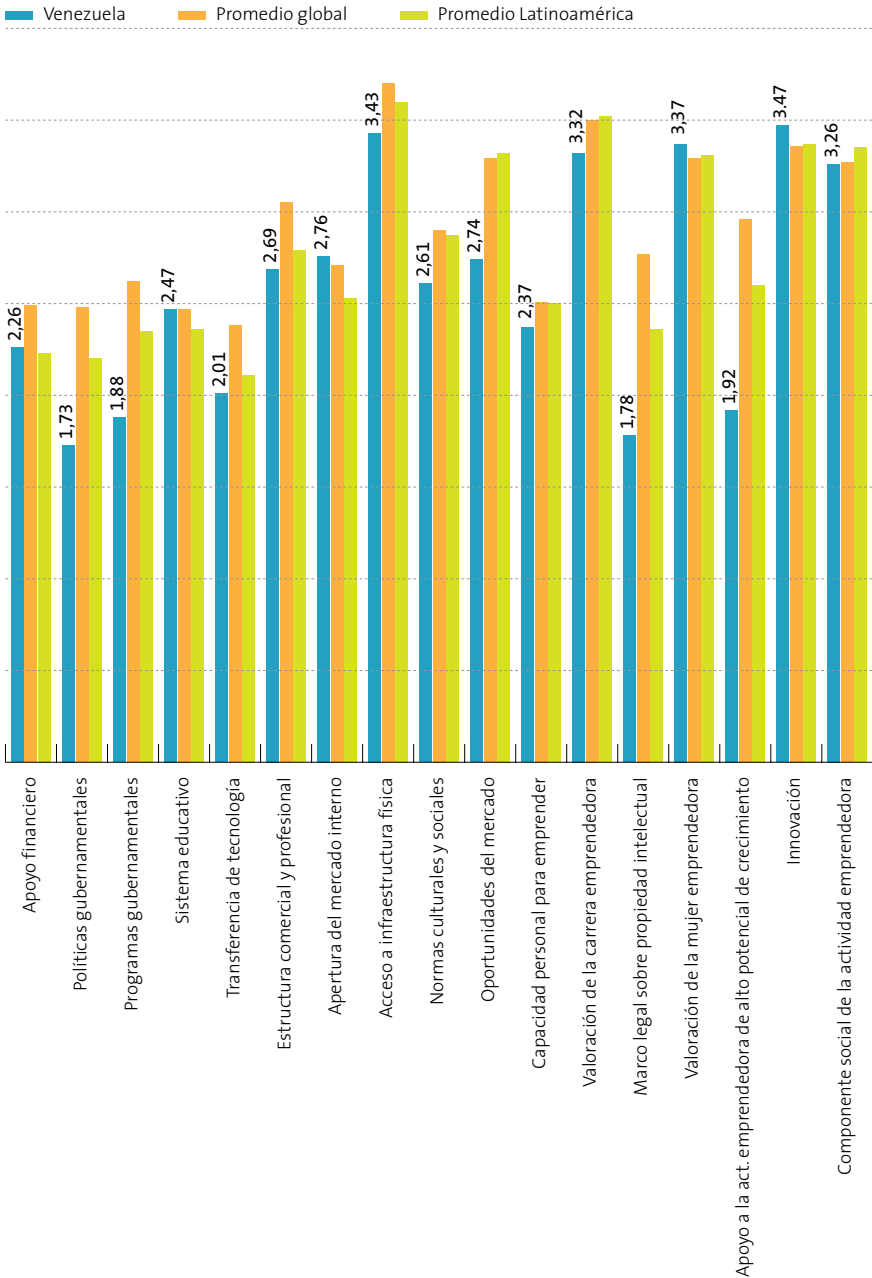


GRÁFICO 32

APOYO FINANCIERO

■ Complet. falso ■ Algo falso ■ Ni falso ni verdadero ■ Algo verdadero ■ Complet. verdadero

Hay suficientes fuentes de financiamiento propio para financiar las empresas nuevas y en crecimiento



Hay suficientes fuentes de financiamiento ajena para las empresas nuevas y en crecimiento Promedio



Hay suficientes solvencias públicas disponibles para las empresas nuevas y en crecimiento



Hay suficiente financiamiento de inversionistas privados, distintos de los fundadores, para las empresas nuevas y en crecimiento



Hay una oferta suficiente de capital de riesgo para las empresas nuevas y en crecimiento



Hay suficiente financiamiento disponible a través de la salida a bolsa para las empresas nuevas y en crecimiento



Las necesidades de financiamiento evolucionan en la medida que lo hace el emprendedor y su emprendimiento, y en tal sentido la estrategia de financiamiento del emprendedor debe adaptarse a las necesidades y oportunidades que se le presentan en cada momento. En tal sentido, a continuación se ofrece una reflexión de Federico Fernández sobre este tema que tanto preocupa a los emprendedores venezolanos y cuyo desarrollo desde el punto de vista institucional que queda evidenciado como área de oportunidad por la comunidad de expertos en el tema.

El financiamiento de nuevas iniciativas empresariales

Federico Fernández, Profesor de Finanzas para Emprendedores, IESA

No es un secreto: en todos los países del mundo donde se ha realizado el Global Entrepreneurship

Monitor (GEM) se confirma que los fondos iniciales de nuevos negocios provienen casi exclusivamente del propio emprendedor y de inversionistas informales (familiares cercanos, amigos, etc.), que muy pocos nuevos negocios obtienen fondos de capitalistas de riesgo, ángeles o instituciones financieras para “abrir sus puertas”, y que el monto necesario depende del tipo de negocio, de su ubicación y de las ambiciones del emprendedor. Por tanto, quien tenga una idea o esté dando los primeros pasos de su iniciativa emprendedora debe asumir que contará con recursos limitados para demostrar que puede convertirla en una realidad.

Las fuentes de fondos externos cambian y evolucionan con el ciclo de vida del negocio. Desde la idea y el concepto original, cuando se requiere capital semilla, hasta la explotación exitosa de un negocio creciente, cuando los préstamos bancarios y hasta el mercado de capitales son accesibles, la empresa pasa por varias fases y necesariamente cambian las fuentes de fondos típicas: ahorros y fondos personales, recursos de familiares y amigos, “ángeles” inversionistas, fondos gubernamentales, microcréditos, capital de riesgo, préstamos bancarios, etc.

En Venezuela la situación no es diferente y el

apoyo financiero para emprendedores sigue el patrón mundial, aunque con algunos matices, pues en adición a los fondos propios y los parientes cercanos algunos años destacan los programas gubernamentales como principales fuentes de recursos. En general, los expertos nacionales consultados por GEM Venezuela consideran que ha mejorado el apoyo financiero para emprendedores entre el 2003 y el 2009, subiendo la calificación promedio del tema desde 1.6 en el 2003 hasta 2.3 en el 2009, aunque es menos de la mitad del máximo 5 y está por debajo de la evaluación global en este tópico del GEM. El apoyo financiero considera Capital Disponible, Acceso al Crédito, Subsidios del Gobierno, Capital de Riesgo, Inversionistas Privados, Ofertas Públicas de Acciones.

En resumen, la idea de recursos abundantes no aplica para nuevos negocios, con muy contadas excepciones, pues normalmente los nuevos negocios cuentan sólo con modestos fondos iniciales y el financiamiento tradicional no existe. No resulta fácil “levantar” el dinero requerido en las fuentes tradicionales, por lo que las iniciativas emprendedoras son mayormente financiadas con recursos propios y la misma caja generada por la operación del negocio. A medida que el negocio crece, cambiará el enfoque y las estrategias financieras. Hay que controlar el crecimiento al ritmo que permita el flujo interno de caja y ser innovadores en la gestión para evitar que la “falta de dinero” sea la excusa de cada intento infructuoso de quien emprende.

Un área de incipiente crecimiento en Venezuela en relación con la oferta de mecanismos de financiamiento para emprendedores tiene que ver con el capital de riesgo. En el siguiente recuadro, voceros de dos empresas venezolanas dedicadas a este tipo de servicio ofrecen algunas reflexiones sobre los logros y las tareas pendientes que tenemos como país para impulsar el apoyo financiero a las iniciativas emprendedoras.

El capital de riesgo en Venezuela

María Luisa Parra, Gerente, Innovex Capital en Tecnología. Patricia García, Ejecutivo de Negocios, Innovex Capital en Tecnología. Lorenzo Lara Carrero, Presidente, Negocios-digitales.com, C.A.

Actualmente las experiencias de inversiones de capital de riesgo en Venezuela son pocas. Existe una importante demanda insatisfecha de inversiones semilla en las empresas, que favorecería la posterior inversión de capital de riesgo, al permitir que más proyectos logran la madurez necesaria para dirigirse a estas fuentes. Por otra parte, aquellos proyectos que captan inversio-

nistas en una primera ronda de inversión, tienen dificultades para concretar las rondas subsiguientes. La Sociedad Capital de Riesgo Venezuela, Innovex y Negociosdigitales, se focalizan en ofrecer capital de riesgo en etapas tempranas de desarrollo y las dos últimas en emprendimientos de base tecnológica. Hay algunas iniciativas incipientes en capital semilla, que se están construyendo alrededor de viveros de empresas, como Accede, o alrededor de asociaciones de egresados de universidades.

Las necesidades de los emprendedores están lejos de ser cubiertas, especialmente en las etapas semilla. En la mayoría de los casos el apoyo viene de relacionados y familiares cercanos, de modo que hay una demanda importante, no cubierta, de inversión formal en el país. Sin embargo, es importante destacar que luego de la entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación (LOCTI), los aportes de las grandes empresas representaron una fuente de financiamiento alternativa de capital semilla.

Una experiencia exitosa como institución especializada en capital de riesgo la constituye Innovex, organización creada en el año 2003 por las empresas CANTV, Banco Mercantil y SIEMENS, que invierte en empresas y proyectos en el área de tecnología de la información y comunicaciones. Innovex surgió como una opción alternativa a los esquemas de financiamiento tradicional, y busca apoyar el desarrollo de soluciones tecnológicas con talento nacional, aportando recursos y brin-

dando apoyo en la gestión y consolidación de organizaciones con proyectos novedosos y alto potencial de crecimiento.

Para el año 2010, Innovex contaba con 7 empresas en su portafolio, entre las cuales figuraba la oferta de productos y servicios como medidores electrónicos, software para estudios neocientíficos, software para planificación estratégica y medición de competencias, telemedicina, gestión del conocimiento, e-learning y planificación de la producción. La inversión de Innovex alcanzaba para la fecha los 3,5 millones de dólares. Las primeras inversiones se realizaron en el año 2005, y tras 5 años las empresas participaban activamente en el mercado nacional e iniciaban la entrada en mercados internacionales. Es importante señalar que la incorporación de opciones de capital de riesgo privado ha permitido el desarrollo de equipos electrónicos con tecnologías propias, plantas de producción local, software especializado en áreas estratégicas para el país, así como la incorporación de servicios de atención especializados.

Negociosdigitales (ND) también es un caso de éxito. Desarrolló su primer portafolio entre los años 2000 y 2002, aportando capital estratégico, en su versión de activos de conocimiento, a 5 empresas emblemáticas del sector de Internet de esos años: Tucarro.com, Imolko, Perfilnet, ObraWeb y Tendenciasdigitales. Ese portafolio maduró y se realizaron cuatro estrategias de salida, al menos una muy exitosa. Entre 2003 y 2007, ND construyó un segundo portafolio con aportes de capital de riesgo a 7 empresas de áreas de negocios como electrónica, telecomunicaciones y servicios gerenciales, además de Internet. Al menos 3 de estas empresas operan en mercados internacionales. A partir del 2009, ND inició la construcción de un

nuevo portafolio que espera abarcar 20 empresas innovadoras, en su mayoría de base tecnológica y con fuerte componente internacional. Ya ha incorporado 5 empresas a ese nuevo portafolio y espera avanzar a una tasa de 4 por año. Uno de los grandes retos para el desarrollo del capital de riesgo en Venezuela es aumentar la cantidad de actores con ofertas de inversión en distintas etapas del desarrollo de las empresas. Para ello es necesario contar con políticas públicas en materia de promoción de inversiones y fortalecer de la cadena del valor del emprendimiento.

Adicionalmente, existe un reto importante en la captación de dinero para el capital de riesgo. Durante los últimos diez años numerosas organizaciones han promovido una cultura que apoya la inclusión de inversiones de capital de riesgo en las empresas, es decir, la disposición de los emprendedores a aceptar socios financieristas que requieren condiciones especiales de gobernabilidad y metas de crecimiento. Sin embargo, la cultura de inversión de capital de riesgo ha recibido muy poco estímulo positivo. Persisten las dificultades para convencer a inversionistas institucionales e individuales de que incluyan en su cartera de inversiones un área de capital de riesgo.

Es necesario desarrollar una cultura de inversión de capital de riesgo, especialmente por el lado de los inversionistas. Para lograrlo, es indispensable presentar argumentos convincentes de rentabilidad y de responsabilidad social. La rentabilidad se logrará ofreciendo portafolios con potenciales de retornos excepcionales. La responsabilidad social se satisface al apoyar y estimular el desarrollo de iniciativas emprendedoras que se conviertan en empresas innovadoras generadoras de riqueza para todos los venezolanos

LAS POLÍTICAS GUBERNAMENTALES

Las políticas gubernamentales representan, a juicio de los expertos consultados, uno de los aspectos a reforzar más resalantes para favorecer la actividad emprendedora en Venezuela. En tal sentido, elementos como los trámites administrativos y legales reque-

ridos para la conformación de empresas y la presencia del apoyo a la actividad emprendedora dentro de las prioridades del gobierno, son los que más llaman la atención por representar los principales obstáculos a la creación de nuevas iniciativas.

GRÁFICO 33

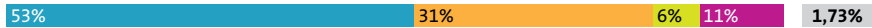
POLÍTICAS GUBERNAMENTALES

■ Complet. falso ■ Algo falso ■ Ni falso ni verdadero ■ Algo verdadero ■ Complet. verdadero

Las políticas de gobierno favorecen claramente a las empresas de nueva creación (por ejemplo: licitaciones o aprovisionamiento público)



El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política del gobierno estatal Promedio



El apoyo a empresas nuevas y en crecimiento es una prioridad en la política de la administración local



Las nuevas empresas pueden realizar todos los trámites administrativos y legales (obtención de licencias y permisos) en aproximadamente una semana



Los impuestos y tasas NO constituyen una barrera para crear nuevas empresas e impulsar el crecimiento de la empresa en general



Las tasas, impuestos sobre la creación de nuevas empresas y el crecimiento de las establecidas son aplicados de una manera predecible y coherente



Llevar a cabo los trámites burocráticos y obtener licencias que marca la ley para desarrollar empresas nuevas y en crecimiento NO representa una especial dificultad



Más allá de los esfuerzos aislados que pueden estarse dando desde diferentes arenas para dar apoyo al emprendedor en Venezuela, en el siguiente recuadro se destaca la importancia de generar una visión de voluntad política para favorecer el surgimiento y desarrollo de nuevos emprendimientos productivos, destacando además algunas señales positivas que han favorecido a muchos emprendedores.

Políticas públicas de apoyo al emprendimiento en Venezuela

Carlos H. Brandt, Gerente de Nuevos Negocios, Negociosdigitales.com, C.A. **Rebeca Vidal**, Investigadora, Centro de Emprendedores IESA

El emprendimiento ha sido el factor dinamiza-

dor y reproductivo de la economía de muchos países que abrazan el progreso como principio estratégico. En América, países como Cuba y Venezuela se encuentran rezagados en el tema, ya que no cuentan con políticas explícitas o planes estratégicos públicos nacionales para desarrollar y apoyar el emprendimiento. Si bien es cierto que en Venezuela se cuenta con una estructura normativa (constitucional, legal, supraconstitucional) adecuada para el desarrollo del emprendimiento, el gobierno adolece de políticas, instituciones, directrices, funcionarios que apoyen y promuevan el tema. Existe una inmensa oportunidad para potenciar el tema, ya que Venezuela ha figurado entre los países con mayor actividad emprendedora en el mundo, por lo que desarrollar planes, programas, políticas e instituciones es una obligación política.

Algunas señales positivas han venido vinculadas con la promoción de financiamiento institucional específico para el sector de las pymes a través de figuras de microcrédito, así como la promulgación y entrada en vigencia de la Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación

(LOCTI), instrumento que ha hecho posible que las grandes empresas destinen recursos a actividades de innovación y formación que han favorecido a nuevas iniciativas. Por ejemplo, el Instituto de Estudios Superiores de Administración (IESA) ha desarrollado programas especiales de formación dirigidos a microempresarios cuya participación es posible gracias a las becas financiadas por medio de la LOCTI.

Otra señal positiva la representa la inclusión del emprendimiento como parte de la misión estratégica del Banco de Venezuela, recientemente estatizado. Esto muestra un cambio de actitud respecto al tema y augura mayor comunicación pública sobre la cultura emprendedora.

El principal reto para la promoción de políticas públicas que favorezcan el emprendimiento de empresas sostenibles es la voluntad política, es decir, la adopción de una comprensión genuina de la importancia del tema por parte de los líderes del gobierno. La generación de riqueza, prosperidad y el mejoramiento de la calidad de vida de la ciudadanía requiere de la generación de riqueza sostenible a través de actividades productivas, y esto no será posible en ausencia de emprendedores. Acoger las mejores prácticas internacionales (por ejemplo en materia de simplificación de trámites administrativos), comprender el alto impacto de políticas públicas adecuadas y principalmente, apostar al desarrollo económico mediante la inversión en el talento de los ciudadanos, son los principales temas y barreras a superar.

LOS PROGRAMAS GUBERNAMENTALES

Los programas gubernamentales son otra de las grandes áreas de retos para el entorno venezolano. Específicamente temas como la asistencia que pueda obtener el emprendedor en una misma agencia gubernamental, que viene vinculado con el tema de

trámites administrativos que se analizó anteriormente, son áreas que imprimen un reto importante a los responsables de diseñar e implementar programas de apoyo a emprendedores, tal como puede observarse en el gráfico 34.

GRÁFICO 34

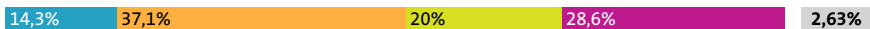
PROGRAMAS GUBERNAMENTALES

■ Complet. falso ■ Algo falso ■ Ni falso ni verdadero ■ Algo verdadero

Un amplio rango de asistencia puede obtenerse en una sola oficina gubernamental



Los parques tecnológicos e incubadoras proveen apoyo efectivo para la creación de nuevas empresas y el desarrollo de las que están en crecimiento



Existe un adecuado número de programas gubernamentales para la creación y el crecimiento de empresas nuevas



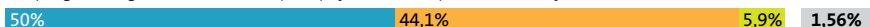
Los profesionales que trabajan en agencias gubernamentales de apoyo a la creación y al crecimiento de nuevas empresas son competentes y eficaces



Casi todo el que necesita ayuda de un programa del gobierno para crear o hacer una empresa, puede encontrar algo que se ajuste a sus necesidades



Los programas gubernamentales que apoyan a las empresas nuevas y en crecimiento son efectivos



EL SISTEMA EDUCATIVO

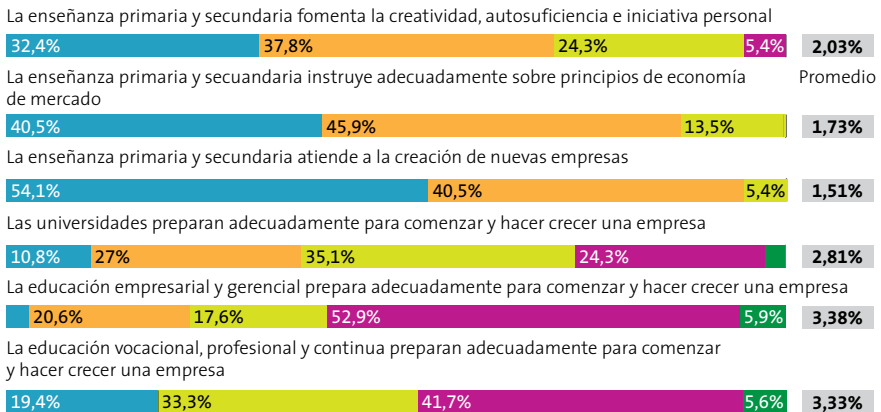
De acuerdo con los expertos consultados, los principales retos en materia educativa vienen asociados con los niveles básicos de la educación, es decir, las primeras etapas del sistema educativo formal, mientras que las etapas superiores obtienen una calificación relativamente mejor. De esta manera, el apoyo al emprendimiento desde el sistema educativo debe

fortalecerse desde las etapas tempranas de formación de los emprendedores, de manera que las herramientas y conocimientos requeridos para emprender con éxito y entender la importancia de la economía de mercado para el desarrollo de los países puedan desarrollarse desde la escuela básica.

GRÁFICO 35

SISTEMA EDUCATIVO

Complet. falso Algo falso Ni falso ni verdadero Algo verdadero Complet. verdadero



LA TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA Y CONOCIMIENTO

La evaluación de los expertos en materia de transferencia de tecnología y conocimiento llama nuevamente la atención sobre el rol de las instituciones públicas. En este caso, el elemento que fue evaluado como el principal reto a desarrollar para favorecer a los emprendedores estuvo relacionado con la necesidad

de generar mayores fuentes de financiamiento bajo figuras de subvenciones u otro tipo de ayudas, para que las empresas nuevas y en crecimiento puedan adquirir tecnologías nuevas suficientes y adecuadas a sus requerimientos, tal como puede observarse en el gráfico 36.

GRÁFICO 36

TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

Complet. falso Algo falso Ni falso ni verdadero Algo verdadero Complet. verdadero

Las nuevas tecnologías, la ciencia y otros conocimientos se transfieren de forma eficiente desde las universidades y centros de investigación



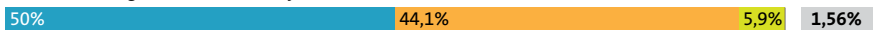
Las empresas nuevas y en crecimiento tienen el mismo acceso a las nuevas investigaciones y tecnologías que las ya establecidas Promedio



Las empresas nuevas y en crecimiento pueden acceder a las últimas tecnologías



Las subvenciones y ayudas gubernamentales a empresas nuevas y en crecimiento para adquirir nuevas tecnologías son suficientes y adecuadas



La ciencia y tecnología permiten la creación de empresas de base tecnológica competitivas a nivel global al menos en un campo concreto



Existe el apoyo suficiente para que las ideas de ingenieros y científicos sean comercializadas a través de nuevas empresas



LA ESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL

La estructura comercial y profesional de apoyo a los emprendedores fue uno de los elementos evaluados de manera más favorable por los expertos consultados. No obstante, la mayor limitación que, de acuerdo

con los encuestados, encuentran los emprendedores en esta materia, tiene que ver con la capacidad para cubrir los costos asociados con el empleo de subcontratistas, proveedores y consultores.

GRÁFICO 37

ESTRUCTURA COMERCIAL Y PROFESIONAL

Complet. falso Algo falso Ni falso ni verdadero Algo verdadero Complet. verdadero

Existen suficientes subcontratistas, proveedores y consultores que apoyen a las empresas nuevas



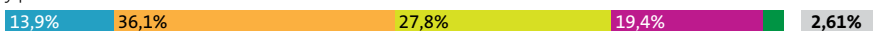
Las empresas nuevas pueden asumir el costo de emplear subcontratistas, proveedores y consultores Promedio



Es fácil para las empresas nuevas y en crecimiento contactar a buenos subcontratistas, proveedores y consultores



Es fácil para las empresas nuevas y en crecimiento obtener servicios legales y contables buenos y profesionales



Las empresas nuevas y en crecimiento tienen fácil acceso a buenos servicios bancarios (apertura de cuentas corrientes, transacciones comerciales, etc)



LA APERTURA DEL MERCADO INTERNO

En relación con el mercado interno, los expertos indican que el mercado venezolano presenta un dinamismo favorable para la actividad emprendedora, al afirmar que en cierta medida hay cambios importantes de año a año que se traducen en nuevas oportu-

nidades. Por otro lado, el elemento que obtuvo un menor puntaje, y que por tanto representa un reto para el entorno venezolano, fue el relacionado con el costo que deben solventar las empresas para ingresar a un nuevo mercado.

GRÁFICO 38

APERTURA AL MERCADO INTERNO

■ Complet. falso ■ Algo falso ■ Ni falso ni verdadero ■ Algo verdadero ■ Complet. verdadero

Los mercados de bienes y consumo cambian drásticamente de año a año



Los mercados de bienes y consumo para empresas cambian drásticamente de año a año Promedio



Las empresas nuevas y en crecimiento pueden acceder fácilmente a mercados nuevos



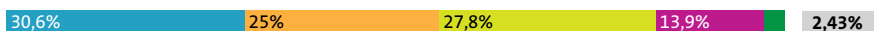
Las empresas nuevas pueden asumir el costo de ingresar a un nuevo mercado



Las empresas nuevas y en crecimiento pueden ingresar a nuevos mercados sin ser injustamente bloqueadas por las ya consolidadas



La legislación antimonopolio es efectiva y se hace cumplir



EL ACCESO A LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA

La infraestructura física fue evaluada de manera bastante positiva en comparación con los otros elementos del entorno. El costo accesible de los servicios básicos para las empresas nuevas es una de las grandes fortalezas identificadas por los expertos venezolanos

en este sentido. El elemento que representa el mayor reto dentro de esta categoría estuvo relacionado con la posibilidad de que una empresa pueda tener acceso a un buen servicio de comunicaciones en un plazo de una semana aproximadamente.

GRÁFICO 39

ACCESO A LA INFRAESTRUCTURA

■ Complet. falso ■ Algo falso ■ Ni falso ni verdadero ■ Algo verdadero ■ Complet. verdadero

La infraestructura física provee un buen soporte a las empresas nuevas



No es muy costoso para una empresa nueva y en crecimiento acceder a un buen servicio de comunicaciones Promedio



Una empresa nueva o en crecimiento puede acceder a un buen servicio de comunicaciones aproximadamente en una semana



Las empresas nuevas y en crecimiento pueden asumir el costo de servicios básicos (gas, luz y teléfono)



Las empresas nuevas y en crecimiento pueden contar con un buen acceso a servicios básicos en aproximadamente un mes



LAS NORMAS CULTURALES Y SOCIALES

Al evaluar las normas culturales y sociales, los expertos muestran una amplia dispersión de opinión que lleva a que todos los elementos evaluados obtengan puntajes muy cercanos a la mitad de la escala, tal como puede observarse en el gráfico 40. Es posible que este sea un reflejo de la polarización ideológica que

ha afectado a Venezuela en los últimos años, la cual ha dado lugar a posiciones encontradas en cuanto al rol de la responsabilidad y la iniciativa individual en la creación de valor económico. De esta manera, Venezuela muestra una división de opiniones frente a la valoración de la carrera emprendedora.

GRÁFICO 40

NORMAS CULTURALES Y SOCIALES

■ Complet. falso ■ Algo falso ■ Ni falso ni verdadero ■ Algo verdadero ■ Complet. verdadero

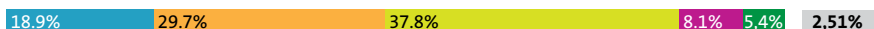
La cultura nacional elogia y reconoce el éxito individual alcanzado a través del esfuerzo personal



La cultura nacional da importancia a la autosuficiencia, autonomía e iniciativa personal Promedio



La cultura nacional fomenta el asumir riesgos emprendedores



La cultura nacional fomenta la creatividad y la innovación



La cultura nacional enfatiza la responsabilidad que el individuo tiene de administrar su vida



En el siguiente recuadro se ofrece una reflexión del profesor Roberto Vainrub, fundador del Centro de Emprendedores del IESA, sobre la historia de la cultura emprendedora en Venezuela, destacando los orígenes de ese gen emprendedor que caracteriza al venezolano común y que hace que consistentemente nuestro país se ubique entre las economías más emprendedoras del globo.

La cultura emprendedora en Venezuela

Roberto Vainrub, profesor de Iniciativa Empresarial, IESA

Quizá para entender la cultura emprendedora en Venezuela, sea necesario visitar un poco la historia reciente del país. De ser históricamente un país agrario donde los principales productos de exportación fueron café y cacao, el país pasa a ser, durante el siglo XX, uno de los mayores productores de petróleo del planeta. Comienza la migración del campo a las ciudades y se desarrolla una importante emigración, en particular de países europeos (principalmente España, Italia y Portugal), que para comienzo de los años 50, van a representar más del 10% de toda la población venezolana.

Hasta ese entonces, las grandes riquezas provenían en buena parte de la clase mantuana venezolana, en muchos casos muy disminuida económicamente tras prolongadas guerras civiles durante casi todo el siglo XIX. Riqueza que de alguna forma venía representada por la posesión de tierras, que en algunas oportunidades eran explotadas adecuadamente y en muchas otras no lo eran.

Estos inmigrantes, unidos a los que migraron del campo a las ciudades y a un grupo de la llamada oligarquía tradicional, constituyeron una buena parte a la base de la cultura emprendedora venezolana.

Posiblemente en los casos señalados de las migraciones, el disparador del emprendimiento

fue la necesidad. En el primero, inmigrantes europeos con distintos oficios poblaron al país de pequeños talleres, comercios, micro industrias, pequeñas construcciones y por supuesto también se dedicaron en buena parte a oficios de diversa índole.

Muchos de estos artesanos se volvieron verdaderos emprendedores, ya en este caso por oportunidad, liderando después de muchos años de intenso trabajo, unidos a algunos capitanes de empresa, venezolanos provenientes de las reducidas clases mantuanas, constituyendo importantes industrias, cadenas comerciales y construcciones de diversa índole; ayudados también por un ambiente de prosperidad que vino muy de la mano de la actividad petrolera. Actividad esta que también trajo consigo importantes costos, donde el empresariado nacional se conformó en buena parte con atender las necesidades locales, donde la opción de exportación en muchos momentos era muy remota por la fortaleza del bolívar, donde los incentivos para importar durante gran parte del período descrito fueron la norma.

Por otra parte, el otro grupo, el de las migraciones del campo a las ciudades, también tuvo la necesidad de emprender, en muchos casos por falta de alternativa de empleos y por falta de preparación educativa.

La última parte del siglo XX y primera parte del siglo XXI fueron caracterizados por mucha turbulencia política y económica la cual de alguna forma frenó la iniciativa empresarial por oportunidad y lamentablemente para el país, incrementó mucho nuevamente el tema de emprendimiento por necesidad.

En tiempos turbulentos, el parámetro tiempo de recuperación de la inversión toma cifras ridículamente bajas, lo cual por lo general no permite crear verdadera riqueza. Venezuela sigue teniendo una gran cultura y tradición emprendedora que esperamos que próximamente oriente su esfuerzo a proyectos que verdaderamente transformen a nuestro querido país en una nación más próspera y menos dependiente de los vaivenes del petróleo o de la política.

LAS OPORTUNIDADES DEL MERCADO

De acuerdo con la evaluación de los expertos, las buenas oportunidades para la creación de nuevos negocios en Venezuela son numerosas, y se han incrementado en los últimos años. Sin embargo consideran que

en general la población tiene alguna dificultad para visualizar esas oportunidades, tal como puede observarse en el gráfico 41.

GRÁFICO 41

OPORTUNIDADES DEL MERCADO

■ Complet. falso ■ Algo falso ■ Ni falso ni verdadero ■ Algo verdadero ■ Complet. verdadero

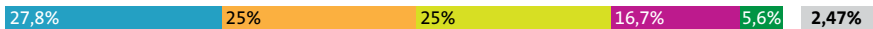
Existe abundantes buenas oportunidades para crear nuevas empresas



Hay más oportunidades buenas para crear nuevas empresas que gente preparada para explotarlas Promedio



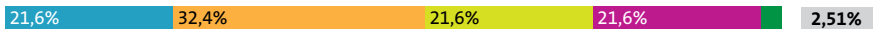
Las buenas oportunidades para nuevos negocios se han incrementado considerablemente en los últimos 5 años



Las personas ven muchas buenas oportunidades para la creación de nuevos negocios



Hay muchas buenas oportunidades para crear nuevas empresas de rápido crecimiento



LA CAPACIDAD PERSONAL PARA EMPRENDER

Llama la atención que, de acuerdo con el criterio de los expertos consultados, muchos venezolanos cuentan con los conocimientos para dirigir pequeñas empresas pero no para llevar adelante iniciativas de alto potencial de crecimiento, las cuales son aquel-

las capaces de generar empleos y valor económico en mayor proporción para impulsar la economía del país. Esta percepción de los expertos es consistente con la baja aspiración al crecimiento que muestran los emprendedores, tal como se discutió en la sección

GRÁFICO 42

CAPACIDAD PARA EMPRENDER

■ Complet. falso ■ Algo falso ■ Ni falso ni verdadero ■ Algo verdadero ■ Complet. verdadero

Mucha gente sabe cómo crear y gerenciar una empresa de alto potencial de crecimiento



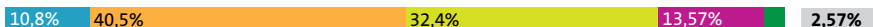
Mucha gente sabe cómo crear y dirigir una pequeña empresa



Muchas personas tienen experiencia en la creación de nuevas empresas



Muchas personas pueden reaccionar rápidamente ante buenas oportunidades para nuevos negocios



Muchas personas están capacitadas para organizar los recursos para crear una nueva empresa



LA VALORACIÓN DE LA CARRERA EMPRENDEDORA

La carrera emprendedora es altamente valorada en nuestro país, de acuerdo con la percepción de los expertos, quienes perciben que la mayoría de las personas piensa que los emprendedores cuentan con un alto nivel de reconocimiento y prestigio social y además los percibe como gente competente, con habilidad en el manejo de recursos. Estos resultados coinciden con los obtenidos en la encuesta a

la población adulta, los cuales fueron discutidos en la sección anterior. Dentro de este grupo de variables, los expertos evaluaron con la puntuación más baja la presencia de historias de emprendedores exitosos en los medios de comunicación, lo cual representa un área de oportunidad para la generación de un entorno favorable al emprendimiento en Venezuela.

GRÁFICO 43

VALORACIÓN DE LA CARRERA EMPRENDEDORA

■ Complet. falso ■ Algo falso ■ Ni falso ni verdadero ■ Algo verdadero ■ Complet. verdadero

La creación de nuevas empresas es considerada una adecuada manera de hacerse rico



La mayoría de las personas considera que convertirse en empresario es una opción profesional deseable



Los empresarios que tienen éxito gozan de un gran reconocimiento y prestigio social



Es frecuente ver historias en los medios de comunicación acerca de emprendedores exitosos



La mayoría de las personas piensa en los emprendedores como gente competente y hábil en el manejo de los recursos



EL MARCO LEGAL SOBRE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Este grupo de variables obtuvo una de las puntuaciones más bajas dentro de la evaluación del entorno por parte del grupo de expertos consultado, y representa uno de los mayores retos en la construcción de un entorno favorable al emprendimiento. En particular preocuparon a los expertos consultados la venta ile-

gal de productos protegidos por derechos de reproducción y la poca efectividad en el cumplimiento de la legislación sobre propiedad intelectual, tal como puede observarse en el gráfico 44.

GRÁFICO 44

MARCO LEGAL SOBRE PROPIEDAD INTELECTUAL

Complet. falso Algo falso Ni falso ni verdadero Algo verdadero Complet. verdadero

La legislación sobre los Derechos de Propiedad Intelectual es comprensible



La legislación sobre los Derechos de Propiedad Intelectual se cumple de manera eficaz



La venta ilegal de productos protegidos por derechos de reproducción (software, videos, CD's) NO está muy extendida



Las empresas nuevas pueden confiar que sus derechos de propiedad intelectual sean reconocidos



Es ampliamente aceptado que los derechos de los inventores sobre sus invenciones sean reconocidos



LA VALORACIÓN DE LA MUJER EMPRENDEDORA

Con una de las puntuaciones más elevadas de todas las categorías evaluadas, la igualdad de capacidad emprendedora entre hombres y mujeres se destacó como la principal fortaleza del entorno para crear negocios en el país. Igualmente, los expertos consideraron que emprender es una opción de carrera socialmente aceptable para las mujeres venezolanas.

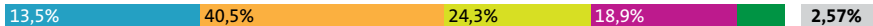
Dentro de este grupo de variables, la menor puntuación, y por lo tanto el mayor reto en este sentido, la obtuvo la disponibilidad de facilidades para que las mujeres puedan desarrollarse como emprendedoras inclusive después de tener familia.

GRÁFICO 45

VALORACIÓN DE LA MUJER EMPRENDEDORA

Complet. falso Algo falso Ni falso ni verdadero Algo verdadero Complet. verdadero

Existen suficientes servicios sociales disponibles para que las mujeres puedan seguir trabajando incluso luego de haber formado una familia



Crear una empresa es una opción profesional socialmente aceptada para una mujer Las mujeres son incentivadas a autoemplearse o iniciar un nuevo negocio



Las mujeres y los hombres tienen igual acceso a oportunidades para crear nuevas empresas



Las mujeres y los hombres tienen el mismo nivel de conocimiento y habilidades para crear negocios nuevos



Es ampliamente aceptado que los derechos de los inventores sobre sus invenciones sean reconocidos



EL APOYO A LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA DE ALTO POTENCIAL DE CRECIMIENTO

El alto potencial de crecimiento es un elemento que preocupa a los expertos venezolanos, quienes observan que desde las políticas públicas no se están impulsando las iniciativas con esta característica y no se está entendiendo como un asunto importante por

parte de quienes diseñan y ejecutan tales políticas. En tal sentido, apoyar la actividad emprendedora de alto potencial de crecimiento es uno de los principales retos apuntados por el panel de expertos.

GRÁFICO 46

APOYO A LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA ALTO POTENCIAL

■ Complet. falso ■ Algo falso ■ Ni falso ni verdadero ■ Algo verdadero ■ Complet. verdadero

Existen muchas iniciativas que son especialmente creadas para apoyar a nuevas actividades empresariales con alto potencial de crecimiento y desarrollo



Los que diseñan políticas públicas son conscientes de la importancia de la actividad empresarial de alto potencial de desarrollo Promedio



La gente que trabaja en el apoyo a la creación de empresas tiene suficientes habilidades y competencias para proporcionar apoyo a nuevas empresas con alto potencial de desarrollo



El rápido potencial de crecimiento y desarrollo de las empresas se usa a menudo como criterio de selección de las entidades que son susceptibles de recibir apoyo a la creación empresarial



El apoyo a las empresas de rápido crecimiento es un tema prioritario de las políticas públicas de creación de empresas



INNOVACIÓN

La categoría innovación contó con la puntuación más elevada dentro de la evaluación del entorno, destacada por la alta valoración de los consumidores hacia la oferta de productos y servicios innovadores, y por

su disposición a probarlos. Sin embargo, observaron cierta cautela por parte de las empresas consolidadas para utilizar los servicios de las pequeñas como proveedores.

GRÁFICO 47

INNOVACIÓN

■ Complet. falso ■ Algo falso ■ Ni falso ni verdadero ■ Algo verdadero ■ Complet. verdadero

Se nota un interés por las nuevas empresas por experimentar con nuevas tecnologías y probar nuevas formas de hacer las cosas



A los consumidores les gusta probar nuevos productos y servicios

Promedio



La innovación es altamente valorada por las empresas



La innovación es altamente valorada por los consumidores



En general, las empresas consolidadas están abiertas en utilizar los servicios de las empresas pequeñas como proveedores



Los consumidores están abiertos a la compra y uso de servicios proporcionados por firmas emprendedoras de reciente creación



Sobre el tema de innovación, más allá de la creación de empresas nuevas, hay mucha tela que cortar en lo interno de las empresas y organizaciones ya existentes. En tal sentido, el siguiente recuadro ofrece un acercamiento a las oportunidades que se presentan en nuestro país en materia de emprendimiento corporativo (dentro de la empresa), tomando en cuenta las particularidades del entorno.

La orientación emprendedora en tiempos difíciles: emprender adentro de la organización

Aramís Rodríguez, Investigador, Centro de Emprendedores IESA

En entornos de rápidos cambios, y de cortos ciclos de vida tanto de productos como de modelos de negocios, el futuro de los resultados empresariales es incierto. Esta afirmación la repiten constantemente los expertos en temas de

negocios, y lo que indica es que las empresas necesitan constantemente buscar nuevas oportunidades para sobrevivir.

En nuestro país, la mayoría de los cambios del entorno de los últimos años, ha estado vinculada con factores políticos capaces de reducir el grado de libertad de las empresas. Este ambiente de negocios, el cual puede ser catalogado como “hostil”, ha sido la causa del estancamiento, contracción, e incluso, desaparición de algunas organizaciones que hacen vida en Venezuela. Los datos del GEM indican que el índice de emprendedores corporativos en Venezuela ha venido en descenso. En 2005 el 12,5% de los venezolanos estaba llevando a cabo una iniciativa dentro de la empresa en la que trabajaba, en 2007 el 8,6% hacían lo propio, y en 2009 era tan solo el 6,8%. Quizás este hecho nos permita pensar que algunas empresas que hacen vida en nuestro país hayan asumido estrategias adaptativas o negociadoras para aguantar los embates del entorno sin asumir riesgos, lo cual probablemente haya inhibido el deseo de hacer cosas nuevas en el mercado. No lo sabemos. Lo anterior es una hipótesis, pero lo que sí es un hecho, es que las investigaciones indican que el principal antídoto que ha permitido a muchas firmas en el mundo mantenerse con éxito, e incluso

crecer en entornos dinámicos y cambiantes, ha sido el asumir en todo momento una postura u orientación emprendedora.

La orientación emprendedora no es más que un comportamiento o conducta que conlleva a las organizaciones a entrar en el mercado con nuevos servicios o productos, lanzar nuevos negocios, bien sean independientes, o provenientes del seno de una misma empresa, hacer cambios internos, y desarrollar nuevas estrategias. Como dato importante, las investigaciones del IESA reflejan que algunas de las empresas familiares venezolanas que han trascendido con éxito más allá de su segunda generación, han mostrado un alto grado de orientación emprendedora. Desde que fueron fundadas por los abuelos o demás antepasados, la mentalidad emprendedora de muchas de estas organizaciones se ha mantenido vigente. La disposición a innovar, la toma de riesgos calculados, y la disposición a actuar en forma proactiva anticipando tendencias y

aprovechando oportunidades, ha sido el corazón de las decisiones estratégicas que ha permitido a muchas empresas familiares desarrollar nuevos negocios, nuevos productos y entrar en mercados nunca pensados durante los momentos más difíciles y dinámicos de nuestro país.

Desarrollar y conservar una orientación emprendedora dentro de una organización depende de muchos factores internos que pueden ser difíciles de coordinar: la cultura organizacional, la directiva, la estructura organizativa, el perfil de los empleados, entre otros. Sin embargo, las empresas que lo logran pueden contar con un potencial para hacer cosas nuevas sistemáticamente, lo cual significa tener un corazón que bombea e impregna de innovación, de predisposición al riesgo y proactividad a toda la organización, permitiendo esto que se produzca el llamado emprendimiento corporativo, fenómeno deseado y útil sobre todo en momentos difíciles.

Si bien Venezuela se caracteriza por contar con numerosos emprendedores, el GEM da luz sobre la limitada capacidad de generar ideas novedosas que se puedan considerar como innovadoras. Sobre este tema, el siguiente recuadro muestra una reflexión sobre las oportunidades que el país tienen en materia de generación de emprendimientos innovadores.

Emprendedores Innovadores

Nunzia Auletta, Directora, Centro de Emprendedores IESA

Emprendimiento e innovación son dos conceptos que con frecuencia se asocian al pensar en una nueva iniciativa dirigida a aprovechar oportunidades en el mercado. Schumpeter, quien definió la innovación como un proceso de «destrucción creativa», también la consideraba como la razón de ser central del emprendedor, reconocido como agente de cambio en el sistema

económico.

Sin embargo, en los estudios del GEM se ha encontrado reiteradamente que la mayoría de los nuevos emprendimientos en Venezuela son iniciados en industrias maduras y con prácticas de negocios imitativas. Al evaluar de manera específica los niveles de innovación, el 79 por ciento de los emprendedores plantea ofertas ya conocidas por sus potenciales clientes, el 60 por ciento utiliza tecnologías disponibles desde hace más de cinco años, y el 72 por ciento reconoce que existen muchos negocios que compiten con ofertas similares.

En el último año en el Centro de Emprendedores del IESA hemos estado trabajando en un estudio cualitativo, con entrevistas a emprendedores que han desarrollado iniciativas innovadoras. Entre los aspectos explorados, estudiamos la presencia de las cinco habilidades para innovar planteadas por Dyer y Christensen (2009): asociar, cuestionar, observar, experimentar y participar en redes.

Los emprendedores innovadores muestran una clara habilidad de asociar rápidamente conceptos, áreas de conocimientos y experiencias pre-

vias, alimentando sinergias que potencian sus iniciativas.

Asimismo, se distinguen por el cuestionar constantemente el status quo, rompiendo paradigmas imperantes en la industria o mercado en los que operan y moviendo las fronteras de la acción, formulándose preguntas como “¿qué pasaría si...?”.

Observar resulta también una habilidad indispensable para monitorear los cambios y tendencias en el mercado, no solo en relación al comportamiento de los clientes potenciales, sino a las acciones de competidores directos o innovadores en otras industrias, que pueden convertirse en un benchmark de innovación o buenas prácticas.

Otro aspecto común es la disposición a experimentar con ideas para productos, servicios y procesos, así como con propuestas para el mercado que puedan aprovechar nuevos contextos

de negocios. Se ha encontrado, entre otras cosas, que el haber vivido en diferentes países se convierte con frecuencia en un catalizador de la experimentación.

Por último, la participación en redes que pueden incluir desde el ámbito social y familiar hasta una visión más amplia que incluye a otros emprendedores, asesores, expertos y académicos permite los intercambios de ideas, conocimientos y vivencias que alimentan la innovación en las iniciativas y que con frecuencia las sostienen es sus etapas de consolidación.

En síntesis, aunque los números nos coloquen aún lejos de los niveles de innovación que deseáramos ver en los emprendedores venezolanos, el acercamiento a aquellos que han generado casos exitosos y que se han mantenido en el tiempo nos dan luces sobre aquellas habilidades que deberíamos estar fomentando para subir la barra de la innovación en el país.

EL COMPONENTE SOCIAL DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

De acuerdo con la evaluación de los expertos, el componente social de las empresas creadas en Venezuela es uno de los elementos del entorno más favorables. Ellos consideran que, en general, la sociedad espera que las empresas retornen a la comunidad parte de sus beneficios contribuyendo en importantes proyectos sociales, medioambientales y similares. También consideran que, en efecto, los emprendedores lo hacen de manera más eficiente que el gobierno. En línea con esta idea, los expertos sugieren que el mayor

desafío del entorno venezolano en cuanto a la generación de condiciones favorables para el emprendimiento social es el desarrollar la habilidad, desde el gobierno, para unir a los emprendedores potenciales, a las empresas y a las organizaciones de desarrollo social en torno a proyectos específicos de índole social, medioambiental o para la comunidad, tal como se observa en el gráfico 48.

GRÁFICO 48

COMPONENTE SOCIAL DE LA ACTIVIDAD EMPRENDEDORA

■ Complet. falso ■ Algo falso ■ Ni falso ni verdadero ■ Algo verdadero ■ Complet. verdadero

La sociedad espera que las empresas retornen a la comunidad parte de sus beneficios contribuyendo en importantes proyectos sociales, medioambientales y similares



Las OCS´s tienden a querer asociarse con las empresas para el desarrollo de proyectos sociales, medio ambientales o beneficiosos para la comunidad en general Promedio



Los problemas sociales, mediambientales y de la comunidad son, generalmente mejor resueltos por emprendedores que por el gobierno



Los problemas sociales, mediambientales y de la comunidad son, generalmente mejor resueltos por emprendedores que por las OCS´s



El gobierno es hábil para unir a los emprendedores potenciales, a las empresas y a las OCS´s, conjuntamente en torno a proyectos específicos de índole social, medioambiental o para la comunidad



Las empresas deberían invertir más en actividades de responsabilidad social si desean recuperar la confianza pública perdida por causa de la crisis económica global



Las responsabilidades sociales constituyen una importante fuente de ventaja competitiva para los negocios nuevos y en crecimiento



Si una empresa cumple escrupulosamente la ley, actualmente se le considera como un negocio amigable con respecto a la sociedad y el medio ambiente



Las empresas que hacen publicidad de sus proyectos sociales y medioambientales obtienen más escepticismo que aprobación por parte de la sociedad



Es así como el entorno venezolano para emprender cuenta entonces con importantes ventajas, derivadas de la valoración del emprendimiento como opción de carrera, lo cual es compatible con la propensión a emprender que se evidenció en secciones anteriores; la apertura hacia la figura de la mujer emprendedora, que es vista como igualmente capaz y con licencia social para liderar nuevas iniciativas empresariales; las facilidades que aún son accesibles desde el punto de vista de infraestructura a pesar de la desaceleración del desarrollo energético y de otros servicios en el país; y fundamentalmente la estima que nuestra gente tiene hacia la innovación tanto desde el punto de vista de desarrollo de nuevas ideas como la avidez por experimentar y usar las nuevas ofertas de productos y servicios.

Estas condiciones favorables para el emprendimiento sirven la mesa para el desarrollo de un sistema nacional que permita impulsar aquellos elementos que siguen representando desafíos para el entorno emprendedor, entre los cuales destacan el marco legal para la defensa de la propiedad intelectual y el apoyo concreto a iniciativas con alto potencial de crecimiento.

La articulación de esfuerzos institucionales desde los sectores público, privado y no gubernamental es condición necesaria para el logro de un entorno favorable, que pueda capitalizar y sacar provecho a la naturaleza emprendedora del venezolano para impulsar el desarrollo económico y social del país.

