

EL ESPÍRITU EMPRENDEDOR DE LAS EMPRESAS FAMILIARES EN VENEZUELA. UNA EXPERIENCIA DE SOSTENIBILIDAD.

María Consuelo Díaz Martínez
Francisco Contreras
Universidad de Carabobo
mariaconsuelodiaz@hotmail.com
fjcontre35@gmail.com

Resumen

La búsqueda por conseguir fórmulas exitosas en el proceso de emprendimiento a lo largo del tiempo, ha llevado a recorrer un camino de investigaciones en el contexto global, en el que se plantean interesantes propuestas para lograr identificar esos elementos de valor e impacto en las empresas. El proyecto de Emprendimiento Transgeneracional (Step), por sus siglas en inglés, basado en el concepto de emprendimiento transgeneracional, ha permitido examinar, comprender y explicar el emprendimiento dentro del contexto de la familia. Podemos decir que el proceso de emprender se parece al de aprender, el símil resulta práctico cuando lo vemos como la generación de conocimiento a través de nuevas formas de creación, experiencias y desarrollo de ideas que sean capaces de innovar y evolucionar para mantenerse competitivas en el mercado.

Venezuela no escapa a la tendencia orientada al desarrollo de la actividad emprendedora, de acuerdo a cifras reveladas por Monitor Global del Emprendimiento, GEM, (Global Entrepreneurship Monitor), de acuerdo a un estudio anual que se realiza sobre el emprendimiento en más de 50 países del mundo desde 1999. Esto refiere en gran medida, la importancia de este proceso como un pilar de transformación productivo, toda vez que busca identificar recursos y oportunidades de mercado.

Tomando las prácticas de empresas en Venezuela y considerando elementos del entorno en los últimos años, destaca entre las cualidades a resaltar, el espíritu emprendedor, que sumado a la capacidad de adaptación ha permitido la sostenibilidad a lo largo del tiempo.

Palabras clave

Emprendimiento, sostenibilidad, gestión, empresa familiar, valores.

Abstract

The search for successful formulas in the entrepreneurial process over time, has led to a path of research in the global context, in which interesting proposals are raised to identify those elements of value and impact on companies. The Transgenerational Entrepreneurship (Step) project, based on the concept of transgenerational entrepreneurship, has allowed to examine, understand and explain entrepreneurship within the context of the family. We can say that the process of entrepreneurship resembles that of learning, the simile is practical when we see it as the generation of knowledge through new forms of creation, experiences and development of ideas that are capable of innovating and evolving to remain competitive in the market.

Venezuela does not escape the trend oriented to the development of entrepreneurial activity, according to figures revealed by Global Entrepreneurship Monitor, GEM, (Global Entrepreneurship Monitor), according to an annual study conducted on entrepreneurship in more than 50 countries of the world since 1999. This largely refers to the importance of this process as a pillar of productive transformation, since it seeks to identify resources and market opportunities.

Taking the practices of companies in Venezuela and considering elements of the environment in recent years, stands out among the qualities to highlight, the entrepreneurial spirit, which added to the ability to adapt has allowed sustainability over time.

Keywords

Entrepreneurship, sustainability, management, family business, values.

1. UNA MIRADA AL EMPRENDIMIENTO EN EL CONTEXTO GLOBAL

La búsqueda por conseguir fórmulas exitosas en el proceso de emprendimiento a lo largo del tiempo, ha llevado a recorrer un camino de investigaciones en el contexto global, en el que se plantean interesantes propuestas para lograr identificar esos elementos de valor e impacto en las empresas, lo cual ha permitido su desarrollo a través de diferentes generaciones. Entre estas iniciativas de indagación, vale la pena destacar el proyecto de Prácticas Exitosas de Emprendimiento Transgeneracional (Step), por sus siglas en inglés, el cual está basado en el concepto de emprendimiento transgeneracional, como una manera de examinar, comprender y explicar el emprendimiento dentro del contexto de la familia, a través de una muestra de empresas a nivel mundial. También, puede definirse como los procesos a través de los cuales una familia usa y desarrolla mentalidades emprendedoras y capacidades influenciadas por la familia para crear nuevas corrientes de valor emprendedor, económico y social a través de las generaciones. El proyecto se desarrolla en más de 40 países y pretende contribuir a explicar cómo se están dando estos procesos sucesorios en diferentes contextos y los principales desafíos identificados en cada uno de ellos.

Podemos decir que el proceso de emprender se parece al de aprender, el símil resulta práctico cuando lo vemos como la generación de conocimiento a través de nuevas formas de creación, experiencias y desarrollo de ideas que sean capaces de innovar y evolucionar para mantenerse competitivas en el mercado. En este sentido cobra fuerza la importancia de conocer esas mejores prácticas que agrupan los atributos y características relevantes en la gestión exitosa de las empresas familiares.

Este proceso de generación de conocimiento permite a su vez la incorporación de innovación, tecnología y desarrollo, como parte de una visión global compartida. Tal y como lo menciona Sparano, H. (2014), el emprendimiento ha sido considerado una de las variables claves del desarrollo, y debe convertirse además en un sello para los nuevos profesionales.

En este contexto, muchas son las iniciativas que revelan un crecimiento de la actividad emprendedora lo cual deriva en el desarrollo de empresas familiares y en consecuencia en el fortalecimiento de la actividad productiva del país, Global Entrepreneurship Monitor (GEM), considerado como uno de los proyectos de investigación de gran alcance para las personas que intervienen en actividades de emprendimiento, da fe de la evolución en esta área en países de América Latina que han causado últimamente un impacto positivo, tales como: Perú, Chile, Brasil, Argentina, Uruguay, Colombia, y México.

En este mismo orden de ideas señala Sparano, H. (2014), que en América Latina el 42% de los emprendedores identifican oportunidades de negocios, mientras que el 28% se convierten en emprendedores por necesidad, sin embargo, existen factores que se consideran fundamentales e influyen en el grado de emprendimiento tales como el sistema educativo que manejan los países, el apoyo gubernamental, que promueva el desarrollo de empresas a través de políticas de estímulo y exención de impuestos, el apoyo financiero para la disponibilidad de recursos, préstamos y subsidios. Otro aspecto importante a considerar en el ámbito económico, como lo refiere el precitado autor, que se relaciona con la actividad emprendedora, es el PIB per cápita que tienen los países. Cuando estos tengan un PIB bajo, la actividad emprendedora será mayor, mientras el PIB aumenta, la actividad emprendedora tiende a disminuir.

Esta última afirmación nos lleva a reflexionar en el comportamiento de la actividad emprendedora en países con entornos adversos, de allí que cobra fuerza el propósito de esta investigación, centrada en los atributos que motivan el emprendimiento en Venezuela, dándole un impulso a las empresas familiares y su sostenibilidad en el tiempo. Examinaremos en los próximos apartados las características de este comportamiento.

2. EMPRENDIMIENTO, MARCA DE VALOR Y SOSTENIBILIDAD.

Para referirnos al “Emprendimiento” debemos buscar la naturaleza propia del término, la cual nos invita a considerar el inicio de un proceso, y todo inicio va precedido por elementos de motivación, incentivo e incluso lo que podríamos llamar desde un punto más artístico: la inspiración. Hay quienes lo definen como la iniciativa para crear una idea de negocios, para otros el entusiasmo que conlleva a la creación de una empresa y quizás para otros una tendencia del entorno que conduce a acciones concretas.

Hablar de emprendimiento, nos conduce a una gama amplia de posibilidades y de experiencias que quizás muchos, sin conocer el significado propio de la palabra, ya lo ejercían desde hace mucho tiempo atrás. Por ello, el alcance del emprendimiento va más allá de una moda o tendencia. Podemos encontrar emprendedores de diferentes generaciones y con diferentes perfiles.

Lo interesante y hasta apasionante de este tema, es el impacto que puede tener un emprendimiento en el desarrollo de las organizaciones, personas, consumidores y de las sociedades en general.

Por otra parte, el emprendimiento conduce a pensar en otros conceptos como lo son el de bienes, servicios, marcas y satisfacción de los consumidores, como parte de una integración de elementos de valor en el proceso. Por lo que haremos referencia a una marca de valor y su relación con la sostenibilidad.

Bajo la perspectiva de los consumidores, una marca de valor en el mercado es sinónimo de un conjunto de atributos que reportan un alto nivel de satisfacción ofertado a través de un bien o un servicio. Para muchos definir una marca de valor es tal vez, pensar en un concepto que asocia calidad y garantía, para otros es pensar en ese valor agregado que lo diferencia de los demás y en algunos casos implica la visión de involucrar los valores con los que se fortalece una marca. Esta última perspectiva conlleva a asociar un principio de sostenibilidad, aquello que es capaz de mantener ese producto en el mercado y en consecuencia en la mente del consumidor, a través de un vínculo de fidelización o ese nexo que se mantiene como parte de un sello de familia.

Quizás preguntarse en aquello que es capaz de darle la sostenibilidad o permanencia a un producto en el mercado, nos llevaría a enumerar algunas características como: experiencia, tradición, durabilidad, calidad, económico, accesible, innovador, creativo, funcional, entre otros atributos. Son estos elementos, los mismos que las empresas buscan desarrollar en mayor o menor escala, de acuerdo a su mercado, para lograr que se produzca una relación comercial de valor.

Es así como el proceso de emprender se vincula con otros procesos, en el que encuentra aspectos comunes, como parte de la generación de valor y sostenibilidad en el tiempo, tenga o no una razón económica de carácter lucrativo. Se trata de una Mirada integradora aplicable a todas las organizaciones.

3. CONTEXTO EMPRENDEDOR EN VENEZUELA.

Sin duda alguna, que el interés por generar oportunidades de negocio representa un reto para todas las economías a nivel mundial, a pesar de que cada país tiene sus propias

particularidades debido a la naturaleza de sus mercados, características de los clientes, tipo de bienes y servicios, así como las variables macro consideradas como parte del entorno. El poder apuntar hacia opciones que brinden espacios sostenibles tanto para las empresas como para los clientes, se ha convertido en un atractivo importante para el desarrollo de estrategias cada vez más innovadoras.

Es así como se pueden apreciar propuestas creativas y rentables que se traducen en oferta de marcas y productos para consumidores exigentes e innovadores, siendo la competitividad un elemento impulsador de esta actividad productiva dentro del desarrollo de los mercados, organizaciones y regiones.

Para Rodríguez (2014), en Venezuela destaca una tendencia orientada al desarrollo de la actividad emprendedora, de acuerdo a cifras reveladas por Monitor Global del Emprendimiento, GEM, por sus siglas en inglés (Global Entrepreneurship Monitor), de acuerdo a un estudio anual que se realiza sobre el emprendimiento en más de 50 países del mundo desde 1999. Esto refiere en gran medida, la importancia de este proceso como un pilar de transformación productivo, toda vez que busca identificar recursos y oportunidades de mercado.

El referido autor precisa que entre el 18 % y el 20% de los venezolanos mayores de edad están iniciando un nuevo negocio. Si a estas cifras se le añade que el 65 % de la población es joven, según información del Instituto Nacional de Estadística de Venezuela (INE), se puede afirmar que existe un porcentaje joven de la población dedicada a la actividad emprendedora.

Como bien lo menciona Bastidas (2015), la sinergia de los valores llevados a la práctica es la base del emprendimiento y de la ética empresarial, piedra angular para impulsar la Responsabilidad Social Organizacional (RSO).

Hay que destacar que como parte de estos valores que impulsa iniciativas de emprendimiento, se encuentra la confianza. Esa fuerza capaz de inspirar y hacer sentir seguridad en lo que se hace o lo que hace un tercero, porque hay un capital ético que respalda las acciones y al mismo tiempo conduce hacia el logro de un propósito. Es como si se tratara de una invitación a un proceso de toma de decisiones certero. Haciendo de la confianza un ingrediente indispensable para el emprendimiento, tal como lo expresa Díaz (2015).

En este orden de ideas, es oportuno señalar que el emprendimiento no sólo es un pilar de desarrollo económico sino que además permite el desarrollo de ciudadanos en coherencia con el contexto social en el que se mueve. Así lo señala Brandt (2014), cuando afirma que en última instancia, el beneficiario objetivo del emprendimiento es el propio individuo en sociedad, quién obtiene como resultado las condiciones para lograr la mayor suma de bienestar y/o felicidad como sociedad.

Ahora bien, si miramos en el proceso de evolución del emprendimiento el valor de la confianza, para atreverse a desarrollar una idea de negocio o mantener uno existente, es pertinente analizar el entorno que influye e impacta en estas decisiones, en cuanto al nivel de certeza para avanzar con la confianza que permita continuar invirtiendo recursos para cada proyecto. En este sentido, debemos prestar atención al conjunto de variables que definen condiciones para este proceso.

En Venezuela, en los últimos años, se ha dado todo un escenario de contrastes importantes en este sentido, por una parte, vemos el desarrollo e impulso de ideas creativas y por otra, observamos que estas ideas no se mantienen en el tiempo, por condiciones adversas que generan incertidumbre para la inversión de recursos.

Rodríguez (2018), precisa que a pesar del porcentaje de los venezolanos mayores de edad que están iniciando un nuevo negocio cada año, el porcentaje de emprendimientos que pasan de los tres años y medio es alrededor del 1% ó del 1,5%. Es decir, tienes 20% de personas emprendiendo y a su vez tienes 1,5% de personas con negocios con más de tres años y medio establecido. Lo que evidencia una brecha grande entre los que nacen y los que se mantienen después de los 3,5 años.

Ahora bien, es importante mirar otra parte del contexto del emprendimiento en Venezuela, si bien es cierto que existe un porcentaje de empresas que no logran mantenerse en el país, como es que otras sobreviven a los embates de condiciones adversas e inciertas desde el escenario económico, político y social de los últimos tiempos. Cuál ha sido ese ingrediente o ingredientes que las han hecho capaz de mantenerse. Vale la pena pasarse por estas interrogantes, que llevan a una descripción de la empresa familiar en Venezuela.

4. LA EMPRESA FAMILIAR EN VENEZUELA

Hablar de las características de la empresa familiar en Venezuela, nos lleva a recorrer un camino de elementos que definen en parte el perfil del venezolano, su idiosincrasia, comportamiento y los valores que lo identifican.

En los apartados anteriores, hacíamos mención a la tendencia de negocios emergentes con poca duración en el mercado venezolano y otros que se han mantenido a lo largo del tiempo, cuando nos detenemos a observar algunas de esas experiencias exitosas con más de 10 años en el país, encontraremos rasgos comunes que serán parte de las siguientes reflexiones. Sin embargo, cabe destacar que el propósito tanto de aquellas que no lograron mantenerse como las que aún existen fue su idea de generar algo diferente y lo suficientemente atractivo como para construir una comunidad de usuarios satisfechos alrededor de gustos y preferencias comunes.

En este sentido describiremos algunos aspectos presentes en la cultura organizacional de las empresas venezolanas, los que resaltan con mayor fuerza son sin duda el liderazgo y el espíritu emprendedor. Del liderazgo podemos mencionar, que se ha dado un proceso de evolución, en el que se incentiva a la participación e integración de los miembros de la familia a partir de la iniciativa de los directores o fundadores de la empresa. Este liderazgo participativo genera, además, un incentivo a los procesos de formación y aprendizaje, dando paso a su vez, a la incorporación de desarrollo y mejora continua.

En cuanto al espíritu emprendedor, hay que mencionar, que es un atributo que integra valores propios del venezolano, los cuales se ponen de manifiesto en situaciones de mayor adversidad. Examinaremos esos valores que definen el espíritu emprendedor, ilustrándolos a través de empresas familiares del sector agroindustrial, tomadas como referencia.

5. ESPÍRITU EMPRENDEDOR EN LA EMPRESA VENEZOLANA.

Cada persona es única, la define un conjunto de valores, creencias, pensamientos y actitudes que delimitan su comportamiento. Tal como lo refiere Sparano, H. (2014), si bien es cierto que Global Entrepreneurship Monitor (GEM), marca la tendencia del desarrollo de las regiones a través de la medición económica basada en recursos, eficiencia e innovación, también es cierto que no mide el comportamiento del individuo para un proceso emprendedor.

Es por ello, que nos referiremos a los valores que forman parte de ese espíritu emprendedor de los directores y fundadores de empresas familiares. Como se mencionó en el apartado anterior, presentaremos los aspectos comunes que identifican la situación actual de empresas venezolanas tomadas como referente, dentro del sector agroindustrial.

Tabla 1. Valores identificados en empresas familiares venezolanas.

Amor a la familia	Unión
Arraigo	Respeto
Sentido de pertenencia	Honestidad
Valor del trabajo	Compromiso

Fuente: Contreras, Díaz, 2019.

A partir del cuadro anterior, podríamos decir que el espíritu emprendedor se alimenta de valores para generar un valor agregado, el cual se fortalece en situaciones adversas e impulsa la capacidad para adaptarse de manera creativa e inteligente a los retos que supone entornos cambiantes y desafiantes.

Tal como se ha definido el espíritu emprendedor en esta investigación, se asemeja a lo que podría ser una marca de valor, para el mercado venezolano. En tanto contribuye a la generación de oportunidades, no sólo para los miembros de la familia que integran la empresa, sino por las posibilidades de incorporar a otros ciudadanos en la actividad productiva, permitiendo el desarrollo socio-económico de un país.

La importancia de desarrollar marcas de valor para generar relaciones que contribuyan al posicionamiento y sostenibilidad del producto en el mercado se traslada con igual fuerza al proceso de construcción de la marca personal basada en la ética y los valores, convirtiéndose en un elemento capaz de dar respuestas a las necesidades de la sociedad.

6. REFLEXIONES FINALES.

Para las sociedades del mundo, el desarrollo y fortalecimiento de su capacidad productiva, viene precedido por el espíritu emprendedor de los ciudadanos que apuestan por mejores espacios para el intercambio de ideas que generen bienestar y sostenibilidad.

Aun en las situaciones más adversas, en las que países como Venezuela, a través de sus indicadores tanto macro como microeconómico evidencian un descenso en su capacidad productiva, pueden también mostrar el mejor rostro del emprendimiento, basado en valores capaces de ser sostenibles empresas familiares y poder trascender a través de ese espíritu que lo convierte en una marca personal de impacto.

7. REFERENCIAS.

Bastidas, O. (2015): Los valores del emprendimiento. Artículo en: <http://www.rsevenezuela.com/los-valores-del-emprendimiento>. Recuperado el 15/08/2019.

Brandt, C. (2014): El Emprendimiento como mecanismo productivo de un país. Artículo en <http://proemprendimiento.com/emprendimiento-mecanismo-productivo-de-un-pais>.

Recuperado el 01/08/2019.

Díaz, M. (2015): Confianza para emprender en Venezuela. Artículo en: <https://prosprev.com/2015/12/06/confianza-para-emprender-en-venezuela-maria-consuelo-diaz-martinez>. Recuperado el 10/08/2019.

Rodríguez, A. (2014): Emprendimiento venezolano: mucho entusiasmo pero falta formación. Revista IESA en: <http://www.iesa.edu.ve/inicio/2014-marzo-31/1774=emprendimiento-venezolano-mucho-entusiasmo,-pero-falta-formacion>. Recuperado el 10/08/2019.

Rodríguez, A. (2018): ¿Como cuesta emprender en Venezuela? Artículo en: <https://www.analitica.com/actualidad/actualidad-nacional/emprender-en-venezuela-perdidas-y-muchos-riesgos>. Recuperado el 25/08/2019.

Sparano, H. (2014): Emprendimiento en América Latina y su impacto en la gestión de proyectos. Revista Dimensión Empresarial, vol. 12, núm. 2, p. 95-106.