



Universidad
de La Laguna

Departamento de Economía Aplicada
y Métodos Cuantitativos

La Empresa Familiar como factor clave para el desarrollo local del Estado de Mérida

Autora: María Auxiliadora Briceño Barrios

Directora: Dra. M^a Olga González Morales

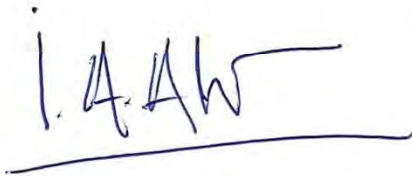
Co-director: Dr. José Antonio Álvarez González

Noviembre 2015

Dra. M^a Olga González Morales y Dr. José Antonio Álvarez González, profesores del Departamento de Economía Aplicada y Métodos Cuantitativos de la Universidad de La Laguna, en condición de Directora y Co-Director de tesis, respectivamente,

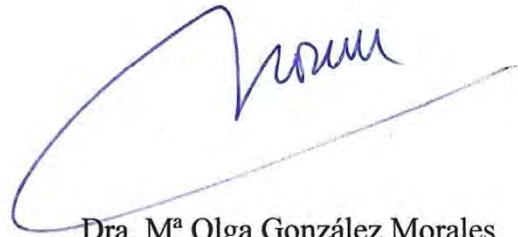
Hacen constar que el trabajo que presenta D^a María Auxiliadora Briceño Barrios, con el título *La Empresa Familiar como factor clave para el desarrollo local del Estado de Mérida*", reúne los requisitos de fondo y forma para su admisión a trámite y posterior defensa como Tesis Doctoral.

La Laguna, 1 de septiembre de 2015



Dr. José Antonio Álvarez González

Co-Director de la Tesis Doctoral



Dra. M^a Olga González Morales

Directora de la Tesis Doctoral

“El factor empresarial es un elemento central del proceso de desarrollo ... De él depende la aplicación a la producción de los recursos autóctonos, el aprovechamiento de las economías de escala y de los efectos externos presentes en el sistema de empresas y en el territorio, las conductas innovadoras, la adaptación a las condiciones cambiantes o el sostenimiento del proceso de acumulación de capital a escala local o regional...Los empresarios locales son los responsables de la movilización de los recursos presentes en un territorio y de la transformación de las estructuras socio-económicas locales ante situaciones de atraso relativo o crisis del modo de producción local”
(Romero, 2005, p. 3).

ÍNDICE DE CONTENIDO

Capítulo 1. Planteamiento del tema objeto de estudio	1
1.1. Introducción	3
1.2. Objetivos y estructura del trabajo	8
1.3. Descripción de las fuentes	11
1.4. Agradecimientos	13
Capítulo 2. La Empresa Familiar como objeto de estudio	15
2.1. Introducción	17
2.2. Antecedentes e importancia de la Empresa Familiar	18
2.3. Definición de Empresa Familiar	25
2.4. Estructura y funcionamiento de la Empresa Familiar	29
2.5. Filosofía, valores y objetivos de la Empresa Familiar	33
2.6. Diferencias entre Empresa Familiar y Empresa No Familiar	35
2.7. Otros aspectos característicos de la Empresa Familiar	39
2.7.1. Ciclo de vida de la Empresa Familiar	39
2.7.2. Factores internos y externos de las Empresas Familiares	42
2.8. Trabajos empíricos sobre Empresas Familiares. Variables estudiadas	48
2.9. A manera de resumen	59
Capítulo 3. El desarrollo local como marco referencial	63
3.1. Introducción	65
3.2. Definición de desarrollo local	67
3.3. Dimensiones del desarrollo local	73
3.4. Agentes del desarrollo local	77
3.5. Gestión empresarial y desarrollo	85
3.6. Las empresas como factor clave para el desarrollo local	95
3.7. Concentración de actividades económicas en un espacio territorial	104
3.8. Desarrollo local en América Latina	117
3.9. A manera de resumen	126
Capítulo 4. Políticas públicas de fomento y apoyo al sector empresarial y su vinculación con el desarrollo local	129
4.1. Introducción	131
4.2. Políticas públicas y empresas en el modelo de desarrollo local	132
4.3. Políticas públicas de fomento y apoyo al sector empresarial en América Latina y su vinculación con el desarrollo local	143
4.3.1. Situación de las PYME en países latinoamericanos	144
4.3.2. Principales aportes y limitaciones de las políticas públicas de fomento y apoyo a las PYME en países Latinoamericanos	152
4.4. Políticas públicas de fomento y apoyo al sector empresarial en Venezuela y su vinculación con el desarrollo local	156
4.4.1. Sistema Nacional de Planificación en Venezuela y su vinculación con políticas públicas del sector empresarial en el marco del desarrollo local	156
4.4.2. Ordenamiento jurídico dedicado a direccionar la actividad empresarial en Venezuela	170
4.5. A manera de resumen	174
Capítulo 5. Marco metodológico para medir la contribución de la Empresa Familiar al desarrollo local del Estado Mérida	177
5.1. Introducción	179
5.2. Alcance de la investigación: economía y sector empresarial con referencia a la Empresa Familiar	180
5.2.1. Alcance nacional: economía y sector empresarial venezolano con	

	referencia a la Empresa Familiar	180
5.2.2.	Alcance local: economía y sector empresarial merideño con referencia a la Empresa Familiar	191
5.3.	Bases metodológicas	198
5.3.1.	Criterios de distinción entre Empresas Familiares y Empresas No Familiares	199
5.3.2.	Indicadores empresariales para medir el desarrollo local	200
5.3.3.	Diseño y descripción del cuestionario	203
5.3.4.	Medición de las variables del estudio empírico	206
5.4.	Objetivos e hipótesis de la investigación	209
5.4.1.	Objetivo general	209
5.4.2.	Objetivos específicos	210
5.4.3.	Hipótesis de la investigación	210
5.5.	Diseño y cobertura de la muestra	211
5.5.1.	Población objetivo y marco muestral	212
5.5.2.	Diseño muestral y tamaño de la muestra	216
5.5.3.	Recolección de los datos y período de referencia	217
5.5.4.	Tratamiento de los datos obtenidos en la investigación	218
Capítulo 6. Resultados descriptivos de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares en el ámbito local del Estado Mérida		223
6.1.	Introducción	225
6.2.	Comparación entre Empresas Familiares y Empresas No Familiares. Estadística descriptiva	225
6.2.1.	Características de la Empresa	226
6.2.2.	Aspectos de la empresa relacionados con la Dimensión Económica	237
6.2.3.	Aspectos de la Empresa relacionados con la Dimensión Socio-Ambiental	245
6.2.4.	Aspectos de la Empresa relacionados con la Dimensión Tecnológica y de Innovación	254
6.2.5.	Aspectos de la Empresa relacionados con la Dimensión Institucional	259
6.3.	Prueba de significancia Chi-Cuadrado de las variables empleadas en el estudio	264
Capítulo 7. Resultados de los análisis estadísticos multivariantes de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares del Estado Mérida. Análisis cualitativo complementario de los resultados		267
7.1.	Introducción	269
7.2.	Modelo de Regresión Logística Binaria (MRL)	269
7.3.	Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM)	272
7.4.	Análisis cualitativo complementario de los resultados	294
7.4.1.	Fortalezas y Debilidades de las Empresas Familiares del Estado Mérida para contribuir con el desarrollo local	295
7.4.2.	Oferta Territorial	300
7.4.3.	Disponibilidad de recursos para el desarrollo local	304
7.4.4.	Oportunidades y Amenazas del Estado Mérida para contribuir con el desarrollo local	316
7.4.5.	Matriz FODA de las Empresas Familiares del Estado Mérida	318
Capítulo 8. Conclusiones y recomendaciones		331
8.1.	Conclusiones	333
8.2.	Recomendaciones	350
Referencias bibliográficas		353

Anexos		387
Anexo 1.	Encuesta modelo	389
Anexo 2.	Código CIU, Revisión 4	400
Anexo 3.	Tablas descriptivas de las respuestas al cuestionario: todas las variables por total de empresas	401
Anexo 4.	Tablas de contingencia: todas las variables por EF y ENF	411
Anexo 5.	Prueba de significancia Chi-cuadrado para todas las variables	421
Anexo 6.	Tabla de clasificación de las variables, según regresión logística (análisis de sensibilidad y especificidad)	442
Anexo 7.	Objetivos y metas del milenio para América Latina / Venezuela al 2010	444

ÍNDICE DE CUADROS

Nº 2.1.	Principales autores, instituciones e investigaciones relacionadas con la Empresa Familiar	20
Nº 2.2.	Las 10 mayores empresas controladas por familias en el mundo	23
Nº 2.3.	Propiedad de las 100 mayores corporaciones de Brasil, México y China	24
Nº 2.4.	Definiciones recientes sobre Empresa Familiar	28
Nº 2.5.	Interrelaciones entre grupos de interés en la Empresa Familiar	30
Nº 2.6.	Órganos de Gobierno	31
Nº 2.7.	Factores Internos y externos de la Empresa Familiar	47
Nº 2.8.	Resumen de trabajos empíricos sobre Empresas Familiares. Variables estudiadas	58
Nº 3.1.	Definiciones recientes sobre desarrollo: concepto multidimensional	71
Nº 3.2.	Dimensiones del desarrollo local	77
Nº 3.3.	Rol de los agentes públicos y privados en el desarrollo local	79
Nº 3.4.	Perspectivas sobre concentración de actividades económicas para el desarrollo local	107
Nº 3.5.	Experiencias de economías de aglomeración en territorios o localidades específicas	109
Nº 3.6.	Cuatro factores presentes en el territorio para estimular la competitividad de las empresas	114
Nº 3.7.	Resultados de los objetivos y metas del milenio para América Latina / Venezuela al 2010	121
Nº 4.1.	Diferencias entre las políticas de desarrollo	139
Nº 4.2.	Principales diferencias entre las políticas tradicionales de arriba-abajo y los enfoques de abajo-arriba adoptados por DEL	139
Nº 4.3.	Experiencias de desarrollo local en América Latina	142
Nº 4.4.	Características generales de las PYME en países Latinoamericanos al 2011	145
Nº 4.5.	Políticas Públicas e Instituciones de fomento y apoyo a las PYME en países Latinoamericanos al 2011	148
Nº 4.6.	Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007. Objetivos y estrategias	158
Nº 4.7.	Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013. Directrices y objetivos	161
Nº 4.8.	Ley del Plan de la Patria. Metas Nacionales para el período 2013-2019	162
Nº 4.9.	ZEDES: esfuerzos necesarios para el logro de objetivos	166
Nº 4.10.	Ubicación de los Núcleos de Desarrollo Endógeno en Venezuela	167
Nº 4.11.	Plan de Desarrollo de la Región Andina 2005	168
Nº 4.12.	Ordenamiento jurídico dedicado a direccionar la actividad empresarial en Venezuela	171
Nº 5.1.	Tamaño de las empresas en Venezuela según el número de trabajadores	190
Nº 5.2.	Unidades económicas según estrato de ocupación	191
Nº 5.3.	Tamaño de las industrias en Venezuela según el número de trabajadores y el volumen de ventas anuales	191
Nº 5.4.	Situación física del Estado Mérida	192
Nº 5.5.	Densidad poblacional del Estado Mérida por Municipio	193
Nº 5.6.	Promedio de años de estudio de la población del Estado Mérida por actividad económica	194

Nº 5.7.	Empleo de la población del Estado Mérida por Actividad económica	195
Nº 5.8.	Empleo de la población del Estado Mérida por Categoría de empleados	196
Nº 5.9.	Municipios con mayor concentración de unidades empresariales	197
Nº 5.10.	Investigaciones sobre Empresa Familiar en el Estado Mérida	197
Nº 5.11.	Orientaciones sobre los indicadores de las Empresas para conocer su conducta y contribuciones en lo relacionado con el desarrollo económico, social y sostenible	201
Nº 5.12.	Indicadores de las Empresas para conocer su conducta y contribuciones en lo relacionado con el desarrollo económico, social y sostenible	202
Nº 5.13.	Estructura del cuestionario	204
Nº 5.14.	Descripción de las variables del estudio empírico	207
Nº 5.15.	Total de empresas de los municipios del Estado Mérida por actividad económica	214
Nº 5.16.	Total de empresas en cinco principales municipios del Estado Mérida por tamaño y actividad económica	215
Nº 5.17.	Diseño muestral estratificado	216
Nº 5.18.	Ficha técnica de la investigación	218
Nº 6.1.	Grupo familiar que posee más del 50% de las acciones de la empresa	226
Nº 6.2.	Desde el inicio de las operaciones la propiedad se ha mantenido en manos de un mismo grupo familiar	226
Nº 6.3.	Intención de mantener la propiedad de la empresa en manos del mismo grupo familiar	227
Nº 6.4.	Funciones directivas a cargo de miembros de un grupo familiar	227
Nº 6.5.	Desde el inicio de las operaciones la dirección se ha mantenido en manos de un mismo grupo familiar	227
Nº 6.6.	Mayor número de veces que las empresas respondieron afirmativamente a cada uno de los elementos por separado	228
Nº 6.7.	Número de Empresas Familiares respecto al total de empresas	229
Nº 6.8.	Condición jurídica de las empresas	230
Nº 6.9.	Actividad económica de las empresas	230
Nº 6.10.	Antigüedad de las empresas	231
Nº 6.11.	Número de empleados (sin incluir socios o propietarios)	232
Nº 6.12.	Variación en el número de empleados respecto al año anterior	232
Nº 6.13.	Nivel educativo de los propietarios y/o gerentes de la empresa	233
Nº 6.14.	Número de trabajadores propietarios y socios activos	234
Nº 6.15.	Número de personal permanente. Categoría: empleado	234
Nº 6.16.	Número de personal permanente. Categoría: obrero	235
Nº 6.17.	Número de personal. Categoría: <i>outsourcing</i>	235
Nº 6.18.	Número de personal. Categoría: eventual (estacionario)	236
Nº 6.19.	Total de trabajadores de la empresa (incluyendo socios o propietarios)	236
Nº 6.20.	Trabajadores en condiciones especiales	237
Nº 6.21.	Impuestos municipales	238
Nº 6.22.	Impuestos nacionales	239
Nº 6.23.	Monto en bolívares pagado por concepto de Impuesto Sobre La Renta del último año	241
Nº 6.24.	Monto en bolívares por concepto de ventas brutas según la declaración de ISLR del último año	242
Nº 6.25.	Monto en bolívares por concepto de remuneración a la mano de obra empleada (sueldos y salarios en dinero) según la declaración de ISLR del último año	242
Nº 6.26.	Destino en porcentaje (%) de las ventas anuales de la empresa en relación con el mercado	243

Nº 6.27.	Origen en porcentaje (%) de las compras anuales de productos o materia prima en relación con el mercado	244
Nº 6.28.	Contribuciones que otorga la empresa a la comunidad	246
Nº 6.29.	Beneficios laborales que otorga la empresa a sus trabajadores en dinero	247
Nº 6.30.	Beneficios laborales que otorga la empresa a sus trabajadores en especie	249
Nº 6.31.	Otros beneficios laborales obligatorios que otorga la empresa a sus trabajadores	250
Nº 6.32.	Otros beneficios laborales voluntarios que otorga la empresa a sus trabajadores	251
Nº 6.33.	Prácticas ecológicas llevadas a cabo en la empresa	253
Nº 6.34.	Acciones para el cuidado del medio ambiente en que participa la empresa	254
Nº 6.35.	En el último año ha introducido cambios o innovaciones en sus procesos, productos, servicios o estructura organizativa	255
Nº 6.36.	Cambios o innovaciones introducidos en procesos, productos, servicios o estructura organizativa de la empresa	256
Nº 6.37.	Recursos tecnológicos de que dispone la empresa	257
Nº 6.38.	Estrategias utilizadas por las empresas para competir en el mercado	258
Nº 6.39.	La empresa ha recibido financiamiento por parte de instituciones de carácter privado	259
Nº 6.40.	La empresa ha recibido financiamiento por parte de instituciones de carácter público	260
Nº 6.41.	Instituciones con las que las empresas mantienen convenios de cooperación	261
Nº 6.42.	Instituciones de las que las empresas reciben servicios empresariales o educativos	262
Nº 6.43.	Tipo de convenio o servicio que mantiene o recibe de las instituciones	263
Nº 6.44.	Prueba de Significancia Chi-Cuadrado. Sección I: características de la Empresa	265
Nº 6.45.	Prueba de Significancia Chi-Cuadrado. Sección II: aspectos de la empresa relacionados con la economía local	266
Nº 6.46.	Prueba de Significancia Chi-Cuadrado. Sección III: aspectos de la Empresa relacionados con lo Socio-Ambiental	266
Nº 6.47.	Prueba de Significancia Chi-Cuadrado. Sección V: aspectos de la empresa relacionados con sus Interlocutores (gobierno, universidad y otras empresas)	266
Nº 7.1.	Modelo de Regresión Logística Binaria. Estimación de la probabilidad de que una empresa sea Empresa Familiar	271
Nº 7.2.	Nivel de análisis de los modelos de desarrollo local	302
Nº 7.3.	Componentes y requerimientos de la oferta territorial	303
Nº 7.4.	Componentes o requerimientos de la oferta territorial: soporte físico	304
Nº 7.5.	Componentes o requerimientos de la oferta territorial: promoción económica	307
Nº 7.6.	Componentes o requerimientos de la oferta territorial: financiación y fiscalidad	309
Nº 7.7.	Componentes o requerimientos de la oferta territorial: formación y asesoría	310
Nº 7.8.	Componentes o requerimientos de la oferta territorial: gestión municipal	311
Nº 7.9.	Componentes o requerimientos de la oferta territorial: recursos humanos	312

Nº 7.10.	Estrategias Fortalezas/Oportunidades FO	319
Nº 7.11.	Estrategias Fortalezas/Amenazas FA	322
Nº 7.12.	Estrategias Debilidades/Oportunidades DO	325
Nº 7.13.	Estrategias Debilidades/Amenazas DA	329

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Nº 7.1.	Factores característicos de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida (Hipótesis 1)	274
Nº 7.2.	Factores característicos de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Categorías de trabajadores y trabajadores en condiciones especiales (Hipótesis 1)	275
Nº 7.3.	Dimensión Económica de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Impuestos municipales (Hipótesis 2)	277
Nº 7.4.	Dimensión Económica de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Impuestos nacionales (Hipótesis 2)	278
Nº 7.5.	Dimensión Económica de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Monto de ISLR, Ventas brutas, Remuneración a mano de obra (Hipótesis 2)	279
Nº 7.6.	Dimensión Económica de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Destino de las ventas (Hipótesis 2)	280
Nº 7.7.	Dimensión Económica de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Origen de las compras (Hipótesis 2)	281
Nº 7.8.	Dimensión Socio-Ambiental de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Contribuciones a la comunidad (Hipótesis 3)	282
Nº 7.9.	Dimensión Socio-Ambiental de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Beneficios laborales en dinero (Hipótesis 3)	283
Nº 7.10.	Dimensión Socio-Ambiental de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Beneficios laborales en especie (Hipótesis 3)	283
Nº 7.11.	Dimensión Socio-Ambiental de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Otros beneficios laborales obligatorios (Hipótesis 3)	284
Nº 7.12.	Dimensión Socio-Ambiental de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Otros beneficios laborales voluntarios (Hipótesis 3)	285
Nº 7.13.	Dimensión Socio-Ambiental de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Prácticas ecológicas (Hipótesis 3)	286
Nº 7.14.	Dimensión Socio-Ambiental de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Acciones para el cuidado del medio ambiente (Hipótesis 3)	286
Nº 7.15.	Dimensión Tecnológica y de innovación de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Cambios o innovaciones (Hipótesis 4)	288
Nº 7.16.	Dimensión Tecnológica y de innovación de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Tipos de cambios o innovaciones (Hipótesis 4)	289
Nº 7.17.	Dimensión Tecnológica y de innovación de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Recursos tecnológicos disponibles (Hipótesis 4)	289
Nº 7.18.	Dimensión Tecnológica y de innovación de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Estrategias para competir en el mercado (Hipótesis 4)	290
Nº 7.19.	Dimensión Institucional de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Financiamiento público y privado recibido (Hipótesis 5)	291
Nº 7.20.	Dimensión Institucional de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Convenios de cooperación (Hipótesis 5)	292
Nº 7.21.	Dimensión Institucional de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Servicios empresariales o educativos (Hipótesis 5)	292
Nº 7.22.	Dimensión Institucional de las Empresas Familiares y Empresas No	

ÍNDICE DE FIGURAS

Nº 2.1.	Etapas en el desarrollo de la familia empresaria	40
Nº 2.2.	Ciclo de la vida de las Empresas Familiares	41
Nº 3.1.	Escuelas teóricas que influyen en la teoría económica de los <i>clusters</i>	105
Nº 4.1.	Sistema Nacional de Planificación	157
Nº 4.2.	Modelo de desarrollo endógeno y soberano	159
Nº 4.3.	Sistema Nacional Venezolano de Fomento a la PYME	163
Nº 4.4.	Espacios regionales	165

CAPÍTULO 1

PLANTEAMIENTO DEL TEMA OBJETO DE ESTUDIO

1.1. Introducción

Las empresas como agentes dinamizadores de los procesos de desarrollo desempeñan un importante papel para liderar estos procesos y movilizar los recursos disponibles. Especialmente, la importancia de las Empresas Familiares radica en la contribución de este tipo de negocio a la dinámica de la economía mundial, evidenciándose en el hecho de que estas empresas constituyen gran parte del tejido empresarial de la mayoría de los países con economías medianamente desarrolladas, siendo especialmente significativa su presencia en el ámbito de las Pequeñas y Medianas Empresas (PYME).

Las Empresas Familiares son unidades empresariales en las que un grupo familiar posee la propiedad y el control de los recursos de la empresa y sus miembros participan en la dirección del negocio y en la toma de decisiones. Este rasgo particular hace de los negocios de familia entidades económicas conocidas a lo largo de muchos años y que forman parte de la historia de una localidad, pues han contribuido a fortalecer los vínculos o relaciones que estos agentes fomentan como resultado de su actividad productiva.

El argumento sostenido en esta tesis doctoral, es que las Empresas Familiares pueden constituirse en el factor clave para el desarrollo local del Estado Mérida. En este trabajo se intenta justificar que este tipo de empresa puede ser el elemento dinamizador de la economía de una localidad ubicada en el occidente venezolano, específicamente en la región andina, siendo su localización geográfica elemento favorable para el predominio de la agricultura y el turismo, que, junto con el comercio, constituyen las actividades económicas principales de esta región.

La capacidad empresarial innovadora a nivel local constituye un elemento importante para liderar los procesos de desarrollo y movilizar los recursos disponibles. La dinámica económica tiene en los empresarios un recurso potencial pues su diario quehacer genera eslabonamientos productivos evidenciados en los volúmenes de ventas, servicios prestados, unidades producidas, puestos de trabajo, e incluso, en los vínculos o relaciones que estos agentes fomentan como resultado de su actividad productiva. Si a esto se suma las potencialidades de un territorio: localización, recursos naturales y ambientales, capacidad tecnológica, instituciones educativas, se puede obtener una combinación de factores aprovechables para estimular la productividad y la competitividad.

La introducción constante de innovaciones tecnológicas y organizativas en la base productiva de las empresas, es un elemento determinante del incremento de la productividad y competitividad. Esto significa que, aún cuando no todas las unidades empresariales tienen

como objetivo competir en los mercados internacionales, éstos deben constituir una referencia obligada para estimular las mejoras y el incremento de la eficiencia productiva de las empresas que operan en mercados circunscritos a una localidad.

Desarrollar una actividad económica local no debe ser un factor condicionante para la formulación de objetivos nacionales o internacionales de mediano o largo plazo. De igual modo, en lugar de ver las características de los mercados locales como limitantes, éstas pueden verse como ventajas comparativas susceptibles de convertirse en ventajas competitivas, al fortalecer las redes productivas y afianzar los lazos entre sus agentes: empresas, gobiernos, instituciones educativas, comunidades, entre otros.

También es importante considerar que en determinados momentos históricos la humanidad ha experimentado reestructuraciones de gran profundidad en los diferentes ámbitos: económico, social, institucional y cultural, que implican una verdadera ruptura con las formas de producir, pensar y actuar de las sociedades, con los valores básicos y con las instituciones preexistentes y, en general, con el tipo de relaciones entre actores económicos, sociales y políticos. Se trata de procesos de transformación productiva, organizativa y social, de los que emerge una fase de transición entre lo viejo y lo nuevo.

El proceso de adaptación de las sociedades a estos cambios inminentes depende mucho de su cultura, recursos disponibles, capacidad tecnológica, grado de desarrollo, nivel educativo, entre otros factores. Por lo que no todas las sociedades reaccionan de la misma forma ante estos cambios.

Actualmente las sociedades atraviesan procesos de reestructuración que se evidencian en la integración entre países, producto de una progresiva desregulación que incide sobre los intercambios económicos, fortaleciendo algunas regiones y disolviendo los límites territoriales. Este proceso de transformación se caracteriza por los avances tecnológicos, transnacionalización de las actividades humanas, implantación de valores universales y surgimiento de una comunidad global o sociedad internacional. Sin embargo, el surgimiento de esta comunidad global o sociedad internacional no significa que el mundo esté políticamente más unido ni económicamente más homogéneo. Los intercambios que se suscitan en este escenario son muy distintos en cuanto a su alcance y resultados. Los actores de este proceso no han logrado asimilar de la misma manera los efectos de esta nueva situación, lo cual ha producido desigualdades y desequilibrios entre algunos países y regiones.

De ello surge la idea del desarrollo local como modelo económico, que busca dar respuesta a inequidades o problemas que ha venido padeciendo la humanidad en los últimos años,

fundamentalmente pobreza y desigualdad de oportunidades entre países y entre regiones de un mismo país.

En algunas regiones del mundo, como es el caso de los países latinoamericanos, estos problemas son de tal magnitud y demandan tanta atención que los respectivos gobiernos y comunidades no disponen de espacio en sus agendas políticas y económicas para atender otras situaciones como la protección del medio ambiente y el mejoramiento de los sistemas educativos. Estos, aún cuando constituyen una tendencia mundial –especialmente en los países desarrollados–, escasamente representan una prioridad en los países en vías de desarrollo. Ello se debe a que situaciones de inseguridad, delincuencia, falta de vivienda, problemas de salud y alimentación, empleo, entre otros factores, constituyen necesidades básicas no resueltas que reclaman todo su tiempo y dedicación.

En consecuencia, el modelo de desarrollo local se plantea como una posible solución a estos problemas y desigualdades sociales. Este modelo de desarrollo, según lo planteado por Vázquez Barquero (1988, p. 129), “es un proceso de crecimiento económico y cambio estructural que conduce a una mejora del nivel de vida de la población local y en el cual pueden distinguirse varias dimensiones: dimensión territorial, dimensión económica, dimensión social, dimensión institucional, político-administrativa o cooperativa; dimensión cultural y dimensión ambiental”.

En este sentido, esta forma de entender el desarrollo exhibe unos elementos característicos: su carácter local, dado que se circunscribe a un territorio; su dimensión social y que sus acciones se dirigen preferentemente a la creación de empleo, primando el desarrollo personal; su dimensión institucional, pues en ella intervienen las administraciones públicas; su dimensión económica, pues se requieren iniciativas rentables y eficientes; su dimensión cooperativa, con la colaboración e implicación de múltiples organismos colectivos; su dimensión cultural, en la que los valores e instituciones locales permiten impulsar o respaldar el proceso de desarrollo y su dimensión ambiental con el fin de asegurar un desarrollo sostenible.

Por ello, cuando las comunidades organizadas logran –mediante su trabajo– elevar su nivel de vida (mejores vías comunicación, servicios públicos, viviendas, empleo, colegios, universidades, escuelas, centros de salud, abastecimiento) se puede decir que dicha comunidad ha alcanzado un alto nivel en su calidad de vida y esto trasciende el mero hecho económico y lo supera.

Un país puede mostrar cifras de crecimiento económico y no mostrar desarrollo. En palabras de Gutiérrez (2007, p. 272), “la visión de desarrollo basado en crecimiento económico ha sido

superada, dado que el ingreso per cápita de un país no dice nada sobre cómo éste se distribuye y se traduce en más bienestar y calidad de vida para la gente”. Asimismo, señala Berumen (2007) que desarrollo y crecimiento son en realidad dos procesos diferentes: el crecimiento se orienta a una trayectoria de insostenibilidad, mientras que el desarrollo se interesa en ser sostenible. Sin embargo, afirma este autor, el desarrollo no es posible si antes no se produce un proceso de crecimiento. Es gracias a la dinámica que se genera en los procesos de cambio acumulativo –característicos del crecimiento económico– que son posibles las transformaciones radicales –típicas del desarrollo económico–.

De igual modo, la experiencia de otros países ha demostrado que el asistencialismo gubernamental como vía para estimular el desarrollo no ha sido suficiente para superar los problemas de marginalidad y pobreza. De ahí que se requieran acciones más contundentes, en las que todos los actores nacionales y locales participen del proceso.

En consecuencia, el fomento y creación de un entorno innovador se convierte en uno de los principales objetivos del desarrollo local, ya que el territorio es un factor decisivo de desarrollo y, como tal, debe dotarse de condiciones que propicien la creatividad y estimulen la capacidad empresarial. En este sentido, la convergencia de esfuerzos por parte de los actores locales (alcaldías municipales, centros de capacitación, instituciones de enseñanza media y de formación profesional, universidades, asociaciones o cámaras empresariales, sindicatos, organizaciones civiles) constituye una importante tarea a fin de lograr la vinculación en redes de estos actores y, con ello, mejorar la eficiencia productiva y la competitividad de las entidades locales.

Es aquí donde el desempeño de las empresas como unidades dinamizadoras de la actividad económica juega un importante rol. En este modelo de desarrollo local se supera el viejo estilo tradicional de acción pública dirigida a ofrecer subvenciones a las empresas. Se pasa de esta manera a un modelo caracterizado por la creación de condiciones favorables a los emprendimientos productivos, mediante la creación de entornos innovadores que permitan –especialmente a las empresas de pequeña y mediana dimensión–, el acceso a servicios empresariales de apoyo al comercio y a la producción, a convenios de cooperación interinstitucionales o a servicios de apoyo financiero.

De manera particular, las empresas propiedad de un grupo familiar tienen –entre sus principales características– la continuidad o intención manifiesta de los dueños de conservar en el futuro la propiedad de la empresa en manos de miembros de la misma familia. Este rasgo

está vinculado a la antigüedad de los negocios, entendida como el número de años que tiene la entidad desde el inicio de sus actividades.

Estos factores contribuyen con el arraigo de la empresa en una localidad, al tiempo que fomentan las relaciones interpersonales con miembros de la comunidad y fortalecen los vínculos e intercambios con otros empresarios. Con ello se estimula la confianza que, aún cuando constituye un elemento intangible difícil de cuantificar, representa un *factor clave* en el ámbito de los negocios. Se convierte así en una especie de capital relacional, que algunos autores han denominado *capital social, intangible o sinérgico* (Boisier, 1999a; Coleman, 1990; Fukuyama, 2003; Kliksberg & Tomassini, 2000; Kliksberg, 2002; Robinson, Siles & Schmid, 2003).

De ahí que en esta investigación se plantea la tesis de que la Empresa Familiar merideña puede constituirse en el factor clave, dinamizador de la economía de una región, teniendo como marco referencial el modelo de desarrollo local que tantas bondades ha demostrado en otras localidades. Como se explica más adelante, la idea de *factor clave* se materializa gracias a la aparición de un insumo particular de bajo coste y suministro ilimitado, que cambia cualitativamente los productos o servicios; ello, bajo el supuesto de que las características particulares de las Empresas Familiares, combinadas con oportunidades del Estado Mérida, pueden contribuir a hacer de este territorio una región más productiva y competitiva. De esta forma se sustenta la idea de que las empresas, como recurso territorial, representan un elemento determinante y pueden contribuir al desarrollo en la medida en que las innovaciones empresariales, tecnológicas y de gestión, constituyen el factor que dinamiza la economía.

Desde la perspectiva del desarrollo local, este elemento distintivo se considera un *factor clave* para propiciar este modelo de desarrollo en una localidad como Mérida (Venezuela), pues facilita la conformación de redes interorganizacionales e interempresariales. Se generan así eslabonamientos productivos que pueden contribuir al fomento de la competitividad y la productividad, en un territorio declarado zona libre cultural, científica y tecnológica, en donde convergen una Universidad bicentenario y de gran prestigio a nivel nacional e internacional, un Parque Tecnológico y un conjunto de empresas que –en su mayoría– son familiares.

Por ello, en el apartado 1.2 se muestra el planteamiento de esta investigación a través de los objetivos formulados, así como una breve descripción de la estructura seguida en este trabajo, para dar cumplimiento a los mismos. En el apartado 1.3 se describe las fuentes primarias y secundarias empleadas como soporte del trabajo, debidamente referidas en la bibliografía.

Finalmente, el apartado 1.4 se dedica a los agradecimientos generales y de forma particular, a personas que hicieron posible la culminación de este trabajo.

1.2. Objetivos y estructura del trabajo

En esta investigación se plantea analizar la gestión de la Empresa Familiar y su papel dentro del ámbito local del Estado Mérida (Venezuela). El propósito pretendido es que los resultados de este estudio contribuyan a mejorar el rol que desempeña este tipo de negocio. Esto, a su vez, le podría servir de apoyo a estas empresas para lograr su inserción en los procesos de cambio y contribuiría a convertir a la Empresa Familiar en un factor clave para el desarrollo del Estado, todo ello dentro del marco del modelo de desarrollo local.

Para dar cumplimiento a este planteamiento general, se formulan una serie de proposiciones específicas que van desde conocer el desempeño de estas organizaciones en otros escenarios, al tiempo que se caracteriza y se revisa la gestión de los negocios de familia en Venezuela y el marco regulatorio que permite direccionar la actividad empresarial en este país; así como también, se desarrolla un marco referencial sobre desarrollo local que sirve de apoyo contextual. Todo este trabajo teórico previo sustenta la parte empírica de la investigación, que está basada en la descripción de la gestión de las Empresas Familiares merideñas y su importancia en la localidad. Esto permite, al finalizar el trabajo, enunciar los elementos clave en la gestión de las Empresas Familiares merideñas para lograr que éstas contribuyan al desarrollo local del Estado.

Cabe destacar que para la consecución de las proposiciones u objetivos planteados, resultó de gran utilidad construir un marco teórico referencial que posteriormente permitió contrastar y analizar los resultados del estudio empírico con mayor propiedad. En este sentido, en el Capítulo 2 se tratan aspectos y características de la Empresa Familiar, objeto de estudio de esta investigación. Para ello se consideró apropiado abordar los temas relacionados con: antecedentes, definición, estructura y funcionamiento, filosofía, valores y objetivos, diferencias respecto a otros tipos de empresa, así como otros aspectos característicos de la Empresa Familiar. Finalmente, el Capítulo concluye con un apartado dedicado a la revisión de otros trabajos empíricos sobre la Empresa Familiar, con especial atención en las variables estudiadas.

En el Capítulo 3 se describe un marco teórico referencial sobre desarrollo local. El mismo representa el parámetro con el cual contrastar lo obtenido en la recogida de datos provenientes del sector empresarial merideño –relacionado con la estructura y

funcionamiento de las empresas de la muestra– y su vinculación con las dimensiones que plantea el modelo de desarrollo local. Se tomaron como referencia las dimensiones teóricas de diferentes autores, combinando especialmente las propuestas por Boisier (1999b), Cuervo (1999), Gallicchio (2004), Sanchís (2010) y Vázquez Barquero (1988). Para el desarrollo de esta tesis se eligieron las dimensiones: económica, socio-ambiental, tecnológica y de innovación e institucional. Cada una de estas dimensiones se estudió sobre la base de variables e indicadores que se ordenaron en un instrumento de recolección de datos (Anexo 1).

El Capítulo 4 presenta en su contenido las políticas públicas de desarrollo local con incidencia en el sector empresarial, comenzando con una breve descripción del estilo de políticas empleadas en los modelos de desarrollo local, así como el rol desempeñado por los organismos responsables de su implementación basado en la animación del resto de los actores y promoción de estas guías de acción. Seguidamente se explican algunas características de las políticas públicas de fomento del sector empresarial en América Latina y su incidencia en el desarrollo local. Para el caso específico de Venezuela, se trata lo concerniente a políticas públicas de fomento al sector empresarial en Venezuela y su vinculación con el desarrollo local, visto a través de: el Sistema Nacional de Planificación en Venezuela y sus nexos con políticas públicas de desarrollo local y el ordenamiento jurídico venezolano en materia de actividad económica y comercial, como base para direccionar la actividad del sector empresarial.

En el Capítulo 5 se presenta el marco metodológico para medir la contribución de la Empresa Familiar al desarrollo local del Estado Mérida. Con este fin se comienza describiendo el ámbito espacial en el que se realiza la investigación, utilizando como criterio de presentación de este contenido: primero, el ámbito general; y, después, la descripción del ámbito particular. En consecuencia, se inicia con la caracterización del ámbito nacional, a saber: economía venezolana, sector empresarial venezolano, Empresa Familiar en Venezuela; luego se aborda la caracterización del ámbito local, a través de: una breve descripción de las empresas de Mérida y una breve descripción de aspectos relacionados con densidad poblacional, actividades económicas, años de estudio de la población por actividades económicas y empleo, con el propósito de caracterizar la situación económica del Estado Mérida.

Seguidamente se abordan las bases metodológicas referidas a los criterios empleados para distinguir entre Empresas Familiares (EF) y Empresas No Familiares (ENF) y los Indicadores Empresariales para medir el desarrollo local. Para ello se empleó como parámetro de referencia un trabajo propuesto por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) que, a través del Grupo de Trabajo Intergubernamental de Expertos en

Normas Internacionales de Contabilidad y Presentación de Informes (ISAR), presenta una propuesta de Indicadores para medir el desempeño de las empresas y su contribución al Desarrollo Económico y Social (UNCTAD, 2003; UNCTAD, 2006; UNCTAD, 2007). Asimismo, se incluye un apartado dedicado a la selección y medición de las variables, en donde éstas son descritas de forma resumida considerando los conceptos teóricos incorporados en capítulos precedentes. Finalmente, se incluyen los objetivos y las hipótesis de la investigación y el diseño y cobertura de la muestra.

En el Capítulo 6, cuyo contenido está basado en los resultados empíricos del estudio presentados a través de estadística descriptiva, se trabajó en primer lugar en la distinción entre Empresas Familiares (EF) y Empresas No Familiares (ENF) de Mérida; ello con el fin de explicar la importancia de estos negocios en la localidad donde se hace el estudio. Para ello se separaron las empresas de la muestra en EF y ENF, considerando las variables propiedad, dirección y continuidad, tal como se expresa en la teoría revisada al respecto.

En segundo lugar, se procedió a determinar y explicar la importancia de las Empresas Familiares en el Estado Mérida a través de indicadores tales como: actividad económica, municipio, tamaño, número de EF respecto al total, vinculación de las EF con los sectores económicos más importantes de la localidad, entre otros aspectos.

En tercer lugar, se midió la contribución de las EF y ENF al desarrollo local. Allí se contrastó su gestión empresarial en relación con el cumplimiento, consideración o incorporación de algunos de los postulados del desarrollo local indicados en sus dimensiones teóricas, con la finalidad de determinar si las empresas realizan algunas prácticas que contribuyan con este modelo de desarrollo o son susceptibles de introducir mejoras en estas condiciones. Finalmente, se procedió a calcular la significancia estadística de las variables estudiadas a través de la prueba Chi-cuadrado, como paso previo a la aplicación de modelos estadísticos para el análisis cuantitativo de los resultados y la posterior interpretación de los datos a través del uso de la técnica cualitativa Análisis FODA.

En el Capítulo 7 se presentaron los resultados obtenidos de la aplicación de técnicas estadísticas tales como el Análisis de Regresión Logística, el cual permitió relacionar una variable dependiente dicotómica (EF y ENF) con una o más variables independientes cuantitativas o categóricas. Este análisis contribuyó a identificar al grupo de variables que mejor explican la condición de familiaridad de las empresas objeto de estudio, con lo que se pudo determinar un perfil de las Empresas Familiares del Estado Mérida.

Otra técnica de estadística empleada fue el Análisis de Correspondencias Múltiples, que no es más que el análisis factorial exploratorio para datos categóricos multivariados que en un espacio dispuesto en planos o dimensiones permitió visualizar la correspondencia entre la tipología de empresa estudiada (EF y ENF) y el resto de variables en estudio. Finalmente, en esta sección del trabajo se aplicó una técnica gerencial de análisis cualitativo de los datos obtenidos: el Análisis FODA. Se obtuvo así una combinación de factores internos característicos de las Empresas Familiares de Mérida con factores externos del territorio, todo lo cual permitió formular algunas estrategias para la acción. Finalmente, en el Capítulo 8 se desarrollaron las conclusiones y recomendaciones resultantes en esta investigación.

1.3. Descripción de las fuentes

Para la realización de este trabajo se han empleado tanto fuentes primarias como fuentes secundarias.

Fuentes primarias: conformadas por el conjunto de datos provenientes del sector empresarial merideño, cuya consecución se llevó a cabo aplicando el instrumento de recolección de datos antes señalado a un grupo de empresas seleccionadas aleatoriamente. Estas empresas fueron escogidas utilizando el muestreo aleatorio simple estratificado, empleando como marco muestral el Directorio de empresas del Estado Mérida del IV Censo Económico¹ (IVCE) realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE, organismo adscrito al Ministerio del Poder Popular para la Planificación y el Desarrollo-MPPPD). Este Censo constituye la iniciativa más actualizada en materia de Función Pública Estadística con cobertura nacional, cuya finalidad es poner a disposición de usuarios públicos y privados, información actualizada sobre la actividad económica desarrollada en el territorio nacional.

De este Directorio se seleccionaron 5 municipios (de un total de 23 que conforman al Estado Mérida), por ser en ellos en donde se concentra el 77,85% del total de unidades empresariales de toda la entidad federal. Se usaron como criterios de estratificación: el tamaño de las empresas, el municipio donde están ubicadas y la actividad económica a la que se dedican. Todo esto se explica con detalle en el Capítulo 5.

¹ El IVCE de Venezuela (INE, 2007) constituye la versión más actualizada de una plataforma informativa de gran provecho para organismos, instituciones públicas y privadas y usuarios particulares, considerando que la anterior versión denominada III Censo Económico Directorio de Establecimientos de Venezuela, data de 1968. Sin embargo, a la fecha el INE sólo ha publicado resultados preliminares de esta iniciativa estadística nacional. Los resultados preliminares del IVCE de Venezuela pueden consultarse en la sección *Aspectos Económicos* del portal del INE, en <http://www.ine.gob.ve>.

Fuentes secundarias: conformadas por datos generados para otros fines distintos a los perseguidos en esta investigación, pero que sirven de base para darle sustento y rigurosidad a la misma:

a) Documentos y sitios oficiales, leyes, decretos, reglamentos, publicados por entidades gubernamentales de Venezuela y de otros países tales como:

a.1. De Venezuela: Banco Central de Venezuela, BCV (2007, 2011); Cámara de Comercio e Industria del Estado Mérida, CACOIME (2014); Consejo Nacional de Promoción de Inversiones, CONAPRI (2005, 2010); Corporación Parque Tecnológico de Mérida, CPTM (2006); FEDECÁMARAS (2013); Feria Internacional del Sol, Ferisol (2007); Fundación para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología del Estado Mérida, FUNDACITE-Mérida (2008); Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales, IIES-FACES-ULA (1999); Instituto Nacional de Estadística, INE (2000, 2004, 2007, 2012, 2013); Mercado Principal de Mérida, MPM (2011); Ministerio del Poder Popular de Economía, Finanzas y Banca Pública, MPPEFBP (2014); Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información, MINCI (2004, 2011); Ministerio del Poder Popular para la Planificación y el Desarrollo, MPPPD (2000, 2001, 2006); Ministerio del Poder Popular para la Planificación y el Desarrollo CORPOANDES (2005); Observatorio Económico Legislativo de Centro de Divulgación del Conocimiento Económico, OELCEDICE (2013); Programa Andes Tropicales, PAT (2012); República Bolivariana de Venezuela, RBV (1997, 2000, 2001, 2002, 2005a, 2005b, 2006, 2007, 2008a, 2008b, 2009, 2010a, 2010b, 2010c, 2011, 2012, 2013); República Bolivariana de Venezuela-Asamblea Nacional, RBV (1993, 2006); República Bolivariana de Venezuela-Ministerio del Poder Popular de Economía, Finanzas y Banca Pública-SENIAT, RBV-MPPEFBP-SENIAT (2015); República Bolivariana de Venezuela-Presidencia de la República, RBV (1994, 2015a, 2015b); República de Venezuela (1955, 1982); Trolebús de Mérida C.A., Tromerca (2013); Universidad de Los Andes, ULA (2015); Zona Libre Científica Cultural y Tecnológica de Mérida, ZOLCCYT (2010).

a.2. De otros países: Asociación para el Desarrollo de la Empresa Familiar de Madrid, ADEFAM (2015); Banco Interamericano de Desarrollo, BID (2002); Comisión Económica Para América Latina, CEPAL (1995, 2010); Comisión Económica Para América Latina-Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, CEPAL/AECID (2011); Comisión Económica Para América Latina-Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo-Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, CEPAL/PNUD/IPEA (2003); Comisión Europea (1999, 2001, 2009, 2012, 2013); Conferencia de las Naciones

Unidas sobre Comercio y Desarrollo, UNCTAD (2003, 2005, 2006, 2007); Consejo de la Unión Europea (2007); COTEC-Fundación para la Innovación Tecnológica (1996); Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO (2014); Organización de las Naciones Unidas, ONU (2009); Organization for Cooperation and Economic Development, OCED (1992); Organisation par la Coopération et le Développement Économique, OCDE (1995); Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE (1997, 2005); Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD (1978, 1996).

b) Artículos científicos publicados en revistas especializadas, en las que la calidad de los documentos publicados se mide a través de los denominados *Índices de Valoración de la Publicación*. Los artículos científicos y tesis doctorales, consultados en publicaciones periódicas y revistas especializadas, citados en esta investigación, se encuentran avalados por índices como:

b.1. *Science Citation Index (SCI)*, *Social Sciences Citation Index (SSCI)*, *Scopus*, *Google Scholar* y *SciELO*, los cuales son sistemas que recopilan información sobre las citas bibliográficas que se realizan de los artículos científicos consultados.

b.2. *Journal Citation Report (JCR)*, *Scimago Journal Rank (SJR)* y otros como *Google Scholar Metrics*, siendo éstos índices los que valoran la calidad relativa de la publicación.

b.3. *SciELO*, *Redalyc*, *Latindex*, *Dialnet*, *Revenicyt*, los cuales constituyen índices que establecen criterios para medir la calidad editorial de una revista científica.

1.4. Agradecimientos

La autora de este trabajo quiere dar las gracias a todas las personas e instituciones que hicieron posible el desarrollo y culminación del mismo; en especial:

A la Dra. M^ª Olga González Morales, Profesora del Área de Economía Aplicada de la Universidad de La Laguna (ULL), por su excelente trabajo como Directora y orientadora, tanto en la escolaridad del Doctorado como en el desarrollo de la investigación. Su rigurosidad, paciencia, constancia y dedicación fueron fundamentales para culminar esta etapa. Todo su apoyo resulta invaluable para mi actividad académica y marca un antes y un después en mi crecimiento profesional...

Al Dr. José Antonio Álvarez González, Profesor del Área de Economía Aplicada de la Universidad de La Laguna (ULL), en su faceta como Co-director de esta investigación, por todas las observaciones y por servir de apoyo en el transcurso de su ejecución...

Al Dr. Segundo Quiroz, profesor titular de la Universidad de Los Andes (ULA-Venezuela) por su asesoría técnica y acompañamiento, tanto en el diseño de la encuesta y el procesamiento estadístico de los datos, como en el proceso metodológico llevado a cabo a lo largo de la investigación. ¡Gracias, “Coordinador” del Centro de Asesorías y Proyectos Estadísticos (CEAPE) de la Escuela de Estadística (FACES-ULA)!...

Al profesor Néstor Díaz, profesor de la Universidad de Los Andes (ULA-Venezuela), por sus aportes y asistencia en el procesamiento de los datos empleados en el estudio...

Al Dr. Aquiles Álvarez Valero, profesor titular de la Universidad de Los Andes (ULA-Venezuela) y Coordinador del Convenio Universidad de La Laguna- Universidad de Los Andes, Programa al que se adscribe la presente investigación. Son invaluable todas sus gestiones logísticas y académicas, pero también lo son sus palabras de aliento y de motivación para seguir adelante...

Al profesor José Daniel Anido R., compañero de travesías en la Academia durante muchos años y quien hoy transita un trayecto similar en su camino de formación profesional; su experiencia como Editor de la Revista Agroalimentaria del CIAAL-EAO-FACES-ULA fue esencial en las tareas de homogeneización de las referencias y en las correcciones de estilo de este manuscrito...

A la M.Sc. Lénix Omaña, compañera de trabajo y excepcional amiga, por su ayuda incondicional en la estructuración y puesta a punto de este trabajo de grado...

A todos mis compañeros de camino por todo su apoyo, comentarios, sugerencias, experiencias e instantes compartidos, así como por sus palabras de ánimo en el momento justo. En cada una de estas páginas hay un fragmento de cada uno de ustedes...

A los empresarios familiares merideños, amigos fraternos, entrañables, que durante el desarrollo de esta investigación fueron fuente de inspiración por su trabajo esmerado, por su entrega constante, por su capacidad de ver siempre oportunidades donde otros sólo encuentran desolación. Incansables hombres y mujeres responsables, productivos y generadores de empleo para los trabajadores merideños y sus familias; constructores de cadenas de valor intangible, invaluable, incalculable. A todos ustedes mi respeto, mi admiración y mi agradecimiento por ayudarme a ver, a través de sus ojos, el mundo empresarial...

CAPÍTULO 2

LA EMPRESA FAMILIAR COMO OBJETO DE ESTUDIO

2.1. Introducción

Partiendo de la idea de que el factor empresarial es un elemento clave del proceso de desarrollo local, se puede reconocer la importante participación de la actividad empresarial en la aplicación de los recursos autóctonos para la producción de bienes y servicios, el aprovechamiento de las economías de escala, las conductas innovadoras, la adaptación a las condiciones cambiantes; en definitiva, se puede reconocer que, en el factor empresarial, el territorio puede conseguir el apoyo o soporte necesario para dar respuestas y soluciones a la problemática económica específica a la que se enfrenta.

En este proceso cobra especial importancia el papel de los empresarios locales, quienes suelen mantener un fuerte sentimiento de arraigo hacia el territorio. Por tanto la presencia de una sólida cultura empresarial, unida a un fuerte sentimiento de identidad, resultan elementos cruciales para el éxito de los procesos de desarrollo local.

Las empresas que tienen un tiempo considerable desarrollando en un determinado territorio su actividad productiva suelen interiorizar, a través de su cultura, ese sentido de pertenencia al lugar donde operan. Es por ello que debe observarse entre sus características favorables para el desarrollo local, su visión a largo plazo y permanencia o antigüedad; esta última, entendida como el número de años que tiene la empresa desde el inicio de sus actividades. Adicionalmente, conviene considerar la condición de continuidad o intención manifiesta de sus dueños de perpetuar el negocio en el futuro.

Los rasgos de antigüedad y continuidad constituyen características propias y naturales de las entidades denominadas Empresas Familiares. Estos rasgos de los negocios de familia las hacen entidades económicas conocidas a lo largo de muchos años, que forman parte de la historia de una localidad y que contribuyen a fortalecer los vínculos o relaciones que estos agentes fomentan como resultado de su actividad productiva. Así, empresas grandes, medianas y pequeñas, que han sobrevivido a traspasos generacionales en distintos países, en su origen se constituyeron como Empresas Familiares (Poza, 2005; Serna & Suárez, 2005). Muchas de ellas presentan indicadores importantes en cuanto a su número, contribución al empleo, producción, ingreso y participación en la economía de los países donde se encuentran (Astrachan & Carey, 1994; Daily & Dollinger, 1992; Dreux, 1990).

Con base en estas consideraciones, en esta investigación se plantea la tesis de que la Empresa Familiar merideña puede constituirse en el factor clave, dinamizador de la economía de una región, teniendo como marco referencial el modelo de desarrollo local.

Con este propósito, en el apartado 2.2 se desarrollan los antecedentes e importancia de los estudios sobre Empresa Familia, en tanto que en el apartado 2.3 se incluyen algunas definiciones relacionadas con concepto de Empresa Familiar. Seguidamente, en el apartado 2.4 se describe someramente el tema de estructura y funcionamiento de los negocios de familia y en el apartado 2.5 se trata lo correspondiente a filosofía, valores y objetivos de este tipo de empresa. A continuación, en el apartado 2.6 se aborda lo referido a diferencias de la Empresa Familiar respecto a otros tipos de empresa, entre otras de sus características. Luego, en el apartado 2.7 se describen otros aspectos característicos de la Empresa Familiar como son: el ciclo de vida de las Empresas Familiares como indicador de la permanencia y continuidad de estos negocios y los factores internos y externos favorables y desfavorables de las Empresas Familiares, los cuales están relacionados con su gestión estratégica interna y la vinculación con sus interlocutores. Más adelante, en el apartado 2.8 se presenta –en forma resumida–, el resultado de algunas investigaciones empíricas que han empleado variables similares a las utilizadas en esta investigación. Finalmente, en el apartado 2.9 se presenta una síntesis del Capítulo.

2.2. Antecedentes e importancia de la Empresa Familiar

Las Empresas Familiares son en su origen el resultado de una idea, de una necesidad o de una oportunidad de negocio. En su creación se conjugan intereses similares y, al mismo tiempo, diferentes a los de cualquier otro tipo de proyecto empresarial. En contraste, en la creación de Empresas No Familiares, el lucro o beneficio económico, la autonomía y el emprendimiento son los principales inspiradores. De manera que “[...] en la creación de Empresas Familiares hay que añadir impulsos arquetípicos profundos y de la más intensa necesidad biológica” (Bustillo, 1999, p. 20).

Hay quienes opinan que las Empresas Familiares existen desde siempre “[...] pese a la ausencia de investigaciones sobre esta forma de organización única, es probable que las empresas familiares constituyan la modalidad de empresa más antigua” (Poza, 2005, p. 7). Sin embargo, alrededor de 1945 y 1950 es cuando comienzan a tener mayor presencia en el ámbito empresarial. Esto puede deducirse por la edad de las Empresas Familiares, la cual ha sido documentada en diversas investigaciones (Lansberg, Perrow & Rogolsky, 1988; Ward, 2004). Sobre este aspecto, Manzano & Ayala (2002, p. 433) afirman lo siguiente:

“Muchas de estas empresas en todo el mundo, creadas después de la Segunda Guerra Mundial, y debido entre otras causas a la edad de sus emprendedores, están inmersas en procesos que suponen su traspaso a la siguiente generación”.

En el campo investigativo su estudio se inicia entre 1975 y 1980 con la obra pionera de León Danco, titulada *Beyond survival: A guide for the business owner and his family* (Danco, 1975), junto con la fundación del *Center for Family Business* en la ciudad de Cleveland, Estados Unidos. A partir de entonces se desarrolla la investigación en Empresa Familiar como disciplina científica (Sharma, Hoy, Astracan & Koiranen, 2007). Posteriormente, entre 1986 y 1988 se publica por primera vez la revista especializada *Family Business Review* (FBR), también en Estados Unidos (Schulze, Lubatkin, Dino & Buchholtz, 2001) que, en palabras de Veciana (1999, p. 13), constituye uno de los pasos para iniciar un programa de investigación científica. Sobre este aspecto, el autor señala que:

“[...] un programa de investigación científica... emerge cuando se dan las tres circunstancias siguientes: 1) Un grupo [...] de investigadores empiezan a interesarse por un nuevo campo de estudio. 2) Este nuevo grupo de investigadores siente la necesidad de intercambiar información [...] y deciden celebrar una conferencia o congreso. 3) Se empieza a editar una revista especializada en la que se publican los resultados de las investigaciones”.

En otros países, especialmente en España, se han constituido un conjunto de cátedras extraordinarias de Empresa Familiar en distintas universidades españolas, en las que su misma denominación define sus objetivos (Gersick, 1994; Gersick, Davis, Hampton, McCollom & Lansberg, 1997). Recientemente abundan los seminarios, congresos y otras modalidades de intercambio científico, así como las agencias, consultorías y estudios que intentan ayudar a resolver la problemática particular de las Empresas Familiares.

Según Benavides, Guzmán & Quintana (2011), desde 1989 la disciplina entró en un proceso de desarrollo más intenso, lo que ha permitido reconocer la consolidación de la investigación sobre Empresa Familiar. Actualmente puede hacerse una búsqueda más sistemática en la literatura sobre Empresa Familiar, rasgo que puede apreciarse en los esfuerzos realizados por autores e instituciones y en las publicaciones periódicas de carácter científico vinculadas con la temática. Los mismos se esquematizan y resumen en el Cuadro N° 2.1.

Cuadro N° 2.1.
Principales autores, instituciones e investigaciones relacionadas con la Empresa Familiar

Benavides, Guzmán & Quintana (2011). Período considerado: 1961-2008				Bernadich & Urbano (2013). Período considerado: 1980-2011					
Autores	Instituciones	Temas	N°	Revista	N°	Marco teórico	N°	Método	N°
James. J. Chrisman	Purdue University	Sucesión	123	Family Business Review	27	Ecléctico	14	Estudios teóricos	28
Jess H. Chua	Baylor University	Economía y teoría organizacional	81	Entrepreneurship Theory and Practice	26	Revisiones/Introducciones	11		
Joseph H. Astrachan	Harvard University	Gobierno corporativo	68	Journal of Business Venturing	18	Capital Social	9		
Pramodita Sharma	Loyola University	Dirección estratégica y cambio organizacional	63	International Small Business Journal	13	Recursos y capacidades	8	Estudios empíricos cualitativos	18
Lloyd P. Steier	University of California	Dinámica familiar	54	Journal of Small Business Management	12	Teoría de la agencia	7		
Franz W. Kellermanns	Boston University	Dirección financiera	51	Strategic Entrepreneurship Journal	11	Redes	4		
Danny Miller	Ball State University	Crecimiento y rendimiento	43	Entrepreneurship and Regional Development	5	Modelos de intención	3	Estudios empíricos cuantitativos	29
Isabelle Le Breton-Miller	Georgia State University	Emprendeduría e innovación	32			Teoría de la administración	2		
John L. Ward	University of St. Thomas	Género y etnia	25	Small Business Economics	1	Aprendizaje organizativo	1		
Sharon M. Danes	University of Minnesota	Recursos humanos	25			Otros	16		
Kimberly A. Eddleston	Dalhousie University	Conflicto	18	Total	75		75	75	
Paul Westhead		Formación, consultoría y docencia en EF	18						
Shaker A. Zahra	University of Alberta	Internacionalización y globalización	18						
Carol Howorth		Historia del negocio	14						
Karen Maru Pile	Kennesaw State University	Sistema Macroeconómico	13						
Kenneth Kaye		Estado y planificación de impuestos	10						

Kosmas X. Smyrniotis	University of Calgary	Cultura	9
		Responsabilidad social corporativa y ética	8
William Gibb Dyer, Jr.	Jönköping International Business School	Profesionalización	5
		Marketing	4
	Mississippi State University	Dirección de la producción	2
Total			684

Fuente: elaboración propia con base en el trabajo de Benavides *et al.* (2011, pp. 78-90), el cual consistió en la revisión de 684 artículos en el período considerado, publicados en revistas especializadas y clasificados como artículos según el *Institute for Scientific Information (ISI)*; estas revistas pertenecen al *Social Sciences Citation Index (SSCI)* incluidas en *Journal Citation Report (JCR)*. Por su parte, el trabajo de Bernadich & Urbano (2013, pp. 11-44) consistió en la revisión de 75 artículos durante el período considerado, seleccionados de revistas del *Social Sciences Citation Index (SSCI)* incluidas en *Journal Citation Report (JCR)*.

Es así como se amplía el campo de investigación relacionado con la Empresa Familiar, su estructura, su comportamiento, sus problemas particulares y posibles soluciones. En consecuencia, puede decirse que el estudio de Empresas Familiares constituye una temática nueva pero inagotable, en el sentido de que la Empresa Familiar ha coexistido desde siempre con otros modelos de negocio y lo seguirá haciendo mientras existan familias empresarias o emprendedoras.

Las Empresas Familiares constituyen una gran parte del tejido empresarial de la mayoría de los países con economías medianamente desarrolladas, siendo especialmente significativa su presencia en el ámbito de las PYME (Biosca, 2003; Giménez, 2002; Ginebra, 1997; Rienda & Pertusa, 2002). En el ámbito de las grandes empresas, estas organizaciones también han desempeñado un importante papel (De La Torre & Juanes, 2002; Gallo, 2002; Poza, 2005; Navarro, 2002).

En los estudios sobre Empresa Familiar se han encontrado dos situaciones paradójicas en relación con su dimensión. La primera de ellas es que con frecuencia se hallan empresas que persisten en mantener su tamaño promedio, el cual generalmente se corresponde con PYME. Como señala Giménez (2002, p. 419), respecto a la importancia y el ámbito de estas organizaciones:

“Las empresas familiares forman la parte más numerosa del tejido empresarial de la casi práctica totalidad de la mayoría de los países con economías medianamente desarrolladas, siendo especialmente significativa su presencia en el ámbito de las pequeñas y medianas empresas”.

Otros autores coinciden también en afirmar que las Empresas Familiares generalmente tienen una estructura de PYME (Biosca, 2003; Bustillo, 1999; Rienda & Pertusa, 2002). En palabras de Ginebra (1997, p. 18):

“[...] las empresas familiares no llegan a contarse entre las grandes, bien sea porque su propia naturaleza les impide crecer, bien porque dejan de ser familiares pronto; la *familiaridad* en el segundo supuesto, alcanzaría sólo la infancia y adolescencia de la vida de la empresa grande”.

La otra situación arriba aludida es que, no obstante lo anterior, cuando se hace referencia a Empresas Familiares debe tenerse en cuenta que no se trata exclusivamente de pequeñas y medianas empresas. La realidad es que este tipo de organizaciones son flexibles a los cambios y comienzan a incorporar otros elementos innovadores en su funcionamiento y estructura. De

esta manera consiguen crecer, logrando así superar su tamaño promedio y convirtiéndose en grandes empresas (Winter, Fitzgerald, Heck, Haynes & Danes, 1998).

De tal manera que la *Empresa Familiar* no necesariamente es sinónimo de PYME; de hecho, algunas Empresas Familiares son grandes. En investigaciones realizadas en algunos países se han encontrado 138 Empresas Familiares multimillonarias en Estados Unidos, 19 en Francia, 15 en Alemania, 9 en Italia, 9 en España, 5 en Canadá y 5 en Japón (Rottenberg, 2002).

En consecuencia, la realidad contradice la creencia extendida de que las Empresas Familiares son siempre pequeñas y que su aporte a la economía de los países es escaso. Bustillo (1999, p. 21), señala que:

“No menos del 30 por ciento de las empresas de mayor tamaño en el mundo son poseídas o controladas por familias [...]. Estas cifras son aún mayores en economías donde los mercados de capitales están poco desarrollados, como los de América Latina”.

Cuadro N° 2.2.
Las 10 mayores empresas controladas por familias en el mundo

Empresa	Familia	Ventas en billones de \$ para el 2008	Empleados en miles	Año de fundación o año de fusión	Sector	País
Walmart Stores	Walton	379	2100	1962	Retail	Estados Unidos
Toyota Motor Corp.	Toyoda	262	316	1937	Autos	Japón
Ford Motor Company	Ford	172	246	1903	Autos	Estados Unidos
Koch Industries	Koch	110	80	1918	Petróleo y gas	Estados Unidos
Samsung Group	Lee	105	263	1938	Conglomerado	Corea del sur
Arcelor-Mittal	Mittal	105	320	2006 (fusión)	Acero	India Luxemburgo
Banco Santander	Botín	89	130	1857	Banca	España
PSA Peugeot Citroën	Peugeot	89	212	1976 (fusión)	Autos	Francia
Cargill Inc.	Cargill/ McMillan	88	158	1865	Commodities	Estados Unidos
Sk Group	Chey	88	30	1953	Conglomerado	Corea del Sur

Fuente: Pearl & Leah (2008)

A medida que las empresas crecen, existe una mayor tendencia a que dejen de ser familiares debido, entre otras cosas, a la necesidad de incremento de capital lo cual es difícil de lograr para una sola familia y también por la dificultad para la administración y control de empresas grandes y complejas, lo que limita la dirección para los miembros de las familias. Sin embargo, un importante número de empresas en el mundo ha logrado seguir siendo Empresa Familiar y aumentar su dimensión, llegando a constituirse en grandes empresas mundialmente reconocidas, como se observa en el Cuadro N° 2.2.

Desde la perspectiva de la propiedad, en el Cuadro N° 2.3, también puede observarse un grupo de empresas de gran dimensión en otros países del mundo, comparadas con las empresas de propiedad familiar.

Cuadro N° 2.3.
Propiedad de las 100 mayores corporaciones de Brasil, México y China

Tipo de propiedad	Total	Brasil	México	China
Estatual	120	17	8	95
Multinacional extranjera	95	53	40	2
Familiar	69	18	50	1
Otros (*)	16	12	2	2
Total	300	100	100	100

Fuente: Fernández (2011). (*) Empresas con gran dispersión de propiedad y cooperativas

Asimismo, puede evidenciarse la importancia económica actual de las Empresas Familiares en España, en la Unión Europea y en Estados Unidos mediante los datos recopilados por la Asociación para el Desarrollo de la Empresa Familiar de Madrid (ADEFAM, 2015).

En este sentido la ADEFAM (2015) señala que en España 2,9 millones de empresas son familiares lo cual representa el 85% del total de empresas españolas; estas empresas generan aproximadamente el 70% del PIB y del empleo privado del país y emplean a 13,9 millones de personas. A nivel de la Unión Europea 17 millones de empresas son familiares lo cual representa el 60% del total de empresas de la comunidad de países; 25% de las 100 primeras y más importantes empresas de los países pertenecientes a esta comunidad son familiares y generan aproximadamente 100 millones de empleos. En Estados Unidos 80% del total de empresas son familiares y 50% del empleo es generado por estas empresas.

En Venezuela se dispone de datos sobre el desempeño de las Pequeñas y Medianas Industrias (PYMI), pero se ha escrito muy poco acerca las Empresas Familiares de forma particular. En el país se cuenta con estudios que describen sus características de propiedad y dirección y otros factores de carácter interno, pero han sido poco cuantificadas y descritas en su desempeño externo, por lo que existe un vacío teórico y empírico que explique su verdadera dinámica.

No obstante, aunque no han sido cuantificadas, Muñoz (2011) se adelanta a generalizar los resultados de estudios en importantes regiones del país y expresa la posibilidad de que las Empresas Familiares de Venezuela generen entre el 80% y el 85% de la producción nacional. Señala además que tales entidades podrían contribuir con el 70% de la contratación de mano de obra, aspectos ambos que impactan significativamente en la generación de PIB del país.

Entre los esfuerzos académicos en la recopilación de información, en la década de 1970 reconocidos investigadores como Richard Beckhard e Iván Lansberg realizaron estudios pioneros en Venezuela sobre el tema de las Empresas Familiares (Pernía, 2011). Estos investigadores se vieron motivados por la oleada migratoria que se registró en el país entre las décadas de 1950 y 1960, trayendo como consecuencia la conformación de unidades económicas gerenciadas por grupos de familias extranjeras.

Más adelante, el profesor Moisés Naím y el Dr. Juan Antonio Bustillo, profesores del Instituto de Estudios Superiores en Administración (IESA), contribuyeron con importantes investigaciones en materia de Empresa Familiar en Venezuela.

Por su parte, Naím (1989) realizó un estudio general sobre medianas y grandes empresas venezolanas, consiguiendo algunos rasgos de similitud con las Empresas Familiares. Allí el citado autor determinó, entre otras características a destacar, que en Venezuela: i) el empresario fundador participa y tiene influencia en las decisiones primordiales de la empresa; ii) la propiedad y dirección de la empresa se encuentra en manos de un pequeño grupo de personas que por lo general son el dueño y sus familiares; iii) las empresas venezolanas exhiben poca iniciativa para incrementar el capital accionario incorporando socios que no sean de la familia; y, iv) generalmente los cargos de alto nivel de las empresas así como los de nivel operativo son ocupados por el fundador y sus familiares, entre otras características de las empresas venezolanas.

En el trabajo desarrollado por Bustillo (1999) se señalan algunas particularidades de la Empresa Familiar venezolana, entre las que se encuentran las siguientes: i) aunque dirigidas al ramo artesanal en su origen, posteriormente fueron evolucionando hacia el ramo industrial; ii) presentan orientación al largo plazo y mayor independencia de acción, con fuerte cultura familiar como fuente de orgullo; y, iii) entre sus valores se encuentran la estabilidad, el compromiso, la motivación, así como mayor adaptación en tiempos de crisis y su disposición a reinvertir beneficios.

Como puede apreciarse a lo largo del presente apartado, la importancia de las Empresas Familiares en la economía de los países explica el interés reciente por el estudio de estas unidades empresariales.

2.3. Definición de Empresa Familiar

La definición de Empresa Familiar ha sido uno de los aspectos sobre los que más se ha escrito y es posible encontrar en la literatura una amplia gama de definiciones y concepciones de la

misma (Casillas, Díaz & Vásquez, 2005), todo lo cual permite descubrir diversos puntos de vista entre los autores que definen lo que es una Empresa Familiar².

Sin embargo, la mayoría de ellas expresa coincidencia en el hecho de que son unidades empresariales en las que un grupo familiar posee la propiedad y el control de los recursos de la empresa, al tiempo que sus miembros participan en la dirección del negocio y en la toma de decisiones.

Entre las primeras definiciones sobre Empresa Familiar formuladas por especialistas en el tema, se encuentra la de Gallo & García (1989, p. 68) quienes la definen de la forma siguiente:

“Hay empresas [...] cuya propiedad está en manos de una familia y en las que el poder es ostentado por miembros de la familia, sin haber implantado de forma operativa una nítida distinción entre propiedad y poder. Este tipo de empresa [...] es lo que más propiamente cabe calificar como empresas familiares”.

Según Gallo (1995), existen tres aspectos considerados en la mayoría de las definiciones sobre Empresas Familiares que sirven para delimitarlas: i) la propiedad, en referencia al porcentaje de acciones o control efectivo de la empresa; ii) la gestión, entendida como el desempeño de tareas ejecutivas en la empresa y la capacidad para nombrar ejecutivos, generalmente personas de la familia; y, iii) la continuidad, referida al número de generaciones familiares implicadas en la gestión de la empresa.

En este sentido, hay autores que opinan que la transferencia de la empresa a otras generaciones de la familia –o lo que comúnmente se denomina *continuidad*– no debe faltar entre los criterios que se emplean para definir lo que es una Empresa Familiar (Bustillo, 1999, 2006; Gallo & García, 1989; Manzano & Ayala, 2002). Estos autores expresan que existen organizaciones creadas y administradas por familias en las que no hay intención manifiesta de perpetuar el negocio para sus próximas generaciones.

A este respecto, Gallo & García (1989) señalan que hay empresarios que inician o continúan pequeñas actividades de negocio con la única finalidad de cubrir suficientemente sus necesidades económicas inmediatas, pero sin la intención ni tampoco con el objetivo claro de que su negocio llegue a transformarse en un buen medio para el futuro de sus hijos y nietos. Este tipo de negocios, más que como Empresas Familiares, cabe calificarlo como empresa individual. En consecuencia, este tipo de organizaciones no pueden considerarse Empresas

² Entre las primeras definiciones sobre Empresa Familiar no citadas en este apartado se encuentran las formuladas por autores como Astrachan & Carey (1994), Ciampa & Watkins (1999), Davis (1983), Donnelly (1964), Gersick (1994) y Ward (1987), entre otros. Asimismo, en el trabajo de Ariza, Molina & Ramírez (2005) se recopilan más de treinta definiciones de Empresa Familiar de diferentes autores.

Familiares, porque carecen de la intención de conservar la empresa para sus futuras generaciones.

En líneas generales, los autores sobre este tema suelen destacar elementos como la propiedad, la dirección y la transferencia generacional o continuidad, para definir lo que es una Empresa Familiar. Así lo señalan Sharma, Chrisman & Chua (1997), quienes definen una Empresa Familiar como una empresa gobernada y/o dirigida de forma sostenible, con simultaneidad de generaciones para dar forma y quizás perseguir la visión formal o implícita de una empresa mantenida por los miembros de la misma familia o de un pequeño número de familias.

En Dyer (1986) pueden encontrarse los elementos propiedad y dirección cuando el autor afirma que una Empresa Familiar es una organización en la cual las decisiones relacionadas con la propiedad o la dirección están influidas por una relación con una familia (o familias). En cuanto a propiedad, dirección y continuidad, Litz (1995) sostiene que una empresa puede ser considerada familiar en la medida en que su propiedad y dirección estén concentradas dentro de una unidad familiar y en la medida en que los miembros se esfuerzan por lograr, mantener y/o aumentar las relaciones intraorganizativas basadas en lazos familiares.

Con base en la exposición anterior, una definición más completa sobre Empresa Familiar parece ser aquella que relaciona los elementos de propiedad, dirección y continuidad. Y estos tres elementos pueden encontrarse mejor articulados en el concepto de Empresa Familiar expresado por Cabrera & García (1999, p. 20):

“Una empresa familiar es aquella cuya propiedad está en manos de los miembros de una familia que tienen la intención de que las relaciones intraorganizativas de propiedad y control directivo estén basadas en lazos familiares y en donde se ha producido, se está produciendo o se prevé que se va a producir en el futuro una transferencia de la empresa a un miembro de la siguiente generación de esa familia”.

El trabajo de Mandl (2008) apoya la idea de que los elementos mencionados complementan la definición, pues en él se reconoce que en Europa se han identificado hasta noventa diferentes definiciones de Empresa Familiar. En ellas se evidencia que los componentes que más se repiten en estos conceptos son: i) la influencia sobre la propiedad y el control; ii) la participación de la familia sobre la actividad empresarial y su gestión; iii) la contribución de la empresa a la riqueza de los propietarios; y, iv) consideraciones de tipo generacional, como la transmisión de propiedad de padres a hijos.

Otras referencias más recientes sobre definiciones de Empresa Familiar, que incorporan los elementos característicos de estos negocios (propiedad, dirección y continuidad), pueden verse en el Cuadro N° 2.4.

Cuadro N° 2.4.
Definiciones recientes sobre Empresa Familiar

Autor y año	Definición	Elementos presentes en la definición
Chua, Chrisman & Sharma (1999, p. 25)	La Empresa Familiar es un negocio que es gobernado y/o gestionado con la intención de dar forma y llevar a cabo la visión de la empresa mantenida por una coalición dominante controlada por miembros de la misma familia o un pequeño número de familias de una manera que es potencialmente sostenible a través de las generaciones de la familia o familias.	Propiedad, dirección, continuidad
Neubauer & Lank (2003, p. 37)	Es aquella empresa, sea unipersonal o sociedad mercantil de cualquier tipo, en la que el control de los votos está en manos de una familia determinada.	Propiedad
Kajihara (2004, p. 12)	Una Empresa Familiar es aquella que cumple con dos requisitos fundamentales: en cuanto a la propiedad, todas o al menos la parte proporcional que permita mantener el control de la organización deben pertenecer a dos o más miembros de una familia; y en segundo lugar, la Empresa Familiar es aquella en la que al menos dos de los miembros de la familia están involucrados en el funcionamiento de la misma.	Propiedad, dirección
Poza (2005, p. 6)	Las características siguientes definen la esencia de lo que distingue a las Empresas Familiares: 1. La presencia de la familia. 2. El sueño del propietario de mantener el negocio en la familia (objetivo de continuidad). 3. La coincidencia de familia, dirección y propiedad. 4. La ventaja competitiva derivada de la interacción de la familia, la dirección y la propiedad, sobre todo cuando la unidad familiar es sólida.	Propiedad, dirección, continuidad
Serna & Suárez (2005, p. 5)	Las Empresas Familiares son organizaciones económicas donde su propiedad, control y dirección descansan en un determinado núcleo familiar con vocación de ser transmitidas a otras generaciones.	Propiedad, dirección, continuidad
Fahed-Sreih & Djoundourian (2006, p. 227)	Una Empresa Familiar es cualquier empresa que esté controlada o influenciada por una única familia y que se pretende que permanezca en ella.	Propiedad, continuidad
Smith (2007, p. 11)	Se utilizan tres criterios básicos para identificar cuando una empresa es Empresa Familiar: la percepción de Empresa Familiar por parte de los miembros de un grupo con parentesco emocional, que la empresa esté gestionada por algún miembro de la unidad familiar y que una familia posea más del 50% de las acciones de la empresa.	Propiedad, dirección
Martínez (2010, pp. 17-18)	Si bien hay muchas definiciones posibles, casi todas ellas incluyen tres características básicas: su propiedad es controlada por una familia [...]. Los negocios son dirigidos por algunos miembros de la familia, casi siempre los dueños o sus hijos [...] el deseo de perpetuar en el tiempo la obra del fundador.	Propiedad, dirección, continuidad
Ruiz, Sessarego & Guzmán-Sanza (2010, p. 4)	[...] una importante razón para clasificar si una empresa es familiar o no lo es, es la continuidad en el tiempo de una relación entre una familia y una empresa, en que en forma voluntaria se comparte una cultura sustentada en valores y creencias, que es voluntariamente compartida.	Continuidad
Barroso, Sanguino & Bañegil (2012, pp. 611-622)	Una Empresa Familiar es aquella en la que la propiedad y/o la dirección de la empresa se encuentran en manos de una familia que tiene vocación de continuidad, ya que desean que la empresa continúe en un futuro en manos de sus descendientes.	Propiedad, dirección, continuidad
Sharma, Chrisman & Gersick (2012, p. 7)	En la literatura destacan dos aproximaciones para definir Empresa Familiar y distinguirla de otro tipo de organizaciones. La primera tiene que ver con la naturaleza y el grado de implicación de la familia en la empresa. La segunda se refiere a la implicación de la familia en la empresa, pero también a las aspiraciones que tiene la familia (deseo de mantener el control de la empresa), combinación que origina un comportamiento y unos resultados determinados en la Empresa Familiar.	Propiedad, dirección, continuidad
De Nadal (2013, p. 55)	Se considera una empresa como familiar si cumple alguna o varias de las características siguientes: que los propietarios de la empresa sean en su mayoría de una misma familia, que el consejo de administración esté compuesto por miembros de una misma familia que posean un paquete significativo de acciones, que exista una segunda o tercera generación en el consejo de administración de la empresa.	Propiedad, dirección, continuidad

Muñoz, Nava & Rangel (2013, p. 31)	Por definición Empresa Familiar es aquella organización en la al menos el 50% de su propiedad pertenece a una familia de la cual algún miembro está a cargo de la dirección, gestión o administración de la misma [...] los negocios familiares son únicos como consecuencia del involucramiento de los miembros de la familia en la propiedad, la gestión y la potencial transferencia generacional [...]. Dicha transferencia generacional es producto de un relevo en el mando que permite diferenciar la generación que se encuentra a cargo de la empresa.	Propiedad, dirección, continuidad
Barroso (2014, p. 102)	[...] todas las definiciones sobre Empresa Familiar tienen al menos alguna de las siguientes dimensiones: implicación familiar del negocio percibido como Empresa Familiar, mayoría de la propiedad de acciones en manos de miembros de la familia, administración del negocio por al menos un miembro del grupo familiar dueño de la empresa, o una transición intrageneracional de la propiedad.	Propiedad, dirección, continuidad
Molina (2014, pp. 150-151)	Se ha señalado que el carácter familiar de la empresa implica un comportamiento en las personas que dirigen, poseen y/o gobiernan la compañía con la pretensión de moldear y perseguir la visión de grupo dominante familiar (que se configura como un grupo de poder capaz de controlar los recursos de la empresa) unido a la intención de mantener la empresa en el tiempo [...] elementos distintivos: propiedad de la familia sobre la empresa o sus bienes, influencia que la familia ejerce sobre la empresa (cultural, laboral, administrativa, financiera, etc.), deseo de continuar la empresa en las futuras generaciones (y la posible incorporación de los herederos a la empresa).	Propiedad, dirección, continuidad
Sierra & Benítez (2014, p. 105)	Para que una empresa sea considerada de tipo Familiar se debe tener en cuenta lo siguiente: i) El que una familia o incluso varias cuenten con más del de la mitad de las acciones del negocio de tal forma que tenga la autoridad de tomar decisiones. ii) El que la familia se encuentre sumamente involucrada en la gestión, organización y administración del negocio. iii) El que la familia tenga la vocación de continuidad, es decir que tenga un plan de sucesión y relevo generacional. iv) El que la familia actúe como guardián de las riquezas generadas, es decir, capital financiero y activos intangibles en cada generación.	Propiedad, dirección, continuidad

Fuente: elaboración propia

En consecuencia y según lo antes expuesto, para la presente investigación se han tomado, como parámetro de referencia, las definiciones sobre Empresa Familiar en las que se relacionan tres elementos: propiedad, dirección e intención manifiesta de perpetuar el negocio para futuras generaciones de la familia o lo que comúnmente se denomina, continuidad.

2.4. Estructura y funcionamiento de la Empresa Familiar

El enfoque conceptual que mejor explica la forma como está integrada la Empresa Familiar (Gersick, Lansberg, Desjardins & Dunn, 1999) es el denominado Modelo de los tres círculos propuesto originariamente por Davis (1983).

Este modelo considera a la Empresa Familiar como un sistema complejo en el que se interrelacionan tres subsistemas: la familia, la propiedad y la empresa.

El Modelo de los tres círculos representa las interrelaciones entre los grupos de interés en la Empresa Familiar. En el Cuadro N° 2.5 puede observarse dicho modelo, a partir de la explicación hecha por Amat (1998).

Cuadro N° 2.5.
Interrelaciones entre grupos de interés en la Empresa Familiar

Trabajan en la empresa	Familia		No miembros de la familia	
	No participan en propiedad	Participan en propiedad	No participan en propiedad	Participan en propiedad
NO	(1)	(4)	(8)	(6)
SÍ	(2)	(3)	(5)	(7)

Fuente: Amat (1998)

En el Cuadro N° 2.5 los números sucesivos representan las distintas situaciones, que explican la manera en que participan los actores de las Empresas Familiares, a saber:

- (1): Miembros de la familia que no trabajan ni participan en la empresa (cónyuge, hijos, etc.).
- (2): Miembros de la familia que trabajan en la empresa pero no participan en el capital de la misma (directivos o empleados familiares).
- (3): Miembros de la familia que trabajan en la empresa y son propietarios.
- (4): Miembros de la familia que no trabajan en la empresa pero participan en la propiedad.
- (5): No miembros de la familia, no propietarios, trabajadores de la empresa.
- (6): Propietarios no familiares que no trabajan en la empresa (accionistas).
- (7): Propietarios no familiares que trabajan en la empresa.
- (8): No propietarios, no familiares y no trabajadores de la empresa, otros grupos (clientes, abogados, etc.).

El Modelo ayuda a entender las interacciones entre los intereses de los participantes en la Empresa Familiar, en la que los miembros ven al negocio como algo perteneciente a la familia que los mantiene vinculados; los directivos y empleados la ven como el medio que les proporciona la posibilidad de desarrollar su plan de carrera y además representa un logro económico; por su parte, los propietarios y accionistas la visualizan como una inversión de la que esperan recibir una retribución (Amat, 2000).

Respecto a los órganos de gobierno y representación, Giménez (2002, p. 409) señala que el principal problema que tiene la Empresa Familiar en este ámbito consiste precisamente en la gran cantidad de órganos diferentes –todos necesarios en alguna medida–, con los que este tipo de empresas debe contar a la hora de pretender una mejor organización.

En el Cuadro N° 2.6 se presentan de manera comparativa los órganos de gobierno que integran una Empresa No Familiar con respecto a los que componen una Empresa Familiar. En la

columna correspondiente a Órganos genéricos, se aprecian los que generalmente constituyen el gobierno de una Empresa No Familiar: Junta general de socios o Asamblea de accionistas, los órganos administrativos o de gerencia y el Consejo de administración (Marcano, 1999; Melinkoff, 1986).

Cuadro N° 2.6.
Órganos de Gobierno

Órganos genéricos Empresa No Familiar	Órganos específicos Empresa Familiar
Junta general de socios	Asamblea familiar
Órganos de administración: - Administrador único - Administradores solidarios - Administradores mancomunados - Consejo de administración	Consejo de familia
	Comité de gestión patrimonial
	Comité de liquidez
	Comité de formación y selección
	Comité de arbitraje
	Consejo asesor
	<i>Family office</i>

Fuente: Giménez (2002)

Cabe destacar, en relación con la importancia y actuación del Consejo de administración tanto en órganos genéricos como en órganos específicos de la Empresa Familiar, que éste ha sido objeto de gran atención por parte de los investigadores en los últimos años (Cabrera & Santana, 2002; Izquierdo & Pampillón, 1998; Poza, 2005; Ward, 2004). Además, en la literatura sobre el tema se analiza cómo la composición, el tamaño y la estructura de liderazgo del Consejo, pueden influir en los resultados organizacionales (Cuervo-Cazurra, 1998).

Respecto a los órganos específicos en la Empresa Familiar, resalta especialmente el papel de la Asamblea Familiar, el Consejo de familia y la *Family office*. En cuanto a la Asamblea familiar, se trata del único órgano en el que participan todos los miembros de la familia y su función principal es la recepción y transmisión de todo tipo de información sobre la marcha de la Empresa Familiar. Por su parte, el Consejo de familia establece la posición de la familia en cuanto a relaciones personales y empresariales que tengan vinculación con el negocio.

Generalmente, la Oficina familiar (*Family office*) surge cuando la Empresa Familiar empieza a crecer y al negocio se incorporan miembros no pertenecientes a la familia. Por ello, constituye una estructura que se ocupa de mantener el equilibrio y la independencia entre la familia y la empresa (Cadbury, 2000).

En consecuencia, en las Empresas Familiares el sistema de gobierno no puede estar constituido únicamente por los mecanismos de control empleados en el ámbito de la Empresa No Familiar, pues a la problemática corporativa deben añadirse los conflictos familiares y los que se derivan de la relación entre familia y empresa (Churchill & Hatten, 1987; Lansberg, 1983; Ward, 1987). Por consiguiente, las interacciones que se producen entre los actores de esta estructura y la combinación de recursos le imprime el dinamismo necesario y particular para poner a funcionar las operaciones de la Empresa Familiar.

Como se mencionó anteriormente, el Consejo de Familia es el encargado de fijar la posición de la familia y sus relaciones con el negocio, así como también de elaborar un documento normativo que se conoce como Protocolo Familiar (Biosca, 2003; De La Torre & Juanes, 2002) o Carta Magna Familiar (Ginebra, 1997). Este documento aborda cuestiones fundamentales sobre el gobierno del negocio por parte de la familia y las relaciones entre los dos. En este sentido, Cabrera & Santana (2002, p. 478) señalan –sobre el contenido del Protocolo Familiar–, lo siguiente:

“[...] recoge aspectos como capacitación, redacción de un código de ética para la actuación de la familia en el negocio, regulación del trabajo de familiares en la empresa, establecimiento de procesos para resolver disputas y conflictos, mecanismos para mejorar la comunicación, mecanismos para ayudar a los familiares con algún problema en la organización, etc.”

Estos rasgos expresan la singularidad del funcionamiento interno de las Empresas Familiares. No obstante, estas organizaciones también exhiben particularidades en sus operaciones vinculadas a factores externos; tal es el caso de su actitud respecto a las finanzas (Jaramillo, 2006).

Uno de los aspectos que mejor describe la dinámica o funcionamiento empresarial de la Empresa Familiar es su comportamiento financiero. La Empresa Familiar acostumbra emplear prácticas financieras relacionadas con su instinto de autoprotección, que pueden significar una desventaja comparativa respecto a los modelos comúnmente utilizados por el resto de las empresas. Estas prácticas consisten –generalmente– en el endeudamiento, sucesivas ampliaciones de capital y una fuerte tendencia a autofinanciarse (Gallo, 2002).

Este modelo de financiación puede presentar el problema de la lentitud o incapacidad de respuesta frente a los cambios del entorno, dado que la Empresa Familiar no puede esperar a realizar inversiones hasta el momento en que haya conseguido financiamiento interno suficiente para ello. Además, la Empresa Familiar suele resistirse a acudir al financiamiento

externo en el mercado de capitales o a través de la captación de capitales provenientes de terceras personas no vinculadas al grupo familiar por temor a perder el control de la misma (Rienda & Pertusa, 2002).

En ese sentido, la salida a la bolsa puede representar para este tipo de organización la posible aparición de accionistas no deseados, nuevas políticas sobre reparto de dividendos y beneficios, incertidumbre sobre la volatilidad del mercado, riesgos relacionados con la valoración de la empresa en el mercado, entre otras amenazas. Por estas razones algunos autores presentan un punto de vista parcial respecto a la incursión de la Empresa Familiar en la bolsa, pues afirman que dicha práctica se contrapone a la naturaleza de este tipo de negocio. Con respecto a esta situación, Ginebra (1997, p. 120) señala que:

“Las exigencias bursátiles nos condicionarán nuestra política de dividendos, la visión de largo plazo se nos quedará en ciertos momentos prisionera del cortoplacismo, se nos hará difícil justificar *financieramente* determinadas inversiones [...]. Podemos perder, en una palabra, no pocas de las fortalezas propias de una empresa familiar”.

Sin embargo, esta práctica financiera presenta una serie de beneficios ampliamente conocidos, de los que disfrutaban otras organizaciones con más propensión al riesgo que la Empresa Familiar. Es por ello que, contrariamente, Giménez (2002) percibe la salida a la bolsa como ventajosa por las siguientes razones: mayor facilidad en la sucesión y en la gestión de la propiedad, publicidad de la empresa, prestigio, posibilidad casi ilimitada de financiación, mayor apariencia de solvencia, consecución de una amplia base accionarial y una nueva referencia para la gestión, a través de la valoración que el mercado establece para la empresa.

Por otra parte, también se encuentran otras características interesantes en estas organizaciones como su filosofía, los valores que las guían y los objetivos que persiguen, los cuales refuerzan la singularidad de las Empresas Familiares respecto a otras organizaciones.

2.5. Filosofía, valores y objetivos de la Empresa Familiar

La Empresa Familiar, generalmente, no tiene entre sus objetivos el crecimiento (Gallo & García, 1989; Daily & Dollinger, 1993). Su interés fundamental es el de mantenerse en un tamaño que le permita proveer a los miembros de la familia de trabajo o de los medios necesarios para satisfacer sus propias necesidades.

En este sentido, la familia se antepone a la empresa. La empresa es un medio para alcanzar sus fines, pero –a diferencia de la Empresa No Familiar, cuyo fin último es social–, la familia tiene

como finalidad primaria el bienestar y la satisfacción de las necesidades de sus miembros; y, en segundo lugar, el de la sociedad. Sobre este tema Ginebra (1997, p. 26), expresa:

“La familia [...] tiene por fin la propia convivencia y su fruto es el desarrollo y la maduración de sus miembros, tanto en el terreno individual como social. La familia no es para la Sociedad, sino para la persona [...]. La familia es un bien superior. Por ello no se puede nunca, en nombre de la Empresa, romper la Familia”.

Por lo general, en la primera etapa del ciclo de vida las empresas presentan un menor tamaño, pues se trata de emprendedores con una idea de negocio. Estos, en la mayoría de los casos, están acompañados por pocas personas. A medida que el negocio crece, también crece su complejidad. Es justamente con el aumento de tamaño que comúnmente aparecen los problemas de la Empresa Familiar, pues según Rienda & Pertusa (2002, p. 492), “[...] aquel negocio donde la participación familiar sea mayoritaria, acostumbra a ser reacio, en general, a la financiación externa, dificultando así el crecimiento empresarial”.

Como el objetivo principal de la Empresa Familiar no es el crecimiento, su mayor interés lo constituye la continuidad de la organización, por las sucesivas generaciones familiares (Gallo, 2002). En consecuencia, la empresa puede quedar estancada y esta circunstancia –en un entorno muy competitivo–, puede conducir a la desaparición del negocio.

Por ello, asegurar la continuidad se convierte en el objetivo de supervivencia del negocio de familia. Según Leach (2010, pp. 41-42), una importante fuerza motivadora para los negocios de familia es el firme deseo de defender y perpetuar la empresa. Y, en ese afán, la mayoría de los empresarios familiares se plantean lo siguiente:

1. Mantener la empresa en la familia de una generación a otra se considera la manera más efectiva de preservar el bienestar de la familia y su seguridad a largo plazo.
2. Puede existir el temor de que sin la empresa, los vínculos y la unión del grupo familiar, los individuos sean incapaces de seguir su propio camino.
3. La compañía es considerada como el guardián de los valores familiares, de modo que preservar la existencia de la misma viene a ser una manera de defender firmemente los valores y las tradiciones de la familia.
4. El fracaso de la empresa puede amenazar la subsistencia de los empleados clave que han trabajado lealmente para la compañía durante muchos años.
5. La empresa puede ser considerada como un monumento para el fundador o la familia que debe ser transmitido y preservado por las generaciones siguientes.

En este sentido, la supervivencia de la empresa a través de las generaciones es a menudo más importante incluso que los problemas de orden financiero. Al mismo tiempo, la transición entre generaciones es un proceso que incluye los más significativos cambios que ocurren dentro de la relación familia-empresa.

Algunos autores que han estudiado la trayectoria de Empresas Familiares exitosas recomiendan la presencia de ciertos valores en el comportamiento de la empresa que las ayudan a perdurar en el tiempo. En un estudio realizado por Martínez (2010) en 32 Empresas Familiares latinoamericanas, se mencionó una lista de valores que constituyen principios rectores a los que las empresas consultadas no han podido renunciar a lo largo de su vida. Entre estos destacan, entre los valores más mencionados, los siguientes: honestidad, honradez, integridad, transparencia, unidad familiar, lealtad, respeto, solidaridad, justicia, equidad, responsabilidad y compromiso.

Sin embargo, no siempre es suficiente que los grupos familiares conozcan los valores. Es importante que los transmitan a las generaciones y se conviertan en un referente de la familia empresaria, para que las empresas sean asociadas con buenas prácticas de gestión, lo cual puede contribuir a agregar valor a su capital intangible.

2.6. Diferencias entre Empresa Familiar y Empresa No Familiar

El interés fundamental de los integrantes de la Empresa Familiar (EF) es proveer de trabajo o de los medios necesarios para satisfacer las necesidades primarias de los miembros del grupo familiar. En contraste, la Empresa No Familiar tiene entre sus prioridades la de servir a la sociedad. La satisfacción de necesidades de la sociedad le reporta a los miembros del negocio una ganancia, que es su *fin común*. El fin común de los miembros de la Empresa No Familiar está relacionado generalmente, con el beneficio económico o la ganancia obtenida por la prestación del servicio o la venta del producto.

En la Empresa Familiar la idea de *fin común* está más relacionada con aspectos subjetivos, relaciones afectivas, necesidad de protección, emociones y sentimientos y –en general– con reacciones primarias (Manzano & Ayala, 2002). Por ello, la Empresa Familiar representa un medio para materializar el deseo de los padres de que los hijos tengan una vida cada vez mejor y la posibilidad de darles lo que los padres no tuvieron.

De ahí que los miembros de la familia estén por encima de todo. Esta arraigada concepción sobre la primacía de los miembros de la familia condiciona otros aspectos colaterales de la

gerencia en las Empresas Familiares. Uno ellos es la sucesión, pues cuando se acerca la etapa de cambio generacional, ésta suele convertirse en un problema de equidad. Esto se debe a que la elección del sucesor puede desencadenar en una situación de conflicto, si es percibida como injusta por los demás miembros de la familia (Amat, 1998; Ayres, 1990, 1998).

De modo que la transmisión de mando de una persona a otra en la Empresa Familiar no ocurre como en la Empresa No Familiar. En esta última generalmente prevalecen criterios relacionados con el mérito o requisitos establecidos en algún perfil de cargo, los cuales guían la elección de la persona que ocupará una vacante. En contraste, para la selección del sucesor en la Empresa Familiar generalmente se toman en cuenta criterios vinculados a lazos de afectividad: el hermano, el hijo mayor, el hijo varón, el nieto, entre otros criterios subjetivos (Davis & Tagiuri, 1989).

Igual situación se presenta en las Empresas Familiares con otros cargos de autoridad y de confianza en los que los hijos, nietos, sobrinos o yernos suelen ser los primeros candidatos a ocupar estos puestos, sin importar si tienen o no las capacidades, habilidades o conocimientos necesarios para asumir tales responsabilidades. Por ello, las EF han sido calificadas de *poco profesionales* (Poza, 2005).

Aquellas que han logrado establecer diferencias entre la administración del negocio y la familia han derivado en un modelo gerencial de empresa de propiedad familiar, administrada profesionalmente (Ayres, 1998; Ciampa & Watkins, 1999). De esta forma dan paso a la profesionalización del negocio, a través de la figura del directivo no familiar (Dyer, 1986).

Otro rasgo que distingue la EF de la ENF es su concepción del poder, la autoridad y su repercusión en la toma de decisiones. En la Empresa Familiar generalmente, existe la tendencia a concebir la propiedad en relación directa con el poder (Díez de Castro & López, 2001; Fama & Jensen, 1983), pues se asume que la propiedad es sinónimo de capacidad de dirección y gestión. Esto deriva en vicios como la centralización de la información, la dificultad en las relaciones interpersonales, la superposición u omisión de funciones y deberes, la poca claridad sobre jerarquía y subordinación, entre otros inconvenientes.

Estos problemas procuran ser resueltos en la Empresa No Familiar a través de mecanismos formales que intentan establecer límites claros en los aspectos antes mencionados. Por su parte, en la Empresa Familiar estas cuestiones a veces son tomadas con poca objetividad, lo cual puede desencadenar en serias distorsiones sobre el ejercicio del poder y la autoridad (Bustillo, 1999).

Sin embargo, otros aspectos como el sentido de compromiso de los miembros con el negocio familiar, está más arraigado en las Empresas Familiares que en las Empresas No Familiares (Manzano & Ayala, 2002). Algunas de estas últimas exhiben elevados índices de rotación de personal y poco sentido de pertenencia de sus miembros.

Además, en las Empresas No Familiares este aspecto puede traer como consecuencia discontinuidad en los planes y procesos y deslealtad en el manejo de información confidencial. Por lealtad al negocio de familia, estos problemas se presentan con menor intensidad en las Empresas Familiares.

Asimismo, una manera de distinguir a las Empresas Familiares de las ENF es a través del porcentaje de capital que está en manos de accionistas de un mismo grupo de familia: si esta proporción es mayoritariamente propiedad del grupo, entonces puede decirse que la empresa es familiar (Gallo & García, 1989).

En estas empresas también se encuentran las emociones propias de las entidades familiares, llamados objetivos socioemocionales (Cabrera, 2012), los cuales contrastan con la objetividad de los negocios. En este sentido, pueden encontrarse situaciones como las siguientes: i) el sentido paternalista y protector de las familias, respecto a sus miembros; ii) las distorsiones en la justicia y equidad, cuando estos miembros de la familia son a la vez empleados; y, iii) la limitada posibilidad de remoción de empleados-familia, aceptados incondicionalmente, frente a la necesidad del negocio de mantener a sus miembros según su aporte.

Todos estos aspectos evidencian las diferencias que existen entre las EF y las ENF, aún cuando ambas coincidan en lo concerniente al ámbito empresarial. La subjetividad de los grupos familiares hace de estas entidades económicas casos de estudio muy particulares que requieren, en consecuencia, soluciones adaptadas a sus características.

Por ello es conveniente delimitar los elementos que distinguen a estas organizaciones del resto, para así poder diferenciarlas. La peculiaridad de las Empresas Familiares les proporciona una serie de ventajas y desventajas frente a otras unidades empresariales. De esta manera, lo que para algunas organizaciones puede resultar una ventaja competitiva, para otras puede convertirse en una barrera para la adaptación al cambio y a la innovación.

En el caso de las organizaciones familiares, la centralización en la toma de decisiones les permite una capacidad de respuesta más rápida o más flexible, pero no les garantiza la calidad de la decisión. Asimismo, el espíritu conservador de la Empresa Familiar puede funcionar para empresas cuyos mercados son poco cambiantes o para productos o servicios líderes cuyo consumo o uso se debe a la tradición. Pero, en mercados cambiantes o de productos y

servicios sujetos a constante innovación, la Empresa Familiar se vuelve lenta en su capacidad de respuesta por su baja propensión al cambio. Estas últimas prefieren estrategias que permitan dominar el negocio cuando existe conflicto, con lo cual intentan disminuir el riesgo asociado con la innovación y el cambio. Pero tal práctica puede hacer que se queden retrasadas respecto a la evolución de la competencia en el mercado (Daily & Dollinger, 1993).

Por naturaleza, las Empresas Familiares resisten a los cambios tanto tiempo como les es posible, protegiendo sus hábitos y rutinas (Gersick *et al.*, 1997). Sin embargo, la presión de estos cambios tarde o temprano las alcanza y deben estar preparadas para afrontarlos. Por tanto, las investigaciones prescriptivas, más que las simples descriptivas, pueden ayudar a estas organizaciones a enfrentar estas situaciones.

Otro elemento que diferencia a una Empresa Familiar del resto de empresas es lo relacionado con el ciclo de vida. Aún cuando las Empresas Familiares –al igual que el resto, nacen, crecen y mueren–, desaparecen en mayor cuantía y antes que otras, pues su propia complejidad las hace vulnerables frente a los problemas de sucesión. Sobre este tópico y según las investigaciones realizadas por De La Torre & Juanes (2002, p. 456) se puede afirmar lo siguiente:

“La sucesión en/de (sic) la empresa familiar constituye, habitualmente, la principal causa de mortandad de la misma porque se convierte en un proceso donde dominan las emociones – básicamente con el ánimo de evitar el conflicto familiar– más que un proceso asentado en principios de *racionalidad*; tiene lugar en un momento temporal concreto y determinado – generalmente, con retraso– donde destaca la ausencia de planificación y estrategia de actuación”.

De Nadal (2013, p. 55) presenta una comparación de aspectos clave característicos de la Empresa Familiar (EF) que la distinguen de la Empresa No Familiar (ENF), a los que el autor denomina *espíritu de Empresa Familiar* y que se resumen así:

1. En la EF existe la necesidad de continuidad, mientras que en la ENF el interés es maximizar el precio de la acción.
2. En la EF se busca preservar los activos de la empresa mientras que en la ENF se busca cumplir con las expectativas de los inversores institucionales.
3. En la EF se prefiere la adopción de la estrategia y en la ENF se prefiere el crecimiento constante.

4. En la EF los grupos de personas más importantes son los clientes y los empleados, en tanto que en la ENF son los accionistas y el equipo de dirección.
5. La EF es vista como una institución social, mientras que la ENF es vista como un activo del que se puede disponer.
6. En la EF se considera que liderar es cuidar, mientras que en la ENF se considera que liderar es un carisma personal.

En consecuencia, las distinciones entre EF y ENF parecen mostrar claramente dos sentidos o intereses opuestos, por la propia naturaleza de ambas. De allí que estas diferencias resultan de gran importancia a la hora de distinguir a las Empresas Familiares de otros tipos de negocio.

2.7. Otros aspectos característicos de la Empresa Familiar

Este apartado se desarrolla en dos epígrafes. En el epígrafe 2.7.1 se presenta una breve referencia del Ciclo de Vida de la Empresa Familiar, tema que contribuye a comprender la importancia de la continuidad de estos negocios, vista a través de las diferentes generaciones que los dirigen y cómo el paso del tiempo tiene incidencia en la permanencia y consolidación de los negocios de familia en el ámbito donde operan. En el epígrafe 2.7.2, considerando todos los aspectos antes descritos, se trata de distinguir algunos factores internos y externos, favorables y desfavorables que caracterizan a las Empresas Familiares.

2.7.1. Ciclo de vida de la Empresa Familiar

Uno de los primeros trabajos dedicados a conocer y explicar el tema de las etapas del ciclo de vida de los negocios de familia es el documentado por Gersick *et al.* (1997). Más adelante otros estudios han presentado adaptaciones de las primeras referencias, como el caso de Martínez (2010), quien propone una explicación más detallada de los ciclos de inicio del negocio, expansión y formalización y madurez. Estos habían sido propuestos originalmente por Gersick *et al.* (1997).

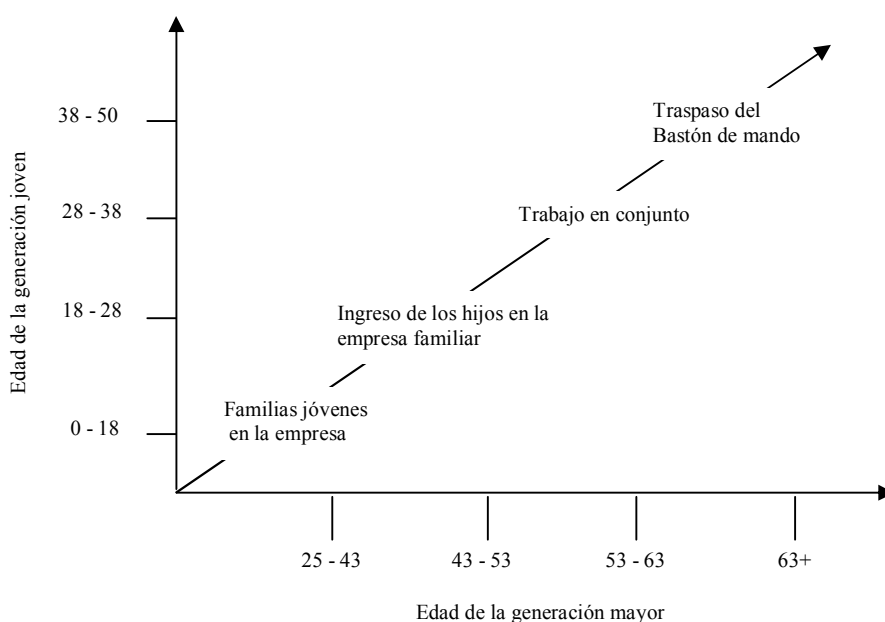
Martínez (2010) señala que, en el ciclo de inicio y despegue, es difícil la supervivencia y que aproximadamente el 40% de los negocios de familia no logran superar los cinco primeros años de vida. Sin embargo, las empresas que logran superar esta etapa pasan a una segunda de expansión y formalización del negocio.

En ella la empresa puede crecer y ampliar sus fronteras e ir más allá de su ámbito local, para avanzar al ámbito regional, nacional o internacional. Es el momento en que las Empresas Familiares aumentan sus ventas, desarrollan el negocio y sus operaciones tienen mayor

alcance geográfico, pasando por un proceso de profesionalización del negocio. Se puede decir entonces que las empresas que superan con éxito la expansión y formalización han alcanzado la etapa de madurez y consolidación.

En la Figura N° 2.1 pueden apreciarse las etapas en el desarrollo de los negocios de familia propuesta por Martínez (2010). El eje horizontal corresponde a la edad de la generación mayor, mientras que el eje vertical corresponde a la edad de la generación más joven. Cuando la primera generación (familias jóvenes en la empresa) tiene entre 25 y 43 años, sus hijos suelen tener entre 0 y 18 años (esto supone generaciones cada 25 años). Cuando la generación mayor se encuentra entre los 43 y 53 años (ingreso de los hijos en la Empresa Familiar), sus hijos pueden tener entre 18 y 28 años. Cuando la generación mayor tiene entre 53 y 63 años (trabajo conjunto), los hijos tienen entre 28 y 38 años. Por último, cuando la generación mayor tiene más de 63 años (traspaso del bastón de mando), la generación joven está entre los 38 y 50 años de edad (Martínez, 2010, pp. 61-62).

Figura N° 2.1. Etapas en el desarrollo de la familia empresaria



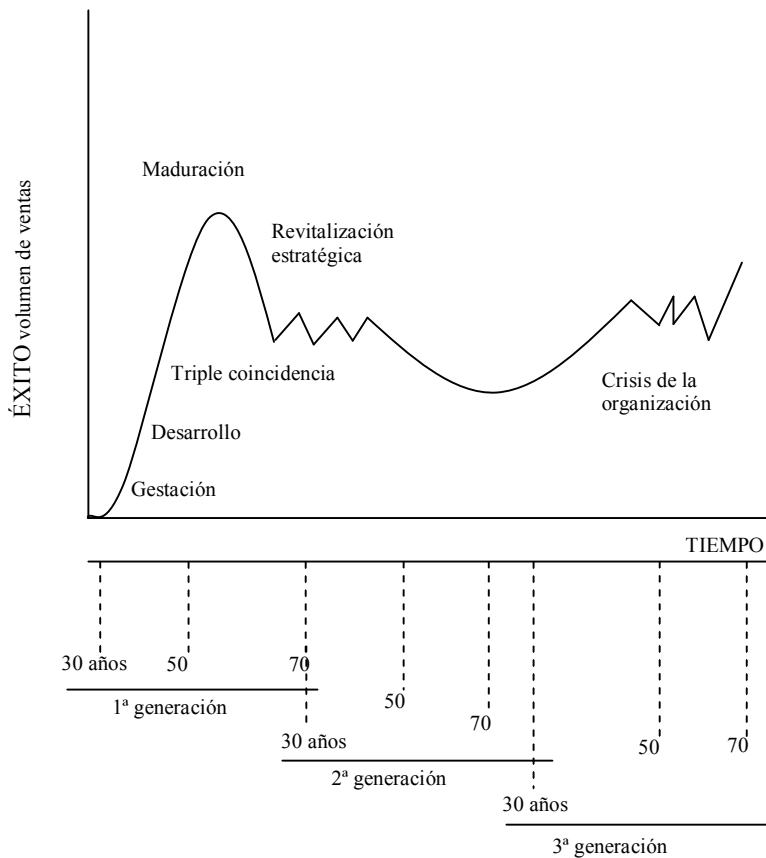
Fuente: Martínez (2010)

A los negocios que tienen lugar en esta última situación reseñada en la Figura N° 2.1, en la que en alguna etapa del ciclo de vida de la empresa coinciden dos o más generaciones, Gallo (2011) los denomina *Empresas Familiares multigeneracionales*. El autor lo explica por el hecho que existen empresas que logran prolongar durante un largo período su condición de familiares, incorporando con éxito a miembros de las siguientes generaciones de la familia.

Estos negocios contribuyen a constituir una parte importante de los elementos del bien común de un país o región, pues influyen de forma determinante en la oferta de bienes y servicios disponibles en un determinado mercado, en la generación y distribución de la riqueza económica, en la creación de empleo, en la formación profesional de las personas involucradas, entre otros aportes. Es decir, estos negocios de largo plazo contribuyen en la conformación de cadenas de valor y eslabonamientos productivos, así como a afianzar lazos personales más allá de los negocios (Gallo, 2011).

Las familias empresarias comprometidas con la continuidad de la empresa añaden también una serie de características importantes a los entornos donde se desenvuelven. Estos son, entre otros, el sentido de compromiso; la inclinación a la evolución y la mejora de sus conocimientos para garantizar sobrevivencia; la promoción del espíritu emprendedor en las personas de las siguientes generaciones; el sentido de lucha y dedicación, que tienen su base en motivos trascendentes orientados hacia la mejora de la calidad de vida de los miembros de sus familias (y, en consecuencia, de todos los agentes que los acompañan en sus relaciones e intercambios).

Figura N° 2.2. Ciclo de vida de las Empresas Familiares



Fuente: Gallo (2011)

En la figura N° 2.2 puede observarse el ciclo de vida de las Empresas Familiares. El eje vertical, denominado Éxito, representa el volumen de ventas rentable; esta variable, si bien es una manera incompleta de medir el éxito de una empresa, resulta un buen indicador del mismo. El eje horizontal representa el transcurso del Tiempo y en él se indican las edades aproximadas de los miembros de tres generaciones de la familia propietaria.

Expresa Gallo (2011, p. 128) que la maduración del negocio se presenta varias veces en el ciclo de vida de una Empresa Familiar multigeneracional. La primera vez que sucede –poco tiempo antes de pasar la frontera de la sucesión– coincide con el hecho de que la organización de la empresa está formada por directivos que –en comparación con etapas anteriores– ya tienen edades avanzadas, mientras que el fundador tiene unas motivaciones diferentes a las que tenía años atrás. A esta situación se le denomina *triple coincidencia*. Para pasar a la etapa de revitalización estratégica se requiere que la persona en transición al poder o que asumirá la sucesión esté a favor del cambio y adaptación.

Por todo lo anterior, autores como Leach (2010) y Serna & Suárez (2005) coinciden en afirmar que el cambio generacional es un asunto muy delicado para la Empresa Familiar y que la supervivencia del negocio es un factor más importante que otro de orden financiero, pues cada generación enfrenta sus propios desafíos que amenazan su propósito de continuidad o ayudan a perpetuar la empresa. En ese sentido, corregir situaciones que puedan afectar la permanencia de la empresa constituye una meta para la Empresa Familiar. En consecuencia, es necesario identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas con el ánimo de poder mejorar factores desfavorables y consolidar y mantener factores favorables.

2.7.2. Factores internos y externos de las Empresas Familiares

Anteriormente la visualización de las organizaciones como un todo se restringía a la consideración de factores de carácter interno, como la mejora de los procesos productivos y administrativos y la gestión de personal, con superficial consideración de factores ambientales externos y enfoque a muy largo plazo. Hacia la década de 1970 los cambios en el entorno, el producto de los grandes impactos ambientales, los acelerados cambios tecnológicos y la creciente competencia mundial, obligaron a las empresas a ampliar su marco de referencia para la mejora de su gestión de negocios y a contraer el período de planificación hacia cortos y medianos plazos.

Según Robbins & Coulter (2000, p. 236), comienza así a reconocerse la utilidad de lo que ellos denominan "*pensamiento estratégico*", con el cual se puede analizar el ambiente externo

organizacional, evaluar las fortalezas y debilidades del negocio e identificar las oportunidades capaces de proporcionar alguna ventaja competitiva para la organización”.

Bajo el modo de *pensamiento estratégico* los factores internos de las empresas pueden ser favorables y se les denomina *fortalezas*, en tanto que a los no favorables se denominan *debilidades*. En el caso de los factores externos de los negocios, a los que operan a favor se les llama *oportunidades* y, mientras que a los que lo hacen en contra se les llama *amenazas*³ (Humphrey, 2005).

Asimismo, en la perspectiva de estrategias para los negocios, dice Porter (1980) que un determinante fundamental del potencial de rentabilidad de una empresa es la estructura y dinámica de la industria o sector donde compite. Este se ve afectado por la existencia de cinco fuerzas y cuatro factores que determinan cada una de ellas. Dentro de las cinco fuerzas se encuentran: i) la intensidad de la rivalidad en la industria (o sector); ii) la amenaza de nuevos entrantes o competidores; iii) la amenaza de productos y servicios sustitutos; iv) el poder de negociación de los compradores; y, v) el poder de negociación de los proveedores⁴.

En relación con los cuatro factores que determinan cada una de estas fuerzas y que resultan fundamentales para alcanzar la ventaja competitiva de una nación, región o área local, se encuentran: i) factores básicos relacionados con la dotación de recursos o factores en los que se basa la ventaja comparativa (tierra, mano de obra y capital), siendo éstos factores difíciles de replicar; ii) exigente demanda de los consumidores locales o nacionales, que tiende a crear tradiciones y culturas relacionadas con la producción o el servicio que se genera; iii) cercanía territorial y, específicamente, la creación de *clusters* o agrupamiento de unidades de producción y proveedores en torno a una determinada industria o servicio; y, iv) marco institucional y prácticas comerciales, los cuales contribuyen a crear reglas de juego claras y estables, importantes para el desarrollo de ventajas competitivas.

Según Porter (1980), cualquier ventaja o desventaja competitiva de una empresa o sector puede ser explicada en términos de una ventaja o desventaja en costes o en diferenciación. Al combinar estas dos estrategias básicas con la definición del mercado foco, resultan *estrategias*

³ Este es un método de planificación estratégica creado por el *Stanford Research Institute (SRI)* entre 1960 y 1970, como resultado del trabajo de investigadores sobre planificación corporativa tales como: Robert Stewart, Marion Doshier, Otis Benepe, Birger Lie y Albert Humphrey (Humphrey, 2005). Se utiliza para evaluar factores favorables o limitantes en un proyecto o en un negocio. Se le conoce como análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades, amenazas). Más adelante Wehrich (1982) logra integrar estos factores en una matriz de doble entrada que combina variables tanto internas como del entorno del proyecto o negocio.

⁴ El *Modelo de las Cinco Fuerzas* de Porter (1980) constituye una herramienta muy utilizada para el análisis de la competencia en un sector o industria en un determinado país o región. El conocimiento de estas fuerzas y de los factores que las determinan permite encontrar una posición en la industria donde la empresa pueda competir exitosamente y permite determinar las oportunidades y amenazas que se le presentan. De esta forma, la empresa podrá adaptarse mejor al ambiente de su industria y formular una estrategia exitosa.

*genéricas*⁵ que serán útiles de aplicar dependiendo si el negocio busca una posición en todo el mercado o si considera sus actividades en un grupo de clientes específico o focalizado. Expresa Francés (2001) que el uso de estas estrategias genéricas contribuye a la orientación estratégica de los negocios y ayuda a lograr ventajas competitivas sostenibles y de carácter relativamente estable en el tiempo.

Aunque las teorías sobre estrategia o dirección estratégica de los negocios son igualmente aplicables tanto en Empresas Familiares como en Empresas No Familiares, en los negocios de familia el proceso de formulación e implementación de estrategias puede verse afectado por consideraciones propias de la familia (Nuñez-Cacho, Grande & Muñoz, 2012). Es decir, la forma de dirigir el negocio hace que ciertas estrategias sean menos factibles que otras, como el hecho de que la composición y número de familiares activos en la empresa pueda definir el éxito de una estrategia de diversificación; o que la cultura de la familia y sus valores hagan el negocio más o menos propenso a la asunción de riesgos o internacionalización (Cabrera y Olivares, 2012), entre otras consideraciones.

Al respecto señala Martínez (2010) que, aunque hay Empresas Familiares en todos los sectores de la economía, éstas suelen participar con más frecuencia en aquellos rubros que son menos intensivos y con menores barreras de entrada, aunque justamente por ello terminan dentro de sectores muy competidos. Asimismo, la afinidad al tipo de negocio que el fundador construyó suele crear altas barreras emocionales de salida a la diversificación de las empresas de familia, lo que conduce a una mayor rivalidad o intensidad competitiva en el sector y a una menor rentabilidad para la empresa. Estas características se cuentan entre sus factores desfavorables.

En compensación, la lealtad de clientes y proveedores suele ofrecer una estructura más atractiva en la industria donde operan. Kets de Vries (1993) reconoce que entre los activos intangibles más valiosos de las Empresas Familiares se encuentra la reputación de seriedad y cumplimiento de compromisos de sus dueños.

En efecto, una de las características más comunes de las Empresas Familiares consiste en otorgar gran importancia al compromiso establecido con los grupos con los que se relaciona, tales como empleados, proveedores y clientes (Ward, 1998).

⁵ Las denominadas *Estrategias Genéricas* (Porter, 1980; Treacy & Wiersema, 1995) son tres: Liderazgo en costes que consiste en vender a menores costes para el cliente con base en menor precio, esfuerzo de compra, costes de operación y mantenimiento; Diferenciación que consiste en innovación continua que garantiza productos o servicios avanzados y de mejor desempeño; Focalización que consiste en atención individualizada a las necesidades de clientes específicos, maximizando el valor recibido.

En consecuencia, la confianza y la reputación reducen los *costes de transacción*⁶ y favorecen la lealtad de los clientes, proveedores y empleados. De igual modo, el compromiso con la empresa que caracteriza a la propiedad familiar favorece la creación de confianza y el establecimiento de relaciones estables con sus interlocutores o *stakeholders*, lo que reduce el coste de capital (Anderson, Mansi & Reeb, 2003). Todo lo cual puede identificarse como factores favorables o potenciales ventajas competitivas de las Empresas Familiares.

Adicionalmente, la orientación a largo plazo de los negocios de familia hace que éstos trabajen durante mucho tiempo con los mismos equipos de gobierno y las mismas prácticas de dirección (Anderson *et al.*, 2003; Kets de Vries, 1993). Al respecto señalan Carrasco, Sánchez & Meroño (2014) que en sus prácticas de recursos humanos las empresas familiares generalmente dirigen sus procesos de selección a un pequeño conjunto de candidatos quienes –habitualmente familiares– suelen participar de los valores y cultura de la empresa familiar, buscando con esto un equilibrio entre el desempeño económico y no económico motivado por la necesidad de implicar y comprometer social y emocionalmente al empleado para que contribuya a la supervivencia y preservación de los valores y cultura familiar de la empresa.

Todo ello se traduce en *capital social o relacional*, otra fuente de ventajas competitivas para las Empresas Familiares. La estabilidad y consolidación de las relaciones con los *stakeholders* hacen que estas empresas tengan un conocimiento estrecho del negocio y de las necesidades de los mercados que atienden, lo que no sólo facilita la labor de supervisión del trabajo directivo de la Empresa Familiar (Nieto, Fernández, Casasola & Usero, 2009), sino que también reduce los costes de oportunidad al satisfacer la demanda antes que sus competidores.

Por otra parte, entre sus factores internos favorables, las Empresas Familiares suelen disminuir o atenuar el *problema de agencia*⁷ descrito por Jensen & Meckling (1976), pues el control familiar reduce la discrecionalidad directiva (propiedad y gerencia recaen sobre las mismas personas; los puestos directivos son ocupados por miembros de la familia), ya que la familia

⁶ La *Teoría sobre los Costes de Transacción* tiene su origen en un artículo de R. Coase publicado en 1937, donde el autor expresa la consideración de la actividad económica como un conjunto de transacciones que pueden ser organizadas a través del mercado, mediante mecanismo de precios o a través de las empresas y los costes asociados a las transacciones de cada una de éstas (Coase, 1991). Más adelante Williamson (1985) retoma el planteamiento de Coase intentando hacerlo más operativo, explicando que los costes de transacción en los mercados se refieren a tres actividades: i) identificar y poner en contacto a las partes que intervienen en la transacción (costes de información); ii) negociar y redactar los contratos (costes de negociación); y, iii) vigilar su cumplimiento (costes de garantías). Específicamente en las empresas, los costes de transacción están más relacionados con los costes de transmitir información a través de los contactos o relaciones con otros agentes que intervienen en la negociación y los costes de garantías para vigilar su cumplimiento (Williamson, 1989).

⁷ La *Teoría de la Agencia* se desarrolla en la década de 1970 con los trabajos pioneros de Jensen y Meckling, que la definen como un contrato bajo el cual una persona, principal, encarga a otra, agente, la realización de algún servicio en su interés, incluyendo delegación de autoridad en el agente a cambio de una contraprestación (Jensen & Meckling, 1976, p. 308). En esta relación se produce una delegación de autoridad necesaria para que el agente pueda realizar una tarea en beneficio del principal.

tiene incentivos y medios para recabar información sobre la actuación de los directivos o intervenir directamente.

Con todos estos factores a favor y en contra es conveniente considerar cómo una combinación de ellos puede ayudar a sostener la posición de la Empresa Familiar en el mercado y mejorar su desempeño a largo plazo. Si bien las Empresas Familiares suelen ser menos agresivas y más conservadoras a la hora de incursionar en nuevos mercados que las Empresas No Familiares, esto no implica que sean ineficientes.

Algunos estudios indican que las Empresas Familiares son más rígidas en su proceso de internacionalización que las Empresas No Familiares, debido a su baja propensión al riesgo. Amat, Martínez & Roure (2008) describen algunas preferencias comunes en la gestión de Empresas Familiares en materia de internacionalización, entre las que cabe señalar que generalmente las Empresas Familiares suelen favorecer esta decisión en países con menores diferencias de idioma, cultura, nivel de educación y desarrollo a los del país de origen. Asimismo, tienden a preferir la propiedad total o el control de operaciones en el extranjero en lugar de compartirlo, así como a gestionar la estructura y procesos de forma menos formal en sus negocios internacionales a través de ejecutivos familiares expatriados, canales informales de comunicación, entre otras preferencias.

Asimismo, Muñoz, Nava & Rangel (2013, p. 31), señalan de forma resumida otros factores que constituyen ventajas y desventajas de las Empresas Familiares. Entre las ventajas se encuentran:

1. La voluntad de estabilidad y perdurabilidad ante adversidades económicas relacionadas con la propiedad el control y la gestión.
2. La orientación al consumidor.
3. El enfoque a la calidad.
4. La activa participación dentro de las comunidades.
5. El ambiente de trabajo único.
6. La especial manifestación de motivación y prácticas eficientes.
7. La lealtad y confianza entre sus integrantes.

Entre las desventajas de las Empresas Familiares estos autores señalan las siguientes:

1. La práctica de una gestión complicada.

2. La divergencia entre los objetivos debido a los valores de la familia y su influencia en el negocio.
3. La presencia de nepotismo y paternalismo.
4. El temor a los cambios.
5. La dependencia de financiamiento externo que limita su *performance* innovadora al interior.

Cuadro N° 2.7.
Factores internos y externos de la Empresa Familiar

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Tradicionales, conservadoras • Compromiso y lealtad con clientes y proveedores • Estabilidad y relaciones consolidadas • Relaciones de confianza con sus <i>stakeholders</i> • Menores costes de agencia • Orientación a largo plazo • Capital social familiar o <i>familiness</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Menores costes de transacción • Menores costes de capital • Menores costes de oportunidad • Mayor capital social o relacional
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Rigidez • Nepotismo • Informalidad • Resistencia al cambio • Superposición de roles empresariales y familiares • Resistencia a la profesionalización • No favorecen la diversificación • Baja propensión al riesgo 	<ul style="list-style-type: none"> • Participan en sectores muy competidos • Crecimiento limitado al capital familiar • Dificultad para la internacionalización

Fuente: elaboración propia

Estos constituyen algunos de los factores internos y externos relacionados con las Empresas Familiares que se presentan en el Cuadro N° 2.7, bajo la forma fortalezas y oportunidades para los factores favorables y de debilidades y amenazas para los factores desfavorables. Estos factores especialmente los factores favorables, pueden resumirse en el concepto de *familiness* (Habbershon, Williams & MacMillan, 2003), el cual alude a la idiosincrasia de la empresa resultante de la combinación entre el sistema familia y el sistema empresa, la experiencia que la familia aporta al negocio transmitida de generación en generación, traducida en valores, actitudes y motivaciones que imperan en el negocio y se identifica con el *capital familiar* o *capital social familiar*.

Según Ortiz & Olaz (2014), este capital social familiar se define como la *infraestructura moral* en la que socializan los miembros de la unidad familiar, dirige y encausa sus relaciones, y es a través de éste que la familia empresaria aprende a trazar el tipo de empresa que quiere ser.

2.8. Trabajos empíricos sobre Empresas Familiares. Variables estudiadas

En los estudios empíricos sobre Empresas Familiares surge, en primer lugar, la necesidad de separarlas del resto de empresas para entenderlas en su verdadera esencia. En segundo lugar, surge la inquietud de conocer su comportamiento desde diferentes perspectivas, mediante la medición de diferentes variables, en relación con el resto de empresas.

Para separarlas del resto de empresas, por lo general se emplean criterios teóricos relacionados con la propiedad, dirección y continuidad de estos negocios. Esto obedece al hecho que tales criterios permiten conocer si pertenecen a un grupo familiar, si miembros de este grupo familiar participan en su dirección y si existen evidencias de que más de una generación de la familia ha participado en la dirección del negocio o al menos la familia expresa intención de conservar en el futuro la propiedad en manos del grupo.

En este sentido, Comblé & Colot (2006, p. 91) coinciden en señalar que un buen concepto que sirva para clasificar una empresa como familiar debe reunir estos tres elementos:

1. El control del capital por la familia.
2. La participación activa de la familia en la gestión de la empresa.
3. La transmisión o la voluntad de transmitir la empresa a la generación siguiente.

Es por esta razón que Rojo, Diéguez & López (2011) señalan que el concepto de Empresa Familiar es un concepto multifactorial y multidisciplinar. De allí que para el investigador sea útil diferenciar entre la aplicación del concepto para crear teoría o la aplicación del concepto de modo operativo o empírico para clasificar a una empresa como familiar o no familiar.

El trabajo de Rojo *et al.* (2011, p. 53) tiene como objetivo servir de guía en el desarrollo de trabajos empíricos que pretenden disociar la Empresa Familiar de la Empresa No Familiar mediante la utilización de bases de datos; más concretamente, en el caso español a través de la base datos SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibérico), estratificada por tamaño y sector económico y que, según el autor, permite diferenciar adecuadamente las Empresas Familiares de las Empresas No Familiares. Esta base de datos es útil para identificar, clasificar y analizar la estructura de propiedad y gestión de cada empresa, de tal manera que se consideran familiares aquellas en las que existe parentesco entre los accionistas que ocupan puestos directivos y los administradores que ocupan puestos administrativos.

Esta investigación concluye que, aún cuando en España la diferencia entre Empresa Familiar y Empresa No Familiar en el ámbito operativo suele determinarse mediante el uso de la base de datos SABI, los criterios de automatización de dicha base presentan algunas limitaciones. Sin

embargo, la diferencia entre Empresa Familiar y Empresa No Familiar se puede sustentar, no sólo en función de quién posea las acciones mayoritarias, sino también en función de quién ejerza la influencia definitiva sobre los aspectos fundamentales del gobierno corporativo, a través de una presencia relevante en los órganos de gobierno de la compañía o mediante la participación directa de un miembro de la familia en la gestión de la empresa a su máximo nivel.

Finalmente, el sistema de búsqueda utilizado permite establecer una tipología de Empresas Familiares que puede resultar de interés para futuros trabajos de investigación (Rojo *et al.*, 2011, p. 65).

En este sentido, estas variables o criterios de separación entre Empresas Familiares y Empresas No Familiares⁸ se emplean generalmente para hacer consultas previas o aplicar cuestionarios iniciales en las empresas a estudiar, que permitan establecer estas distinciones. Ello porque las bases de datos sobre empresas no suelen discriminar al grupo de Empresas Familiares.

Los investigadores sobre el tema encuentran bases de datos sobre empresas en general, discriminadas por tamaño (como el caso de las PYME), por sectores económicos (como las industriales, comerciales o servicios), por regiones o zonas geográficas, por su actividad financiera y manejo de ciertos volúmenes de capital y transacciones (como es el caso de las empresas que cotizan en la bolsa), entre otras bases de datos referidas a empresas. Lo que es interesante observar es que en todos estos grupos de empresas puede haber Empresas Familiares, que es necesario reconocer si se desea estudiarlas.

Por otro lado, diversos estudios sobre Empresas Familiares emplean, además de los criterios de separación entre Empresas Familiares y Empresas No Familiares, otros indicadores de medición de la situación de los negocios propiedad de familias. A continuación se presenta una reseña de algunos trabajos de investigación empíricos que han tenido como propósito el estudio de Empresas Familiares desde la perspectiva de variables similares a las usadas en esta investigación.

El trabajo de Nieto *et al.* (2009) explora el efecto de diferentes combinaciones de propiedad e implicación familiar sobre la creación de valor en la Empresa Familiar. Se analizan las distintas formas de participación en la dirección y control en la empresa de la familia propietaria que pueden afectar de forma diferencial los resultados y la creación de valor.

⁸ Criterios de distinción entre Empresas Familiares como los mencionados: propiedad, dirección y continuidad, pueden verse como criterios de selección de Empresas Familiares para la realización de trabajos empíricos en las investigaciones de Maseda, Iturralde & Arosa (2009), Santana & Cabrera (2001), Seijo & Menéndez (2007), entre otros autores.

Esta investigación emplea un panel de datos de 2.759 empresas cotizadas con más de cincuenta empleados, pertenecientes a cuarenta y seis sectores económicos diferentes según la clasificación NACE⁹, correspondientes a quince países europeos para el período 2004-2005. De allí que las conclusiones alcanzadas son generalizables a una pluralidad de entornos y actividades.

En el marco metodológico se emplearon las variables: creación de valor (variable dependiente); si la empresa es familiar o no, si la Empresa Familiar está en primera generación, en segunda generación o posteriores generaciones; si la familia es accionista principal y un banco es segundo mayor accionista; si la familia es accionista principal y un inversor institucional es segundo mayor accionista; si la familia es accionista principal y otra empresa es segundo mayor accionista (variables independientes); tamaño, edad, endeudamiento, riesgo de mercado, concentración de propiedad (variables de control).

En el marco teórico de este trabajo se argumenta que la Empresa Familiar que cotiza en la bolsa está más protegida que la que no lo hace, pues para cotizar en la bolsa es preciso tener buenos mecanismos de información, supervisión y control, garantizando así la protección de los propietarios familiares y de los accionistas minoritarios.

Los resultados muestran que cuando la familia participa en la propiedad y en el consejo de administración se crea valor. Igualmente se comprueba que las empresas gestionadas por descendientes del fundador destruyen valor, mientras que el que el fundador dirija la empresa no tiene un efecto significativo en la creación de valor. Por último, la presencia como accionistas de referencia de inversores institucionales potencia la creación de valor, mientras que la de otras empresas lo destruye (Nieto *et al.*, 2009, pp. 16-17).

La investigación llevada a cabo por Bañegil, Barroso & Tato (2011) tiene como objetivo general analizar la continuidad de la Empresa Familiar y la influencia que sobre ella tienen algunas variables como la gestión profesional de la Empresa Familiar, el espíritu emprendedor y la realización de estrategias de alianzas. Los autores emplean como metodología el proceso de ecuaciones estructurales con enfoque *Partial Least Squares* (PLS), con el fin de analizar las relaciones entre estas variables, pues consideran que la falta de gestión profesional, el emprendedurismo y la ausencia de alianzas estratégicas contribuyen a la mortandad de estas empresas (y, por tanto, afectan su continuidad).

⁹ La Unión Europea utiliza la Nomenclatura Estadística de Actividades Económicas de la Unión Europea (NACE) que es equivalente a la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), empleada en Venezuela.

En la fase operativa de la metodología se utilizó un cuestionario inicial para conocer el peso de la Empresa Familiar dentro del total de empresas incluidas en la base de datos ARDAN-Guía Empresarial de Extremadura para el año 2008. De esta fase se obtuvo que más del 70% de las empresas extremeñas son familiares. Otros resultados dan cuenta que la gestión profesional no parece influir positivamente sobre la continuidad, pero sí que influye positivamente en la conformación de alianzas estratégicas.

Asimismo, el espíritu emprendedor influye positivamente en la continuidad, pero conviene tener en cuenta que el emprendedurismo puede ser fomentado o restringido dependiendo del nivel generacional de la familia implicada. Cuando se fomenta el espíritu emprendedor las Empresas Familiares han dado muestras de continuidad en los objetivos, relaciones sociales valiosas, supervivencia, orientación a largo plazo; cuando éste se restringe muestran mayor aversión al riesgo (Bañegil *et al.*, 2011, p. 37).

Por su parte, López, Serrano, Gómez & García (2012) plantean un trabajo que tiene como propósito identificar el efecto del *familiness* en la *performance* innovadora de las Empresas Familiares. En este sentido, suelen encontrarse argumentos opuestos: mientras que algunas investigaciones sugieren que las Empresas Familiares pueden ser muy innovadoras y agresivas en sus mercados y un recurso clave para la innovación tecnológica y el desarrollo económico, otras consideran que son negocios muy conservadores y adversos al riesgo (y, por lo tanto, menos innovadoras).

Por estas razones, la citada investigación se propone evidenciar los efectos del conjunto de factores intrínsecos de las Empresas Familiares denominados *familiness* y que pueden explicar las diferencias de comportamiento y resultados de estos negocios. Para el proceso metodológico se trabajó con la base de datos SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibérico) de empresas registradas en la Comunidad Autónoma de Cantabria, obteniéndose un total de 110 Empresas Familiares que fueron caracterizadas empleando los criterios de tamaño, sector económico, orientación estratégica y mercado.

Los resultados permiten concluir que las Empresas Familiares estudiadas no son innovadoras radicales que lideran los cambios del mercado, sino que se centran en llevar a cabo mejoras de las innovaciones ya existentes, en tanto que sus actividades innovadoras surgen como respuesta a las necesidades de los clientes. Respecto a las variables del *familiness*, se concluye que el nivel de estudios afecta al impacto cualitativo de la innovación; en consecuencia, la formación profesional del recurso humano ayuda a incorporar actividades innovadoras. También se concluye que las Empresas Familiares de primera generación muestran una

orientación más emprendedora y la permanencia en el liderazgo de estas empresas de miembros de la familia es positiva, al observar mayores rendimientos económicos de las innovaciones incrementales realizadas (López *et al.*, 2012, p. 17).

La investigación realizada por Lorenzo & Nuñez-Cacho (2012) tiene como propósito principal la aplicación del modelo de fuerzas inerciales de Rumelt (1995), con el objetivo de analizar las dificultades del proceso de cambio que desencadena la innovación en el ámbito específico de las Empresas Familiares. El planteamiento se sustenta en la idea de que la falta de flexibilidad y disposición al cambio se denomina inercia y se define como la persistencia firme de las formas y funciones actuales, que pueden ser beneficiosas o ineficaces para la organización.

El modelo de Rumelt (1995) plantea cinco fuentes básicas de inercia: percepción distorsionada, falta de motivación, falta de respuesta creativa, barreras políticas y acciones desconexas. Entre los supuestos a comprobar que reducen la respuesta creativa a los cambios y a la innovación en la Empresa Familiar se encuentran: la dualidad de roles familiares y empresariales, el nepotismo, el paternalismo, la autofinanciación, los procesos sucesorios, el temor a afectar el estatus y la reputación y dispersión de la propiedad entre varios miembros de la familia, la escasez de formación y experiencia fuera del negocio familiar, el uso inadecuado de la comunicación empresarial y la sombra generacional.

Todo ello genera barreras políticas que obstaculizan los procesos de innovación y producen acciones desconexas, tales como primar los intereses familiares por encima de los empresariales.

Se concluye que, aplicando el modelo de Rumelt, se podrían detectar las principales debilidades de las Empresas Familiares relacionadas con la innovación y causadas por sus características negativas. Ello permitiría corregir estas debilidades para llevar a cabo procesos e innovación que les facilite alcanzar una posición competitiva sostenible en el mercado (Lorenzo & Nuñez-Cacho, 2012, p. 36).

En la investigación de Nuñez-Cacho *et al.* (2012) se plantea diseñar un instrumento que permita a las Empresas Familiares medir su rendimiento con indicadores propios. Los mismos no deberían limitarse a los económicos o financieros, sino considerar también variables de naturaleza socioemocional que indiquen si la empresa está alcanzando su objetivo, dada la particularidad de estas organizaciones por la interacción de la familia y el negocio.

Para esta propuesta se usa como marco teórico el *enfoque de los recursos y capacidades*¹⁰ y la *teoría de la agencia*¹¹, en el entendido de que la percepción de rendimiento en las Empresas Familiares estará condicionada por factores muy distintos a los considerados por el resto de las empresas. Para esta investigación el *enfoque de los recursos y capacidades* se refiere a la consideración de la ventaja competitiva como el enlace entre las características internas de la empresa y el beneficio obtenido; por su parte, la *teoría de la agencia* se emplea como parámetro para medir las implicaciones o costes ocasionados por la coincidencia o separación del principal y agente en la figura de propiedad y dirección de los negocios de familia.

De esta manera, el aspecto más innovador de este trabajo es la incorporación a la escala de rendimiento tradicional basada en medición de rentabilidad, productividad o crecimiento de variables que recogen aspectos específicos de las Empresas Familiares como son la satisfacción de los miembros de la familia con la marcha de la empresa, la satisfacción de los empleados familiares con su situación y la satisfacción del sucesor o potencial sucesor con la carrera que está desarrollando dentro de la organización.

Los principales hallazgos señalan que se puede construir una escala que permite medir y comparar el rendimiento en los trabajos efectuados sobre este tema. Además esta escala recoge las aportaciones incorporadas en los últimos tiempos al enfoque de los recursos y capacidades, especialmente las relacionadas con el concepto de ventaja competitiva y teoría de la agencia en las Empresas Familiares, sin perjuicio de su empleo con otros enfoques teóricos. Dicha escala permite valorar las actuaciones desde muy diferentes ámbitos de la gestión de las Empresas Familiares, tales como dirección, gobierno, sucesión, organización de la empresa, gestión de recursos humanos, inversión o financiación (Nuñez-Cacho *et al.*, 2012, p. 17).

En el trabajo propuesto por Rodríguez, Rodríguez & Rodríguez (2012a) se persigue descubrir qué piensan los empresarios de la PYME familiar de Córdoba y Provincia sobre la responsabilidad social y obtener una clasificación de las empresas en función del enfoque de responsabilidad social mostrado. Se parte de la idea de que la empresa debe aceptar que en el

¹⁰ El origen de la *Teoría de recursos y capacidades* se sitúa habitualmente en el año 1984, con la publicación del artículo "The resource-based view of the firm" del profesor Binger Wernerfelt (Fernández & Suárez, 1996, p. 73); esta teoría trata de explicar los motivos por los cuales las empresas, que desarrollan su actividad en el mismo entorno competitivo y que estarían sujetas a los mismos factores de éxito identificados en el sector económico, obtienen niveles de rentabilidad diferenciados. Este enfoque entiende la ventaja competitiva a través del enlace entre las características internas de la empresa y el beneficio obtenido (Barney, 1991). En relación con las empresas de familia, la ventaja de este enfoque es que permite identificar los factores que hacen que la empresa familiar tenga un potencial único y muestra cómo desarrollarlo para obtener ventajas competitivas basadas en su carácter familiar, introduciendo de este modo el concepto de *familiness* (Nuñez-Cacho *et al.*, 2012).

¹¹ La *Teoría de la Agencia* fue originalmente propuesta por Jensen & Meckling (1976). Para el caso particular de las Empresas Familiares, cuando se emplea esta teoría, lo primero es analizar cuáles son los intereses de los propietarios familiares. Si en la empresa familiar el principal y el agente coinciden –es decir, propiedad y gerencia recaen sobre las mismas personas–, los *costes de agencia* serán mínimos, pues los intereses estarán alineados (Nuñez-Cacho *et al.*, 2012).

ejercicio de su actividad concurre una responsabilidad sobre todos los agentes implicados en el entorno en el que opera y que en el caso de la Empresa Familiar, la familia es uno de esos agentes. Se plantea trabajar con tres enfoques de la responsabilidad social: filantrópico, instrumental y avanzado.

En el enfoque avanzado de la responsabilidad social es de esperar que las Empresas Familiares den gran importancia a la calidad del producto o servicio, a la protección del empleado, a la implicación en la comunidad en que viven, en la búsqueda de continuidad de su gestión. Por esta razón se preocupan de su reputación en la sociedad y entienden que se pueden lograr valores añadidos a largo plazo, al dar satisfacción a las responsabilidades sociales.

Los resultados obtenidos permiten concluir la existencia de dos grandes categorías de responsabilidad social corporativa. Por un lado está la categoría de las Empresas Familiares que considera la responsabilidad social como un coste y como tal debe ser evitado. Por otro lado, surge otra categoría de Empresas Familiares que considera la responsabilidad social desde un punto de vista estratégico, por lo que debe ser considerada en la formulación de su misión y visión. Se recomienda que un desarrollo de la responsabilidad social en las PYME familiares debe trabajar la visibilidad de estas prácticas e incluir en la gestión a la familia como grupo de interés interno; además, los indicadores que se usen para medir estas prácticas deben ser adaptados a las empresas de pequeña dimensión y diferir de los usados por las empresas de gran tamaño (Rodríguez *et al.*, 2012a, p. 19).

El trabajo de Rodríguez, Rodríguez & Rodríguez (2012b) tiene como propósito estudiar la afectación de la crisis actual en la Empresa Familiar, teniendo como contexto la situación de la economía española en los últimos años que ha experimentado un proceso de recesión en un entorno marcado por el recrudecimiento de las tensiones en los mercados financieros, las restricciones de acceso al crédito y los ajustes fiscales; todo ello ha incidido negativamente sobre el empleo, las ventas de las empresas de bienes de consumo, el crédito nuevo a los hogares para la compra de vivienda, entre otros problemas económicos.

Teniendo en cuenta que en España el 70% del PIB nacional es generado por Empresas Familiares y que en Córdoba y Provincia el 77% de las empresas son Empresas Familiares, estos autores plantean sustentar su investigación en cuatro constructos: impacto que está teniendo la crisis económica en la Empresa Familiar, medidas o estrategias que está adoptando para afrontarla, papel del líder ante la situación actual y afectación de las relaciones familiares o de la escala de valores dentro de la Empresa Familiar. Para ello se emplean variables de estudio tales como: ubicación geográfica, ámbito de actuación (local, regional, nacional, internacional),

sector de actividad económica (comercio/servicios, industria, construcción), tamaño de las empresas según el número de trabajadores y volumen de facturación.

El estudio, junto con un breve análisis macroeconómico, describe la economía nacional y regional y ha llegado a las siguientes conclusiones: la mayoría de las empresas estudiadas han sido afectadas por la crisis económica; la crisis ha afectado a todos los sectores de actividad económica, siendo el sector construcción el más afectado; la reducción de las ventas es el principal problema de la Empresa Familiar, lo que se manifiesta en alta morosidad de los clientes y disminución de la liquidez para las empresas; las medidas más comúnmente adoptadas para enfrentar la crisis han sido reducción de la inversión y reducción de los puestos de trabajo, teniendo en cuenta si el trabajador es o no de la familia; y el papel del líder en tiempos de crisis es fundamental para los trabajadores de la Empresa Familiar (Rodríguez *et al.*, 2012b, p. 23).

En la investigación de Bañegil, Barroso & Sanguino (2013) se propone que la gestión del conocimiento en la Empresa Familiar podría estar positivamente relacionada con la orientación emprendedora. Tratándose de una investigación documental, el objetivo final es establecer un marco referencial que pueda ser posteriormente utilizado en investigaciones empíricas para proporcionar apoyo a las relaciones propuestas.

Las relaciones propuestas son: la gestión de conocimiento influye positivamente en la gestión emprendedora de la Empresa Familiar; la gestión del conocimiento influye positivamente en el rendimiento de la empresa; y la orientación emprendedora influye positivamente en el rendimiento de la empresa.

El planteamiento de la investigación se enfoca en la idea de que las Empresas Familiares son creadas debido al comportamiento emprendedor de uno o más de sus fundadores, que descubren y explotan una oportunidad y que, para crecer y sobrevivir en un entorno caracterizado por la globalización de los mercados, los desarrollos tecnológicos o los avances en las tecnologías de información y comunicación. Es necesario que este comportamiento emprendedor sea transmitido a las siguientes generaciones para la supervivencia y crecimiento de las empresas, porque ayuda a crear trabajo y riqueza para los miembros familiares. Asimismo, la transferencia de conocimiento a través de generaciones promueve el trabajo en redes y genera capital social, lo que se traduce en ventajas competitivas para las Empresas Familiares.

En el trabajo se concluye que el conocimiento puede ser más fácilmente compartido y transferido en las Empresas Familiares porque poseen características que las hacen diferentes

a las Empresas No Familiares. Se determina que a pesar de que el emprendedurismo depende de muchos factores, la disposición de las personas a compartir sus conocimientos juega un papel importante en la capacidad emprendedora y esto parece más factible en las Empresas Familiares.

Finalmente, los autores señalan que el proceso de compartir conocimientos es una fuente de ventaja competitiva y emprendimiento. De este modo, las Empresas Familiares que consigan compartir su conocimiento entre los miembros de la familia tendrán una mayor capacidad para emprender y, por tanto, mayor rendimiento. Por tanto, promover culturas progresistas orientadas al cambio y a la transferencia de conocimiento facilitará la orientación emprendedora (Bañegil *et al.*, 2013, p. 135).

En el trabajo de Casillas, Barbero & Moreno (2013) el objeto central es el estudio de las diferencias entre EF y ENF a la hora de reaccionar ante resultados decrecientes. Específicamente, se analiza la influencia de la estructura de propiedad en las estrategias de reestructuración en empresas en crisis a partir de una muestra de 1.807 PYME españolas seleccionadas de la base de datos SABI para las que la información sobre estructura de propiedad está disponible; de ellas, 947 están controladas por una persona o familia.

Los resultados del estudio muestran que las Empresas Familiares con resultados financieros negativos tienden a mantener o aumentar puestos de trabajo, al tiempo que reducen sus activos a través de procesos de desinversión porque evitan tomar decisiones drásticas que afecten a la organización. También se comprueba que esta relación se da con más intensidad en el caso de las Empresas Familiares de menor tamaño y edad, pues las Empresas Familiares más pequeñas y jóvenes (por su agilidad y flexibilidad) adoptan medidas más rápidas y radicales para frenar la decadencia en los resultados adversos. Asimismo, en la medida en que el nivel de concentración de la propiedad es más elevado, las estrategias de reestructuración parecen ser más intensas (Casillas *et al.*, 2013, p. 17).

Dado que las prácticas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se han configurado como un área de interés entre los académicos e investigadores, el estudio realizado por Herrera, Larrán, Lechuga & Martínez-Martínez (2014) trata de analizar si existen comportamientos diferenciales entre las PYME familiares versus las PYME no familiares y cómo éstos pueden estar influidos por factores tales como el tamaño, el género y el nivel de estudios reglados. El estudio se realizó a una muestra de 481 empresas incluidas en el SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibérico), de la región de Murcia.

Para la determinación del carácter familiar o no de la empresa se consideró la inclusión de un indicador que mide si la mayor parte de la propiedad de la empresa se encuentra en manos de la familia; para evaluar la percepción del encuestado en cuanto al control, se incorporó un ítem dicotómico para medir la percepción o no de la empresa como familiar; por último, se solicitó al encuestado que indique el porcentaje de miembros de la alta dirección que pertenecen a la familia.

Los resultados de este estudio señalan que no existen grandes diferencias entre las empresas estudiadas. En cuanto al género y la formación no parece existir ninguna tendencia que permita diferenciar a las mujeres gerentes de los hombres y a los que tienen estudios universitarios de los que no. En cuanto al tamaño, las empresas familiares pequeñas tienden a percibir más dificultades que las medianas para implementar prácticas de RSE. No obstante, ninguna de estas diferencias en cuanto a tamaño es estadísticamente significativa.

Por otro lado, la investigación de Quijano, Argüelles, Sahuí & Magaña (2015) sobre la experiencia generacional y la transmisión de poder como elementos de la cultura organizacional en las Empresas Familiares señala que desde que se constituye una empresa familiar, generalmente los puestos gerenciales son asignados a los miembros del núcleo, de acuerdo al requisito de la relación filial cuyas bases son los principios de fidelidad y confianza como elementos de su cultura familiar; así se conforman las estructuras de poder y la forma de adquirir y transmitir la experiencia empresarial, para la construcción de su propia cultura organizacional.

La prevalencia de estos criterios determina en su mayoría el perfil de este tipo de organizaciones importantes para la economía de los países; pero que presentan una elevada tasa de mortalidad como resultado de una inadecuada planeación de largo plazo en temas como la sucesión generacional.

Este estudio es descriptivo porque se mide información sobre las variables que participan en el problema, con diseño no experimental transversal ya que se recolectaron datos en un solo momento en su contexto natural, mediante entrevistas a los líderes de las organizaciones; el principal objetivo es identificar la incidencia de factores como el poder y la experiencia en la cultura empresarial.

Los resultados señalan que las variables bajo estudio responden en gran medida al liderazgo del socio fundador y su particular estilo en la toma de decisiones.

En el Cuadro N° 2.8 puede verse un resumen de trabajos empíricos recientes sobre Empresas Familiares.

Cuadro N° 2.8.

Resumen de trabajos empíricos sobre Empresas Familiares. Variables estudiadas

Autor y año	Título	Variables del estudio	Resultados y Conclusiones
Nieto, Fernández, Casasola & Usero (2009)	Impacto de la implicación familiar y de otros accionistas de referencia en la creación de valor	Creación de valor, Empresa Familiar y Empresa No Familiar, tamaño, edad, endeudamiento, riesgo de mercado, concentración de propiedad	En las Empresas Familiares estudiadas se crea valor cuando la familia participa en la propiedad y en el consejo de administración.
Rojo, Diéguez & López (2011).	Importancia del concepto de Empresa Familiar en investigación: utilización de la base de datos SABI para su clasificación	Empresas estratificadas por tamaño y sector económico Diferencias entre Empresas Familiares y Empresas No Familiares con base en la estructura de propiedad y gestión de cada empresa	El sistema SABI permite disociar entre Empresas Familiares y no familiares. Se consideran familiares aquellas en las que existe parentesco entre los accionistas que ocupan puestos directivos y los administradores que ocupan puestos administrativos.
Bañegil, Barroso & Tato (2011)	Profesionalizarse, emprender y aliarse para que la Empresa Familiar continúe	Continuidad, gestión profesional de la Empresa Familiar, espíritu emprendedor y estrategias de alianzas	La gestión profesional no parece influir positivamente sobre la continuidad, pero sí influye positivamente en la conformación de alianzas estratégicas; igualmente, el espíritu emprendedor influye positivamente en la continuidad.
López, Serrano, Gómez & García (2012)	El efecto del <i>familiness</i> en la <i>performance</i> innovadora de las Empresas Familiares: un análisis exploratorio	Tamaño, sector económico, orientación estratégica y mercado	Las Empresas Familiares estudiadas se centran en llevar a cabo mejoras de las innovaciones ya existentes y sus actividades innovadoras surgen como respuesta a las necesidades de los clientes. Sobre las variables del <i>familiness</i> , se concluye que la formación profesional del recurso humano ayuda a incorporar actividades innovadoras.
Lorenzo & Núñez-Cacho (2012)	Inercia e innovación en la Empresa Familiar: una primera aproximación	Aplicando el modelo de Rumelt (1995) se plantean cinco fuentes básicas de inercia: percepción distorsionada, falta de motivación, falta de respuesta creativa, barreras políticas y acciones desconexas (primar los intereses familiares por encima de los empresariales).	El modelo de Rumelt permitiría detectar las principales debilidades de las Empresas Familiares relacionadas con la innovación, causadas por sus características negativas, lo cual ayudaría a corregir estas debilidades para llevar a cabo procesos e innovación y alcanzar una posición competitiva en el mercado.
Núñez-Cacho, Grande & Muñoz (2012)	Rendimiento en las Empresas Familiares desde las teorías de los recursos y capacidades y de agencia	Rendimiento medido por: rentabilidad, productividad o crecimiento. Variables que recogen aspectos específicos de las Empresas Familiares como: satisfacción de los miembros de la familia con la marcha de la empresa, satisfacción de los empleados familiares con su situación y satisfacción del sucesor o potencial sucesor con la carrera que está desarrollando dentro de la organización	Se puede construir una escala que permite medir y comparar el rendimiento. Esta escala recoge las aportaciones incorporadas en los últimos tiempos al enfoque de los recursos y capacidades y teoría de la agencia en las Empresas Familiares y permite valorar la gestión de las Empresas Familiares en ámbitos tales como dirección, gobierno, sucesión, organización de la empresa, gestión de recursos humanos, inversión o financiación.
Rodríguez, Rodríguez & Rodríguez (2012a)	Posicionamiento de la pequeña y mediana Empresa Familiar sobre la responsabilidad social	Se trabaja con tres enfoques de la responsabilidad social: filantrópico, instrumental y avanzado.	Se observa la existencia de dos grandes categorías de responsabilidad social corporativa en las Empresas Familiares: las que consideran la responsabilidad social un coste y como tal debe ser evitado y las que consideran la responsabilidad social desde un punto de vista estratégico, por lo que debe ser considerada en la formulación de su misión y visión. Un desarrollo de la responsabilidad social en las PYME familiares debe trabajar la visibilidad de estas prácticas e incluir medidas o indicadores adaptados a las empresas de pequeña dimensión.
Rodríguez Z., Rodríguez A. & Rodríguez J. (2012b)	La crisis económica actual y la Empresa Familiar	Variables de estudio: ubicación geográfica, ámbito de actuación (local, regional, nacional, internacional, sector de actividad económica (comercio/servicios, industria, construcción), tamaño de las empresas según el número de trabajadores y volumen de	El 100% de las empresas han sido afectadas por la crisis económica; la crisis ha afectado a todos los sectores de actividad económica, siendo el sector construcción el más afectado; la reducción de las ventas es el principal problema de la Empresa Familiar; las medidas más comúnmente adoptadas para enfrentar la crisis han sido reducción de la inversión y reducción de los

		facturación.	puestos de trabajo, teniendo en cuenta si el trabajador es o no de la familia; el papel del líder en tiempos de crisis es fundamental.
Bañegil, Barroso & Sanguino (2013)	Espíritu emprendedor e innovación en las Empresas Familiares	Las relaciones propuestas son: la gestión del conocimiento influye positivamente en la gestión emprendedora de la Empresa Familiar, la gestión del conocimiento influye positivamente en el rendimiento de la empresa, la orientación emprendedora influye positivamente en el rendimiento de la empresa	La transferencia de conocimiento a través de generaciones promueve el trabajo en redes y genera capital social, lo que se traduce en ventajas competitivas para las Empresas Familiares. El conocimiento puede ser más fácilmente compartido y transferido en las Empresas Familiares. El proceso de compartir conocimientos es una fuente de ventaja competitiva y emprendimiento, las Empresas Familiares que consigan compartir su conocimiento entre los miembros de la familia, tendrán una mayor capacidad para emprender y mayor rendimiento.
Casillas, Barbero & Moreno (2013)	Reestructuración y tipo de propiedad en empresas en crisis: diferencias entre Empresas Familiares y no familiares	Estructura de propiedad, reestructuración, tamaño, edad	Las Empresas Familiares con resultados financieros negativos tienden a mantener o aumentar puestos de trabajo al tiempo que reducen sus activos a través de procesos de desinversión. Esto se da con más intensidad en el caso de las Empresas Familiares de menor tamaño y edad pues éstas adoptan medidas más rápidas y radicales para frenar la decadencia en los resultados adversos; asimismo, en la medida en que el nivel de concentración de la propiedad es más elevado, las estrategias de reestructuración parecen ser más intensas.
Herrera, Larrán, Lechuga & Martínez-Martínez (2014)	Motivaciones hacia la Responsabilidad Social en las PYME familiares	Responsabilidad Social Empresarial (RSE), percepción de empresa familiar, propiedad en manos de la familia, directivos familiares	El trabajo analiza si existen comportamientos diferenciales entre las PYME familiares versus no familiares y como éstos pueden estar influidos por factores tales como el tamaño, el género y el nivel de estudios reglados. Para diferenciar EF del resto de empresas de la muestra se emplean criterios como: percepción de empresa familiar, propiedad en manos de la familia y directivos familiares. Los resultados señalan que no existen grandes diferencias. La visión a largo plazo de las EF hace que estas integren, en mayor medida, los aspectos sociales y ambientales en la estrategia.
Quijano, Argüelles, Sahuí & Magaña (2015)	Experiencia generacional y transmisión de poder como elementos de la cultura organizacional en empresas familiares de Campeche, México	Empresa familiar, cultura empresarial, liderazgo	El principal objetivo del estudio es identificar la incidencia de factores como el poder y la experiencia en la cultura empresarial. Los resultados señalan que las variables bajo estudio responden en gran medida al liderazgo del socio fundador y su particular estilo en la toma de decisiones. Por su parte, la cultura empresarial se manifiesta por la forma tan individual en la que el socio fundador ha dirigido la empresa según su propia visión del vínculo empresa-familia, al manifestar que involucrarse en el negocio familiar ha tenido una influencia positiva en su vida. Lo anterior refuerza la idea de la influencia del líder, su personalidad y estilo en la dirección de la firma familiar.

Fuente: elaboración propia

2.9. A manera de resumen...

En este Capítulo se abordan algunos aspectos teóricos relacionados con el tema de la Empresa Familiar, que es el objeto de estudio de esta investigación. El estudio de este tipo de empresa, su estructura, funcionamiento y particular modo de gestión resulta de interés, tanto para los investigadores del área empresarial, como para los estudiosos del contexto económico externo

donde operan estas entidades, por su número, contribución al empleo, trayectoria o antigüedad y, especialmente, por la lealtad que le imprimen sus dueños al negocio y que se manifiesta en el concepto de *continuidad*. Continuidad que, en el ámbito de las Empresas Familiares, significa permanencia y sentido de pertenencia, lo que las hace partícipes de la historia del territorio donde se instalan, formando parte de la cultura y modo de vida de una comunidad.

La investigación sobre Empresas Familiares ha orientado muchos esfuerzos a identificar los factores diferenciales de estos negocios, sus problemas específicos y sus aparentes fuentes de ventajas competitivas. El hecho de que una empresa sea familiar puede tener un impacto significativo en los procesos de toma de decisiones y resultados, ya que los intereses y valores de la familia son incorporados en los objetivos de la empresa. Entre las ventajas comunes a todas las Empresas Familiares se encuentra la orientación a largo plazo; esto constituye una fuente de ventaja competitiva para la Empresa Familiar, pues permite abordar la realización de inversiones con largos períodos de maduración, resultados más ciertos y garantías reales. Entre los activos intangibles más valiosos de las Empresas Familiares se encuentran la reputación de seriedad y cumplimiento de compromiso de sus dueños. Entre sus características más comunes destaca otorgar gran importancia al compromiso establecido con los grupos con los que se relaciona, tales como empleados, proveedores y clientes. En consecuencia, la confianza y la reputación reducen los costes de transacción y favorecen la lealtad de los clientes, proveedores y empleados hacia el negocio.

De igual modo, el compromiso con la empresa que caracteriza a la propiedad familiar favorece la creación de confianza y el establecimiento de relaciones estables con sus *stakeholders*, lo que reduce el coste de capital. La orientación a largo plazo hace que estos negocios trabajen durante mucho tiempo con los mismos equipos de gobierno y las mismas prácticas de dirección. Todo ello se traduce en capital social o relacional, que es otra fuente de ventajas competitivas para las Empresas Familiares. Como lo señalan Robinson *et al.* (2003), en las relaciones que se caracterizan por su capital social, los bienes socioemocionales se producen mediante actos de cooperación, entrega de obsequios, intercambio de información, transmisión recíproca de información de apoyo y uso mancomunado de los recursos. Todo ello, como ya se mencionó, disminuye los costes de transacción por la cercanía de las relaciones.

La estabilidad y relaciones consolidadas con los clientes hacen que las Empresas Familiares tengan un conocimiento estrecho del negocio y de las necesidades de los mercados en los que operan. Este rasgo no sólo facilita las labores de supervisión, sino que también reduce los

costes de oportunidad, al satisfacer la demanda antes que sus competidores. De ahí la importancia de la Empresa Familiar, no sólo por sus particulares factores internos –que ya han sido bastante documentados–, sino por los impactos favorables que genera en el ámbito externo como resultado de su gestión. Como ya se ha podido visualizar en la breve descripción realizada a lo largo del presente Capítulo, de la gestión exitosa de las Empresas Familiares es de esperar una serie de eslabonamientos productivos, como resultado de sus interrelaciones con el entorno. En definitiva, por su número, contribución al empleo, lealtad y compromiso de negocio, orientación a largo plazo, confianza y buenas relaciones con sus interlocutores (producto de su antigüedad y continuidad) es por lo que la Empresa Familiar resulta el perfil de negocios con más posibilidades de éxito para contribuir y propiciar la implementación exitosa de un modelo de desarrollo local en un territorio determinado. Este aspecto constituye justamente el planteamiento general de la presente investigación.

CAPÍTULO 3

EL DESARROLLO LOCAL COMO MARCO REFERENCIAL

3.1. Introducción

El concepto de desarrollo, tal como se le conoce en la actualidad, es un tópicos que ha evolucionado intentando recoger diferentes puntos de vista de expertos, organismos responsables o relacionados y sociedades involucradas.

Según Cooper (2005), Emmerij (2005) y Ranis (2004), el tema del desarrollo ya estaba presente en el planteamiento de los economistas clásicos, pero estos autores coinciden en que es a partir de la década de 1940 cuando la Organización de las Naciones Unidas (ONU) lo plantea como un propósito de la postguerra y lo propone como política económica para que los países puedan alcanzar el progreso económico y social.

El concepto de desarrollo (económico) ha estado asociado originalmente con el crecimiento económico, cuya medida –representada por el PIB agregado y, especialmente, por el PIB per cápita–, desencadenó en un enfoque reduccionista sobre la forma de entender y abordar este fenómeno. De manera que ha contribuido escasamente al diseño de formas eficaces de interpretación e intervención.

En 1970 el economista británico Dudley Seers introdujo una nueva perspectiva o cambio de pensamiento, al sugerir la idea de que el desarrollo debe reunir algunas condiciones necesarias para la realización del potencial de la personalidad humana¹². Tales condiciones serían: alimentación (vista como reducción de la pobreza y aumento del nivel de ingreso); y empleo e igualdad, entendida como equidad.

Especialmente con esta última condición, la de la equidad, el desarrollo adquiere una dimensión intangible, subjetiva y, en consecuencia, difícil de medir por la economía (Seers, 1970). A partir de ahí, la interpretación de este concepto reclama, por su complejidad, la participación de profesionales de otras áreas quienes encuentran un espacio de expresión por la multidisciplinariedad del tema.

En 1995, Boutros-Ghali –entonces Secretario General de las Naciones Unidas– publica el informe titulado *An Agenda for Development*, en el que incluye cinco dimensiones del desarrollo.

Con este hecho finalmente se reconoce la subjetividad e intangibilidad de este concepto. Las dimensiones introducidas por Boutros-Ghali (1995) son las siguientes:

1. La paz como cimiento

¹² En 1986 una nueva perspectiva conocida como *Desarrollo a Escala Humana*, introducida por Max-Neef, Elizalde & Hopehayn (2010) constituye –según estos autores– una referencia importante en la concepción ampliada sobre la idea de desarrollo, pues apunta a la consideración de que sin la mejora de la condición humana no hay desarrollo posible.

2. La economía como motor para el progreso
3. El ambiente como base para la sustentabilidad
4. La justicia como pilar de la sociedad
5. La democracia como buena gobernanza

Un año después, inspirado especialmente en las ideas de Amartya Sen, el Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) introduce en 1996 una nueva acepción y una nueva forma de medir el desarrollo a través del Índice de Desarrollo Humano (IDH). Este indicador, por razones metodológicas, sólo reúne tres componentes: calidad de vida, longevidad y nivel de conocimiento.

En el Informe de ese año, el PNUD (1996, pp. 55-56) define el Desarrollo Humano tal y como sigue:

“El desarrollo humano puede describirse como un proceso de ampliación de las opciones de la gente [...]. Más allá de esas necesidades la gente, valora además beneficios que son menos materiales. Entre ellos figuran por ejemplo, la libertad de movimiento y de expresión y la ausencia de opresión, violencia o explotación. La gente quiere además tener un sentido de propósito en la vida, además de un sentido de potenciación. En tanto miembros de familias y comunidades, las personas valoran la cohesión social y el derecho a afirmar sus tradiciones y cultura propia”.

Estas referencias tienen como factor común la ruptura de paradigmas, así como la transición hacia un nuevo tiempo caracterizado por el hecho de que, en distintas sociedades y en diferentes comunidades de saberes, se plantean inquietudes similares y nuevas y parecidas propuestas; ello, en la medida en que se reconoce que el desarrollo es un concepto complejo, multidimensional, subjetivo e intangible. Por tanto, se hace necesaria su interpretación a través de enfoques holísticos, sistémicos e integradores.

En ese contexto ha surgido el desarrollo local consolidándose como una forma de abordar estas situaciones de una manera distinta y que, en algunos países desarrollados, funciona, por naturaleza, como modelo de gestión pública que fomenta la descentralización, dándole libertad de actuación y participación a las localidades, especialmente a aquellas con potencial de desarrollar su entorno más directo, conservando sus costumbres, cultura e idiosincrasia.

El modelo de desarrollo local difiere fundamentalmente de otros modelos de desarrollo porque busca el bienestar y la calidad de vida. Esto se logra, no sólo con apoyo del hecho económico, sino también mediante la consideración e inclusión de aspectos de tipo social, ambiental, cultural, tecnológico, entre otras de sus dimensiones.

Con base en estas consideraciones preliminares, en el apartado 3.2 de este Capítulo se presentan algunas definiciones de desarrollo local y regional; asimismo, en el apartado 3.3 se citan las dimensiones del modelo de desarrollo local, que han servido de base teórica para identificar las variables del estudio y el abordaje de la parte empírica de esta investigación.

Seguidamente, en el apartado 3.4 se ha desarrollado someramente el rol de los agentes del desarrollo local con énfasis en el papel que han desempeñado las empresas de pequeña dimensión.

En el apartado 3.5 se aborda la gestión empresarial y el desarrollo local, con la premisa de que la forma como se gestionan las empresas incide en los procesos de cambio y desarrollo. El apartado 3.6 se basa en la idea de que las empresas constituyen el factor clave del desarrollo local. Aquí se trata de tomar como marco referencial *el factor clave* propuesto por Pérez (2002), para explicar cómo las empresas –como recurso territorial– constituyen un elemento determinante y pueden contribuir al desarrollo, en la medida en que las innovaciones empresariales dinamizan la economía.

En el apartado 3.7 también se aborda brevemente el tema de la concentración de actividades económicas en un espacio territorial, tomado como referencia empírica las experiencias de otros países y regiones. En el apartado 3.8 se intenta explicar por qué ha sido tan difícil replicar la experiencia de desarrollo local en países latinoamericanos. Finalmente, en el apartado 3.9 se presenta un resumen del capítulo.

3.2. Definición de desarrollo local

En las últimas décadas la tendencia ha sido la proliferación de definiciones sobre desarrollo, acompañadas de algún adjetivo. Se han formulado multiplicidad de conceptos cuyo significado varía en alcance y contenido según el calificativo con el que se le acompañe.

Sin embargo, todos estos esfuerzos no han logrado fórmulas consensuadas acerca del significado de los términos: desarrollo territorial, desarrollo regional, desarrollo endógeno, desarrollo local, entre otros; lo que estas diferencias de opinión sí han logrado es estimular la discusión, enriqueciendo la profundidad de su interpretación.

El concepto de desarrollo de mayor uso y aceptación es el que corresponde a *desarrollo local*¹³ pues la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE, 1995) lo propone

¹³ Una referencia que recopila las primeras fuentes documentales sobre el tema de desarrollo local es el trabajo de González & García (1998), quienes organizan la información en fuentes principales (obras generales, manuales y estudios monográficos) y

como la *respuesta* a los problemas presentados por las fuertes transformaciones producidas en el modelo de acumulación de capital, en el que los gobiernos han intervenido impulsando políticas o nuevas formas de gestión pública, encaminadas a solucionar las dificultades que presenta la reestructuración productiva; para ello han impulsado, como política, el desarrollo local.

Por esta razón, tal como señala Boisier (1999b), este concepto está más relacionado con la idea de *contenedor* y no con la de *contenido*, por lo que se puede decir que dentro de un territorio desarrollado el modelo de desarrollo aplicado puede ser regional, endógeno o local.

Según el mismo autor, el *Desarrollo Regional* por su parte, consiste en un proceso de cambio estructural localizado en un territorio llamado *región* que se asocia a un constante progreso de la propia región, comunidad o sociedad y de cada individuo que habita en ella (Boisier, 1999b, p. 7).

En lo que respecta al concepto de *Desarrollo Endógeno*, éste nace como reacción al pensamiento y a la práctica dominante en materia de desarrollo territorial en las décadas de 1950 y de 1960, enmarcado en el paradigma industrial fordista. Garofoli (1995, p. 117) lo define como sigue:

“Desarrollo endógeno significa, en efecto, la capacidad para transformar el sistema socioeconómico, la habilidad para reaccionar a los desafíos externos, la promoción de aprendizaje social y la habilidad para introducir formas específicas de regulación social a nivel local que favorecen el desarrollo de las características anteriores. Desarrollo endógeno es, en otras palabras, la habilidad para innovar a nivel local”.

Vázquez Barquero (2005) considera que este enfoque concibe el desarrollo como un proceso territorial (no funcional), que se apoya metodológicamente en el estudio de casos y que considera que las políticas de desarrollo son más eficaces cuando las realizan los actores locales (y no las administraciones centrales). Por ello resulta oportuno mencionar lo relevante de los factores internos al territorio.

Según Boisier (2003), *endogeneidad* se entiende como la capacidad de las ciudades y regiones para adoptar su propia estrategia de desarrollo y llevar a cabo las acciones necesarias para alcanzar los objetivos que la sociedad se propone, lo que necesariamente debe estar asociado a procesos de descentralización. Todo ello sólo es posible cuando existe una cultura de

fuentes secundarias (evaluación y aplicación de modelos). También se incluye una sección de fuentes variadas (cursos, congresos, coloquios, jornadas, seminarios, reuniones, entre otros).

identidad territorial que permite potenciar la competitividad de las empresas y de la economía local.

Este planteamiento sobre el desarrollo es avalado por el PNUD en su 606ª Sesión del Consejo de Administración celebrada en 1978, señalando la idea –cada vez más generalizada– de que el desarrollo es un proceso que debe ser endógeno y basarse en la definición autónoma, por cada sociedad de sus propios valores y objetivos (PNUD, 1978).

Por tanto, el desarrollo denominado *endógeno* se produce como resultado de una fuerte articulación de esfuerzos por parte de los actores *locales* y de variadas formas de aplicación de capital intangible en el contexto de un proyecto colectivo de desarrollo del *territorio* en cuestión. En consecuencia, el desarrollo local es siempre un desarrollo *endógeno*, pero este último puede encontrarse a escalas locales, regionales o territoriales.

Para Boisier (1999b), el *desarrollo local* es considerado, especialmente en Europa, como una respuesta a la crisis macroeconómica y al ajuste, incluido el ajuste político supranacional ocurrido como producto de la conformación de la Unión Europea, estimulado por la globalización y por la dialéctica global/local que acompaña a este proceso.

La OCDE (1995, p. 21) utiliza el término para definir con cierta claridad el propósito del desarrollo local como mecanismo para enfrentar el problema de reestructuración del sistema productivo europeo, intentando dinamizar los sistemas productivos locales. Esta situación se resume como sigue:

“El enfoque local del desarrollo es una respuesta a los problemas del desempleo y desorganización económica causados por la decadencia industrial y las deslocalizaciones. Después del fracaso relativo de los proyectos organizados y aplicados por organismos públicos nacionales, la idea de utilizar procedimientos locales ha ido ganando vigencia”.

Por su parte, Cuervo (1999) sostiene que es en este contexto de *desafío/respuesta* donde se descubre la naturaleza ambivalente del desarrollo local, pues se trata de una respuesta residual, que intenta llenar el vacío –en su momento– generado por el debilitamiento de las acciones del gobierno nacional.

Pero también se trata de una oportunidad creada a partir de las virtudes de lo local como escenario de construcción de procesos de desarrollo. Esto plantea, según Hudson (2004), una nueva posibilidad que difiere de los modelos de crecimiento inspirados en el fundamentalismo del capital, los cuales no generaron los resultados esperados.

Tomando como referencia las anteriores consideraciones, el concepto de desarrollo económico evoluciona y se transforma en lo que ahora se conoce como *desarrollo local*. Este nuevo concepto de desarrollo hace énfasis en la relevancia del territorio como variable central de los procesos de desarrollo local; para Arocena (1995), aparece como una forma de mirar y de actuar desde el territorio en este nuevo contexto signado por la globalización, donde el desafío para las sociedades locales está planteado en términos de su inserción, en forma competitiva, en lo global.

Lo novedoso de este modelo de desarrollo es que, siendo que el contexto globalizador le impone un modo de conducta a la dinámica económica, en esta oportunidad se incorpora el factor humano como motor del proceso y como elemento intangible, pero diferenciador. Sobre este aspecto Arocena (1997, p. 191) señala que el “desarrollo local no es pensable si no se inscribe en la realidad globalizante de los mercados, pero tampoco es viable si no se plantea sus raíces en las diferencias identitarias que lo harán un proceso habitado por el ser humano”.

De ahí tantas esperanzas colocadas sobre este modelo de desarrollo, pues se espera que en lo *local* las relaciones interpersonales, los contactos *cara a cara*, las tradiciones familiares y sociales sean de mayor importancia que las relaciones impersonales mediatizadas por las instituciones.

Así lo señala Stöhr (1990), al enfatizar el rol desempeñado por los actores locales individuales al generar resultados positivos en los procesos de desarrollo de varias regiones y localidades europeas.

En consecuencia, el nuevo enfoque de desarrollo no tiene que ser necesariamente concentrado en las grandes ciudades. En realidad, la nueva estrategia de desarrollo tiene un enfoque territorial y está determinada por la historia productiva de cada localidad, por las características tecnológicas e institucionales del contexto y sus recursos, los cuales condicionan el crecimiento.

Sobre la base de toda esta experiencia en el estudio sobre el desarrollo y sus implicaciones o alcances en determinados ámbitos, llámense territorio, región o localidad, recientemente se han propuesto ingentes definiciones, muchas de las cuales pueden apreciarse en el Cuadro N° 3.1.

Como se puede apreciar, el concepto de *desarrollo* evoluciona y se convierte en un concepto más amplio, multidisciplinar y multidimensional.

Cuadro N° 3.1.
Definiciones recientes sobre desarrollo: concepto multidimensional

Autor y año	Definición	Ámbito/ dimensiones
Alburquerque (2003, p. 5)	El desarrollo local es definido como formas flexibles de ajuste productivo en el territorio, que buscan un impulso de los recursos potenciales de carácter endógeno tratando de construir un entorno institucional, político y cultural de fomento a las actividades productivas y de generación de empleo en los diferentes ámbitos territoriales.	Desarrollo local
Gallicchio (2004, p. 6)	El desarrollo local es un proceso de concertación entre los agentes, sectores y fuerzas que interactúan en un territorio determinado, para impulsar, con la participación permanente, creadora y responsable de ciudadanos y ciudadanas, un proyecto común de desarrollo, que implica la generación de crecimiento económico, equidad, cambio social y cultural, sustentabilidad ecológica, enfoque de género, calidad y equilibrio espacial y territorial, con el fin de elevar la calidad de vida de cada ciudadano y ciudadana que vive en ese territorio, contribuir al desarrollo del país y enfrentar adecuadamente los retos de la globalización y las transformaciones de la economía internacional. Se lo concibe en relación a cuatro dimensiones: económica, social y cultural, ambiental y política.	Desarrollo local (dimensiones: económica, social y cultural, ambiental y política)
Rodríguez M. (2006, p. 9)	El desarrollo económico de un territorio (regiones, localidades o ciudades) se refiere a un proceso endógeno de acumulación de capital que depende del desarrollo del potencial competitivo del sistema productivo local que, a su vez, depende de la capacidad empresarial local, de la forma en que los empresarios se organizan para producir, de la introducción y difusión de innovaciones, del rol de las economías de aglomeración y del marco institucional donde todo esto ocurre.	Desarrollo económico (dimensiones: capacidad empresarial, organización de la producción, innovación, economías de aglomeración, instituciones)
Berumen (2007, p. 14)	El desarrollo económico es la expansión de las posibilidades con las que se cuenta y, de ese modo, el acceder a un estado superior y mejor (mientras que el crecimiento económico es el aumento natural de tamaño por medio de la adición de material a través de la asimilación). En el estricto sentido de las competencias de las empresas, el proceso de evolución económica (desarrollo) es una manera particular de evolución, en el que concurren elementos como la organización económica, las mercancías, las tecnologías, los productores y el resto de los agentes económicos.	Desarrollo económico y las empresas como agentes (elementos: organización económica, mercancías, tecnologías, productores y resto de los agentes económicos)
Rodríguez C. (2009, p. 43)	Lo que se llama desarrollo local surge en un momento histórico concreto, cuando una colectividad territorial, por iniciativa propia, puede encontrar nuevas ideas y proyectos (cuando innova) que le permiten utilizar sus recursos y encontrar soluciones competitivas a su problemas de crecimiento. La capacidad de liderar el proceso es lo que termina calificando el hecho de desarrollo local o desarrollo endógeno.	Desarrollo local (dimensiones: innovación y capacidad de liderar el proceso)
Reyes (2009, pp. 117-142)	El desarrollo [...] económico, [...] social, [...] humano [...] se entiende como la condición social dentro de un país, en la cual las necesidades auténticas de su población se satisfacen con el uso racional y sostenible de recursos y sistemas naturales. La utilización de los recursos estaría basada en una tecnología que respeta los aspectos culturales y los derechos humanos[...]. Se reconoce que, dentro de la determinante histórica de un país, el desarrollo involucra las dimensiones políticas, sociales, económicas, culturales y ecológicas	Desarrollo económico, social, humano (dimensiones: políticas, sociales, económicas, culturales y ecológicas)
Sanchís (2010, p. 149)	Se ha de considerar el desarrollo como un proceso, necesariamente estructurado, a través del cual se puede alcanzar el crecimiento y el progreso de una sociedad [...] es capaz de aunar y coordinar los esfuerzos de todos los agentes implicados en el mismo, de manera que se potencian las relaciones económicas y sociales preexistentes; ello se traduce en un cambio incremental controlado y a largo plazo. En última instancia, se entiende el concepto integral de desarrollo como un proceso de desarrollo global e interrelacionado, donde se complementan las perspectivas económica y social y donde intervienen, mediante la cooperación, los diferentes agentes implicados en el mismo.	Desarrollo integral (dimensiones: económica y social)
Strange & Bayley (2012, p. 39)	El desarrollo sostenible se puede contemplar como un cambio significativo en la manera en que las personas y sus gobiernos perciben sus actividades, sus funciones y sus responsabilidades [...]. Por consiguiente el desarrollo sostenible es: un marco conceptual: una manera de cambiar la visión mundial predominante a una más holística y equilibrada; un proceso: una manera de aplicar los principios de la integración a todas las decisiones; una meta final: identificar y arreglar los problemas específicos, del agotamiento de recursos, la atención a la salud, la exclusión social, la pobreza y el desempleo, entre otros.	Desarrollo sostenible (dimensión ambiental)
Fernández (2013, p. 55)	El desarrollo territorial apunta a la expansión de las capacidades y condiciones asociadas a un área geográfica en donde viven personas que comparten historia, cultura, aspiraciones, medios sociales y políticos, un	Desarrollo territorial (dimensión territorial)

	ambiente con sus respectivos recursos naturales, medios productivos, económicos y de infraestructura que requieren ser encadenados para potenciar el desarrollo. Este desarrollo implica la posibilidad de una convivencia armónica de los habitantes de una ciudad y su integración entre sí y al medio construido.	
Weitz (2014, p. 26)	El desarrollo regional es el fruto de una multitud de actividades iniciadas por individuos que usan sus recursos privados voluntariamente (acciones privadas) y por el gobierno, utilizando recursos públicos a través de la legalidad (acciones de gobierno). Las acciones privadas y las acciones de gobierno son las dos únicas fuerzas motivadoras que ponen el sistema económico en actividad. Ningún crecimiento es posible sin un debido encadenamiento de estos dos motores.	Desarrollo regional (dimensiones: privada y pública)
Chauca (2014, p. 16)	El desarrollo local es un proceso multidimensional, integral, sistémico y dinámico. Es <i>multidimensional</i> en tanto abarca las esferas económicas, políticas, sociales, culturales y ambientales de la localidad o región. De aquí se desprende la perspectiva <i>integral</i> del desarrollo local, que pretende articular en una dinámica coherente todos los elementos, las acciones y las actuaciones en políticas y programas plasmados en la localidad. Como proceso <i>sistémico</i> permite comprender a la localidad como un sistema, y supone la cooperación de los distintos actores y la conciliación de sus diversos intereses. Y su carácter <i>dinámico</i> se debe a que está en constante cambio, esto es, el proceso implica regresiones y avances en la forma de operar. El proceso de desarrollo local, antes y después de su puesta en marcha, es inviable sin la <i>participación ciudadana</i> y <i>el capital social</i> (cuyos componentes básicos son: confianza, reciprocidad y cooperación, que permiten la conformación de las redes entre empresas y con otros actores sociales), ya que éstos constituyen los motores esenciales para mejorar la calidad de vida de la población.	Desarrollo local (características: multidimensional, integral, sistémico, dinámico, participación ciudadana y capital social)
Boisier (2015, p. 45)	El desarrollo territorial es ahora decisivo en la generación de competitividad de las <i>unidades económicas</i> insertas en la globalización. En este contexto destaca el potencial de las <i>bioregiones</i> como instrumento de política de desarrollo sustentable que está estrechamente ligado a la valorización que el mercado mundial confiera a productos o servicios ambientales pues su mayor fortaleza reside en el carácter de zonas de reserva de la biodiversidad. Así surge el concepto de <i>bioregionalismo</i> que encuentra espacios potenciales en la recomposición de la geografía, pasando por una transformación estructural, dando origen a una geografía virtual. Así pues, la geografía del siglo XXI estará signada por la complejidad y diversidad. En ella coexistirán regiones de tipo tradicional con nuevas estructuras espaciales discontinuas, organizadas en redes y en cadenas, reflejando la diversificación de los territorios organizados. En tal abanico de posibilidades de arreglos territoriales, conceptos emergentes como bioregiones, regiones virtuales, ecorregiones, "liferegions", regiones transfronterizas y otros, encontrarán su lugar ya que la complejidad sistémica, estructural, del mundo del futuro tornará obsoletas las visiones unidimensionales	Desarrollo territorial, endógeno y sustentable (bioregionalismo)

Fuente: elaboración propia

En primer lugar, y para los intereses de esta investigación, conviene destacar el concepto de desarrollo que destaca la competencia de las empresas en estos procesos por ser los agentes que permiten potenciar los efectos producidos por la organización económica, las mercancías, las tecnologías, los productores y el desempeño del resto de los agentes económicos (Berumen, 2007). Entre las razones que pueden citarse, como justificación del rol protagónico que tienen las empresas para potenciar los procesos de desarrollo, especialmente las empresas de pequeña dimensión, se encuentran (BID, 2002):

- Las empresas movilizan los factores productivos para satisfacer las necesidades de la población y generar riqueza.

- La creación de empresas facilita el cambio tecnológico y la renovación del tejido productivo.
- El flujo de entrada de firmas en nuevos sectores de la economía y de salida desde las industrias declinantes, genera mejoras en la productividad y facilita la modernización de la estructura empresarial.

Razones por las cuales es de interés fundamental para este estudio, el papel a desempeñar por las microempresas y PYME, entre las que se incluye a las empresas de propiedad familiar, como argumento que justifica la selección de conceptos sobre *desarrollo local o regional* como el propuesto por Berumen (2007), en el que se enfatiza el desempeño de las empresas en los procesos de desarrollo.

En segundo lugar, la referencia del espacio, visto como el ámbito donde ocurren los acontecimientos y entendido como el territorio *local o regional*, lugar inmediato objeto de interés, le añade al concepto de desarrollo una característica de cambio, de adaptación al contexto, de vigencia y particularidad en constante renovación. En tercer lugar, el concepto de *desarrollo* visto a través de dimensiones que aluden aspectos económicos, sociales, culturales, ambientales, institucionales y políticos, es útil para tomarlo como marco referencial porque permite entender el significado de *desarrollo local o regional* y diferenciarlo de otros conceptos sobre desarrollo.

En consecuencia y según lo antes expuesto, para la presente investigación se han tomado, como parámetro de referencia, las definiciones sobre *desarrollo* vinculadas con el ámbito *local o regional*. Este ha de ser entendido como el espacio inmediato donde los actores del desarrollo: gobierno, sociedad civil y especialmente las empresas, desempeñan roles orientados a la consecución de mejoras sustanciales en la calidad de vida de sus habitantes y que comprende varias dimensiones, como se verá en el siguiente apartado.

3.3. Dimensiones del desarrollo local

Partiendo de la idea de que el desarrollo local es siempre un desarrollo *endógeno*, dada su capacidad potenciadora de relaciones entre actores locales y variadas formas de interacción entre capitales intangibles y sinérgicos, aquél puede entenderse descomponiéndolo en partes, planos o dimensiones. En este sentido, Cuervo (1999, p. 14) expresa lo siguiente:

“ [...] el desarrollo económico local hace énfasis en las políticas de *desarrollo endógeno* donde se aprovecha el potencial local a nivel de los recursos humanos, institucionales

y físicos, basados en variables controladas desde dentro del área, más que en la asignación de recursos provenientes del nivel nacional [...]. Este enfoque otorga una inesperada importancia a factores previamente desdeñados por la teoría y la política económica, como la cultura y el sentimiento de arraigo territorial [...]. En este proceso pueden distinguirse tres dimensiones principales: económica, sociocultural y político-administrativa”.

Cuervo (1999, pp. 14-15) explica estas dimensiones de la siguiente manera:

- En cuanto a lo *económico*, se pretende que los empresarios locales usen su capacidad para organizar los factores productivos locales con niveles de productividad suficientes como para ser competitivos, pues el ámbito local es particularmente propicio para generar condiciones difícilmente movilizables, creadoras de ventajas excepcionales como la cooperación y la solidaridad social. En la creación y aprovechamiento de estas ventajas suele hacerse énfasis en las PYME y en la generación de polos productivos especializados. Lo primero, “[...] porque las pequeñas y medianas empresas con fuerte intensidad de transacciones prosperan mejor en medios locales donde los contactos y los intercambios pueden hacerse rápidamente y a bajo costo”. Lo segundo, “[...] porque los procesos de mejoramiento continuo son más intensos cuando las empresas de un mismo sector se concentran espacialmente”.
- En cuanto a lo *sociocultural*, se insiste en las posibilidades que tiene lo local de generar una cultura económica propia, un sentimiento de arraigo territorial e, incluso, unas metas de desarrollo colectivamente construidas y compartidas.
- En cuanto a lo *político-administrativo*, se afirman las ventajas de la gestión local para promover la cooperación entre los más diversos actores, especialmente las buenas relaciones público-privadas y las mayores posibilidades de mejorar la eficiencia en la asignación de recursos públicos.

Por su parte, la propuesta de Boisier (1999b, p. 15) descompone el concepto en planos que se cruzan entre sí:

“La endogeneidad del desarrollo regional habría que entenderla como un fenómeno que se presenta en cuatro planos que se cortan y se cruzan entre sí. Primero, la endogeneidad se refiere o se manifiesta en el plano *político*, en el cual se le identifica como una creciente capacidad regional para tomar las decisiones relevantes en relación con diferentes opciones de desarrollo, diferentes estilos de desarrollo, y en relación con el uso de los instrumentos correspondientes, o sea la capacidad de diseñar y ejecutar políticas desarrollo, y sobre

todo, la capacidad de negociar. En segundo lugar, la endogeneidad se manifiesta en el plano *económico* y se refiere en este caso, a la apropiación y reinversión regional de parte del excedente a fin de diversificar la economía regional, dándole al mismo tiempo una base permanente de sustentación en el largo plazo [...]. En tercer lugar, la endogeneidad es también interpretada en el plano de lo *científico y tecnológico*, es decir, la vemos como la capacidad interna de un sistema –territorio organizado– para generar sus propios impulsos tecnológicos de cambio, capaces de promover modificaciones cualitativas en el sistema. En cuarto lugar, la endogeneidad se plantea en el plano de la *cultura*, como una suerte de matriz generadora de la identidad socio-territorial”.

Por otro lado, Vázquez Barquero (1988, p. 129), desarrolla este concepto desagregándolo en dimensiones. Este autor expresa que el Desarrollo Económico Local puede definirse como “un proceso de crecimiento económico y cambio estructural que conduce a una mejora del nivel de vida de la población local y en el cual pueden distinguirse varias dimensiones”, a saber:

- *Dimensión Territorial o su carácter local*, dado que se circunscribe a un territorio perfectamente definido, especialmente municipal y sobre todo subregional.
- *Dimensión Económica*, en la cual los empresarios usan su capacidad para organizar los factores productivos locales con niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los mercados y llevar a cabo iniciativas rentables y eficientes.
- *Dimensión Social*, en la que sus acciones se dirigen a la creación de puestos de trabajo en los que predomina el desarrollo personal, dado que los actores educativos y de capacitación conciertan con los emprendedores locales la adecuación de la oferta de conocimientos a los requerimientos de innovación de los sistemas productivos locales.
- *Dimensión Institucional, político-administrativa o cooperativa*, en la que la gestión local y regional facilitan la concertación público-privada a nivel territorial, asegurando la coordinación de los agentes implicados y facilitando la creación de *entornos innovadores* favorables al desarrollo productivo y empresarial, pues dada la magnitud del proceso, exige la colaboración e implicación de múltiples organismos colectivos.
- *Dimensión Cultural*, en la que los valores e instituciones locales permiten impulsar o respaldar el propio proceso de desarrollo. En esta dimensión la cultura es entendida como un factor productivo y generador de riqueza que supera la visión conservacionista del patrimonio cultural y se vincula a los procesos productivos, creación de empleo, innovación tecnológica, convirtiéndose en instrumento dinamizador de la actividad socioeconómica.

- *Dimensión Ambiental*, que incluye la atención a las características específicas potenciales y limitantes del medio natural, a fin de asegurar un desarrollo sostenible.

Similar al planteamiento de Vázquez Barquero (1988), pero más reciente, es la perspectiva de Gallicchio (2004, pp. 6-7). Este autor plantea cuatro dimensiones básicas:

- *Económica*: vinculada a la creación, acumulación y distribución de riqueza;
- *Social y cultural*: referida a la calidad de vida, a la equidad y a la integración social.
- *Ambiental*: referida a los recursos naturales y a la sustentabilidad de los modelos adoptados en el mediano y largo plazo.
- *Política*: vinculada a la gobernabilidad del territorio y a la definición de un proyecto colectivo específico autónomo y sustentado en los propios actores locales.

Por su parte Sanchís (2010, p. 151), también señala una serie de elementos y dimensiones que caracterizan al desarrollo local:

- Su *carácter local*, dado que se circunscribe a un territorio perfectamente definido especialmente municipal y sobre todo, subregional;
- Su *dimensión social*, dado que sus acciones se dirigen preferentemente a la creación de puestos de trabajo, primando el desarrollo personal;
- Su *dimensión institucional* al estar controlado por la administración Pública (gobierno central) para asegurar la coordinación de los agentes implicados.
- Su *dimensión económica*, pues las iniciativas que se llevan a cabo se realizan con un carácter rentable y eficiente;
- Su *dimensión cooperativa*, pues dada la magnitud del proceso que incluye, exige la colaboración e implicación de múltiples organismos y colectivos; y,
- Su *dimensión instrumental*, lo cual facilita la resolución de problemas de diseño y gestión que puedan surgir (creación de ayudas de desarrollo y otras).

A modo de resumen y comparación, en el Cuadro N° 3.2 se muestran las distintas dimensiones del desarrollo local propuestas por los autores revisados y una combinación de las que se repiten en casi todos estos planteamientos teóricos o aquellas de más interés para esta investigación.

Cuadro N° 3.2.
Dimensiones del desarrollo local

Autores	Dimensiones	Combinación de dimensiones (*)
Vázquez Barquero (1988)	Territorial, Económica, Social, Institucional, Político-administrativa o Cooperativa, Cultural, Ambiental	Económica, Sociocultural, Político-institucional, Ambiental, Científica-Tecnológica
Cuervo (1999)	Económica, Socio-cultural, Político-administrativa	
Boisier (1999b)	Política, Económica, Científica y Tecnológica, Cultural	
Gallicchio (2004)	Económica, Social y Cultural, Ambiental, Política	
Sanchís (2010)	Social, Institucional, Económica, Cooperativa, Instrumental	

Fuente: elaboración propia

Para los efectos de esta investigación, las dimensiones propuestas por los autores citados en este apartado, describen y caracterizan al desarrollo local. Así, se ha tomado una combinación (*) de tales dimensiones –adaptadas al contexto–, a las que se denominaron respectivamente: Económica, Socio-Ambiental, Tecnológica y de innovación e Institucional, para facilitar la medición cualitativa y cuantitativa de las variables consideradas.

El fin último es apreciar la contribución de las Empresas Familiares estudiadas al desarrollo local de la localidad en estudio. Este argumento será desarrollado y explicado en detalle en la sección metodológica.

3.4. Agentes del desarrollo local

El abordaje de este apartado se hace desde la perspectiva de dar respuesta a interrogantes como: ¿Quién lo hace? ¿Cómo lo hace? y ¿A través de qué medios o instrumentos se puede llevar a cabo un proceso de desarrollo local? De modo que el punto central de esta parte del trabajo es la operacionalización de este proceso.

Así como el desarrollo local puede desagregarse en dimensiones, también puede –dentro de éstas–, descomponerse en elementos más específicos que lleven el concepto al plano material u operacional. Es decir, puede entenderse desde la perspectiva de las organizaciones, personas o agentes involucrados en su ejecución.

La participación de estos agentes es necesaria para llevar a cabo el proceso de desarrollo, pues su interacción es fundamental dentro de los límites de la localidad, logrando conformar un proyecto común que permita elevar la calidad de vida y el bienestar de sus pobladores.

La experiencia sobre cómo llevar a cabo un proceso de desarrollo local, a través del rol a desempeñar por los diferentes agentes intervinientes en este proceso, se ha recopilado en

instrumentos como los denominados *Manuales de desarrollo local* (Alburquerque, 1999; Alburquerque, 2003; Del Castillo, 1994).

Desde la perspectiva de las organizaciones, personas o agentes involucrados en su ejecución, se ha tomado como ejemplo lo contemplado en fuentes oficiales del gobierno de Venezuela (RBV, 2000; RBV, 2002; RBV, 2009; RBV, 2010b) para adaptarlo a la realidad estudiada.

Lo que se obtiene de todo esto se ha tratado de reunir en el Cuadro N° 3.3, donde se muestra una comparación de las actividades a desarrollar por los agentes públicos y privados participantes en el desarrollo local.

Dado que los *Manuales de desarrollo local* y los documentos que tratan sobre el rol de los agentes de desarrollo local (Alburquerque, 1999; Alburquerque, 2003; Del Castillo, 1994) están escritos a modo de recomendación, aquí se describen las funciones de los agentes públicos y privados de acuerdo con *lo esperado*, lo más deseable en lo que corresponde a sus actividades y funciones para contribuir con el desarrollo local:

1. **La administración estatal:** aunado a las actuaciones esperadas por parte de las administraciones centrales del Estado como son el control de los grandes equilibrios macroeconómicos (inflación, política monetaria, fiscal y cambiaria, balanza de pagos, entre otros), se requiere para promover y estimular el desarrollo local, un diseño descentralizado de políticas públicas y la generación de un clima de confianza en las instituciones nacionales, promoviendo un aumento de competencias y mayor libertad a las administraciones regionales y locales, permitiéndoles emprender acciones a largo plazo que se supone, beneficiarán tanto a las iniciativas de desarrollo local como al país en su conjunto. En Venezuela este rol lo desempeña el Consejo Federal de Gobierno y el Consejo Estadal de Planificación y Coordinación de Políticas Públicas (RBV, 2000; RBV, 2010b). Su propósito general es de *acompañamiento*.

Cuadro N° 3.3.
Rol de los agentes públicos y privados en el desarrollo local

	Administración Estatal	Administración Regional	Administración Local	Administración Comunitaria	Universidad	Empresas	Otros colectivos e instituciones
Objetivo General	Acompañamiento	Apoyo	Impulso	Creación de un marco	Apoyo	Creación de empleo y riqueza	Cooperación
Función	<ul style="list-style-type: none"> -Fijación de la estrategia de desarrollo y definición de objetivos generales a nivel del Estado. -Coordinación de las diferentes administraciones -Ayuda financiera -Dotación de infraestructuras -Establecimiento del marco legal de actuación <p><i>En Venezuela este rol lo desempeña el Consejo Federal de Gobierno y el Consejo Estatal de Planificación y Coordinación de Políticas Públicas</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> -Establecimiento de un programa integral de desarrollo para la región -Instrumentación de acciones de apoyo para impulsar los desarrollos locales -Suministro recursos para el desarrollo local -Intermediación entre el nivel local y el nivel estatal <p><i>En Venezuela este rol lo desempeña el Consejo Local de Planificación Pública</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> -Planteamiento y diseño de la estrategia de desarrollo -Ejecución y gestión del programa -Coordinación de las políticas y de los recursos locales -Movilización de los agentes y del potencial endógeno de la zona -Búsqueda de la concertación y el consenso a través de la concienciación -Asistencia y asesoramiento <p><i>En Venezuela este rol lo desempeña el Consejo Parroquial de Planificación</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> -Definición y diseño de las grandes líneas de desarrollo local -Primera aproximación al estudio del marco y fenómeno local -Intercambio de experiencias entre los Estados Miembros <p><i>En Venezuela este rol lo desempeña el Consejo Comunal de Participación y Planificación</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> -Formación de capital humano necesario para el desarrollo local -Investigación y análisis -Transferencia tecnológica al sector empresarial -Asistencia técnica y suministro de información <p><i>En Venezuela este rol lo desempeñan las Universidades, Instituciones educativas y de capacitación, Organismos dedicados a la I+D</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> -Utilización productiva de recursos humanos y materiales -Creación de empleo -Fortalecimiento y diversificación de la economía local -Innovación y modernización <p><i>En Venezuela este rol lo desempeñan las Asociaciones empresariales, Cámaras de Comercio e Industria, Asociaciones de Agricultores, Industriales y Comerciantes y todo el empresariado organizado</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> -Creación de las condiciones de participación necesarias para la implementación de los programas de desarrollo local -Dinamización de la sociedad civil -Apoyo e implementación de iniciativas municipales <p><i>En Venezuela este rol lo desempeñan los ciudadanos y organizaciones civiles con propuestas en beneficio de su comunidad</i></p>
Limitación	<ul style="list-style-type: none"> -Desconocimiento de los problemas y necesidades locales 	<ul style="list-style-type: none"> -Escasa autonomía financiera -Tendencia a reproducir la estructura burocrática y jerarquizada estatal 	<ul style="list-style-type: none"> -Falta de experiencias y de competencias -Escasos recursos humanos, técnicos y financieros -Escasa capacidad movilizadora y poco interés por los grandes problemas económicos locales -Enfoques incompletos y obsoletos de lo local 	<ul style="list-style-type: none"> -Propuestas poco operativas e indefinidas -Mero papel de observador -Limitado efecto de sus directrices sobre las políticas territoriales de los Estados Miembros 	<ul style="list-style-type: none"> -Enfoque volcado hacia el pasado y al interior de la propia institución -Falta de concienciación sobre su papel en el desarrollo local y regional -Excesiva desvinculación del mundo empresarial 	<ul style="list-style-type: none"> -Débil asunción de sus responsabilidades hacia la comunidad local -Inexistencia de cauces de comunicación y contacto con las autoridades y colectivos locales -Escaso interés por las relaciones interempresariales 	<ul style="list-style-type: none"> -Débil organización -Falta de compromiso y movilización

Fuente: elaboración propia, con base en: Alburquerque (1999), Alburquerque (2003), Del Castillo (1994), RBV (2000), RBV (2002), RBV (2009), RBV (2010b)

2. **La administración regional:** además de las funciones tradicionales de planificación y ordenamiento territorial, prestación de servicios básicos (agua, basura, alumbrado, vías de comunicación, etc.), servicios sociales, recaudación de tasas y tributos, gestión administrativa y financiera regional, se espera que las administraciones regionales realicen nuevas funciones tales como: promoción del desarrollo económico local y el empleo, defensa del medio ambiente y promoción del desarrollo sostenible, planificación estratégica regional, animación y fomento de la asociatividad, concertación estratégica de actores, creación de una imagen territorial proactiva, fortalecimiento de elementos de identidad regional y local, valorización del patrimonio histórico-cultural, entre otras nuevas funciones. En Venezuela este rol lo desempeña el Consejo Local de Planificación Pública (RBV, 2002). Su propósito general es de *apoyo*.
3. **La administración local:** por su conocimiento de los problemas fundamentales de la localidad, estas instituciones son las más adecuadas para despertar el espíritu de iniciativa colectiva a través del estímulo del sentimiento de pertenencia al territorio. Entre las principales actividades a desarrollar están: promoción inmobiliaria u oferta de instalaciones industriales y empresariales, ayuda financiera, oferta formativa y educativa para la gestión empresarial, asistencia técnica, información, entre otras; todo esto desde una perspectiva de concertación y dentro de un marco de descentralización. En Venezuela este rol lo desempeña el Consejo Parroquial de Planificación (RBV, 2002). Su propósito general es de *impulso* a las actividades de desarrollo.
4. **Administración comunitaria:** el creciente protagonismo de la sociedad civil demanda un replanteamiento de las políticas de desarrollo y de la ejecución de programas conjuntos. Como actores de primera fila, las asociaciones ciudadanas son muy efectivas por su capacidad para comprometer a la población y estimular la dinamización de la sociedad civil. Estas organizaciones ejercen el rol de grupo de presión o actúan como intermediarios entre la ciudadanía y los poderes públicos, detectando con mayor objetividad las oportunidades económicas, además de fortalecer el consenso y coordinación de los programas de apoyo a las comunidades. En Venezuela este rol lo desempeña el Consejo Comunal de Participación y Planificación (RBV, 2009). Se espera que contribuyan en la *creación de un marco* que sirva de referencia para formular líneas de acción.
5. **La Universidad:** las iniciativas de desarrollo local reclaman mayor apertura por parte de las universidades, mayor intercambio, acercamiento e involucramiento de estas

instituciones con el entorno en el cual se circunscriben. Para ello las funciones básicas a desarrollar son: formación pre y pos laboral en áreas relacionadas con el perfil productivo del territorio, asistencia técnica especializada, bases de datos y centros de información empresarial, investigación y transferencia tecnológica, entre otras acciones vinculadas con estos centros educativos. Se espera que contribuya con el *apoyo* en estas áreas.

6. **Las Empresas:** constituyen un elemento fundamental en los procesos de desarrollo local pues su actividad productiva genera empleo, mejora la oferta de bienes y servicios y en general, incrementa la calidad de vida de la comunidad al introducir innovaciones o mejoras en éstos bienes y servicios; adicionalmente, el sector público sólo puede realizar en parte programas de desarrollo por lo que requiere de la participación del sector privado para su complementación. De ello puede surgir la ejecución de funciones mixtas que mejoran el conocimiento y estimulan la participación. La actitud esperada por parte de estos agentes se manifiesta en el surgimiento del empresariado local activo, consolidando la actividad empresarial ya existente en el territorio e incentivando la aparición de nuevos empresarios con proyectos factibles que permitan la transformación del sistema productivo, dentro de un clima de confianza y buenas relaciones. Se espera que contribuyan con la *creación de empleo y riqueza*.

7. **Otros colectivos e instituciones,** tales como: institutos tecnológicos sectoriales, centros de empresa e innovación, redes de información para el desarrollo productivo territorial, parques tecnológicos, centros de capacitación de recursos humanos, terciario avanzado (organismos de servicios empresariales especializados), ayudas directas a empresas innovadoras, entre otros aportes a los programas de desarrollo local. Su propósito principal es la *cooperación*.

Como puede advertirse, teniendo en cuenta lo anterior, el papel a desempeñar por las empresas es esencialmente diferente al del resto de los agentes cuyo objetivo a cumplir consiste en el *acompañamiento, apoyo, impulso, creación de un marco, movilización y estímulo o cooperación*. El desempeño de las empresas es un poco más comprometido en el sentido de que se espera que generen *riqueza y empleo*, y al mismo tiempo, sean innovadoras y productivas a través de: la utilización productiva de recursos humanos y materiales, creación de oportunidades de empleo, fortalecimiento y diversificación de la economía local.

Este representa un gran reto para el sector pues, como argumentan los *neoschumpeterianos*¹⁴, las empresas actúan en un entorno caracterizado por el costoso e incierto flujo de información sobre la demanda. La comunicación entre las empresas, los proveedores, los clientes, las otras empresas rivales y las autoridades gubernamentales, tiene lugar en un ambiente de incertidumbre, por tanto, la principal función de las empresas es orientarse a encontrar lo que actualmente está oculto o se desconoce (y no, como creen los economistas neoclásicos, hacer el mejor uso de lo que se conoce). Por ello, las empresas son organizaciones en las que prevalece la coordinación de esfuerzos, de la cual podrán generarse nuevos elementos que permitan elegir las decisiones más acertadas. Este principio es definitivo, porque en él reposa el interés de las empresas en favorecer del aprendizaje interactivo y cooperativo entre las personas que trabajan en ellas.

De la adecuada coordinación depende la generación de nuevo conocimiento y nueva información y la posibilidad para el lanzamiento de nuevos productos al mercado (Berumen, 2007), con lo que se garantiza la utilización productiva de los recursos, la creación de oportunidades de empleo, el fortalecimiento y la diversificación de la economía local.

Por estas razones, la participación de las empresas en los procesos de desarrollo es importante porque mediante la combinación de sus recursos, constituye el canal para materializar la capacidad emprendedora y de innovación de los territorios. Sobre este rasgo señala Vázquez Barquero (2007, p. 192) que “la capacidad empresarial y organizativa es una forma de manifestación de la capacidad creadora de las personas que permite producir algo nuevo y original en el entorno en el que vive”.

En consecuencia, la actitud esperada por parte de estos agentes se manifiesta en el surgimiento del empresariado local activo consolidando la actividad empresarial ya existente en el territorio e incentivando la aparición de nuevos empresarios con proyectos que permitan la transformación del sistema productivo, dentro de un clima de confianza y buenas relaciones. De allí el importante papel a desempeñar por las empresas. En este sentido, señala Romero

¹⁴ Hanusch & Pyka (2005, p. 9) definen a los autores evolucionistas o *neoschumperianos* de la siguiente manera: “La corriente *neoschumpeteriana* se ocupa de los procesos dinámicos que provocan transformaciones cualitativas de las economías como consecuencia de la introducción de innovaciones en sus diversas formas y de los procesos evolutivos”. El elemento esencial que caracteriza la corriente de pensamiento *neoschumpeteriana* es analizar las transformaciones que se producen en los niveles micro, meso y macro de la economía. Según los autores *neoschumpeterianos*, las ciencias sociales se estructuran en función de sistemas dinámicos, complejos e interdependientes que se despliegan en un tiempo histórico e irreversible. Para estos economistas, la visión global, holística y macroscópica intenta establecer por qué el conjunto es más que la suma de las partes e intenta explicar las relaciones dinámicas de las partes en el todo. Estos autores argumentaron que las teorías de la evolución histórica se desarrollan en escenarios de cambio cíclico, por lo cual la economía no es una ciencia normativa ni, desde luego, exacta (Berumen, 2007). La importancia que estos autores le confieren al desempeño de las empresas en el mercado radica en que consideran que las empresas son un medio de coordinación desde las que se generan decisiones estratégicas, operaciones de intercambio con el entorno y jerarquías al interior de las mismas, lo que se traduce en mecanismos de distribución del poder. Las estrategias son las elecciones que asumen los empresarios y los administradores con el interés de reducir la incertidumbre mediante la adquisición de mayor control sobre más recursos y procesos, lo que conduce al crecimiento de las empresas, y en consecuencia, a mayor poder de las mismas.

(2005, p. 3) “el factor empresarial es un elemento central del proceso de desarrollo”, pues de él depende la aplicación a la producción de los recursos de la zona, el aprovechamiento de las economías de escala y de los efectos externos presentes en el sistema de empresas y en el territorio, las conductas innovadoras, la adaptación a las condiciones cambiantes o el sostenimiento del proceso de acumulación de capital a escala local o regional.

Para ello convienen las interacciones de las empresas con el resto de los agentes locales y las alianzas estratégicas, pues estos mecanismos facilitan los intercambios y generan economías de escala en las transacciones, en la producción, en el intercambio de información y en la transferencia de conocimiento, fomentando con ello la innovación y la modernización.

En relación con este planteamiento, Porter (2006) señala que una empresa integrada en una red productiva puede obtener más rápidamente nuevos componentes, servicios, maquinaria y demás elementos necesarios para poner en práctica las innovaciones; la red a la que pertenece la empresa propicia la participación de otros agentes como proveedores y/o entidades gubernamentales que generan relaciones complementarias necesarias para la innovación.

Todo esto permite atenuar las debilidades del sector empresarial mencionadas en el Cuadro N° 3.3 (débil asunción de sus responsabilidades hacia la comunidad local, inexistencia de cauces de comunicación y contacto con las autoridades y colectivos locales, escaso interés por las relaciones interempresariales) y propende a la formación de eslabonamientos productivos que estimulan los empleos directos e indirectos.

Por ello se coloca especial atención en el rol a desempeñar por las empresas locales, dado que se espera que éstas sean creadoras de empleo, de riqueza y que contribuyan al desarrollo de la zona donde están localizadas. En ese sentido, Sanchís (2010) reconoce que el objetivo general, a largo plazo del desarrollo local es la transformación del sistema económico y social local. Para lograr este propósito es necesario cumplir objetivos de corto plazo, especialmente relacionados con la promoción de la actividad empresarial que corresponde a los empresarios locales en su papel dinámico y de crecimiento económico y social.

Este proceso de promoción de la actividad empresarial comprende los siguientes aspectos e involucra a otros agentes (Sanchís, 2010, p. 154):

- Desarrollo de nuevas industrias mediante la promoción del crecimiento endógeno, mediante la promoción de la inversión interna o mediante una combinación de ambas opciones. Se trata de favorecer la promoción de tipos de empresa nuevas: PYME, cooperativas, empresas comunitarias, empresas innovadoras y especialmente, entidades de economía social.

- Creación de servicios de apoyo a las empresas como la asesoría, la información, la formación, el patrimonio, la financiación o la tecnología;
- Mejora de las infraestructuras ya existentes a través del establecimiento de nuevos enlaces de comunicación y de la gestión eficiente de los terrenos e inmuebles.
- Promoción de la zona utilizando diversas técnicas tales como las inversiones internas, el marketing, la mejora del medio ambiente, el fomento del turismo, el desarrollo de actividades culturales, la promoción de la vivienda y de la educación.
- Acopio de los recursos necesarios para llevar a cabo las actividades de desarrollo: recursos humanos (cualificación, actitud empresarial, deseo de cooperar, flexibilidad, formación e información), recursos materiales (materias primas, recursos naturales, activos tangibles e infraestructuras), recursos tecnológicos (capacidad de innovación, investigación y transferencia tecnológica) y recursos financieros.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, es necesario reconocer que las autoridades locales no son los únicos actores en los territorios; los agentes de gobierno locales necesitan de la participación del resto de los actores, especialmente de las empresas pues, como ya se mencionó, el sector público sólo puede realizar parte de los programas de desarrollo por lo que requiere de la participación del sector privado para su complementación. Por ello es deseable que las actuaciones de los agentes de desarrollo local sean coordinadas e intencionalmente dispuestas al servicio de la población, pues cada uno de estos agentes influye de forma determinante sobre el desarrollo de la comunidad.

Son estas las razones por las que se considera a los empresarios locales como los responsables de la movilización de los recursos presentes en un territorio y de la transformación de las estructuras socioeconómicas locales que van a requerir de los demás agentes; para que faciliten el proceso de construcción del entorno propicio para el desarrollo local, asegurando la oferta territorial de servicios de desarrollo empresarial, garantizando servicios avanzados a empresas en un entorno flexible y descentralizado en el que el diálogo y las buenas relaciones sean los que orienten la interacción entre los involucrados: asociaciones de empresarios y profesionales, sindicatos locales, cámaras de comercio e industria, entidades feriales, centros de formación, universidades, organismos gubernamentales y no gubernamentales, entre otros actores y empresas. En definitiva, pareciera que es alrededor de las empresas y de su actividad, el sitio común donde convergen los esfuerzos del resto de los agentes de desarrollo.

3.5. Gestión empresarial y desarrollo

Si bien se entiende que la contribución de la actividad empresarial no es el único elemento necesario y suficiente en los procesos de desarrollo, sí constituye un factor dinamizador de las mejoras en la calidad de vida de los países, desde el ámbito local hacia el nacional; es decir, de adentro hacia afuera. Esta perspectiva de la actividad empresarial como promotora del desarrollo fue planteada por Marshall (1982) quien, en 1890, completó la tríada clásica de factores productivos: tierra, trabajo y capital, añadiendo a esta relación un cuarto factor: el factor empresarial, al que identificó como organización o empresa.

La sola figura del empresario¹⁵ no es suficiente para generar el impulso que se necesita para el desarrollo local, pero este agente es el encargado de protagonizar las actividades productivas y contribuir a conformar el entorno innovador. En el desarrollo local se retoma lo planteado por Schumpeter (1976), quien en 1911 había señalado en su *Teoría del desenvolvimiento económico*, que el empresario y la innovación son las fuerzas del desarrollo económico.

Este autor denomina empresa a la realización de nuevas combinaciones productivas y empresarios a los individuos que se encargan de esta realización. Asimismo, Schumpeter (1983, p. 181) establece lo que para él resulta claramente indivisible o el vínculo que hay entre empresario e innovación, al señalar que:

“El empresario innovador se caracteriza por su iniciativa, autoridad y previsión, y su función consiste en reformar o revolucionar el sistema de producción explotando un invento o incorporando una técnica no experimentada para producir una mercancía nueva o producir una antigua con un método nuevo, para abrir una nueva fuente de producción de materias primas o una nueva salida para los productos, para reorganizar una industria, etc.”

Según el citado autor las innovaciones realizadas por los empresarios son un factor estratégico en el desarrollo y ocupan una posición preferente en el proceso del ciclo económico. Schumpeter (1983) explica que el desarrollo económico está promovido por *olas de innovación* que se ponen en movimiento a través de los empresarios innovadores y que provocan que el sistema económico avance de forma discontinua, de tal manera que estos movimientos

¹⁵ Schumpeter (1983) intenta concretar los motivos que impulsan a una persona a desarrollar su actividad empresarial en tres grandes grupos:

1. El ideal y la voluntad de fundar un reino propio, que le ayude a conseguir la distinción social, saciar sus deseos de poder, independencia y ambición espiritual, o por mero esnobismo.
2. La voluntad de conquista, que le permite manifestarse superior a los demás, de tener éxito por el éxito mismo y por sus resultados, considerados como el índice que mide su éxito y es el síntoma de su victoria.
3. El gozo creador, que le produce poner en marcha nuevas ideas con energía e ingenio; busca dificultades con el objeto de verse obligado a realizar alteraciones; encuentra su gozo en la aventura.

pueden terminar en períodos de depresión que estimulan a la sociedad a alcanzar de nuevo su posición de equilibrio frente al sistema.

Schumpeter (1976) consideró que una organización que se rige por parámetros capitalistas nunca deja de moverse, por lo cual es imposible estudiarla a partir del postulado de estacionalidad. La búsqueda de utilidades y la acumulación de capital conducen a un aumento en el crecimiento. El impulso fundamental que alimenta dicho crecimiento proviene de los nuevos bienes consumibles, los nuevos métodos de producción, los nuevos mercados y las nuevas formas de organización de los individuos. El proceso de cambio es cualitativo, pero también cuantitativo. Prueba de ello es que las viejas industrias constantemente son reducidas en su alcance, e incluso algunas han desaparecido y han dado paso a otras nuevas. El resultado no ha sido únicamente una expansión cuantitativa de las organizaciones, sino también un cambio cualitativo en las estructuras.

Este tipo de actuación promueve la movilidad social, incentiva la creatividad y la innovación y hace que se aprovechen mejor los recursos. Según lo anterior, el empresario es el responsable de organizar los factores de producción en el seno del proceso productivo y se encarga de tomar decisiones que determinan la asignación de recursos en la empresa. Por ello el factor empresarial constituye un elemento central en los procesos de desarrollo.

Asimismo, el rol del empresario y el de las empresas, como escenario inmediato donde éste actúa, es determinante en los modelos de desarrollo, llegándose a constituir la gestión de empresas en la marca distintiva de las acciones que emprenden estos agentes. El empresario actúa como promotor de una idea, pero requiere para su materialización de medios humanos y técnicos, además de un entorno que no dificulte la realización del proyecto. El empresario es un factor especial del proceso, pues posee unas cualidades innatas difíciles de cuantificar económicamente, que potencian los resultados de los procesos de desarrollo.

Según Berumen (2007), las posibilidades de progreso de las organizaciones y de los sistemas económicos dependen fundamentalmente de su capacidad para innovar. Los hábitos y las rutinas en el desarrollo económico juegan un papel parecido al de los genes en la evolución biológica; es decir, son los depositarios del conocimiento acumulado en el tiempo (herencia) – y como tal, elementos de estabilidad–, pero simultáneamente los cambios en ellos permiten que las organizaciones progresen y se desarrollen (evolución). Por tanto, son los empresarios o su *gestión empresarial*, los encargados de su modificación; estos agentes movidos por su propósito de incrementar ganancias, modifican rutinas, y al hacerlo crean nuevas trayectorias de evolución, para las cuales hay que crear nuevos hábitos y nuevas instituciones.

Este modo de gestión se apoya en el conocimiento acumulado en el pasado, potenciado con las innovaciones introducidas cotidianamente, agregando valor, a veces incalculable, a los productos y servicios que el empresario comercializa. Esto introduce mejoras sucesivas en los modos de producción y estimula el empleo, la calidad de vida, y en consecuencia, genera desarrollo.

Con frecuencia los empresarios tienden a instalarse allí donde viven, por lo que interiorizan un sentimiento de arraigo en el territorio. Esto les permite desarrollar una especie de sensibilidad ante los requerimientos del entorno, facilitando una interacción con el medio social, político, económico y cultural, a través de una red de contactos y conocimiento profundo del lugar (Romero, 2005).

Esto es importante porque es a ese entorno donde va a dirigir su producto o servicio; es de ese mercado de donde tomará la información necesaria para adecuar su oferta y es en ese lugar donde se sitúan los agentes, entidades e individuos con los que la empresa se interrelaciona en su día a día. Por ello se habla de *marca distintiva* o *modo de hacer las cosas* cuando se hace referencia a la *gestión empresarial*. Según Chirico & Nordqvist (2010), este modo de hacer las cosas o *gestión empresarial* puede considerarse como capacidad innovadora cuando está orientada a la gestión del cambio, al impulso emprendedor y a la creación de valor a lo largo del tiempo.

Según Aydalot (1985), los procesos de desarrollo tienen tres rasgos fundamentales:

- Rasgos de carácter instrumental, referidos al hecho de que los actores del desarrollo sean organizaciones productivas flexibles como las PYME, las que por su tamaño son capaces de adaptarse a cambios del entorno y del mercado.
- Rasgos de carácter estratégico, referidos a la diversidad en las técnicas, productos, gustos, cultura y política, los cuales facilitan la apertura al desarrollo para los territorios cuyo potencial lo constituyen, precisamente, sus diferencias.
- Rasgos de carácter operativo, referidos a las innovaciones y el conocimiento, los cuales fomentan el entorno innovador.

Como puede verse, los rasgos o características de los procesos de desarrollo a los que se refiere Aydalot (1985) están muy relacionados con la *gestión empresarial*. El empresario, en este caso, desempeña un rol determinante: la forma cómo gestiona su empresa incide en el proceso de cambio, al tiempo que su capacidad innovadora se convierte en el punto de apoyo para el proceso de desarrollo, sin olvidar que sus empresas forman parte de sistemas

productivos firmemente integrados en la sociedad local, lo cual hace referencia especialmente a los rasgos de carácter estratégico.

En ese sentido, cabe señalar que las innovaciones están relacionadas no sólo con los cambios tecnológicos, sino también con cambios en la cultura organizativa y en la forma de operar de las empresas. Pues, como señala Albuquerque (2003), las innovaciones tecnológicas requieren transformaciones sociales e institucionales, tales como mejoras gerenciales y organizativas en el funcionamiento de las empresas y en la administración pública en general, así como diferentes tipos de involucramiento entre los actores socioeconómicos e institucionales, como condición previa para la introducción de mejoras.

Todo esto genera un clima y un contexto propicio para el cambio, dado que el éxito competitivo a veces no depende sólo de la adquisición de nuevas máquinas o tecnología punta, sino de mejoras organizativas y cambios sociales y culturales que permitan la instalación de redes de comunicación efectivas y capaces de generar efectos positivos que se manifiestan en la calidad de la prestación de servicio de las empresas, potencian la creatividad y la innovación, mejoran las relaciones interempresariales y –en consecuencia–, la imagen de la empresa. Ello que se traduce en satisfacción de necesidades y exigencias producidas por cambios en la demanda.

En consecuencia, el reto es cómo conseguir que las economías locales estén más integradas en la economía internacional y cómo lograr que sus sistemas productivos sean más competitivos, de tal forma que las empresas puedan aprovechar las oportunidades que surgen como consecuencia de los cambios del entorno y del aumento de la competencia.

Se trata entonces de fomentar la difusión de innovaciones y conocimiento en las empresas y en la sociedad, lo cual implica dotar a los territorios de los servicios y productos que, tanto las empresas como las comunidades necesitan, potenciando la competitividad. Partiendo de la relevancia que tiene la innovación y la necesidad de que existan empresarios preparados, para llevar a cabo dichas innovaciones e introducirlas de una forma eficaz en el proceso productivo, los *neoschumpetarianos* consideran que la interacción entre las empresas, el sector monetario-financiero, el comportamiento del Gobierno y de las instituciones en general, resulta esencial para conseguir un crecimiento económico adecuado que suponga una mejora del bienestar en la sociedad (Galindo, 2012).

Según Porter (1990), las estrategias para lograr ventajas competitivas en las naciones, implican diferentes *arreglos organizativos*, procedimientos de control y sistemas de incentivos, con

posibilidades de compartir actividades y recursos entre empresas. Ello contribuye a la reducción de costes y aumenta la diferenciación.

Asimismo, Albuquerque (2003) señala que la competitividad empresarial depende de tres tipos de actuaciones: i) las realizadas en el interior de las empresas en busca de eficiencia organizativa y calidad en la producción; ii) las llevadas a cabo en la red de proveedores y clientes que conforman la cadena productiva de la empresa; y, iii) las orientadas a construir el entorno propicio para el acceso a los servicios de apoyo a la competitividad.

Lo que Porter (1990) denomina *arreglos organizativos y las actuaciones realizadas en el interior de las empresas* a las que se refiere Albuquerque (2003), son las relacionadas con la *gestión empresarial* y están vinculadas con factores tanto del interior de las empresas, como de éste hacia afuera.

Sin embargo, el papel desempeñado por los empresarios y su gestión empresarial, marca distintiva o modo de hacer las cosas, no ocurre en el vacío. Su gestión empresarial es llevada a cabo en su escenario más inmediato denominado *empresa*. Las hay de todas las dimensiones pero actualmente han ganado un papel protagónico las de pequeño tamaño o PYME.

Es importante destacar el rol que desempeñan las PYME. En este marco de referencia se trata de colocar, en un primer plano, el papel a desempeñar por las PYME locales. Ello se explica en el hecho que, por su menor tamaño, se considera que tienen una serie de ventajas comparativas respecto a otras empresas.

Las empresas de pequeña dimensión han mostrado, en los diferentes países desarrollados, una capacidad extraordinaria para incorporar innovaciones tecnológicas y organizativas. Su mayor flexibilidad y capacidad de adaptación ante los cambios las dotan de ventajas frente a las grandes empresas.

Como afirma Rosales (2000), los impactos de la globalización económica abren un amplio campo de actuación para las empresas pequeñas, tanto en los países desarrollados como en los que están en vías de desarrollo. La PYME puede aprovechar esta oportunidad apelando a la flexibilidad intrínseca que le da su estructura organizativa, mucho menos rígida que la que exhiben las grandes empresas.

El proceso globalizador de la economía, comenta Porter (1990), está imponiendo una redistribución geográfica de la manufactura. Esto ha ocasionado que se conformen circuitos, cadenas o *clusters* de empresas en los cuales existe una oportunidad subyacente para la inserción, en forma competitiva, de pequeñas empresas. De esta manera, la globalización

exige cada vez más que las PYME sean capaces de competir con empresas de las economías desarrolladas y emergentes.

Por ello, la Comisión Europea (2013) ha puesto especial atención al papel de las PYME como promotoras de desarrollo¹⁶. Recientemente, a través de la estrategia denominada *Pequeñas empresas en un mundo grande*, la Comisión contribuye a que las PYME amplíen sus actividades fuera de la UE, para así dinamizar la economía europea y mejorar el mercado interno.

Para lograr estos propósitos cada vez son más los Estados Miembros de la UE que fomentan la integración del emprendimiento y la innovación en la educación. En este sentido, en el trabajo de David (1997), se subraya que la falta de profesionalización o conocimientos formales sobre gestión empresarial puede ser un obstáculo para muchos negocios pequeños. Esto se fundamenta en la idea de que las microempresas y PYME no cuentan con suficiente capital y son más informales que los grandes negocios. Además, la experiencia ha demostrado –según comenta este autor–, que aquellos negocios que utilizan la formalización en la gestión empresarial obtienen mejores beneficios que los que no lo hacen.

Por tanto, en el desarrollo local cobra especial importancia la formación, capacitación, acceso a la información, como medios para promover el espíritu emprendedor y estimular la innovación; y, en el caso de las empresas de pequeña dimensión, como mecanismos necesarios para vencer las debilidades de las PYME. La Comisión Europea (2013) señala que la innovación requiere la interacción y cooperación¹⁷ entre agentes múltiples: innovadores, empresas, centros de investigación, agencias de innovación y desarrollo, organismos de transferencia de tecnología, centros de formación y capacitación, inversores, entre otros. La UE fomenta estas interacciones tanto a nivel regional como entre iniciativas de *cluster*.

Asimismo, otros actores del desarrollo local como las entidades financieras locales o regionales, las asociaciones empresariales, las cámaras de comercio e industria, las asociaciones de agricultores, industriales o comerciantes, los sindicatos, las asociaciones de campesinos, las organizaciones de mujeres, las asociaciones vecinales, las entidades juveniles,

¹⁶ Como reconocimiento a la importancia de las PYME en la Unión Europea y su contribución al desarrollo, se ha desplegado un abanico de instrumentos de apoyo para contribuir a que estas empresas hagan frente a los requisitos y las formalidades administrativas y reglamentarias, desarrollen sus actividades transfronterizas y accedan a la financiación y a nuevas oportunidades empresariales. Las necesidades de las PYME reciben especial atención pues, de los 23 millones de PYME con que cuenta Europa, éstas representan el 98% de las empresas, proporcionan el 67% del empleo y generan el 85% de los puestos de trabajo de nueva creación. De allí que se considere que el apoyo a las PYME y la promoción del espíritu emprendedor son las claves para la recuperación económica (Comisión Europea, 2013).

¹⁷ Para fomentar el aprendizaje recíproco y la cooperación entre los Estados Miembros y las regiones de la UE, la Comisión promueve iniciativas como el proyecto *Europe Innova*, para desarrollar y poner a prueba nuevas herramientas e instrumentos de apoyo a la innovación, y la iniciativa *PRO INNO Europe*, cuyo objetivo es extraer enseñanzas de las mejores prácticas y contribuir al desarrollo de nuevas y mejores políticas de innovación (Comisión Europea, 2013).

los grupos culturales, las organizaciones no gubernamentales, las fundaciones, las agencias de acción solidaria, entre otros, pueden también contribuir en gran medida con las iniciativas de desarrollo y fomento de la innovación, llegando a conformar una verdadera comunidad organizada.

Es de esperar que las empresas y estos actores locales puedan conformar vínculos y relaciones de buena convivencia, que les permitan compartir recursos y saberes, capacidades o actividades que optimicen sus transacciones y mejoren la competitividad. La buena conducta en las operaciones normales de las empresas se traduce en reconocimiento por parte de sus interlocutores o *stakeholders* y se convierte en un importante activo intangible de las empresas.

La teoría de los *stakeholders*¹⁸ representa una contribución muy importante a la buena conducta y ética empresarial (Alkhafaji, 1989; Freeman, 1984; Freeman, 2012). Este planteamiento acoge la visión de que una empresa está vinculada a diferentes agentes y por tanto es responsable ante una variedad de partes que afectan o se ven afectadas por las actuaciones de la propia empresa (Freeman, 1997; Freeman, 2012). Por tanto, se trata de llevar a cabo sus acciones con una actitud más consciente de su impacto sobre las personas y sobre el medio en el cual se desenvuelve (Rodríguez *et al.*, 2012a).

Según Caballero (2000, pp. 7-16), “son muchas las empresas australianas, estadounidenses, canadienses, británicas, alemanas, e incluso japonesas que han puesto en marcha programas estratégicos de políticas empresariales basadas en la buena conducta empresarial o *buenas prácticas* de las empresas hacia sus colaboradores directos e indirectos”. Existen múltiples modalidades de políticas empresariales que pueden mejorar la imagen de la empresa y ayudar a equilibrar el trabajo y la contribución con la sociedad. Entre las políticas empresariales internas están: la flexibilidad (que incluye horarios flexibles, teletrabajo, semanas laborales comprimidas, horas por año, puestos compartidos, reducción de la jornada, trabajo a tiempo parcial); las políticas excepcionales (como baja maternal o paternal, excedencia para atender a los hijos, días libres por razones personales, baja por enfermedad, cuidados especiales, tiempo

¹⁸ La idea de grupo de interés o *stakeholder* apareció por primera vez en el trabajo desarrollado por el Stanford Research Institute (SRI) en los años sesenta, cuando se comenzaba a ofrecer a los directivos un modo de entender los cambios producidos en el entorno económico. El SRI definió el término *stakeholders* como “aquellos grupos sin cuyo apoyo la organización dejaría de existir”. Durante los siguientes veinte años, numerosos investigadores comenzaron a experimentar con dicha idea y formularon opiniones más sólidas de planificación estratégica y de “gestión estratégica”. A finales de los setenta y principios de los ochenta, un grupo de investigadores de la Wharton School desarrolló una teoría sobre los “grupos de interés” más orientada a la acción y la llamó “*gestión empresarial basada en los stakeholders*”. Dicho grupo definió los *stakeholders* como “aquellos grupos o individuos que pueden influir sobre la consecución de los objetivos de una organización o verse afectados por ella”. Estos investigadores consideraron que en un entorno empresarial en rápida transformación, los directivos deben prestar mucha más atención a las presiones y fuerzas externas, y que la acción estratégica exige una versión más compleja de las relaciones con los clientes, proveedores, empleados, financiadores, comunidades, sociedad, grupos de presión, medios de comunicación, entre otros (Freeman, Harrison, Wicks, Parmar & De Colle, 2010).

sabático, vacaciones no pagadas); los servicios (como guarderías, ayudas económicas, servicios de información, beneficios extrajurídicos, formación, mentoría profesional, cheques servicio); el apoyo profesional (como programas de salud, programas de asistencia a empleados); entre otras políticas empresariales internas.

Sobre estas buenas conductas señalan Moguel, Laguna, Camacho & Gordillo (2013, p. 2) “que cuando una organización es capaz de desplegar una política de atención hacia las necesidades de sus partes interesadas, tanto en lo interno como en lo externo, [...] estamos en presencia de una organización ciudadana y educada, una empresa donde todos quieren trabajar y desean tener como vecina, por sus buenos modales”. Asimismo, en cuanto a las políticas empresariales externas que demuestran la preocupación de las empresas por el medio externo en el que operan, la Comisión Europea (2001) reconoce que las empresas pueden contribuir en el desarrollo sustentable dirigiendo sus operaciones a reforzar el crecimiento económico y acrecentar su competitividad, al mismo tiempo que garantizan –a través de sus buenas prácticas– la protección del medio ambiente.

En este sentido, el desarrollo de la teoría de los *stakeholders* ha puesto de manifiesto la necesidad de considerar a todos los grupos de interés relevantes para la actividad empresarial en la definición de los objetivos empresariales. Así, muchas compañías han tendido a ampliar sus objetivos más allá de su rendimiento económico incorporando su desempeño social y medioambiental (Cabeza, Sacristán & Gómez, 2014).

Recientemente, la Unión Europea ha formulado propósitos más altruistas en la pretensión de mantener y asegurar niveles cada vez más elevados de calidad de vida y bienestar social, combinados con un mejor aprovechamiento y uso de recursos.

Una reciente propuesta de la Comisión Europea (2012) es la *Hoja de ruta hacia una Europa eficiente en el uso de los recursos*, con la que se da un paso más hacia una nueva concepción que garantice una recuperación sostenible de la crisis económica, y que, además, pueda impulsar el empleo. Este documento plantea separar el crecimiento económico de la utilización de recursos, con posibilidad de uso de nuevas fuentes de desarrollo mediante la innovación y la generación de oportunidades económicas con políticas que asocien la economía con nuevas formas de vida coherentes e integradoras. Su visión es que para 2050 se deberían gestionar –de manera sostenible– todos los recursos, desde las materias primas hasta el agua, el aire, la tierra o el suelo, haciendo una economía más competitiva e integradora con menos utilización de recursos, mediante la innovación.

En esta nueva visión las empresas tienen un importante papel, que requiere un cambio de filosofía empresarial en cuanto a la forma como hasta ahora se han realizado las transacciones e intercambios con sus *stakeholders*; pero, que, de lograrse los objetivos pretendidos, promete colocar a este sector en una posición decisiva en la consecución y sostenimiento de estos propósitos para beneficio de la sociedad.

En consecuencia, la Comisión Europea (2012, p. 164) señala la importancia del manejo de recursos de forma eficiente. Esto puede desempeñar un papel importante en la conciliación de la búsqueda continua de crecimiento económico con la necesidad de reconocer la naturaleza finita de muchos de los recursos naturales del mundo y las restricciones que estos límites del planeta imponen en la continua expansión de la producción y consumo de bienes materiales. “El avance en la eficiencia en el uso de los recursos debería constituir un elemento central en la gestión de las economías y las empresa líderes de todo el mundo”.

Seguidamente, la Comisión Europea (2012, p. 164) hace una llamada de atención a los negocios que tienen por objeto animar a los consumidores a consumir lo más posible a fin de aumentar al máximo sus ventas y considera oportuno un cambio de filosofía empresarial, “[...] necesitamos una nueva forma de crecimiento *sostenible o ecológico* en la que el crecimiento de la actividad económica y del bienestar o la prosperidad se disocie del crecimiento de consumo de recursos [...]”.

Con el propósito de garantizar que este cambio de pensamiento y de accionar sea justo, cree buenos empleos, ayude a la reconversión profesional y de forma general incentive a las empresas, se necesita crear estímulos que los sostengan y refuercen. Se espera que todos estos propósitos llevados a la práctica traigan efectos significativos, al tiempo que las empresas que hagan un uso eficiente de los recursos y ofrezcan productos y servicios eficientes, prosperen y creen nuevos puestos de trabajo. Como lo señala Ortega (2013, p. 58) en su apreciación sobre el contenido de estas propuestas:

“En definitiva, las claves hacia una *economía más verde* con un mayor papel de las ciencias sociales para cambiar comportamientos [...] considerando recursos todavía no valorados adecuadamente como los ecosistemas o la biodiversidad [...] las autoridades públicas y las empresas deberán valorar y tener en consideración el *capital natural* y los *servicios ambientales* que proporciona, de los que depende la prosperidad económica”.

A lo largo de este planteamiento y según las fuentes citadas, se perfila el papel de las empresas, especialmente de las PYME, en los procesos de desarrollo. Se perfila además a la

gestión empresarial como la marca diferenciadora que la distingue del rol que desempeñan otros agentes del desarrollo, reafirmando el planteamiento Shumpeteriano de que el empresario y la innovación son las fuerzas del desarrollo económico. Entre las ideas planteadas destacan algunas características o conductas esperadas por parte de las empresas para contribuir a estos procesos, entre ellas, se pueden destacar:

- Que las innovaciones están relacionadas no sólo con los cambios tecnológicos, sino también con cambios en la cultura organizativa y en la forma de operar de las empresas.
- Que se conforman circuitos, cadenas o *clusters* de empresas en los cuales existe una oportunidad subyacente para la inserción, en forma competitiva, de pequeñas empresas.
- Que al conformar vínculos y relaciones de buena convivencia se comparten recursos y saberes, capacidades o actividades que optimizan las transacciones y mejoran la competitividad.
- Que la formación, capacitación, acceso a la información, son los medios para promover el espíritu emprendedor y estimular la innovación.
- Que la innovación requiere la interacción y cooperación entre agentes múltiples o *stakeholder*.
- Que se espera que las empresas lleven a cabo sus acciones con una actitud más consciente de su impacto sobre las personas y sobre el medio en el cual se desenvuelven.
- Que las empresas deben hacer un uso eficiente de los recursos y ofrecer productos y servicios eficientes.
- Que las empresas puedan contribuir en el desarrollo sustentable dirigiendo sus operaciones a reforzar el crecimiento económico y acrecentar su competitividad, al mismo tiempo que garantizan la protección del medio ambiente.
- Que las empresas deben gestionar, de manera sostenible, todos los recursos, haciendo una *economía más verde*, competitiva e integradora mediante la innovación.

Teniendo a las empresas, especialmente a las PYME y sus modos de gestión, como el eje central de este planteamiento, en definitiva se reconoce que es a través de la relación con sus interlocutores y como agente del desarrollo local, que el empresario se convierte en el encargado de protagonizar las actividades productivas y de contribuir a conformar el entorno

innovador. De esta forma constituye un tejido empresarial dinámico, productivo, sostenible y favorable para el emprendimiento y la transferencia de conocimientos, haciendo buen uso de los recursos disponibles.

3.6. Las Empresas como factor clave para el desarrollo local

En esta sección se trata de tomar como marco referencial *el factor clave* propuesto por Pérez (2002), para explicar cómo las empresas –como recurso territorial–, constituyen un elemento determinante y pueden contribuir al desarrollo. Asimismo, se destaca la importancia de las innovaciones, apoyándose en la idea Schumpeteriana de que *las innovaciones empresariales constituyen el factor clave que dinamiza la economía*, poniendo especial interés en las innovaciones en gestión organizacional.

En este punto se parte de la idea de que en la historia económica se pueden identificar ciclos o etapas de crecimiento, seguidos de depresión o crisis estructurales, en los que se observan ascensos y caídas en los niveles de productividad y en la calidad de vida de la población. A éstos se les ha denominado ciclos económicos, revoluciones, rupturas, olas de innovación, ondas largas e incluso, períodos de *destrucción creadora* (Kondratieff, 1979; Schumpeter, 1976).

Según Palacios (2005), refiriéndose al aporte de los economistas evolucionistas o *neoshumpeterianos* –ya citados– señala que los procesos de destrucción creativa implican que las innovaciones aparecen en momentos específicos y que, consecuentemente, los procesos de obsolescencia de conocimientos, rutinas e instituciones se aceleran casi al mismo tiempo. Estos períodos de aparición masiva de innovaciones y aceleramiento de obsolescencia permiten dividir a la historia en fases, que presentan un proceso similar de desarrollo: innovación, desarrollo, madurez, decadencia y eliminación. Cada una de estas etapas presenta características similares aunque duraciones distintas entre una fase y otra. Los autores evolucionistas han logrado identificar cinco ciclos largos o ciclos de Kondratieff desde la primera revolución industrial en 1770 hasta nuestros días (Freeman & Soete, 1997). Así, el tiempo que transcurre entre la detección de los límites del crecimiento de un paradigma o trayectoria y su sustitución por otra mejor adaptada a las nuevas condiciones, es un proceso que toma aproximadamente entre diez y veinticinco años.

Sin embargo, estos ciclos económicos o períodos de crisis estimulan a la sociedad a alcanzar de nuevo su posición de equilibrio, con lo cual se restablece la armonía dinámica entre los diferentes niveles (económico, social e institucional) del sistema. Los resultados de este

proceso traen consigo lo que se denomina *modos de desarrollo*¹⁹ (Bervejillo, 1996; Cárdenas, 2002; Pérez, 2002). Lo que orienta y moldea esta dinámica de transformación son sucesivos *patrones tecnológicos*, que generan saltos cualitativos en el nivel general de productividad alcanzable.

Dichos saltos se basan en una serie de *innovaciones* interrelacionadas, tanto en el plano técnico como en el organizativo, cuya difusión es impulsada por la búsqueda de beneficios. Se tienen entonces dos bases sobre las cuales apoyar la tesis de que las empresas y sus modos innovadores de gestionarlas constituyen el *factor clave* de la dinámica económica: innovaciones y patrón tecnológico.

En primer lugar, según Pérez (2002, pp. 4-5), la idea de *factor clave* se materializa gracias a la aparición –en la estructura general de costes de producción o de operación– de un insumo particular con las siguientes características: “bajo costo, suministro ilimitado, amplio espectro de utilización, capacidad para reducir los costes de capital, de trabajo y de productos, capacidad para cambiar cualitativamente a estos últimos”.

Con estas características como marco referencial, se puede observar entonces que el factor clave correspondió en el pasado al carbón y al transporte, asociados a la máquina de vapor. Posteriormente correspondió al acero y a la energía bajo la forma del petróleo, teniendo como elemento común un factor clave de bajo coste. Actualmente este papel le corresponde a la microelectrónica, en la figura de la producción flexible y en lotes pequeños, donde las actividades administrativas, gerenciales y de producción están integradas en un sistema total, intensivo en el uso de información (Freeman & Soete, 1997).

Es importante destacar que, con la aparición del nuevo factor clave y el patrón tecnológico asociado a sus características, el proceso exigirá innovaciones complementarias para dar paso a una fase o modo de desarrollo. Por ello es necesario aclarar qué se entiende por *innovaciones* y qué se entiende por *patrón tecnológico*.

Por un lado, “las innovaciones comprenden los nuevos productos y procesos, así como las modificaciones tecnológicas importantes de los mismos. Una innovación se considera como tal cuando es introducida en el mercado (innovaciones de productos) o utilizada en procesos de producción (innovaciones de procesos). En ellas intervienen toda clase de actividades científicas, tecnológicas, de organización, financieras y comerciales” (OCDE, 1997, p. 31).

Las innovaciones se pueden clasificar en cinco grupos, que según Schumpeter (1983) son:

¹⁹ Un *modo de desarrollo* se concibe como un patrón general de crecimiento basado en la aceptación de un conjunto de mecanismos sociales e institucionales, tanto en el plano nacional como en el internacional, cuya acción influye en la operación de todos los mercados, incluyendo el mercado de los factores de producción (Pérez, 2002, p. 1).

1. La introducción de un nuevo bien, o de un bien con el que los consumidores no estén familiarizados, o de la nueva calidad de un bien.
2. La introducción de un nuevo método de producción que permita fabricar un determinado producto con unos costes menores que los de la competencia, o de uno no probado por la experiencia en la rama de la manufactura que se trate, que pudiera consistir simplemente en una nueva forma de manejar comercialmente la mercancía.
3. La apertura de un nuevo mercado, que se concreta en la posibilidad de su explotación antes que sus competidores.
4. La conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas o de bienes semi-manufacturados, haya o no existido con anterioridad.
5. La creación de una nueva organización de cualquier industria, como puede ser un monopolio o la anulación de uno ya existente.

Las innovaciones también pueden ser, según Pérez (1986), radicales o incrementales:

1. Las innovaciones radicales consisten en la introducción de un producto o proceso verdaderamente nuevo.
2. Las innovaciones incrementales se caracterizan por la introducción de mejoras sucesivas en los productos o en los procesos de producción, utilizando la configuración de los medios existentes.

Asimismo, se encuentra otra tipología de innovaciones denominadas tecnológicas que según Freeman (1974) se refieren a los cambios en la tipología de los productos y en los procesos de producción (innovaciones de productos e innovaciones de procesos). Las mismas tienden a incrementar la productividad de la empresa y a reducir los costes asociados a ésta.

Por su parte, las innovaciones no tecnológicas, también llamadas innovaciones en métodos de gestión, agrupan el conjunto de novedades y métodos introducidos en la estructura organizativa de la empresa, comercialización, finanzas, organización, etc. Una innovación no tecnológica o innovación organizacional, como lo cita la OCDE en el Manual de Oslo²⁰ (2005, p. 34-37), “es la implementación de un nuevo método de organización aplicado a las prácticas de negocio, al lugar de trabajo o a las relaciones externas de la empresa”.

²⁰ El Manual de Oslo es la principal fuente internacional de directrices para la recogida y análisis de información relativa a innovación y tiene como propósito recolectar datos internacionales comparables. Supone un importante instrumento de carácter estratégico que permite la evaluación del impacto e incidencia de las políticas públicas orientadas a la promoción de la innovación y contribuye a la definición de estrategias por parte de las empresas, en el entendido de que la innovación es el factor clave para el éxito de las empresas en la nueva sociedad basada en el conocimiento. La tercera edición del manual del 2005 actualiza la anterior edición de 1997 (OCDE, 1997) y es una publicación de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE, 2005).

Por otro lado, el *patrón tecnológico*, según Pérez (1996), se entiende como una forma eficiente o *forma ideal* de organización del proceso productivo; ésta aparece como una especie de *sentido común* en cuanto a lo que constituye el óptimo tecnológico. Es un *mejor modo de hacer las cosas*, por lo que requiere de constantes ajustes para evitar un estado de obsolescencia.

El patrón tecnológico está contenido dentro de lo que se denomina *paradigma tecnoeconómico* (Freeman & Pérez, 1988; Pérez, 2001; Pérez, 2002), el cual –a su vez– alude a aspectos tales como la base tecnológica y energética, la estructura productiva sectorial y regional, el tejido empresarial, la organización del trabajo y relación salarial, la gestión empresarial, la gestión ambiental, entre otros aspectos existentes en un territorio.

El patrón tecnológico es entonces la acumulación de un conjunto de innovaciones, de carácter técnico, gerencial y organizativo, que permiten alcanzar un nivel general de productividad superior al obtenido con el patrón tecnológico anterior. Este conocimiento se va difundiendo en cada empresa, rama, sector económico o país. Históricamente cada patrón ha surgido a partir de ciertos desarrollos tecnológicos clave que provocan un cambio sustancial en la estructura de costes de ciertos insumos y factores productivos y, que a su vez, abren una gama de oportunidades aprovechables para el cambio.

El punto de vista pesimista indica que todo patrón tecnológico se agota, demandando la introducción (el descubrimiento) de uno nuevo, lo cual genera una crisis en el período de transición entre uno y otro. A esto se le asocia con una especie de *ola* para ilustrar que el proceso presenta ascensos y caídas. Sin embargo, los defensores de esta perspectiva consideran que es de esperar que en cada proceso de sustitución de un patrón tecnológico por otro se genere una fuerte interacción entre los ámbitos económico, social e institucional que provocará una también fuerte complementariedad, lo cual desencadenará en un nuevo modo de desarrollo. La crisis estructural resultante es por tanto un proceso de *destrucción creadora* como originalmente lo denominó Schumpeter (1976).

Esta última perspectiva más optimista resulta interesante pues hace ver que la crisis resultante llamará la atención sobre la reestructuración del marco socioinstitucional existente, demandando innovadoras formas de estructura y funcionamiento, administrativas, de políticas públicas y de nuevas relaciones, en torno al nuevo patrón tecnológico. Sin embargo, el éxito de la complementariedad de los ámbitos económico, social e institucional dependerá de los intereses, las acciones y el poder relativo de las fuerzas sociales en juego (Berumen, 2007). Al respecto señala Palacios (2005, p. 89) lo siguiente:

“[...] se elegirá como camino de evolución básico la alternativa que: (i) satisfaga ciertas condiciones, siendo la principal el ser capaz de superar las dificultades encontradas con la elección anterior; y (ii) reúna el grupo de apoyo más fuerte. Nótese que no tiene por qué ser la mejor alternativa disponible, sino la que satisfaciendo un mínimo común, corresponda a los intereses del grupo más fuerte en el momento”.

En palabras de Pérez (2002), esto muestra la posibilidad de hacer prospectiva en épocas de transición²¹. Según esta autora, si se pueden identificar las características del nuevo patrón tecnológico y detectar las nuevas tendencias creadas a consecuencia de su difusión, entonces se pueden anticipar los rasgos principales del cambio y tomar medidas en el plano económico, social e institucional, para contribuir a su éxito. En materia de gestión organizacional implicaría un involucramiento de los agentes participantes (gobierno, empresas, instituciones y sociedad civil) en los planes de desarrollo para lograr la deseada complementariedad.

Esta complementariedad o sinergia va a requerir, la mayoría de las veces, de cambios o mejoras gerenciales y organizativas en el funcionamiento de las empresas y en la administración pública en general. Estos son denominados por Porter (1990) *arreglos organizativos*, o *actuaciones realizadas en el interior de las empresas* por Albuquerque (2003). Tales aspectos están relacionados con la gestión empresarial, y vinculados con factores tanto del interior de las empresas, como de éste hacia afuera. Estos involucramientos son necesarios, como condición previa, para lograr el tránsito entre las ventajas comparativas de carácter estático hacia las *ventajas competitivas de carácter dinámico*.

Según Albuquerque (2003) es sabido que el logro de ventajas competitivas ya no se consigue simplemente con bajos costes de mano de obra, con la explotación de recursos naturales abundantes y baratos o con la manipulación de los diferenciales de los tipos de cambio o tasas de interés, pues éstas constituyen medidas transitorias difíciles de preservar en el largo plazo y por tanto representan ventajas estáticas. En contraste, este autor recomienda que hay que apostar a la transformación o el paso hacia las *ventajas competitivas de carácter dinámico*, basadas en la introducción constante de innovaciones tecnológicas, organizativas y de gestión, sustentadas en la incorporación de información y conocimiento y en la mejora continua de la calidad del recurso humano involucrado.

²¹ Cada cambio de paradigma tecnoeconómico abre lo que Pérez (1993) denominó una “*ventana de oportunidad*” ya que al darse la condición de que el conocimiento tecnológico-administrativo del ciclo que muere se vuelve semipúblico vía licencias o sobre documentación adquirible en universidades y bibliotecas, en un momento en el que el conocimiento sobre el nuevo ciclo es aún incipiente y se encuentra esencialmente en universidades y revistas de corte académico. Durante la fase de transición entre dos paradigmas se tiene la oportunidad de aprender rápidamente e inclusive, de influir en el desarrollo del nuevo paradigma. Esto se debe a que cada cambio de paradigma implica el desarrollo y adopción de una nueva “*mejor práctica*” al nivel de planta y empresa; un nuevo perfil de capacitación en la población; una nueva mezcla de productos; nuevas tendencias en la innovación radical e incremental; nuevo patrón de localización de la inversión; nueva infraestructura física; y un nuevo patrón de consumo en la población (Freeman & Pérez, 1988, p. 59).

Esto que Albuquerque (2003) denomina *ventajas competitivas de carácter dinámico*, son llamadas *capacidades dinámicas innovadoras* por Muñoz *et al.* (2013, p. 32), quienes señalan que contribuyen en lo siguiente:

“Las capacidades dinámicas innovadoras proveen a la organización de herramientas de mejora, superación y crecimiento mediante cambios que mejoran los procesos o productos, incluyendo tanto los sistemas como los recursos empresariales, hecho que convierte a la capacidad innovadora en un potencial interno para generar nuevas ideas, identificar oportunidades comerciales y de mercado para apalancar los recursos y capacidades existentes en una organización”.

Esto garantizaría mejoras constantes y sucesivas, sostenibles en el tiempo, en lo que respecta a creación de nuevas actividades, diversificación de bienes y servicios, incremento en los niveles de valor agregado en la producción, apertura de nuevos mercados, revitalización de sectores maduros y en general, reforzamiento del tejido empresarial. Con ello se sustenta la idea de que las empresas –como recurso territorial–, representan un elemento determinante y pueden contribuir al desarrollo en la medida en que las innovaciones empresariales, tecnológicas y de gestión, constituyen el factor clave que dinamiza la economía.

En este punto puede considerarse el concepto de *competitividad sistémica*²², que permite analizar los entornos competitivos en que se desenvuelven las empresas en cuatro niveles: *nivel micro* (empresas y sus estrategias); *nivel meso* (instituciones y organizaciones de apoyo a las empresas); *nivel macro* (políticas que constituyen el marco legal); y *nivel meta* (valores y actitudes hacia el cambio y desarrollo). En consecuencia, el *enfoque sistémico de la competitividad* supone no sólo empresas competitivas, sino también organizaciones industriales (*clusters*), gobiernos y países competitivos (Chauca, 2014, p. 18).

Según Messner (1996), en el *nivel micro* las empresas buscan la consecución simultánea de calidad, eficiencia, flexibilidad y velocidad de reacción o de respuesta a las exigencias del mercado. Esto supone introducir profundos cambios en tres planos:

1. Organización de la producción: consiste en acortar los tiempos de producción para responder con rapidez a los requerimientos de los clientes, reducir las existencias de inventario y disminuir los costes de capital en giro.

²² El concepto de *competitividad sistémica* fue elaborado al inicio de la década de 1990 por colaboradores del Instituto Alemán para la Investigación Económica (DIE) como instrumento para analizar las diferencias de crecimiento económico entre países. El concepto parte de la distinción de cuatro niveles que son cruciales para la competitividad de un territorio: nivel micro, nivel meso, nivel macro y nivel meta. Estos niveles sistémicos están interrelacionados, por lo que el concepto permite identificar fortalezas y debilidades en cada uno de ellos. Los autores seguidores de este planteamiento (Esser, Hillebrand, Messner & Meyer-Stamer, 1996) consideran que se trata de un enfoque más actualizado y completo que el originalmente propuesto por la OCDE (OCED, 1992), al que se denominó *competitividad estructural*, que relaciona el nivel micro, dentro de cada empresa, el nivel meso, en las relaciones inter-empresas a lo largo de cadenas y redes productivas y el nivel macro, en el espacio económico nacional.

2. Organización del desarrollo del producto: se logra integrando las diferentes fases de desarrollo, producción y comercialización del producto, lo cual reduce los tiempos de respuesta.
3. Organización y relaciones de suministro: consiste en reorganizar el suministro introduciendo sistemas *just in time*, así como reorganizar la pirámide de subcontratación (reduciendo la cantidad de proveedores directos, convirtiendo a algunos de ellos en proveedores de sistemas integrados al desarrollo del producto).

En consecuencia, para las empresas:

“La tarea a emprender en los tres planos es la combinación creativa de innovaciones tanto organizativas, como sociales y técnicas [...]. Las innovaciones sociales constituyen el requisito indispensable para el funcionamiento de nuevos conceptos de organización [...]. La dinámica de su desarrollo depende en gran medida [...] del contacto estrecho y permanente con universidades, instituciones educativas, centros de I+D, instituciones de formación y extensión tecnológica, instituciones financieras, agencias de información para la exportación, organizaciones sectoriales no estatales y muchas otras entidades más” (Messner, 1996, p. 27).

Por ello se considera importante aprovechar las ventajas comparativas de las empresas en lo referente al conjunto de relaciones basadas en la confianza, a lo que Boisier (1999a) ha denominado *capital intangible o sinérgico*²³, para convertirlas en ventajas competitivas. Según este autor, este capital sería el factor clave de estos negocios, en la medida en que cumple con las características señaladas por Pérez (2002): *bajo coste, suministro ilimitado, amplio espectro de utilización, capacidad para reducir los costes de capital, de trabajo y de productos, capacidad para cambiarlos cualitativamente*.

Asimismo, la introducción constante de innovaciones tecnológicas, organizativas y de gestión —que, como señala Albuquerque (2003), produce ventajas competitivas de carácter dinámico—, se facilita en la medida en que la proximidad espacial y las relaciones basadas en la confianza potencian estos modos de competitividad. Para Furio (1996), en la medida en que la creación tecnológica exige cierta proximidad, confianza y reciprocidad entre los actores, las

²³ El *capital intangible o sinérgico* también suele llamarse *capital relacional o social*. El concepto de *capital social* fue introducido a las Ciencias Sociales por Coleman (1990) en la década de 1980 y alude a la capacidad de las personas para trabajar en grupo (Fukuyama, 2003, p. 33). Por su parte, Robinson *et al.* (2003, pp. 57-58) definen el capital social como “los sentimientos de solidaridad de una persona o grupo por otra persona o grupo. Esos sentimientos pueden abarcar admiración, interés, preocupación, empatía, consideración, respeto, sentido de obligación o confianza respecto a otra persona o grupo y se considera un recurso esencial necesario para las transacciones interpersonales y el poder social”. Una referencia sobre el tema de capital social y su influencia en los procesos de desarrollo la constituye los trabajos de Kliksberg & Tomassini (2000) y Kliksberg (2002).

redes de innovación materializan esta proximidad al establecer un vínculo entre los diferentes agentes económicos que participan en el proyecto de innovación.

Al integrar en su estructura y funcionamiento reglas definidas internamente, las redes permiten el desarrollo de las relaciones de confianza y reciprocidad. Éstas permiten el intercambio de información, de capacidades, de saberes productivos y el desarrollo de un proceso de aprendizaje individual y colectivo que condiciona la realización del proyecto de innovación. En consecuencia, existe una *cuasi renta relacional* (Furio, 1996, p. 10), entre los actores pertenecientes al mismo espacio, lo que permite elaborar y poner en marcha proyectos colectivos de innovación.

Es aquí donde resulta determinante el rol de las empresas por su importante papel en la creación y promoción de mejoras organizativas (innovaciones) en la búsqueda de la competitividad. Expresa Rodríguez C. (2009, pp. 42-43) que la relación entre empresa e innovación se debe al conocimiento producido por las empresas, colocando al conocimiento como una variable clave del desarrollo en el sentido de que es la capacidad local para llevar a cabo empresas, la que produce innovación:

“[...] la innovación es producto de la conjunción del estímulo del conocimiento y del desarrollo empresarial, es decir; el conocimiento aplicado a un producto o a una empresa es lo que se denomina innovación. [...]. El resultado es que la introducción de innovaciones permite al territorio competir en los mercados nacionales e internacionales, cuando antes sólo lo hacía en el ámbito local o regional o su presencia en mercados mayores sólo era marginal”.

En el ámbito de las empresas existen tipologías en las que su propia naturaleza permite potenciar procesos de innovación, como es el caso de aquellas donde la innovación constituye un factor permanente en la búsqueda del objetivo de preservación del negocio o continuidad. Esto, a diferencia de otros tipos de empresas, las hace únicas e inimitables con características no trasladables (como por ejemplo las franquicias en las que su factor de competencia e innovación está basado en replicar o imitar), lo cual puede constituir un factor estratégico y de competitividad.

Siendo el tema de la Empresa Familiar el objeto de esta investigación, conviene destacar que –en el caso particular de estas empresas–, son comunes los rasgos de continuidad y antigüedad y las relaciones basadas en la confianza. Esto se fundamenta en la idea de que estas empresas son entidades económicas conocidas a lo largo de muchos años, llegando a formar parte de la historia de una localidad.

Tal como señala Barney (1991), la Empresa Familiar tiene características únicas que le permiten desarrollar ventajas competitivas provenientes del subsistema familia. Esta perspectiva ha hecho que se acuñe el término *familiness* por parte de los investigadores en el tema (e.g., Cabrera, De Saá & García, 2001; Habbershon & Williams, 1999; Núñez-Cacho & Grande, 2012) para definir un rasgo distintivo y único de las Empresas Familiares proveniente de los recursos internos de los que éstas disponen y que surgen como resultado de la interacción entre la familia, los individuos integrados en la empresa y la propia empresa.

Concretamente, el término *familiness*²⁴ se define como el efecto que provoca la interacción entre los sistemas familia-empresa y que ayuda a conseguir una posición ventajosa respecto a la competencia (Habbershon *et al.*, 2003). Estas características únicas ayudan a conseguir y preservar capital humano o social, convierten la cultura organizativa en un recurso inimitable, permiten alinear los intereses de empresa y familia, mejoran la visión de largo plazo y contribuyen a llevar a cabo actividades de innovación en la búsqueda del objetivo de preservación del negocio o continuidad. Asimismo, la antigüedad como expresión del deseo de mantener el control del negocio en las Empresas Familiares, favorece la actividad innovadora en la búsqueda constante de renovación de las actividades de la empresa y, en consecuencia, mejora su posición competitiva.

En los últimos años, este enfoque sobre Empresa Familiar es uno de los más utilizados para identificar los recursos y capacidades que hacen que los negocios de familia tengan un potencial único y muestran cómo utilizarlo para obtener ventajas competitivas basadas en su carácter familiar (Habbershon & Williams, 1999; Habbershon *et al.*, 2003; Lorenzo & Núñez-Cacho, 2012).

Sin embargo, conviene tener en cuenta que la sola posesión del *familiness*, como recurso valioso, raro y difícil de imitar, no es suficiente para obtener ventajas competitivas (Sirmon & Hitt, 2003). La forma de generar verdaderas ventajas competitivas sostenibles en el tiempo está dada por las habilidades de las Empresas Familiares para gestionar sus recursos en entornos cambiantes, por lo que la unión de recursos específicos de este tipo de empresa y las capacidades dinámicas innovadoras desarrolladas al interior de la organización garantiza la sobrevivencia, crecimiento y diferenciación sostenible de las Empresas Familiares (Muñoz *et al.*, 2013).

²⁴ Otros autores han desarrollado el tema de las ventajas competitivas de las Empresas Familiares basadas en el *familiness* o interacción de los sistemas familia y empresa. Entre estos se pueden mencionar: Cabrera *et al.*, 2001; Casado & Rodríguez, 2009; Chrisman, Chua & Steier, 2003; Cruz & Nordqvist, 2012; Lazzarra, Wiseman, Gómez-Mejía & Welbourne, 2007; Levering & Moskowitz, 1993; Sirmon & Hitt, 2003 y Tagiuri & Davis, 1996.

Desde la perspectiva del desarrollo local estos elementos distintivos de las Empresas Familiares se consideran, en conjunto, un factor clave para propiciar este modelo de desarrollo en una localidad como Mérida. Los mismos podrían facilitar la conformación de redes interorganizacionales e interempresariales, generando eslabonamientos productivos que puedan contribuir al fomento de la competitividad y la productividad, en un territorio declarado zona libre cultural, científica y tecnológica; un territorio donde convergen, entre otros factores, una universidad bicentenaria, un parque tecnológico y un conjunto de empresas que en su mayoría, son familiares.

3.7. Concentración de actividades económicas en un espacio territorial

En este apartado se intenta demostrar que el territorio es un actor competitivo. Una importante referencia teórica sobre este tema es la de Alfred Marshall. Marshall (1982) sostuvo que la concentración de actividades económicas en un espacio geográfico, determinada por la existencia de economías externas, genera ventajas por la proximidad de unas actividades respecto a otras, crea un mercado de trabajadores cualificados, reduce el coste de los factores productivos y promueve la difusión tecnológica.

Es interesante observar cómo las causas de la formación y características de lo que se ha denominado *economías de aglomeración, concentración de actividades económicas o concentraciones espaciales altamente productivas*, muestra patrones que se repiten con diferente intensidad de una región a otra, conservando ciertos rasgos predominantes.

Por esta razón, se ha dedicado buena parte de enfoques teóricos a explicar las razones por las cuales se forman estas *economías de aglomeración*, que van desde la teoría de la localización y geografía económica, pasando por los encadenamientos hacia adelante y hacia atrás de Hirschman (1977), la teoría de interacción y distritos industriales de Becattini (1979), hasta llegar al modelo de diamante de Porter (1990). Desde los trabajos de Porter (1990) sobre los *clusters*, el análisis sobre *economías de aglomeración* se ha extendido apareciendo una serie de corrientes económicas, una profusión de terminología y caracterización de las actividades económicas localizadas en un mismo espacio geográfico.

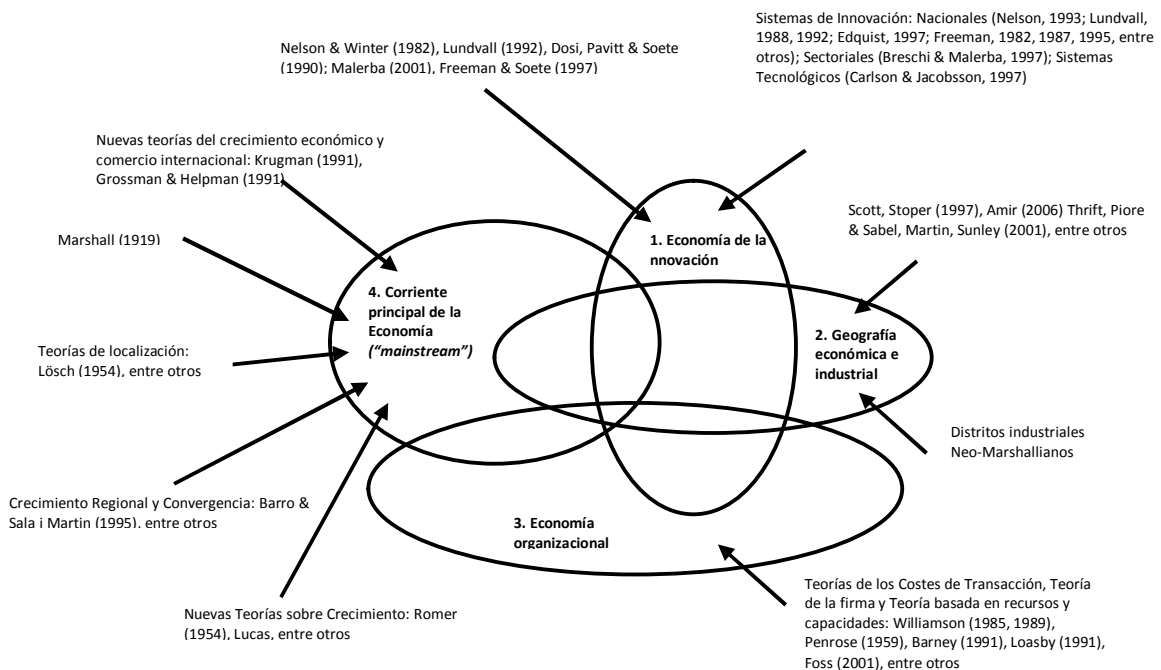
Según Navarro (2001, p. 3), las diferencias que se encuentran entre los distintos análisis económicos que emplean el término *cluster* están relacionadas con el hecho de que este análisis se centra en alguna de las posibles dimensiones que el término podría abarcar. Los tipos de dimensiones del análisis de *clusters*, según este autor, son los siguientes: i) tipo de relación (interdependencia o similitud) entre empresas o sectores; ii) tipo de flujos (de

productos o de conocimientos); iii) nivel de análisis (micro, meso o macro); iv) límites espaciales del *cluster* (nacional, regional o local); y, v) organizaciones e instituciones tomadas en consideración.

Un enfoque similar para el análisis de *clusters* es el presentado por Cobo, Hervé, & Aparicio (2011, p. 475), quienes indican que este tipo de aglomeración muestra ciertas semejanzas y comparte tres dimensiones:

1. Una dimensión territorial por tratarse de empresas localizadas en un ámbito geográfico concreto.
2. Una dimensión sectorial al estar estas empresas vinculadas a un sistema de valor industrial específico.
3. Una dimensión cooperativa construida mediante el desarrollo de relaciones de colaboración y complementariedad entre las organizaciones participantes.

Figura N° 3.1.
Escuelas teóricas que influyen en la teoría económica de los *clusters*



Fuente: elaboración propia, con base en Dahl (2001)

Asimismo, desde la perspectiva de Dahl (2001, p. 14), en la Figura N° 3.1 se aprecian las escuelas de la teoría económica que influyen en el análisis de las *economías de aglomeración* y en la teoría de los *clusters*. Dahl (2001, p. 12), señala que para tener una mejor perspectiva de

estas teorías y enfoques empíricos sería de gran utilidad configurar un marco gráfico de “clusterización” (*clustering*) geográfica, con base en las cuatro tradiciones de envergadura de la disciplina económica, algunas de las cuales en sí mismas incluyen enfoques geográficos.

Con ello se diseña un marco que posibilita el esclarecimiento de las diferencias entre los enfoques relacionados con la teoría de los *clusters*, desarrollados en los quince años que precedieron la década de 2000. Este marco básico es el que se resume en la Figura N° 3.1, en la que se observan las cuatro principales escuelas del pensamiento económico; junto a la denominación de cada una de ellas, en la figura se destacan algunos de los enfoques, cada uno de los cuales representa la literatura principal de la escuela o bien un enfoque de importancia para la “clusterización” geográfica de la actividad económica.

Según el trabajo de este autor y observando la Figura N° 3.1, estas escuelas teóricas se pueden ordenar de la siguiente manera²⁵:

1. Relacionadas con la economía de la innovación y el enfoque de los sistemas nacionales, regionales y sectoriales de innovación. Aparecen asociadas a estas teorías las que tratan los Sistemas de innovación nacionales cuyos principales autores son: Nelson; Lundvall; Edquist; Freeman, entre otros; Sistemas de innovación sectoriales cuyos principales autores son: Breschi & Malerba y Sistemas Tecnológicos identificadas con autores como: Carlson & Jacobsson. Asimismo, se identifican otros autores que también han tratado el tema desde esta perspectiva, tales como: Nelson & Winter; Lundvall; Dosi, Pavitt & Soete; Malerba; Freeman & Soete; Andersen, entre otros.
2. Relacionadas con la geográfica económica e industrial, especialmente teorías de la corriente neommarshalliana de los distritos industriales cuya referencia se encuentra en los trabajos de: Scott; Stoper; Amin; Thrift; Piore & Sabel; Martin; Sunley; entre otros.
3. Relacionadas con la economía tradicional y las nuevas teorías de crecimiento económico y comercio internacional referidas en los trabajos de: Marshall; Krugman; Grossman & Helpman, entre otros. Aquí se vinculan las teorías sobre Localización con trabajos como el de: Lösch, entre otros. Las teorías sobre Crecimiento Regional y Convergencia cuya referencia se encuentra en: Barro, Sala-i-Martin, entre otros y las Nuevas Teorías sobre Crecimiento cuyos principales autores son: Romer; Lucas, entre otros.

²⁵ El trabajo de Dahl (2001), titulado *What is the essence of geographic clustering?* es un documento preliminar sobre el cual no pueden darse conclusiones definitivas, pues según el propio autor se trata de un “papel de trabajo”, algo aún inacabado, por lo que resulta útil para adelantar algunos argumentos básicos sobre el concepto de geografía de la “clusterización” y busca facilitar la discusión de los diferentes enfoques sobre geografía de aglomeración desarrollados en la década de 1990. Este trabajo se apoya en una extensa bibliografía que recopila los trabajos de los autores señalados en la Figura N° 3.1 y que Dahl (2001) muestra de la misma manera en su obra original.

4. Relacionadas con la economía organizacional y la teoría de los costes de transacción, teoría de la firma y teoría basada en los recursos y capacidades se encuentran en los trabajos de: Williamson; Penrose; Barney; Loasby; Foss; entre otros.

Asimismo, en el Cuadro N° 3.4 se presenta la perspectiva de diferentes autores sobre el tema de concentración de actividades económicas que favorecen el desarrollo local y cómo cada uno de ellos le ha dado una denominación según su estudio o experiencia en diferentes países.

Cuadro N° 3.4.
Perspectivas sobre concentración de actividades económicas para el desarrollo local

Autor y año	Lugar	Perspectiva
Becatinni (1979)	Italia	Distritos industriales
Aydalot (1986)	Francia	<i>Milieux innovateurs</i>
Porter (1990)	Estados Unidos	<i>Clusters</i> -perspectiva empresarial
Vázquez Barquero (2002)	España	Desarrollo endógeno
Ybarra (2006)	España	Sistemas productivos locales

Fuente: elaboración propia

Como ya lo señalaba Marshall (1982), las industrias localizadas o distritos industriales, como los llama Becatinni (1979), constituyen agrupaciones de pequeñas empresas con características similares en un territorio, que tratan de mejorar su productividad como consecuencia de la división del trabajo entre las mismas. Según Marshall (1982), entre las ventajas que ofrece la localización industrial en espacios reducidos, se encuentran:

1. El crecimiento de industrias subsidiarias que proveen a sus clientes de diferentes productos y servicios a un coste más bajo como consecuencia de la aglomeración de industrias en espacios concentrados.
2. La aparición de un mercado de trabajo conjunto de mano de obra especializada, especialmente si este presenta diversidad de cualificaciones.
3. La capacidad de difusión tecnológica mediante mecanismos efectivos de circulación y comunicación de información.

Por su parte, el concepto de *Milieu innovateur* tiene su origen en el trabajo de Aydalot (1986) y constituye un enfoque sobre la relevancia del entorno innovador en los procesos de desarrollo. El entorno es la unidad de análisis y la interrogante es por qué algunos entornos presentan mayor intensidad en la innovación que otros. Según este autor, el acceso al conocimiento tecnológico, el papel del tejido industrial en su difusión, el impacto de la proximidad de un mercado o la existencia de trabajadores calificados, son factores que determinan la aparición

de zonas geográficas con mayor o menor capacidad innovadora. El término *Milieu* que significa proximidad, para autores como Furio (1996) no es sólo proximidad espacial, es también proximidad cultural y social entre agentes, la cual fomenta los intercambios de saberes e información y en consecuencia, estimula la innovación.

Por ello, Porter (1990) también reconoce que la combinación de estos factores contribuye a incrementar la concentración de la información, sus flujos e intercambios, así como el ritmo de difusión de las innovaciones. Como puede apreciarse en estos enfoques, el territorio trasciende el ámbito físico y se convierte en un entramado de recursos económicos, sociales, culturales e institucionales que pareciera tener potencial para ponerlo en funcionamiento y generar riqueza y empleo.

Con el tema de *economías de aglomeración* como eje central, algunos trabajos revisados que han sido desarrollados en territorios o localidades específicas, son los que se muestran a continuación en el Cuadro N° 3.5.

Es oportuno señalar que investigaciones como las mostradas en el Cuadro N° 3.5 son útiles para establecer semejanzas y diferencias entre países de una misma región y para adoptar eventuales políticas económicas diferenciadas que tengan en cuenta la especificidad estructural de cada zona. Asimismo, resultan de utilidad para comprender las transformaciones socioeconómicas que actualmente se están produciendo en otros países del mundo, como resultado de crisis económicas y cambios en las condiciones de los mercados locales, nacionales e internacionales.

Es así como el espacio aparece como una variable económicamente relevante, mediante la generación de *economías de aglomeración*, especialmente cuando los agentes de ese espacio operan a lo largo de una cadena de valor.

Según Navarro (2001), en el análisis de las *economías de aglomeración*, el término *cluster* debería emplearse referido a relaciones verticales y laterales, más que horizontales; basadas en flujos de conocimientos e innovación, más que de productos; a nivel mesoeconómico, en espacios territoriales no muy extensos, en los que sea posible la proximidad o cercanía espacial.

Cuadro N° 3.5.
Experiencias de economías de aglomeración en territorios o localidades específicas

Garofoli (1986) Europa	González (2009) España	Caravaca, González, García, Fernández & Mendoza (2014) España	Ramos (1998) América Latina y el Caribe	León (1996) Venezuela
<p>Garofoli (1986) plantea como objetivo principal de analizar si el desarrollo de las áreas periféricas es un fenómeno particular de los países europeos y comprobar la existencia de Áreas de Especialización Productiva (ASPP) con predominio de PYME. Este trabajo permite comprobar si una articulación territorial de este tipo es más probable en países de desarrollo intermedio, como los países mediterráneos europeos, o tiene mayor posibilidad en países de desarrollo más avanzado como los del norte de Europa. Los resultados de este trabajo permiten concluir lo siguiente: i) Existencia de numerosas nuevas áreas de <i>vitalidad socioeconómica</i>; ii) Estructura productiva basada en PYME; iii) Países de industrialización <i>reciente</i>; es decir, no son los tradicionales países industrializados; iv) Existencia de un excedente estructural de fuerza de trabajadores respecto a la demanda; v) Fuerte especialización productiva; vi) Capacidad de adaptar la cantidad y calidad de los productos a las exigencias del mercado; vii) Gran movilidad de las empresas y de la fuerza de trabajo empleada; viii) Nivel de ocupación bastante alto y nivel de renta per cápita suficientemente alto y en aumento; y, ix) Países europeos meridionales con un nivel de desarrollo intermedio (España, Portugal, Grecia) que han transformado progresivamente su modo de producción artesanal, evolucionando hacia un proceso de</p>	<p>González (2009) realiza una investigación cuyo objetivo es comprobar si existen diferencias significativas entre las diversas regiones españolas en relación con el empleo autónomo, analizar si la evolución del empleo autónomo está asociada a la evolución del crecimiento económico y del empleo por cuenta ajena y por último estudiar las pautas cíclicas intrarregionales del empleo autónomo. Este análisis regional del empleo autónomo pone de manifiesto que las comunidades autónomas (CC.AA.) de Canarias, Murcia, Andalucía, Comunidad Valenciana, Madrid y Castilla-La Mancha son los que experimentan una evolución que las sitúa por encima de la media nacional. Este trabajo concluye que desde una perspectiva intrarregional existe una tendencia contracíclica que indica que el colectivo de parados que se acoge al Programa Promoción de Empleo Autónomo disminuye en épocas expansivas y aumenta en períodos recesivos de la actividad económica. Sin embargo, la tendencia es procíclica cuando el sujeto de estudio es el empleo autónomo que engloba al conjunto de los individuos, provengan del paro o no, observándose que en las regiones con mayor número de autónomos</p>	<p>Caravaca <i>et al.</i> (2014) plantean que la inserción de empresas y territorios está condicionada por su capacidad para incorporar conocimiento y realizar innovaciones. Dedicar atención especial a las ciudades medias al considerar que pueden inducir efectos multiplicadores sobre su entorno y contrarrestar los procesos concentradores provocados por las grandes ciudades. Se consideran tres ciudades andaluzas: Antequera, Alcalá de Guadaíra y Almería, y las siguientes perspectivas: su grado de inserción en la sociedad, su capacidad innovadora, las redes locales de colaboración que pueden propiciarla y las estrategias públicas de desarrollo local. Los resultados de este trabajo dan cuenta que los agentes socioeconómicos públicos o privados están condicionados en mayor o menor medida, por los contextos territoriales, las estructuras socioeconómicas heredadas y los recursos que configuran su capital endógeno. La puesta en valor de tales recursos varía en cada territorio y constituye una clave explicativa de la creación y mantenimiento de su posible ventaja competitiva. Ello implica que la caracterización de un territorio debe incluir las diversas formas de innovación empresarial y de innovación social, que se vinculan con la cooperación entre las distintas</p>	<p>Ramos (1998) coloca como tema central de uno de sus trabajos, la aglomeración de actividades productivas en torno a recursos naturales y hace referencia a la formación de <i>clusters</i> en América Latina. La tesis del trabajo de Ramos (1998) es que el desarrollo acelerado de América Latina y el Caribe, región rica en recursos naturales, dependerá de la rapidez con que la región aprenda a industrializar y a procesar sus recursos naturales, así como a desarrollar actividades proveedoras de insumos y equipos para ello. En consecuencia, será un desarrollo <i>no con base</i> en la extracción de recursos naturales, sino <i>a partir</i> de ellos y de las actividades que naturalmente tienden a formarse y a aglutinarse a su alrededor. La abundancia de recursos naturales de la región Latinoamericana y del Caribe ha impulsado la expansión de actividades intensivas en recursos naturales, pero esta expansión ha tendido a limitarse a la extracción y a las fases iniciales de procesamiento, sin avanzar significativamente en la elaboración de productos especiales con mayor valor agregado. En ello radica el atractivo de una estrategia <i>a partir de los recursos naturales y no a base de éstos</i>. Lo que se intenta es potenciar no sólo la extracción y procesamiento de recursos naturales,</p>	<p>León (1996) analiza el caso venezolano y la experiencia de aglomeraciones productivas, la cual, según este autor, se vio obstaculizada por una serie de problemas que se hicieron más evidentes en el caso de la Corporación Venezolana de Guayana (CVG), siendo este uno de los casos más conocidos de experiencias de aglomeraciones productivas en torno a recursos naturales en el país. Esta iniciativa potenció exitosamente la explotación de riquezas naturales de la región (hierro, aluminio y electricidad a base de recursos hidrológicos). Sin embargo, fue menos exitosa en lo referente al desarrollo de actividades conexas en torno a las empresas básicas, trayendo como consecuencia la escasa potenciación <i>aguas arriba y abajo</i> o los encadenamientos <i>hacia adelante y hacia atrás</i>. Según León (1996), entre los problemas que obstaculizaron el éxito de estas aglomeraciones productivas, están: clientelismo, controles laxos, falta de criterios técnicos y poca continuidad de políticas relacionadas con el control de la competencia desleal entre las empresas proveedoras. Esto trajo como resultado que las empresas dedicadas a las actividades conexas fueran poco competitivas y poco especializadas, con atraso tecnológico y altamente dependientes de las empresas básicas de la Corporación. Esta alta dependencia parece haber sido producto –según León</p>

<p>industrialización y acumulación capitalista. Todo esto contribuye a avanzar en la idea de que las <i>Áreas de Especialización Productiva</i> o ASPPI son numerosas y en expansión en los países europeos de desarrollo intermedio. Esto ocurre en sectores en los que es escasa la automatización del proceso productivo, con necesario suministro de fuerza de trabajo por parte del pequeño empresario y sus familiares y en el que la innovación y el progreso técnico están estrechamente ligados al <i>aprender haciendo</i>.</p>	<p>también se ha producido un crecimiento importante del empleo por cuenta ajena, especialmente en las CC.AA. de Canarias, Murcia y Andalucía.</p>	<p>instituciones y agentes con competencias en el territorio. Así, la concepción relacional de los territorios refuerza el papel de las ciudades medias y las redes locales de cooperación contribuyen a su desarrollo y a su inserción en la sociedad del conocimiento. Este trabajo concluye que las tres ciudades estudiadas están integradas en redes externas²⁶ las cuales pueden servir de canal de acceso y transferencia de conocimientos.</p>	<p>sino también acelerar el desarrollo de múltiples actividades que tienden a aglomerarse alrededor de estos recursos, potenciando los encadenamientos <i>hacia adelante</i> y <i>hacia atrás</i> en la cadena productiva. En definitiva, lo que propone este planteamiento es acortar la brecha entre un clúster incipiente y un clúster maduro como los existentes en los países actualmente desarrollados, también ricos en recursos naturales.</p>	<p>(1996)–, de la concepción estatista de desarrollo que prevalecía en la época²⁷, que reservaba las actividades básicas para el sector estatal y minusvaloraba el papel de la empresa privada. De ahí que el sector privado no se quiso comprometer y la CVG fue haciéndose cargo de las empresas conexas creadas. Esto inhibió aún más al sector privado, induciendo en él una actitud de seguidor con poco empuje. Este trabajo concluye que en el caso venezolano, los roles asumidos por los actores involucrados –especialmente el papel del Estado paternalista– sumado a un conjunto de factores culturales, constituyen una combinación que no contribuyó con el éxito y la consolidación de aglomeraciones productivas, aun cuando en el país se dispone de recursos naturales abundantes.</p>
---	--	--	---	---

Fuente: elaboración propia

²⁶ Redes externas de las tres ciudades andaluzas estudiadas (Antequera, Alcalá de Guadaíra y Almería): Red para el Desarrollo Turístico de las Ciudades Intermedias del Centro de Andalucía (Antequera), Red Andaluza de Desarrollo Estratégico Urbano y Territorial (Antequera y Alcalá de Guadaíra), Red Española de Ciudades por el Clima (Almería) y Red Internacional de Ciudades Educadoras (Alcalá de Guadaíra y Almería).

²⁷ Desde el gobierno de Marcos Pérez Jiménez (1952-1958) y durante los gobiernos siguientes, en Venezuela se desarrolló una política económica basada en el modelo keynesiano y adaptado a las condiciones del contexto venezolano. Bajo esta orientación, el Estado se reservó el control de la mayor parte de la actividad productiva del país, incluidas aquellas actividades estratégicas denominadas *empresas básicas*. Así mismo, se adoptó el subsidio como política económica, a fin de amparar o proteger al sector empresarial privado y a las empresas del Estado (Toro, 2003).

Estas *economías de aglomeración* constituyen la razón por la que las empresas se benefician localizándose unas al lado de las otras. En esta práctica no sólo pueden observarse economías externas, como son los menores costes de transacción, sino que también se dan economías internas de carácter cualitativo, tales como factores de tipo personal, en la medida en que estos factores disminuyen los costes de intercambio de información y negociación. Estos últimos son estimulados por los contactos y las relaciones personales, convirtiéndose en una especie de capital relacional, a lo que se ha denominado *capital social, intangible o sinérgico* (Boisier, 1999a; Coleman, 1990; Fukuyama, 2003; Kliksberg & Tomassini, 2000; Kliksberg, 2002; Robinson *et al.*, 2003).

Sobre la idea de capital intangible, que aparece como otro elemento difícil de cuantificar económicamente pero ciertamente influyente y determinante de los beneficios de la aglomeración, Boisier (1999a) ha planteado esta idea en términos más concretos. El autor la conceptualiza como el capital sinérgico latente en casi toda comunidad, que se define como un potencial catalítico de la sociedad que le permite promover acciones en conjunto, dirigidas a fines colectivos y democráticamente elegidos, con el conocido resultado de obtener así un producto final que es mayor que la suma de sus componentes. El mismo autor añade que los capitales intangibles o sinérgicos se encuentran más fácilmente en espacios territoriales pequeños de naturaleza *proxémica*, en los que los contactos cara a cara, las costumbres y tradiciones son muy importantes.

Las experiencias descritas anteriormente parecen indicar patrones que se repiten con diferente intensidad de una región a otra, conservando ciertos rasgos predominantes relativos a las ventajas que ofrece la concentración de actividades en un espacio territorial. Aunado a esto, esta experiencia también parece indicar que en el caso de las PYME, las aglomeraciones productivas pueden atenuar las debilidades de estas empresas en relación con su pequeña dimensión. Como lo señala Romero (2005, p. 8), el problema de competitividad de las PYME no se debe sólo a deficiencias de capital o de tecnología, sino a la falta de apoyo mutuo basado en relaciones de cooperación que se desarrollan a través de redes de empresas:

“[...] la evidencia que representan los *cluster* de PYME, los distritos industriales o los sistemas productivos locales aconseja un replanteamiento de estas actuaciones en cuanto las limitaciones principales que afectan a las pequeñas empresas no vienen asociadas tanto a su dimensión como a su eventual aislamiento”.

Esto pareciera indicar que las características señaladas, convergentes en un territorio –sean estas factores naturales o creados– y la participación de empresas principalmente de pequeña

dimensión, estimulan la productividad y generan beneficiosos efectos económicos expansibles a lo largo de toda la cadena de valor. En definitiva, para lograr este tipo de experiencias exitosas pareciera que las regiones o localidades deben poseer un conjunto de factores naturales (ventajas comparativas) y otro conjunto de factores creados (ventajas competitivas), denominados iniciativas locales o áreas de especialización de empresas locales.

Al respecto, Vázquez Barquero (2004) identifica cuatro fuerzas que impulsan el desarrollo en las regiones: la organización flexible de la producción, la difusión de las innovaciones y el conocimiento, el cambio y adaptación de las instituciones y el desarrollo urbano del territorio. Todo esto se resume en la idea de que existe una combinación de factores referidos a las condiciones locales y a los procesos sociales cuya convergencia es necesaria para que se promueva y dinamice una nueva forma de desarrollo.

Para apreciar con mayor claridad la importancia de la relación de estos factores (organización de la producción, innovación, economías de aglomeración e instituciones), Rodríguez M. (2006) hace énfasis en que no son las innovaciones aisladas las fundamentales, sino los *procesos* de innovación, que a su vez involucran una difusión a lo largo del sistema productivo. En general, se puede decir que la innovación aparece como un fenómeno condicionado por el funcionamiento interno de la firma, pero también, por las relaciones que esta mantiene con su entorno. Además del entorno más próximo (la industria, las firmas rivales), la firma se relaciona con otras instituciones (centros de investigación, universidades, asociaciones y gremios de empresarios, organismo de gobierno, etc.), organizaciones e instituciones que también van a condicionar el proceso de innovación.

Furio (1996, p. 10) expresa una idea similar sobre la *proximidad espacial* y la convergencia de factores propios, no replicables de una localidad. Este autor considera que compartir un mismo espacio, una misma historia económica y una cultura técnica idéntica constituye elementos importantes para la construcción de una identidad colectiva local. Para él, la *proximidad espacial* remite a un todo coherente en el que se articulan dos factores determinantes: un sistema territorial de producción y una cultura técnica local.

Según este planteamiento, la coherente convivencia de los diferentes agentes reside en una manera común de aprender las situaciones, los problemas y las oportunidades. De este modo, el espíritu de empresa, las prácticas organizacionales, los comportamientos empresariales, el modo de utilizar las técnicas, de aprehender el mercado son partes integrantes y constitutivas de la proximidad espacial.

En definitiva, estos componentes permiten desarrollar una atmósfera de confianza entre los agentes, pues en su seno se define el contexto global apropiado para la intensificación de las relaciones y se dan las condiciones necesarias para el desarrollo de los proyectos de innovación (Furio, 1996). Esta combinación de factores presentes en un mismo espacio territorial ha tenido en común una forma organizativa espacial dependiente de variables históricas, culturales y situacionales. De esta forma, otras estrategias de desarrollo *desde abajo* empiezan a adquirir importancia, sustentadas no sólo en factores económicos, sino también en factores sociales, culturales y territoriales.

Por ello, en la década de 1980 el modelo de desarrollo local –llamado también modelo *desde abajo* o modelo endógeno de desarrollo–, tiene como premisa principal que el crecimiento se fundamenta en el conjunto de recursos humanos y naturales propios de una zona determinada.

Este modelo, aunque surge como alternativa al modelo *desde arriba* o de concentración y jerarquización, tiene sus orígenes en este último. Por tanto, el proceso de desarrollo local ha de entenderse desde la complementariedad de ambos enfoques.

A grandes rasgos, según Vázquez Barquero (1988), este modelo presenta las siguientes características: i) el territorio es un agente de transformación social y no simplemente un soporte físico del desarrollo; ii) el desarrollo potencial de una zona depende de sus propios recursos; iii) ofrece una perspectiva, además de territorial (no funcional), microeconómica (no macroeconómica) y de producto (no sectorial); iv) se muestra relevante el protagonismo de las administraciones públicas, sobre todo de la local, pero también de la regional y central; y, v) es necesaria la actuación conjunta de los gestores públicos y los agentes privados, a través de una *interacción colectiva*.

Como se mencionó al inicio del apartado, los patrones que se repiten con diferente intensidad de una región a otra pueden resultar útiles para identificar ciertos rasgos predominantes que pudieran estimular la competitividad de las empresas en territorios con cierta dotación. En el Cuadro N° 3.6 se sintetiza todo este planteamiento acerca de los factores presentes en un territorio, que son necesarios para potenciar la implementación exitosa de modelos de desarrollo y estimular la productividad y competitividad de las empresas. También se observa allí cómo algunos de los autores consultados parecen coincidir en ciertos aspectos de su formulación.

Cuadro N° 3.6.

Cuatro factores presentes en el territorio para estimular la competitividad de las empresas

Porter (1980)	Aydalot (1986)	Messner (1996)	Vázquez Barquero (2004)	Rodríguez M. (2006)
1. Dotación de recursos (tierra, mano de obra y capital) 2. Demanda de los consumidores locales o nacionales 3. Cercanía territorial, creación de <i>clusters</i> o agrupamiento de unidades de producción y proveedores en torno a determinada industria o servicio 4. Marco institucional y prácticas comerciales	1. Acceso al conocimiento tecnológico 2. Papel del tejido industrial en la difusión del conocimiento 3. Impacto de la proximidad de un mercado 4. Existencia de trabajadores calificados	1. Estructuras que promueven la competitividad (nivel meta) 2. Instituciones gubernamentales que presionan hacia el buen desempeño de las empresas (nivel macro) 3. Instituciones gubernamentales y actores sociales que desarrollan políticas de apoyo y articulan procesos de aprendizaje en la sociedad (nivel meso) 4. Empresas articuladas en redes de colaboración, que buscan simultáneamente eficiencia, calidad, flexibilidad y rapidez de reacción (nivel micro)	1. Organización flexible de la producción 2. Difusión de las innovaciones y el conocimiento 3. Cambio y adaptación de las instituciones 4. Desarrollo urbano del territorio	1. Innovación 2. Organización de la producción 3. Economías de aglomeración 4. Instituciones

Fuente: elaboración propia

Asimismo, la Comisión Europea (2009, p. 125-127) recientemente ha retomado la importancia de la proximidad espacial en el Libro Verde sobre la *cohesión territorial*²⁸. Este documento tiene como principal objetivo:

“[...] ayudar a lograr un desarrollo más equilibrado reduciendo las disparidades existentes, impidiendo los desequilibrios territoriales y aumentando la coherencia tanto de las políticas sectoriales que tienen una repercusión territorial como de la política regional. El objetivo también es mejorar la integración territorial y fomentar la cooperación entre las regiones [...] la igualdad en el acceso a los servicios básicos, a los servicios esenciales y al conocimiento, a lo que se denomina *servicios de interés económico general* para todo el mundo, independientemente de donde viva, es una condición fundamental para la cohesión territorial”.

En consecuencia, la cohesión territorial es una oportunidad para que los responsables y personas pertenecientes a los territorios menos dotados puedan aplicar su propia estrategia de desarrollo y no sólo situarse en una situación de dependencia y expectativa de una posible compensación financiera, para alentarlos a explotar sus puntos fuertes y construir proyectos. Para ello se contempla el acceso a redes específicas de innovación e intercambio de buenas

²⁸ El concepto de *cohesión territorial* está recogido originalmente en el Tratado de la Unión Europea y posteriormente actualizado y recogido en el Tratado de Lisboa (Consejo de la Unión Europea, 2007).

prácticas con otros responsables pertenecientes a territorios que compartan los mismos retos geográficos, climáticos o demográficos (Comisión Europea, 2009, p. 127).

En el Libro Verde sobre la *cohesión territorial*, la Comisión Europea (2009, p. 124) señala el concepto de territorio y el efecto favorable que tiene sobre las personas que desarrollan sentido de identidad y pertenencia al mismo. Este documento expresa que el concepto de territorio no es sólo geográfico; comprende también una dimensión relativa a la identidad. Por esta razón, la cohesión territorial remite al sentimiento de pertenencia e incluye todos los componentes de la vida individual y colectiva. Por lo que para algunos, el territorio genera un sentimiento positivo y es fuente de orgullo cuando se trata de un pueblo, ciudad o región con un pasado prestigioso, o que cuenta con un patrimonio natural notable, o que es conocido por su dinamismo cultural o económico.

Estos factores tienen –a su vez– efectos favorables sobre las relaciones e intercambios, producto del capital social, todo lo cual contribuye con el progreso social y genera desarrollo. Asimismo, la cohesión territorial puede contribuir a preservar o desarrollar el capital social pues la riqueza de las relaciones entre los miembros de un grupo o una comunidad a escala local, que es una condición para el dinamismo y la innovación en el plano social, económico, político y cultural, depende mucho de condiciones de vida armoniosas y de posibilidades de intercambio con los demás territorios. Como lo establece la Comisión Europea (2009, p. 124), “el progreso social, respaldado por el desarrollo económico, es la base fundamental para reducir las disparidades existentes, ya sea entre ciudadanos o entre territorios”.

Todas estas experiencias indican la importancia de la cercanía espacial como un factor que genera mayor productividad y competitividad y simultáneamente, estimula y fortalece las relaciones entre los actores vinculados con el proceso productivo, contribuyendo a aumentar el capital económico y el capital social.

Por ello, en esta sección se ha desarrollado la idea de economías de aglomeración o concentraciones espaciales de empresas altamente productivas entre las que se han incluido distintas formas y denominaciones tales como: Áreas de especialización productiva, Áreas de vitalidad socioeconómica, Distritos industriales, *Cluster*, Redes locales, Iniciativas locales, Sistemas de relaciones, Sistemas locales de empresas y Cohesión territorial, entre otras denominaciones, desde la perspectiva de experiencias en localidades concretas, con el propósito de que puedan servir como referente sobre la importancia de la cercanía espacial y la conformación de redes productivas de empresas.

Toda esta temática guarda relación con el rol de las Empresas Familiares, objeto de esta investigación pues la empresa integrada en red, especialmente en localidades pequeñas, genera una serie de eslabonamientos productivos, tal como se acaba de evidenciar a lo largo de este apartado. En el caso particular de la Empresa Familiar se puede afirmar que este tipo de negocio presenta una predisposición a cuidar y mantener buenas relaciones con sus *stakeholders* (Bingham, Dyer, Smith & Adams, 2011; Uhlaner, van Goor-Balk & Masurel, 2004). Según Zellweger & Nason (2008), las Empresas Familiares tienen un mayor sentido de obligación hacia las demandas de sus interlocutores y en consecuencia, tienden a tener una buena conducta en sus relaciones con otros agentes debido a su preocupación por perpetuar el negocio para las futuras generaciones y su sentido de sobrevivencia a largo plazo (Bingham *et al.*, 2011).

De esta manera, las Empresas Familiares pueden desarrollar lazos emocionales más fuertes con las partes interesadas (Sirmon & Hitt, 2003; Cabrera, 2012). En este mismo sentido, las empresas propiedad de familias son más propensas a ver a sus *stakeholders* como socios, ya que este tipo de colaboración requiere confianza, responsabilidad y compromiso de tiempo y recursos. En consecuencia, las Empresas Familiares tienden a alinearse con aquellos *stakeholders* cuyos valores e ideales se identifican con los atributos centrales, distintivos y perdurables de la empresa (Bingham *et al.*, 2011). Esto conduce a los empresarios familiares a mostrar una mayor preocupación por la reputación de sus respectivas empresas, evitando cualquier tipo de acción nociva para la imagen corporativa y estableciendo políticas más sólidas de inversión a largo plazo, ya que sus objetivos van allá de la maximización del beneficio económico (Herrera *et al.*, 2014).

Esto es importante para argumentar la relevancia del rol de las Empresas Familiares como potenciadoras del desarrollo de la localidad donde se instalan pues, como ya se mencionó, y tomando como referencia los señalamientos de la Comisión Europea (2009) en materia de *cohesión territorial*, la valía de las relaciones entre los miembros de un grupo o una comunidad a escala local es una condición para el dinamismo y la innovación en el plano social, económico, político y cultural y depende mucho de condiciones de vida armoniosas y de posibilidades de intercambio con los demás agentes y territorios.

Para la mayoría de las Empresas Familiares, esta perspectiva relacional incluye una mayor participación en la comunidad local, un mayor respeto, una mejora del bienestar de sus empleados y un enfoque estratégico a largo plazo fundamentado en ideales relacionados con la tradición y reputación de sus productos o servicios, todo lo cual facilita a este tipo de

negocio, la conformación de redes de aglomeración productivas con otras empresas y con los demás agentes del desarrollo.

3.8. Desarrollo local en América Latina

Al terminar la Segunda Guerra Mundial el mapa político quedó fragmentado, planteando la necesidad de restablecer un *nuevo orden mundial*. Esta situación, según Arocena (1995), puso en evidencia la existencia de dos mundos paralelos y la propuesta de dos modelos de reconstrucción: uno basado en la ideología occidental capitalista y el otro basado en la ideología oriental socialista. En medio de estos dos grandes bloques quedó una zona marginal compuesta por un grupo de países a los que se les llamó *Tercer Mundo*.

Con esta experiencia quedó claro también que las dos primeras partes del mundo requerían una estrategia de reconstrucción, mientras que la tercera parte requería una estrategia de desarrollo basada fundamentalmente en la industrialización. Más adelante –como ya se mencionó–, se pudo entender que el desarrollo no está basado únicamente en el crecimiento económico, sino que requiere de la consideración de aspectos de carácter social. Para los países latinoamericanos esto pareciera ir más allá, según destacan Boisier, Cepeda, Hilhorst, Riffka & Uribe-Echeverría (1981). Por ello, la idea de aplicar el modelo de desarrollo local en América Latina ha generado dudas y escepticismo por las características particulares de este territorio, su estructura social y política y la pertinencia y utilidad de estos conocimientos en esta realidad.

A partir de la década de 1980 la teoría de desarrollo local comienza a ser construida en América Latina, como un cuerpo teórico con base en experiencias de Europa, Estados Unidos y el resto del mundo desarrollado. Dada su importante capacidad explicativa, esta teoría avanza y se convierte en fuente de inspiración para regiones periféricas, incentivando a comunidades, gobiernos, ONG y otros agentes territoriales a realizar acciones colectivas. En estas regiones se intenta seguir este ejemplo, caracterizado por el énfasis en la generación y fortalecimiento del capital social, difusión del conocimiento, emprendimiento social, descentralización gubernamental y empoderamiento comunitario.

Recientemente ha tomado más fuerza la idea propuesta por Stiglitz (2002). Este autor considera que el desarrollo abarca no sólo recursos y capital sino una transformación de la sociedad, lo que implica una fuerte identidad cultural y una autodeterminación de los ciudadanos para tomar las riendas de su propio destino. Señala Garofoli (1995) que el desarrollo local requiere de las comunidades organizadas: capacidad para transformar el

sistema económico, habilidad para reaccionar a desafíos externos e introducir formas de regulación social que favorezcan la cooperación y fomenten la innovación local.

Esto parece no haber ocurrido en América Latina, pues a pesar de que algunos países muestran índices de crecimiento económico, los problemas de pobreza, desigualdad, exclusión social, violencia, criminalidad, marginalidad, entre otros problemas sociales, no se han logrado erradicar. De allí la idea, enfatizada por el PNUD, de que no cualquier tipo de crecimiento genera desarrollo. Por ello el interés por el estudio de la realidad latinoamericana, pues éste podría contribuir a rehacer y ampliar los conocimientos sobre los modelos de desarrollo existentes.

En un trabajo presentado por la CEPAL/PNUD/IPEA (2003), a petición de los gobiernos de algunos países, se concluye que en América Latina el mayor obstáculo para alcanzar el desarrollo son las desigualdades sociales²⁹. Igualmente se señala que la reducción de estas desigualdades podría resultar un mecanismo más efectivo para la reducción de la pobreza que el propio crecimiento económico. En general, el estudio señala que la principal y común característica de la mayoría de los países de esta región es la desigualdad social, pero la causa o el origen de los problemas es el bajo nivel educativo. Esto impide la difusión de innovaciones y conocimiento, la incorporación de nuevas formas productivas flexibles y el desarrollo de una institucionalidad que promueva la ciudadanía, factores clave para el desarrollo local.

Kliksberg (2002) también señala a la educación como una de las principales fuentes de desigualdad social en América Latina. Según este autor, dicha condición impide el ejercicio consciente de la ciudadanía y en consecuencia limita la capacidad de participación de los individuos y la toma de decisiones colectivas de calidad, factores esenciales para la formación de redes y mecanismos de cooperación entre ciudadanos e instituciones. En consecuencia, como el problema de desarrollo en Latinoamérica es distinto al del resto de los países del mundo, el PNUD ha optado por abordarlo de formas diferentes. Trata así de resolver primero problemas relacionados con la satisfacción de necesidades básicas de la población como alimentación, salud, vivienda, educación, para luego irse adentrando en la resolución y satisfacción de otras necesidades como la sustentabilidad y el cuidado del entorno medioambiental, la asistencia oficial para el desarrollo (AOD), el acceso a los mercados, así como la incorporación de estos países al mundo de las tecnologías de información y

²⁹ Un número cada vez más significativo de estudios cuestiona si la globalización, en su patrón actual, puede efectivamente contribuir para la reducción de las desigualdades. Las políticas y medidas de liberalización llevadas a la práctica bajo el supuesto de mejorar el desempeño económico, lejos de contribuir a una distribución más equilibrada de la riqueza, ha profundizado las desigualdades. Algunos datos indican que hasta en la esfera de la OCDE, los países que han aplicado más estrictamente tales políticas son los que también han experimentado incrementos sustanciales de desigualdad. La pobreza y la desigualdad ya no son un "privilegio" de América Latina y de los países en desarrollo y afecta ahora el corazón del mundo industrializado (Guimarães, 2015).

comunicaciones (esto último como mecanismo para la transferencia de conocimientos y avances tecnológicos).

En ese sentido, en la Cumbre del Milenio, celebrada en septiembre de 2000, los 189 países miembros de la Naciones Unidas firmaron una declaración de **Ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio** (ODM) a ser alcanzados por los países latinoamericanos en el año 2015. Estos objetivos son: i) Erradicar la pobreza extrema y el hambre, ii) Lograr la enseñanza primaria universal; iii) Promover la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer; iv) Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años; v) Mejorar la salud materna; vi) Combatir el VIH/SIDA, paludismo y otras enfermedades; vii) Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente; y, viii) Fomentar una alianza mundial para el desarrollo.

Los **Ocho Objetivos de Desarrollo del Milenio** (ODM) se basan en acuerdos adoptados en la década de 1990 en conferencias y cumbres de las Naciones Unidas y representan un compromiso de todas las naciones por reducir la pobreza y el hambre, disminuir las enfermedades, la inequidad entre los sexos, enfrentar la falta de educación, la falta de acceso a agua y saneamiento y detener la degradación ambiental. En septiembre de 2010 se reunieron en Nueva York los jefes de Estado de 140 países miembros de las Naciones Unidas para examinar el progreso y las brechas en el cumplimiento de lo propuesto para el 2015; en esta reunión también reafirmaron su compromiso y expresaron su convicción de que estas metas son alcanzables aún para los países más pobres mediante la acción colectiva y responsable de todos los Estados Miembros de las Naciones Unidas. Los objetivos y metas del milenio propuestos para los 38 países latinoamericanos³⁰ y sus avances, alcanzados hasta el año 2010, pueden verse en el Cuadro N° 3.7; asimismo, en el Anexo 7 se muestran los avances alcanzados en cifras. Según lo observado en el Cuadro N° 3.7, ¿Cómo enfrentar estos problemas de necesidades básicas insatisfechas en la Región de América Latina y al mismo tiempo prestar atención a acciones de un nivel más elevado que propendan al desarrollo? ¿Cómo equilibrar la preocupación por el medio ambiente con la preocupación por problemas sociales cuando la mayor parte de la población de la región no tiene comida, carece de educación y escasamente logra atender sus problemas de salud? ¿Cuál de los agentes de desarrollo local (gobierno, empresas, universidades, sociedad civil) es el actor clave para impulsar el desarrollo y salir de la crisis? ¿Por qué en unas regiones del mundo más que en

³⁰ Según la UNESCO, la región de América Latina y el Caribe está definida por un grupo de 38 países. Esta definición no siempre corresponde con la geografía sino con la ejecución de las actividades regionales de la organización. El grupo de países está integrado por: Antigua y Barbuda, Argentina, Aruba, Bahamas, Barbados, Belice, Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Costa Rica, Cuba, Curazao, Dominica, Ecuador, Granada, Guyana, Honduras, Islas Caimán, Islas Vírgenes Británicas, República Dominicana, El Salvador, Guatemala, Haití, Jamaica, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Santa Lucía, Saint Kitts y Nevis, Saint Maarten, San Vicente y Las Granadinas, Surinam, Trinidad y Tobago, Uruguay y Venezuela (UNESCO, 2014).

otras, el desarrollo local es una salida más factible y posible³¹ en situaciones de crisis y atraso social?

Como puede verse, el interés fundamental en los países latinoamericanos es resolver problemas de infraestructura básica, servicios y necesidades primarias de la población. De allí que gran parte de los esfuerzos institucionales, gubernamentales y colectivos, se dediquen a la búsqueda de su propio modelo de desarrollo.

Sin embargo, la región ha realizado esfuerzos significativos en la búsqueda del bienestar y calidad de vida de la población reflejados en los avances hacia el logro de algunos objetivos (ODM) tales como: i) Erradicar la pobreza extrema y el hambre (con excepción de Venezuela en lo que respecta a disponibilidad agregada de alimentos); ii) Lograr la enseñanza primaria universal; iii) Promover la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer; iv) Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años; v) Mejorar la salud materna; vi) Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades (con avances lentos para Venezuela). En otros objetivos como: vii) Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente y viii) Fomentar una alianza mundial para el desarrollo, no se observan grandes avances; y, en algunos casos como Venezuela, los resultados son desfavorables. Esto es debido a la falta de regulación efectiva en materia medioambiental o bien, debido a la poca colaboración de otros países desarrollados en materia de ayudas (AOD) y a la dificultad para el acceso a los mercados que tienen los países más pobres en su intento incipiente en materia de exportaciones.

³¹ Garofoli (1992, p. 56) explica la crisis de muchos distritos industriales en los países de primera industrialización durante la primera mitad del siglo XX por la ausencia de nuevos emprendedores, por la disminución de la innovación y el declive gradual en la agresividad de la primera generación de emprendedores.

Cuadro N° 3.7.
Resultados de los objetivos y metas del milenio para América Latina / Venezuela al 2010

OBJETIVOS	RESULTADOS
1.- Erradicar la pobreza extrema y el hambre	Reducir a la mitad entre 1990 y 2015 el porcentaje de personas cuyos ingresos sean inferiores a 1 dólar. En América Latina se han hecho esfuerzos favorables para el logro de esta meta, a pesar de desigualdades de género, bajo retorno a la educación y predominio de trabajo informal. En cuanto a reducir a la mitad entre 1990 y 2015 el porcentaje de personas que padecen de hambre, sólo 16 de 30 países latinoamericanos que aportaron datos superaron esta meta, 9 de ellos registraron avances insuficientes o nulos y en 5 países hubo un retroceso en materia de disponibilidad agregada de alimentos, entre éstos Venezuela.
2.- Lograr la enseñanza primaria universal (jóvenes entre 15 y 19 años)	Para el 2010, 18 países exhiben tasas netas de matrícula cercanas o superiores a 90% y en casi todos se ha logrado la paridad de género (niños y niñas). Sin embargo, la culminación de la educación primaria no parece suficiente para incorporarse al mercado de trabajo con buenas posibilidades de evitar la pobreza, pues la región enfrenta desafíos en materia de calidad de la educación (baja cobertura de enseñanza preescolar, bajas remuneraciones de los docentes, grandes brechas en el uso y aplicación de TIC's, débiles vínculos entre educación secundaria y postsecundaria con el mercado laboral).
3.- Promover la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer	Eliminar la desigualdad entre los sexos en todos los niveles de enseñanza para el año 2015. El acceso paritario a la educación en todos los niveles es una condición necesaria para el logro de la autonomía económica de las mujeres. Sin embargo, esto no se ha traducido en mejores posibilidades para acceder a empleos de calidad y obtener mejores remuneraciones. A esto se suma la tendencia en América Latina de hogares encabezados por mujeres, pero éstos siguen siendo más pobres que aquellos encabezados por hombres. Se observa una mayor conciencia sobre la gravedad de la violencia de género por el número de denuncias, pero existen deficiencias en la aplicación de las leyes y en la capacidad de acoger las denuncias. Se observan avances en la participación política de la mujer y en la toma de decisiones públicas.
4.- Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años	La mortalidad infantil evidencia el grado en que se ejerce el derecho a la vida y es un indicador importante de la disponibilidad, utilización y acceso a los sistemas de salud por parte de la población y también de su situación nutricional. Para el 2010 los resultados muestran un progreso importante hacia la meta en cuanto a: el avance de los programas de salud materno-infantil, los programas de vacunación masiva y terapias de rehidratación oral, el control de salud de niños sanos, el aumento de la cobertura de servicios básicos (agua y saneamiento) y el aumento de los niveles educativos de la población y el descenso de la fecundidad.
5.- Mejorar la salud materna	La mortalidad materna es un grave problema de salud pública que manifiesta una de las más profundas desigualdades en las condiciones de vida. Las mujeres de grupos socioeconómicos bajos son las más afectadas debido al limitado acceso a servicios de salud integral y menos beneficiadas por políticas de salud sexual y reproductiva. La falta de confiabilidad de este indicador, debida a detección y registro deficiente, dificulta su seguimiento y medición.
6.- Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades	La epidemia de VIH en América Latina aún no se ha detenido ni tampoco revertido y está presente el riesgo de una mayor expansión. Sin embargo, para el 2010 el porcentaje de pacientes con VIH que tiene acceso a terapia antirretroviral fue en promedio superior al 50%. En cuanto a la tuberculosis (TB), la incidencia ha venido descendiendo desde la década de 1980 y se espera que la tendencia a la baja se mantenga hasta el 2015. Sobre la base de cifras sobre Venezuela publicadas por el MINCI (2011), de 35.000 pacientes registrados con VIH, 32.302 han recibido terapia antirretroviral. La tuberculosis ha tenido un lento descenso pues de 28 casos por cada 100.000 habitantes en 1990 bajó a 23 casos por cada 100.000 habitantes para el 2010.
7.- Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente	En América Latina existen enormes desafíos de implementación de nuevas disposiciones legales e integración a programas y políticas relacionadas con sostenibilidad ambiental. En la mayoría de los países la protección del medio ambiente recae en instituciones de reciente creación con escasa capacidad política y recursos insuficientes. La falta de regulación ha sido uno de los factores que explica el aumento sostenido de emisiones de CO ₂ en los países de la región, por lo que es probable que la región continúe aumentando las emisiones de CO ₂ . En cuanto a reducir la pérdida de biodiversidad y el porcentaje de personas sin acceso a agua potable y servicios básicos, destaca que la región está dotada de recursos hídricos abundantes, pero presenta riesgos por la calidad del agua y su disponibilidad. También se evidencia una pérdida del hábitat producto de la deforestación para actividades económicas a gran escala.
8.- Fomentar una alianza mundial para el desarrollo	Se plantearon tres propósitos: la Asistencia Oficial para el Desarrollo (AOD), el acceso a los mercados y el acceso a las tecnologías de información y comunicación (TIC). Los países desarrollados destinan el 0,7% de su Ingreso Nacional Bruto (INB) como ayuda a los países pobres más endeudados. Con base en el criterio de renta media los países de América Latina recibieron una ayuda de apenas 0,22% del INB para el 2010, por lo que se ha sugerido cambiar este criterio pues no refleja la gran diversidad de necesidades de los países que presentan disímiles situaciones. En cuanto al acceso a los mercados las cifras de América Latina muestran que en los países desarrollados persisten elevados niveles de protección arancelaria en sectores como el agrícola, que representa el de mayor tradición exportadora para la región. En cuanto al acceso a TIC, los países latinoamericanos avanzan en cuanto a cobertura de TIC's, especialmente en uso de telefonía celular. En los informes oficiales revisados no se dispone de datos desagregados para Venezuela en relación con el cumplimiento de este objetivo.

Fuente: CEPAL (2010); MINCI (2011)

No obstante, en un esfuerzo consciente del camino que todavía deben recorrer, los países latinoamericanos intentan construir su versión de desarrollo, realizando acciones similares a las de países desarrollados, pero siguiendo su propia senda. En estas acciones contrastantes se observan, por un lado, necesidades básicas insatisfechas: pobreza, analfabetismo, infraestructuras, empleo, delincuencia, corrupción, salubridad, entre otras, que representan verdaderos obstáculos que tienen los países latinoamericanos para lograr implementar políticas de desarrollo. Pero por otro lado, se reconocen avances que alientan la esperanza de que las metas sean alcanzables –aún para los países más pobres–, mediante la acción consciente, colectiva y responsable de las comunidades organizadas y de los gobiernos.

Después de observar esta situación, se puede reconocer que América Latina requiere nuevas alternativas de desarrollo. Desde la perspectiva de esta investigación el potencial del desarrollo local está en que representa una estrategia diferente, pero que debe ser vista en el contexto en el que se desea que suceda tal desarrollo. Expresa Enríquez (2003) que si bien América Latina no es la región más pobre del mundo, es la región con mayor brecha entre ricos y pobres y con mayor número de desigualdades sociales y desequilibrios territoriales, con increíbles inequidades de género, edad y etnia. Por ello este autor afirma que esta situación da sentido al replanteamiento de los modelos de desarrollo, de desarrollo local y de la descentralización como alternativas o soluciones para esta región.

Señala Gallicchio (2004, p. 3) que la experiencia de desarrollo latinoamericana ha sido diferente a la de otras regiones del mundo debido a que América Latina ha entrado al desarrollo económico local desde sus propias necesidades, inducida por la cooperación al desarrollo. La visión ha sido frecuentemente de tipo economicista (*clusters*, agencias, competitividad, etc.) y ha chocado con la debilidad de nuestros actores y gobiernos locales. Como contrapartida a esta línea de trabajo ha surgido otra que hace hincapié en la integralidad de los procesos de desarrollo basado en lo social sin líneas tendentes a mejorar la economía local. Ninguna de las dos líneas de trabajo ha sido eficaz para resolver los problemas de la región (Gallicchio, 2004).

Lo que se requiere –según este último autor– es trabajar simultáneamente en los procesos de desarrollo económico local y en los de construcción de capital social, en el entendido de que el desarrollo local no se logrará sin capital social. Esto quiere decir que no habrá desarrollo si previamente no se generan las condiciones mínimas de desarrollo social a nivel local.

El *capital social*³² y su rol potenciador en los procesos de desarrollo, ha sido definido por Kliksberg (2002, p. 90) como:

“ [...] la capacidad de una sociedad para producir concertaciones sociales amplias a su interior, para generar *redes* articuladoras de los esfuerzos de sus diversos sectores; las fuerzas existentes en una sociedad para impulsar el trabajo voluntario en iniciativas de utilidad general; su cultura y la presencia de valores éticos orientados hacia la solidaridad, la construcción positiva, la cooperación, la equidad [...]. Los países que protegen, fortalecen y movilizan su capital social están potenciando una de las palancas decisivas del desarrollo”.

Asimismo, Coleman (1990), encontró que hay factores vinculados con el capital social que inciden en el desempeño económico y en la estabilidad político-democrática de una sociedad. Estos factores son: el clima de confianza, el grado de asociatividad, los comportamientos cívicos y los valores éticos. Su influencia se resume en los términos siguientes:

1. El clima de confianza existente entre los diversos miembros de una sociedad. Si la confianza es alta, suben las posibilidades de cooperar en múltiples aspectos y se genera todo orden de externalidades positivas.
2. El grado de asociatividad basado en la riqueza del tejido social de una sociedad y el nivel de participación efectiva de sus miembros en todo orden de organizaciones.
3. Los comportamientos cívicos y las actitudes hacia aspectos de interés colectivo, desde el cuidado del aseo en los lugares públicos hasta el cumplimiento de las leyes.
4. Los valores éticos predominantes en una sociedad. Si son positivos beneficiarán todos los aspectos de la dinámica social; si son negativos minarán las bases de la sociedad y favorecerán la corrupción.

Muchos de estos factores están ausentes en la región de Latinoamérica debido a que estos países están abocados a resolver problemas de orden básico (hambre y pobreza extrema, educación, igualdad de género, mortalidad infantil, entre otros problemas), como los que se acaban de señalar en el Cuadro N° 3.7.

En este sentido señala Arocena (2013, p. 8) que mientras que en Europa –para la etapa de introducción de la temática del desarrollo local como modelo de desarrollo– destacó la

³² En la investigación de Putnam (1993) sobre la importancia de las tradiciones cívicas en el desempeño económico y político diverso de las regiones italianas, se asume que la diferencia en el desarrollo de los pueblos está dada por su capacidad de acción colectiva; éste es un tipo de capital que no se intercambia; propiedad emergente de un sistema social que no opera bajo las reglas de mercado, sino que está ligado a un contexto histórico e institucional particular. De allí la resignificación del *capital social*, como elemento central para repensar políticas de desarrollo en América Latina.

dimensión de *creación de empresas y creación de empleos*, en América Latina la preocupación ha estado puesta en las reivindicaciones socioterritoriales. En este último caso, se hace énfasis en el carácter participativo local y de profundización de la democracia que tiene este proceso de desarrollo. De manera que en estas dos experiencias de desarrollo el punto común es que, tanto en Latinoamérica como en Europa, se apela al actor local como agente que impulsa nuevos procesos de desarrollo.

Para incentivar la creación de empresas y empleo en Europa se planteó la reconsideración de la importancia de las PYME en el desarrollo económico. Se pasó a destacar su capacidad de creación de empleo, su dinamismo innovador o su flexibilidad y capacidad de adaptación a los cambios, en comparación con la rigidez que se atribuía a la gran empresa, así como su contribución al mantenimiento de la estabilidad socioeconómica (Giaoutzi, Nijkamp & Storey 1988). Esta experiencia es particularmente importante para América Latina, en la medida en que las localidades y regiones que parten de una situación de atraso las grandes empresas autóctonas son casi inexistentes.

Asimismo, las PYME muestran una mayor flexibilidad y capacidad de adaptación estructural, al tiempo que actúan como amortiguadores de la destrucción de empleo en situaciones de crisis en las economías o localidades y que muestran una alta capacidad para impulsar procesos de renovación tecnológica en localidades menos favorecidas (COTEC, 1996). De esta forma, el tejido productivo conformado por PYME tenderá a estar profundamente integrado en el sistema productivo regional a través de lo que Hirschman (1987) denomina *linkages* de oferta y demanda, circunstancia que en el modelo de gran empresa no siempre ocurre. Este papel articulador del sistema productivo local y regional es uno de los puntos fuertes de la PYME que probablemente la literatura, según Guzmán, Liñán, Romero & Santos (2000), no ha destacado suficientemente.

Por su parte, Garofoli (2009, pp. 16-18), afirma que “el desarrollo local es primero que todo, un proceso cultural y luego un proceso participativo”. Este autor comenta que en América Latina el desarrollo local nace de casos de crisis y dificultad y generalmente, con un rol determinante de los gobiernos locales. Pero en su opinión esto representa una oportunidad para el cambio, pues la crisis revela diferentes modos de organización de la producción, ofrece capacidad crítica y permite *creatividad social*. La auto-organización de la sociedad y el aprendizaje colectivo social produce *emprendimiento social* y desarrolla la capacidad de resolver problemas de la sociedad local, porque el emprendimiento social permite la producción de bienes y servicios para la comunidad local y para el incremento de la calidad de

vida. En períodos de crisis la confianza se alcanza a través de los resultados obtenidos en los procesos de desarrollo *desde abajo*, pues esto aumenta la autoestima de la comunidad local.

Adicionalmente, como la producción de bienes y servicios está asociada a las empresas, el factor empresarial es un elemento central en los procesos de desarrollo (Romero, 2005). Éste constituye el instrumento a través del cual un territorio reacciona y ofrece respuestas a la problemática económica específica a la que se enfrenta, donde “el principal reto consiste en mantener el tejido productivo existente o abordar procesos de ajuste y reestructuración productiva en zonas afectadas por situaciones de crisis estructural”. A través de la figura del empresario local, la comunidad participa y protagoniza su propio desarrollo *desde abajo*. De este modo, “puede afirmarse que las potencialidades de desarrollo endógeno de cualquier territorio se encuentran condicionadas por la dotación de factor empresarial de que disponga” (Romero, 2005, pp. 3-6).

En consecuencia, conviene considerar cuál es el tipo de empresa que tiene mayores posibilidades de lograr ese desarrollo territorial. Se ha pretendido identificar regularidades en la evolución del tamaño empresarial a lo largo del proceso de desarrollo económico, señalando la predominancia de un tipo de organización u otro en diversas etapas históricas. De este modo, “se ha asociado la primacía de la Empresa Familiar a una primera etapa que se correspondería con el inicio del proceso de industrialización; mientras que, en una segunda etapa, las pequeñas empresas irían desplazando a la Empresa Familiar. En una tercera etapa, la mayor importancia recaería en las medianas empresas, para culminar la evolución en las economías más avanzadas con el predominio de la gran empresa” (Suárez-Villa, 1986, pp. 27-29). No obstante, incluso en esta última etapa, se seguiría reconociendo un papel destacado para las PYME, por sí mismas y como colaboradoras de la gran empresa a través de relaciones de subcontratación.

Para los propósitos de esta investigación, en este punto es oportuno argumentar el papel de la Empresa Familiar en el contexto descrito. Es necesario prestar atención a las características únicas de este tipo de negocios, que combina el factor empresa y el factor familia en una sola unidad, factores que se reúnen en el concepto de *familiness* (Cabrera *et al.*, 2001; Casado & Rodríguez C., 2009; Chrisman, Chua & Steier, 2003; Cruz & Nordqvist, 2012; Lazarra *et al.*, 2007; Levering & Moskowitz, 1993; Sirmon & Hitt, 2003; Tagiuri & Davis, 1996).

Esto puede entenderse como una oportunidad representada en la figura de esta entidad, en el que converge la empresa como impulsora de los procesos de desarrollo (Marshall, 1982; Schumpeter, 1976) y la familia como núcleo de la sociedad y como componente básico del

capital social. Con sus valores y núcleo articulado, las familias estimulan e influyen múltiples aspectos de una sociedad, tales como la educación, los comportamientos éticos, los valores morales, la solidaridad, la convivencia y tolerancia, entre otros.

Como dice Kliksberg (2002, p. 96), “no hay ninguna organización ni pública ni privada que preste servicios sociales básicos con la eficiencia con que lo hace una familia bien articulada”. Esta dualidad empresa-familia podría considerarse como una ventaja competitiva sobre las restantes tipologías de empresas, para potenciar procesos de desarrollo en sociedades con marcados problemas sociales, como ocurre en las naciones latinoamericanas.

Para argumentar los beneficios socioeconómicos que aporta un agente a las características que poseen de forma natural las Empresas Familiares, Rodríguez *et al.* (2012a, p. 8-9) señalan que estas empresas exhiben cierta preocupación por la sociedad (y no sólo preocupación por los intereses familiares). Esto se debe que entre sus prácticas gerenciales, destaca lo siguiente:

1. Dan gran importancia a la calidad del producto, al servicio, a la protección del empleado, a la implicación en la comunidad en la que viven y a la continuidad e integridad de su gestión.
2. Se preocupan de su reputación en la sociedad, así como del respeto a la tradición y a los valores de una sociedad basada en la familia.
3. Enraízan a sus empleados, no deslocalizan sus instalaciones y ocupan puestos en comités sociales de la comunidad en la que viven.
4. Asignan recursos para llevar a cabo actividades sociales de acuerdo con su escala de valores.
5. Entienden que se pueden lograr valores añadidos a largo plazo al dar cumplimiento a sus responsabilidades.

De acuerdo con lo anterior, lo que se pretende destacar dentro de este marco es el papel de la empresa –y, especialmente, el de la Empresa Familiar–, como un agente muy importante para la promoción del desarrollo, al tiempo que contribuye a superar dificultades en sociedades con severos problemas sociales y estructurales.

3.9. A manera de resumen...

En este Capítulo se pretende elaborar un marco teórico referencial sobre el modelo de desarrollo denominado *desarrollo local*, con el propósito de que sirva de base para comparar,

al final de esta investigación, qué están haciendo las Empresas Familiares merideñas para lograr acercarse a este modelo de desarrollo y –si en efecto– tienen posibilidad de hacerlo. Así, por un lado se tiene al territorio (Mérida-Venezuela) donde se hace el estudio; y por otro, a las empresas (Empresas Familiares) objeto de la investigación, todo ello dentro de un marco referencial que es el modelo de desarrollo local.

En consecuencia, en este Capítulo se desarrolla someramente la argumentación teórica que sustenta el modelo de desarrollo local: sus antecedentes, algunas definiciones, sus características e indicadores propios y particulares del mismo, como son las dimensiones del desarrollo local propuestas por varios autores. Seguidamente, se aborda lo correspondiente a los actores o agentes del desarrollo local; es decir, quiénes son los ejecutores naturales que tienen la responsabilidad de llevar a cabo una estrategia de desarrollo como la que aquí se plantea. En este apartado sobre agentes del desarrollo local se coloca especial énfasis en el rol desempeñado por las empresas, dado que se espera de éstas la promoción de la actividad empresarial en su papel dinámico potenciador de crecimiento económico y social y como impulsoras del desarrollo.

Para sustentar la importancia de la actuación empresarial en los modelos de desarrollo local y que este sector constituye el *factor clave* para lograrlo, se aborda el tema de la gestión empresarial, la importancia de la innovación en gestión y la conducta de las empresas en las relaciones con sus interlocutores. Desde luego, no se olvida que las empresas como agentes de desarrollo actúan en un contexto, escenario o territorio que condiciona positiva o negativamente su actuación. En esta parte se trata el tema de las *economías de aglomeración* y su importancia para la competitividad de los territorios, haciendo una breve referencia a los enfoques teóricos sobre *economías de aglomeración* o concentraciones altamente productivas. Asimismo, se abordan algunas perspectivas sobre concentraciones espaciales en territorios específicos como evidencia de experiencias en áreas particulares, con el fin de ilustrar la importancia del territorio como determinante del desarrollo.

Entre estas experiencias se citaron: las de países europeos expuestas por Garofoli (1986), las de América Latina presentadas por Ramos (1998), la experiencia de *cluster* en Venezuela reseñada por León (1996), los estudios regionales desde la perspectiva del empleo según el trabajo de González (2009) y el trabajo sobre ciudades europeas intermedias de Caravaca *et al.* (2014).

En todos estos trabajos, el territorio es considerado como un actor competitivo, al tiempo que –como lo señala Albuquerque (2003)–, la construcción adecuada de entornos territoriales

innovadores constituye un elemento clave para el logro de la productividad y competitividad. Por ello, en el último apartado de este Capítulo se aborda la situación o estado de desarrollo del continente Latinoamericano –con especial referencia al caso de Venezuela–, a partir de algunos indicadores del PNUD en relación con los Objetivos del Milenio (ODM) que deberán ser alcanzados en el año 2015. Todo ello para ser tenido en cuenta como referencia y como llamado a la reflexión, dado que este grupo de países –además de requerir un modelo de desarrollo basado en el mejoramiento de la productividad y la competitividad–, demanda fundamentalmente atención y solución a una serie de problemas de carácter social que aún prevalecen en ellos.

En un esfuerzo consciente por la búsqueda de su propio modelo de desarrollo, la implementación del desarrollo local para estos países encuentra fuertes obstáculos por problemas básicos no resueltos tales como pobreza, analfabetismo, infraestructuras, delincuencia, corrupción, salubridad, entre otros problemas, que retrasan o impiden su aplicación exitosa. En consecuencia y según los propósitos de este trabajo, conviene observar la combinación empresa-familia como una unidad clave con potencial para estimular procesos de desarrollo. Este tipo de negocio pareciera predominar sobre otras tipologías de empresas, favorecidas por su estabilidad y consolidación natural con apego a las costumbres y tradiciones del área local donde se instala, al tiempo que se convierte –a través de la familia– en componente básico del capital social, capaz de potenciar mejoras en la consecución de esfuerzos conjuntos y en la promoción de valores morales y éticos (tan necesarios en las relaciones entre agentes socioeconómicos de localidades con marcados problemas sociales).

CAPÍTULO 4

POLÍTICAS PÚBLICAS DE FOMENTO Y APOYO AL SECTOR EMPRESARIAL Y SU VINCULACIÓN CON EL DESARROLLO LOCAL

4.1. Introducción

En este Capítulo se pretende colocar como marco contextual el comportamiento de las instituciones y entidades gubernamentales a favor de la implementación de instrumentos o medidas de fomento y apoyo al sector empresarial, así como su vinculación con el desarrollo local. Como este fin, en primera instancia se toma como referencia la experiencia en otros países, para luego abordar cómo funciona en Venezuela a través de la revisión de políticas e instituciones relacionadas con dicho sector.

Para llevar a cabo de forma efectiva la iniciativa de desarrollo local, los gobiernos de los países donde se ha implementado con éxito han debido desempeñar un nuevo rol desde las instituciones nacionales y locales. Debieron avanzar más allá de la tradicional y simplificada visión del gobierno como un problema meramente urbanístico y asistencial, para trascender a una concepción de esta función dentro de un ámbito de actuación en el que estas instituciones forman una parte –y no sólo la única–, del entramado de relaciones existentes en un determinado territorio.

Para impulsar el desarrollo local con equidad social y sostenibilidad ambiental es necesario el diseño de políticas públicas complementarias, que permitan materializar: por una parte, el logro de equilibrios macroeconómicos y, por otra, políticas de carácter local destinadas a identificar y fomentar las potencialidades existentes en cada territorio. En ellas las entidades gubernamentales deben actuar como animadoras y facilitadoras en la creación de instituciones o mecanismos de desarrollo productivo y fomento a la actividad empresarial.

En ese sentido, a lo largo del presente Capítulo se intenta describir desde aspectos relacionados con el tema de políticas públicas y empresas en un ámbito general, hasta aspectos como los relacionados con políticas públicas vinculadas a empresas y desarrollo local en Venezuela. Para construir un somero marco referencial, el apartado 4.2 inicia con algunas consideraciones acerca de la caracterización de las políticas públicas de forma general y el rol de las instituciones públicas en su formulación. Seguidamente se introducen algunos comentarios acerca del papel de las empresas como agentes intervinientes en la formulación e implementación de estas políticas y sobre cómo se inserta todo ello en el marco del desarrollo local.

Luego, el apartado 4.3 se dedica a conocer la situación del sector empresarial en América Latina y su marco gubernamental e institucional, tomando como referencia la experiencia de algunos países como Bolivia, Brasil, Colombia, República Dominicana, Uruguay, incluyendo una aproximación al caso particular de Venezuela. Más adelante, en el apartado 4.4 se presenta

una aproximación al Sistema Nacional de Planificación, que incluye la concepción del modelo de desarrollo local denominado actualmente en Venezuela y el Modelo de desarrollo endógeno y soberano; también se describe el Plan de Desarrollo Regional para la Región Andina de Venezuela (conformada por los estados Táchira, Trujillo y Mérida); y se realiza una breve descripción del marco legal regulatorio relacionado con políticas públicas dirigidas al sector empresarial venezolano y su vinculación con el desarrollo local.

A lo largo de todo el Capítulo se hace referencia a las instituciones y sus instrumentos como elementos de apoyo para estructurar la información presentada, por lo que conviene aclarar que tales elementos están referidos a las empresas en general y no a las Empresas Familiares de forma particular. Esto último se debe a que en el transcurso de la investigación no fue posible hallar tal desagregación o separación en las fuentes oficiales revisadas, a excepción del subgrupo de empresas caracterizadas como PYME. Esta situación pareciera repetirse en Venezuela, tal como ocurre en otros países³³.

4.2. Políticas públicas y empresas en el modelo de desarrollo local

La implementación exitosa de políticas públicas de desarrollo local se basa en la coordinación e integración de acciones dispersas y de instrumentos de apoyo puestos a disposición de los agentes intervinientes, mediante redes que refuercen las relaciones existentes y permitan la difusión del desarrollo a todos los niveles regionales y locales. Dentro de este contexto, los actores que más posibilidades tienen de lograr estas sinergias son las entidades gubernamentales y su relación con los demás agentes, especialmente con las empresas.

Los instrumentos empleados por las entidades de gobierno para lograr estos propósitos son las *políticas públicas*, que por su alcance integrador y su visión de conjunto permiten plasmar la intención de los gobiernos a favor de una directriz, así como también expresan la elección de un modo de vida para la población.

El estudio de los problemas de gobierno o *governance*³⁴, como se le ha denominado recientemente y la forma cómo éstos afectan a los procesos de desarrollo, ha cobrado especial interés porque las formas de organización del Estado y los sistemas políticos crean un entorno

³³ En el Capítulo 2, apartado 2.8 se explicó que cuando se hacen estudios sobre Empresas Familiares, la información oficial sobre éstas no suele estar separada de la información sobre las empresas en general (Rojo *et al.*, 2011). Por tanto, es necesario utilizar criterios teóricos como la propiedad, dirección y antigüedad para distinguirlas del resto de empresas. Esta experiencia ya ha sido documentada en diversas investigaciones, entre ellas, algunas de las que se mencionan en el Cuadro 2.8 del mismo capítulo.

³⁴ Con el término *governance* se define a un modelo de gobierno diferente al tradicional centralizado y jerárquico, que se caracteriza por la interacción y cooperación de los diferentes niveles gubernamentales, organizaciones sociales y actores privados en la toma de decisiones por la vía del consenso, en busca de la formulación y ejecución de una política pública particular. Algunos autores que han tratado el tema son: Brugué, Gomá & Subirats (2002); Mayntz (2001); Pierre (2000), entre otros.

institucional que pareciera condicionar los resultados económicos. Por esta razón, en la implementación de los modelos de desarrollo local se espera que la gobernanza sea un proceso de cooperación e integración de actores públicos y privados y de los intercambios que se establecen entre ellos.

En las últimas décadas se ha ido aceptando la idea de que la evolución de las economías y la senda del crecimiento de los países, regiones y ciudades depende en gran medida del funcionamiento de las instituciones, del cumplimiento de las normas y reglas establecidas y –en general– del nivel de confianza de la población en las actuaciones de los agentes que intervienen en estos procesos.

Pero, como señala North (2007), un eficiente desempeño económico requiere que el gobierno, como promotor de reformas y administrador del Estado, actúe mediante el diálogo y no por imposición de instituciones e instrumentos sobre los que algunas veces no existe el necesario consenso de los actores involucrados. En este sentido señala (Weitz, 2014, p. 32) que:

“El contexto organizativo gubernamental en que se asienta es probablemente el aspecto más crucial para el resultado exitoso de programas de desarrollo [...]. No es el tipo de régimen o sus motivaciones ideológicas lo que decide el éxito o el fracaso de sus esfuerzos de desarrollo. La clave para este importante problema debe encontrarse en la organización gubernativa y el marco institucional en que el programa se inscribe, más que en la fuente y uso del poder o su perspectiva global”.

Asimismo, los intercambios, los contratos sociales, las convenciones o acuerdos entre empresas y otros agentes públicos y privados (incluyendo el ejercicio de los deberes y derechos de los ciudadanos individual y colectivamente), constituyen una medida del estado de derecho de cada sociedad. Además, contribuyen a potenciar modos de conducta ética y, en consecuencia, reducen los niveles de corrupción.

Sobre este punto, sostiene North (1990) que los costes asociados a las transacciones, negociaciones e intercambios entre las organizaciones de todo tipo en una economía, son un buen indicador de su nivel de desarrollo, pues en la medida en que estos costes disminuyen, la economía es más desarrollada porque todas estas decisiones se apoyan en instituciones que surgen para facilitar las transacciones entre los agentes intervinientes y en definitiva, para reducir la incertidumbre y los costes asociados en que normalmente se incurre al realizar transacciones.

Un elemento importante en estos intercambios o interrelaciones es la confianza. Como señala Arrow (1974), la confianza es un concepto complejo que se puede interpretar de diferentes

formas. Se puede entender como un capital individual basado en la reputación de los actores y organizaciones que realizan transacciones económicas y sociales, o puede entenderse como un capital social (Boisier, 1999a; Coleman, 1990; Fukuyama, 2003; Kliksberg & Tomassini, 2000; Kliksberg, 2002, Robinson *et al.*, 2003) que surge espontáneamente en la sociedad y se difunde por todo el sistema productivo a medida que se forma la red de empresas y se crean los sistemas de relaciones entre ellas.

Según Ottati (1994), la confianza es un capital colectivo que todos los miembros del distrito o localidad pueden usar porque en definitiva, es un subproducto de su propia cultura. Por ello, en las dos décadas que anteceden al trabajo del autor, la noción de confianza ha recibido una atención especial en los estudios sobre desarrollo local.

En consecuencia, todo parece indicar que la política adecuada en los procesos de desarrollo local consistiría en un mecanismo de cooperación y coordinación, potenciador de capital social, que integre las necesidades de los actores públicos y privados, sus decisiones de inversión y los intercambios que se establecen entre ellos.

Sobre este punto señala Albuquerque (2004) que el impulso de la cooperación público-privada y la concertación estratégica de actores socioeconómicos territoriales para diseñar las estrategias locales de desarrollo, han supuesto la aplicación de una gestión compartida del desarrollo económico que no se basa solamente en directrices emanadas del sector público.

Debido a razones históricas, la organización gubernativa en muchos países es centralizada. Señala (Weitz, 2014), que la toma de decisiones y la implementación están concentradas en la capital nacional y están, generalmente, en manos de personas sin conocimientos de las condiciones prevalecientes en el área donde se implementa el programa de desarrollo. Para superar estas dificultades muchos gobiernos han empezado a mirar otras formas de organización.

Algunas de las soluciones llevan al establecimiento de autoridades especiales de desarrollo a un *nivel intermedio*, es decir, el nivel de la región. Por lo tanto, es posible encontrar una gran variedad de organizaciones para la planificación e implementación de la programación del desarrollo a nivel regional.

De este modo, la búsqueda de espacios intermedios entre los mercados y los gobiernos, en el nivel *mesoeconómico*, ha servido para definir un nuevo modo de hacer política. Todo ello ha permitido vincular diferentes procesos en un circuito de interacciones entre el avance de una democracia más participativa y la descentralización de competencias a los niveles subnacionales, para asegurar la asunción de competencias, capacidades y recursos por parte

de las entidades y actores locales e impulsar las estrategias de desarrollo local (Albuquerque, 2004).

Según esto, la nueva política de desarrollo requiere sostener su estructura en una gestión descentralizada, apoyada en *organizaciones intermedias* que prestan servicios reales como los institutos tecnológicos, los centros de negocios e innovación, los centros de formación profesional y las agencias de desarrollo.

En esta forma de gestión pública los agentes locales participan de forma activa y solicitan especial atención en la dotación de los territorios y de los sistemas productivos locales, de los servicios que las empresas necesitan para resolver sus problemas de competitividad. Esto trae una serie de encadenamientos o externalidades positivas al transformar la mano de obra en una más capacitada y competitiva, a la par que mejora el empleo, llama la atención de potenciales inversores hacia el territorio y, en general, eleva el nivel de bienestar de la población e incentiva a la participación.

Por ello, el estilo de política pública basada en la descentralización de competencias de entidades gubernamentales suele estimular iniciativas por parte de los actores locales e internalizar la idea de que los recursos están siendo mejor utilizados; se trata de incorporar nuevos roles, nuevas responsabilidades y lograr mayor participación.

Sin embargo, algunos autores como Enríquez (2003) y Gallicchio (2004) señalan que esto es necesario pero no suficiente para animar a los agentes intervinientes a asumir las riendas de su propio proceso de desarrollo. Lo que se requiere según Gallicchio (2004), es trabajar simultáneamente en los procesos de desarrollo económico local y descentralización y también en la construcción de relaciones sólidas y transparentes entre los actores del proceso, basadas en la confianza que potencia su capital social.

La elaboración de una estrategia territorial de desarrollo económico local, consensuada por los principales actores locales, tiene como objetivos estratégicos fundamentales la mejor utilización de los recursos endógenos y la diversificación de la base productiva local, mediante la incorporación de innovaciones basadas en la calidad y diferenciación de los productos y procesos; la incorporación de innovaciones de gestión y la introducción de las necesarias adaptaciones sociales e institucionales.

Por ello, el fomento de las microempresas y pequeñas empresas locales y la capacitación de recursos humanos según los requerimientos de innovación del sistema productivo local, son parte fundamental de esta estrategia. La oferta territorial de servicios de desarrollo empresarial debe incluir la capacitación de recursos humanos según las necesidades de los

sistemas productivos locales, tanto para modernizar las actividades productivas existentes como para incorporar otras actividades que ofrecen posibilidades viables en el futuro inmediato. En este sentido, señala Bernaldes (2000), es importante contar con capacidad de observación permanente, por parte de los responsables públicos, de las necesidades reales y potenciales del conjunto local de empresas y de las características del mercado de trabajo local.

Las empresas toman sus decisiones de inversión en un entorno institucional y las ponen en práctica a través de un sistema de relaciones algunas veces condicionado por la propia cultura. De allí la importancia de las instituciones para normar y encausar este sistema de relaciones, como garantes de la legitimidad de los deberes y derechos de los ciudadanos y como referentes condicionantes del comportamiento de la productividad y competitividad en los procesos de desarrollo.

Recientemente se ha observado la aparición de redes de empresas y organizaciones, que basan sus relaciones en la confianza y solidaridad, lo que ha resultado un mecanismo efectivo para el logro de objetivos comunes. Estas interrelaciones han dado lugar a diversas formas de participación comunitaria.

Un ejemplo de ello es el asociacionismo, que permite realizar acuerdos y transacciones entre agentes públicos y privados, apoyados en la negociación y el consenso. Como expresión del asociacionismo de los actores de un territorio han aparecido otros modos de participación colectiva, denominados *pactos territoriales*³⁵.

Sobre estos acuerdos pactos o concertación público-privada y su importancia en la transparente aplicación de políticas públicas, señala Alburquerque (2004, p. 164), lo siguiente:

“La búsqueda de pactos locales de carácter suprapartidario y con la mayor participación posible de actores territoriales tiene como finalidad dotar a dichas iniciativas de los mayores niveles posibles de certidumbre ante eventuales cambios políticos. La presencia del sector privado empresarial en la institucionalidad para el desarrollo local trata de evitar la incertidumbre derivada de frecuentes cambios de responsables políticos locales”.

³⁵ Los *pactos territoriales* son acuerdos entre actores públicos y privados que permiten identificar las acciones que facilitarán la promoción del desarrollo en una región. Es un mecanismo que permite la realización coordinada de acciones, según las competencias de cada uno de los actores, y que generalmente es financiado por los organismos gubernamentales. Constituyen la máxima expresión de la participación comunitaria, pues en ellos pueden intervenir las administraciones locales, las cámaras de comercio, los empresarios, los trabajadores, otras instituciones y la comunidad local (Comisión Europea, 1999; Comisión Europea, 2009).

En consecuencia, North (1990) expresa que para regular equitativamente estos acuerdos, el rol de las instituciones públicas es el de fijar las reglas de juego que estructuran y determinan las relaciones económicas, sociales y políticas de las organizaciones en el curso de la actividad productiva. Con esto se espera contribuir con la eficiencia productiva y la competitividad empresarial, al mismo tiempo que se garantiza la transparencia administrativa del aparato público y se preservan las relaciones o intercambios, cuya base es la confianza. Asimismo, las políticas públicas de concertación público-privada, deben garantizar a las empresas acceso a los servicios de información, capacitación empresarial y tecnológica, innovación de productos y procesos productivos, cooperación empresarial, acceso a crédito, entre otras externalidades positivas.

Según Vázquez Barquero (1999), las estrategias de desarrollo local que involucran a las empresas como principales agentes de estos procesos de desarrollo, se estructuran alrededor de un escenario tridimensional que abarca el desarrollo de la economía *hardware*, *software* y *orgware*³⁶.

El desarrollo de *hardware* implica factores como la provisión de infraestructuras básicas (redes de transporte y comunicación), el espacio industrial y la estructura para el desarrollo del capital humano (educación, salud, instalaciones culturales). El desarrollo del *software* implica el diseño e implementación de estrategias de desarrollo local en la que su formulación sea participativa entre expertos y grupos de interés, con la finalidad de mejorar la competitividad de las empresas locales, la atracción de inversión interna, la mejora del capital humano o de las habilidades laborales. Finalmente, el desarrollo del *orgware* comprende la mejora de la capacidad organizativa e institucional para diseñar, implementar y monitorizar la estrategia de desarrollo en su conjunto.

Para entender las políticas de desarrollo local en contraste con las políticas tradicionales de desarrollo, Rodríguez-Pose (2001, pp. 9-10) encontró rasgos que, según su análisis, las caracterizan de mejor manera. Entre estos rasgos se identifican los siguientes:

1. Mientras que en los enfoques tradicionales de arriba-abajo, la toma de decisiones de dónde poner en práctica las estrategias de desarrollo recae sobre los planificadores del gobierno central, con apenas implicación de los actores locales, las prácticas de

³⁶ Este planteamiento ya ha sido tratado con anterioridad por Coccossis, Janssen, Kiers & Nijkamp (1991). Los autores lo denominan Modelo del pentágono, donde se plantean los ámbitos de actuación de las políticas de desarrollo local. Los autores introducen los conceptos de: *hardware* (dotación de infraestructuras necesarias para el funcionamiento del sistema productivo local); *software* (acciones de mejora de los recursos humanos, nivel tecnológico e innovador, capacidad emprendedora, información acumulada y cultura de la población); *orgware* (mejora de la capacidad organizativa de los agentes económicos y sociales de la zona y su capacidad para relacionarse y cooperar); *finware* (instrumentos financieros necesarios para el desarrollo de la zona); y *ecoware* (instrumentos necesarios para hacer uso adecuado de los recursos naturales existentes en la zona).

desarrollo económico local favorecen el fomento del desarrollo con base en la utilización del potencial económico y la ventaja competitiva peculiar de cada espacio. De este modo, la iniciativa de la estrategia de desarrollo a seguir se toma de modo local o con gran apoyo local.

2. Como resultado de dónde y cómo se toman las decisiones, las políticas tradicionales se han diseñado, gestionado y puesto en práctica normalmente, desde y por los ministerios o las agencias de gobierno central. La intervención de los actores locales en las estrategias de desarrollo económico local implica, por el contrario, un grado mayor de coordinación vertical y horizontal por parte de todos los actores involucrados.
3. Las políticas tradicionales solían tender a adoptar un enfoque sectorial; al adoptar esta medida el principal objetivo era el fomento de sectores industriales concretos que contribuyeran a generar un dinamismo económico. En cambio, el desarrollo económico local utiliza un planteamiento territorial como modo de alcanzar el desarrollo. De este modo, el diagnóstico de las condiciones económicas, sociales e institucionales particulares a cada territorio y la identificación del potencial económico local son la base sobre la que se construye cualquier estrategia de desarrollo.
4. Ambos enfoques se diferencian en la manera de atraer actividad económica. Mientras los enfoques tradicionales habían confiado básicamente en las ayudas financieras, paquetes de incentivos y subsidios a la hora de atraer y mantener actividad económica, el desarrollo económico local tiende por lo general a evitar tales incentivos y a concentrarse en la mejora de las condiciones básicas para el desarrollo y atracción de mayor actividad económica.

Por su parte, Vázquez Barquero (2005) resume las diferencias entre la política tradicional de desarrollo en comparación con la política de desarrollo local, lo cual puede verse en el Cuadro N° 4.1. Pike, Rodríguez-Pose & Tomaney (2011) también muestran una comparación de las principales diferencias entre las políticas tradicionales de desarrollo y los enfoques adoptados por el desarrollo local, diferencias que pueden verse en el Cuadro N° 4.2.

Como puede observarse, en los procesos de desarrollo local, los actores locales tienen un papel relevante en la formulación de líneas directrices de políticas públicas. La Comisión Europea (2009) señala que los ciudadanos sólo hacen suya una política cuando ésta adquiere un significado concreto para ellos y cuando participan en su definición y aplicación, por lo que podría considerarse más adecuada su implementación a través de la participación y descentralización, en lugar de hacerlo por vía de la centralización.

Cuadro N° 4.1.
Diferencias entre las políticas de desarrollo

	Política Tradicional	Política de desarrollo local
Estrategia dominante	Visión funcional Desarrollo polarizado	Visión territorial Desarrollo difuso
Objetivos	Crecimiento cuantitativo Grandes proyectos	Innovación y mejora del conocimiento Emprenditorialidad Numerosos proyectos
Mecanismos	Movilidad del capital y el trabajo Redistribución funcional de la renta	Movilización del potencial local Utilización de los recursos locales para el desarrollo
Organización	Gestión centralizada Financiación a las empresas Administración pública de los recursos Jerarquía administrativa Coordinación administrativa	Gestión local del desarrollo Prestación de servicios a las empresas Administración a través de organizaciones intermedias Asociación entre los actores locales Coordinación estratégica de los actores

Fuente: Vázquez Barquero (2005, p. 44)

Cuadro N° 4.2.
Principales diferencias entre las políticas tradicionales de arriba-abajo y los enfoques de abajo-arriba adoptados por DEL

Políticas tradicionales de desarrollo (Modelo <i>top-down</i>)	Desarrollo Económico Local (Modelo <i>bottom-up</i>)
1. Enfoque de arriba-abajo en el que las decisiones sobre en qué áreas se necesita intervenir, son tomadas desde el gobierno central de la nación	1. Promoción del desarrollo en todos los territorios con iniciativas que, a menudo, emanan desde abajo
2. Dirigidas por la administración central	2. Cooperación descentralizada, vertical entre diferentes niveles de gobierno y cooperación horizontal entre organismos públicos y privados
3. Enfoque territorial de desarrollo	3. Enfoque territorial al desarrollo (localidad, entorno)
4. Desarrollo de grandes proyectos industriales que habrán favorezcan otras actividades económicas	4. Uso del desarrollo potencial en cada área, para estimular un ajuste progresivo del sistema económico local al cambiante entorno económico
5. Apoyo financiero, incentivos y subsidios como principal factor de atracción de la actividad económica	5. Disposición de las condiciones claves para el desarrollo de la actividad económica

Fuente: Pike *et al.* (2011, p. 41)

En los tres enfoques descritos sobre políticas de desarrollo local (Pike *et al.*, 2011; Rodríguez-Pose, 2001; Vázquez Barquero, 2005) se hace reiterada y especial mención a las empresas y las políticas dirigidas al impulso de iniciativas de desarrollo y generación de empleo productivo a través de la difusión de innovaciones, el emprendimiento, la cooperación y conformación de redes de empresas, capacitación de recursos humanos, sistemas de información local, mejora y disposición de infraestructuras básicas al servicio de las empresas, entre otras medidas. Ello se fundamenta en la idea de que las prácticas de desarrollo económico local dirigidas especialmente al sector empresarial, favorecen el fomento del desarrollo con base en la utilización del potencial económico y la ventaja competitiva peculiar de cada espacio, por lo que en estas políticas se procura la disposición de las condiciones clave para el desarrollo de la actividad económica a través de la prestación de servicios a las empresas.

Siendo así, la nueva política de desarrollo local debería entonces propender a la mejora del funcionamiento de las redes de cooperación entre las fuerzas vivas del territorio y especialmente entre las empresas, como determinantes del crecimiento económico, de la competitividad y productividad y de la acumulación de conocimiento. De manera resumida, las políticas de desarrollo local en los países cuyas experiencias han sido exitosas, exhiben las siguientes características:

1. Son políticas diseñadas e instrumentadas por las administraciones locales con ayuda y colaboración del resto de los actores del territorio. Por tanto, son en esencia, descentralizadas.
2. Son políticas en las que el rol del gobierno es el de catalizador, animador, facilitador de los esfuerzos e iniciativas productivas locales.
3. Son políticas orientadas a fortalecer la capacidad emprendedora y gestión innovadora del empresariado territorial, con lo que se espera mejorar la productividad, el empleo, la formación y capacitación de la mano de obra, la generación y transferencia de conocimiento y, en general, elevar el nivel de vida de la población.
4. Son políticas que promueven confianza: en las instituciones, en las organizaciones públicas y privadas y en cada uno de los ciudadanos como gestores de sus propios recursos.
5. Son políticas participativas en las que la sociedad civil organizada forma parte de la dirección y control de los recursos y de los instrumentos para el desarrollo.

Un ejemplo de experiencias exitosas en la participación y formulación de políticas públicas en contextos más cercanos, son las llevadas a cabo en algunos países latinoamericanos, en los que han promovido la descentralización de competencias. Estas naciones han reconocido en ello un modo de estimular iniciativas por parte de los actores locales, administrar y utilizar mejor sus propios recursos y en definitiva, incorporar nuevos roles, nuevas responsabilidades y lograr mayor participación.

Según Salinas (2000), entre los principales objetivos de las iniciativas de desarrollo económico local en América Latina cabe citar los siguientes: i) valorización mayor de los recursos endógenos de cada ámbito local, tratando de impulsar actividades de diversificación productiva y promoción de nuevas empresas locales; ii) organización de redes locales entre actores públicos y privados para promover la innovación productiva y empresarial en el territorio; iii) establecimiento de consorcios intermunicipales a fin de incrementar la eficacia y eficiencia de las actividades de desarrollo local; iv) búsqueda de nuevas fuentes de empleo e

ingresos a nivel local; v) promoción de actividades de desarrollo científico y tecnológico a nivel territorial; vi) creación de nuevos instrumentos de financiamiento para atender a las microempresas y pequeñas empresas locales; y, vii) superación de las limitaciones del enfoque asistencialista implícito en los fondos de inversión social y en los programas de lucha contra la pobreza.

En América Latina los primeros esfuerzos realizados en esta materia han venido por la vía de la descentralización gubernamental. Pero esto ha sido el resultado del empuje o tensión ejercida por las comunidades locales. En ese sentido, Aghón, Albuquerque & Cortés (2001) señalan que la experiencia latinoamericana ha puesto en evidencia dos tipos de tensión que impulsan las iniciativas de desarrollo local. La primera de ellas es la tensión producida *desde arriba*, relacionada con los procesos de descentralización y reforma del Estado central en los diferentes países de la región. La segunda es la tensión producida *desde abajo*, que empuja a los actores empresariales privados a incorporar elementos de modernización ante las nuevas exigencias de producción y competitividad en los mercados, así como a demandar a las administraciones centrales, regionales y locales mayor atención a los problemas de desarrollo productivo y empleo en cada uno esos ámbitos.

A continuación, en el Cuadro N° 4.3, se muestran algunas experiencias de desarrollo local en países latinoamericanos en las que puede observarse que la mayoría han sido impulsadas desde arriba.

Sin embargo, es interesante observar acuerdos que en esta materia han logrado las comunidades, conciliados entre los gobiernos centrales y los actores locales. Aquí se les ha denominado iniciativas *concertadas*.

Como puede observarse en el Cuadro N° 4.3, el ejercicio de la descentralización en estos países latinoamericanos aún no se asume de forma contundente y definitiva por los actores involucrados, pero son importantes los avances alcanzados.

Es probable que la propia estructura de gobierno de estos países constituya un obstáculo para lograr una gestión descentralizada, apoyada en organizaciones intermedias, con participación de los agentes locales. Sin embargo, podría convenir intentarlo pues como se ha visto en la experiencia de países desarrollados, esto trae una serie de encadenamientos o externalidades positivas al transformar la mano de obra en una más capacitada y competitiva, elevar el nivel de bienestar de la población, incentivar a la participación y al ser más competitivos, se pueden extender o ampliar las fronteras de los mercados locales.

Cuadro N° 4.3.
Experiencias de desarrollo local en América Latina

País	Experiencia/localidad	Actividades	Iniciativa
Argentina	Rafaela	Plan Estratégico para la localidad de Rafaela que permitió definir de manera concertada la planificación del crecimiento de la ciudad y la visión de la misma, así como también promovió la creación del Instituto de Capacitación y Estudios para el Desarrollo Local, ente formador de recursos humanos que colaboren, junto con el Estado, en el proceso de transformación de la localidad.	Concertada
Argentina	Córdoba	Constitución de una organización mixta para ejecutar acuerdos en materia de política económica y competitividad a través de una especie de <i>pacto territorial</i> , que se basó en la superación de la tradicional separación entre gobierno e iniciativa privada.	Concertada
Brasil	Gran ABC-Sao Paulo	Como respuesta a la crisis industrial, la Cámara Regional dio origen a la agrupación de tres municipios al sur de Sao Paulo: Sao André, Sao Bernardo do Campo y Sao Caetano, convirtiéndolos en una de las áreas más dinámicas de Brasil, al promover el empleo, la producción y el apoyo a las microempresas y pequeñas empresas.	Desde arriba
Brasil	Región del Valle Medio Paraíba-Río de Janeiro	Creación de un Foro de Secretarios de Planeamiento para la elaboración colectiva de medidas municipales en materia fiscal.	Desde arriba
Brasil	Estado de Acre	Implantación de un polo agroforestal impulsado por la Prefectura Municipal de Rio Branco para atender a las familias campesinas desplazadas por los grandes proyectos agropecuarios.	Desde arriba
Brasil	Estado de Ceará	Pacto de Cooperación entre empresarios y gobierno sobre cuestiones relacionadas con la sociedad local, luego se amplió sectores de la sociedad civil conformando una red.	Concertada
Colombia	Región Oriental de Caldas	Adopción de un papel más activo por parte de la municipalidad en la mejora de la infraestructura vial, ampliación de la cobertura de servicios públicos, mejoras en salud y educación y programas y proyectos de generación de empleo y apoyo a la microempresa.	Desde arriba
Colombia	Medellín	Programa de Desarrollo Económico Local de la Alcaldía que incorpora proyectos de infraestructura urbana, posicionamiento de imagen de la ciudad y apoyo a la competitividad de las pequeñas y medianas empresas locales.	Desde arriba
Colombia	Bucaramanga	Fomento a la competitividad a través de la promoción de la ciudad como "Tecnópolis de Los Andes", propuesta en la que participan de forma conjunta la Municipalidad, Cámara de Comercio y el sector privado.	Concertada
Chile	Fondo de Solidaridad de Inversión Social de Chile (FOSIS)	Iniciativa promovida por el nivel central para la conformación de equipos territoriales con la intención de que realicen funciones de agentes de desarrollo local.	Desde arriba
México	Jalisco	Fomento de la productividad de PYME locales e industrias tradicionales a través de la descentralización y reorganización del Estado y fortalecimiento de niveles de gobierno mediante la construcción de espacios de diálogo, participación y concertación de los diferentes actores locales.	Desde arriba
Perú	Villa El Salvador	Planes diseñados por el gobierno central para promover actividades autogestionadas de construcción de viviendas e infraestructura urbana, centrandose su estrategia en la instalación de un parque industrial para apoyar a la pequeña empresa como parte del nuevo asentamiento de la población.	Desde arriba
Venezuela	Región Los Andes: estados Táchira, Mérida y Trujillo	Proyecto de turismo rural de base comunitaria que funciona dentro de los límites de los Parques Nacionales Sierra Nevada y Sierra de la Culata, organizado por el Programa Andes Tropicales (PAT) y financiado por organismos públicos y privados nacionales y organismos internacionales entre los que destacan ONU, UE, CAF. Es una red autogestionada de servicios de turismo rural, donde el principal objetivo es la preservación de escenarios naturales mediante programas de participación comunitaria.	Desde abajo

Fuente: elaboración propia, con base en Aghón *et al.* (2001); Programa Andes Tropicales (2012)

Respecto a la participación de las empresas como agentes de desarrollo y especialmente en relación con las PYME latinoamericanas, Ferraro & Stumpo (2010) opinan que en ámbitos locales en los cuales las microempresas y pequeñas empresas juegan un papel importante, el sector público y sus instituciones de apoyo tienen un rol fundamental para ayudar a los

territorios y a estas empresas en la adaptación a los desafíos y oportunidades que presenta el mundo actual.

Esto responde a que parte de la heterogeneidad estructural de las economías de la región se debe al bajo desempeño en términos de competitividad y productividad de las empresas de pequeña dimensión respecto a las grandes empresas.

Por ello es conveniente reflexionar acerca del rol de las instituciones gubernamentales en los procesos de desarrollo y de la importancia de la formulación de políticas públicas pues ellas expresan la elección de un modo de vida para la población.

Esto ayuda a visualizar la economía nacional en toda su heterogeneidad, por lo que resulta apropiada la actuación de los gobiernos a favor de las iniciativas de desarrollo local y empleo productivo, asumiendo el rol de catalizadores y animadores en la creación de entornos innovadores que impulsen el potencial empresarial y productivo en cada territorio.

4.3. Políticas públicas de fomento y apoyo al sector empresarial en América Latina y su vinculación con el desarrollo local

Esta parte está dedicada a conocer la situación del sector empresarial en América Latina y su marco gubernamental e institucional, tomando como referencia la experiencia de algunos países como es el caso de Bolivia, Brasil, Colombia, República Dominicana, Uruguay, incluyendo una aproximación al caso particular de Venezuela. Conviene destacar que sólo se muestran datos sobre PYME de los seis países latinoamericanos mencionados, debido a la escasez de información y a “los problemas enfrentados para conocer el número de empresas y ocupados en este segmento empresarial, todo lo cual representa una limitación para el diseño e implementación de políticas y de preparación de evaluaciones periódicas que permitan conocer su nivel de cobertura y efectividad” (Ferraro, 2011, p. 16).

Para el desarrollo de este apartado se toma como fuente un trabajo realizado en el año 2011 por la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). El mismo tuvo por objetivo identificar instrumentos innovadores y buenas prácticas surgidas en los últimos veinte años, en los que los gobiernos de algunos países latinoamericanos han desarrollado instrumentos y programas de apoyo al sector empresarial, especialmente dirigidos a las PYME, con el fin de fomentar su crecimiento.

Se ha reconocido que las PYME en los países desarrollados son importantes agentes económicos para promover el desarrollo de América Latina y el Caribe, pues una parte significativa de la población y de la economía depende de la actividad y desempeño de estas empresas debido a su capacidad para generar empleo y por su participación en la producción.

Este trabajo incluye una descripción de políticas e instituciones de apoyo a las PYME en los seis países mencionados, lo cual permite analizar de forma general, la situación actual sobre el alcance y limitaciones de estas políticas en la región. Entre las principales limitaciones que de forma reiterada se pueden encontrar, destacan la carencia de bases de datos e información periódica y completa sobre este sector y la falta de evaluaciones de impacto que permitan comprobar la eficiencia institucional y de implementación y aplicación de programas de apoyo.

En el epígrafe 4.3.1 se presentan de manera resumida, las características o aspectos generales de las PYME en los seis países en estudio, las políticas de fomento y apoyo a ese sector y la institucionalidad que las sustenta. En el epígrafe 4.3.2 se presenta un resumen de la situación encontrada, con base en los principales aportes y limitaciones de estos programas, en el marco de la estrategia de desarrollo productivo de la región.

4.3.1. Situación de las PYME en países Latinoamericanos

En Latinoamérica se observa la presencia de la figura de la PYME como unidad productiva que evidencia su importancia por su número y contribución al empleo. Sin embargo, es lamentable la limitada disponibilidad de datos sobre su desempeño que permitan medir su verdadera contribución al desarrollo de los países de la región, debido –entre otras razones– a su elevado índice de informalidad y a la movilidad de sus actividades.

Ello destaca su poca continuidad en importantes sectores económicos, producto de su perfil de emprendimiento por necesidad más que por oportunidad, todo lo cual dificulta su seguimiento y medición, que son las bases para la formulación de políticas públicas para el sector.

En el Cuadro N° 4.4 se muestran las características generales de las PYME en los países latinoamericanos considerados. Como puede apreciarse en el citado Cuadro N° 4.4, actualmente en la región no se encuentra un criterio uniforme para la definición de las PYME, incluso en algunos casos coexisten diversos parámetros dentro los propios países, lo que obstaculiza la realización de estudios comparativos (Goldstein & Kulfas, 2011).

Las fuentes utilizadas para reflejar estos datos son variadas y dispersas. Para algunos países estos datos provienen de fuentes privadas, pues los organismos gubernamentales no disponen de estas mediciones (Ferraro, 2011).

Cuadro N° 4.4.
Características generales de las PYME en países latinoamericanos al 2011

Países	Criterio para definir el tamaño de las empresas por número de trabajadores	Porcentaje de PYME por actividad económica	Porcentaje de personal ocupado por tamaño de las empresas
Bolivia	Microempresa: 1 a 4 Pequeña: 5 a 14 Mediana: 15 a 49 Grande: 50 y más	Industria: 11,56 Comercio: 54, 41 Servicios: 34,03	Microempresa y Pequeña: 67,85 Mediana: 17,13 Grande: 15,02
Brasil	Microemprendedor-Individual Microempresa: Comercio y servicios hasta 9; Industria y construcción hasta 19 Pequeña: Comercio y servicios de 10 hasta 49; Industria y construcción de 20 hasta 99 Mediana: Comercio y servicios de 50 hasta 99; Industria y construcción de 100 hasta 499	Industria: 10,38 Construcción: 4,75 Comercio: 40,18 Servicios: 35,14 Agronegocios: 9,54	Microempresa: 18,80 Pequeña: 21,60 Mediana: 12,20 Grande: 47,40
Colombia	Microempresa: menos de 10 Pequeña: entre 11 y 50 Mediana: entre 51 y 200	Industria y Construcción : 26,90 Comercio: 36,02 Servicios: 25,20 Otras actividades: 11,90	Microempresa: 50,30 Pequeña: 17,60 Mediana: 12,90 Grande: 19,20
República Dominicana	Microempresa: 1 a 15 Pequeña: 16 a 60 Mediana: 61 a 200	Manufactura: 21,80 Comercio: 46,60 Servicios: 31,60	Microempresa y Pequeña: 71,79 Mediana y Grande: 28,21
Uruguay	Microempresa: 1 a 4 Pequeña: 5 a 19 Mediana: 20 a 99	Industria manufacturera: 13,40 Comercio: 36,50 Servicios: 50,25	Microempresa: 83,02 Pequeña: 13,31 Mediana: 3,10 Grande: 0,58
Venezuela	Microindustria: menos de 10 Pequeña Industria: 11 a 50 Mediana Industria: 51 a 100 Gran Industria: más de 100	Actividad petrolera (*): 16,29 Manufactura: 16,57 Comercio: 9,03 Servicios: 14,97 Servicios de la Administración Pública: 11,38 Otras actividades: 31,76	Microindustria y Pequeña: 20,01 Mediana: 9,08 Gran industria: 70,91

Fuente: elaboración propia con datos tomados de CEPAL/AECID (2011). Para todos los países se toma como referencia el porcentaje de PYME por actividad económica, excepto para Venezuela. Por la falta de datos oficiales sobre PYME, sólo se muestra el criterio para definir el tamaño de las industrias por número de trabajadores; el peso de las actividades económicas para Venezuela se muestra como porcentaje del PIB y según el CIIU (ONU, 2009), incluyendo la Actividad Petrolera (*) y los Servicios de la Administración Pública como las *Misiones* (programas sociales dirigidos a sectores más excluidos de la población).

A continuación se describen algunas de las principales fuentes utilizadas en los seis países en estudio para mostrar la situación actual de las PYME de la región.

Bolivia: los criterios empleados para fijar el tamaño de las empresas y el número de PYME por actividad económica son datos tomados de INE, año 2011, Encuesta a las Microempresas y Pequeñas Empresas de Bolivia (citado por Collao, 2011). Según el INE, en Bolivia, el mercado de trabajo de la población ocupada se divide en: familiar 57,05%, empresarial 17,41%, semiempresarial 13,58%, estatal 8,60% y doméstico 3,60%.

Brasil: la clasificación de las empresas por tamaño en este país se hace con base en la Ley Complementaria 123/2006 y lo establecido por el Servicio Brasileño de Apoyo a las Microempresas y Pequeñas Empresas (SEBRAE, citado por Pessoa de Matos & Arroio, 2011), tomando como referencia el número de personas ocupadas y las ventas anuales de las empresas.

La mayoría de los datos sobre el subsector de las PYME provienen del Servicio Brasileño de Apoyo a las Microempresas y Pequeñas Empresas (SEBRAE), que es una entidad autónoma paraestatal de carácter privado con fondos públicos que contribuye con la disseminación del conocimiento necesario para la creación, desarrollo y mantenimiento de los micronegocios y pequeños negocios, a través de centros de atención, ferias de emprendedores, programas de formación, productos audiovisuales, exposiciones, publicaciones, entre otras actividades.

Colombia: la Ley 905 de 2004 (citada por Zuleta, 2011) es el referente legal que en el país establece los parámetros para la definición del tamaño de microempresa y pequeñas empresas y representa el marco legal para la formulación de políticas públicas del subsector.

República Dominicana: el criterio para establecer el tamaño de las empresas por el número de trabajadores se establece con base en la Ley de Fomento Competitivo de las Microempresas, Pequeñas y Medianas Empresas o MIPYME, Ley 488-08 (Zevallos, 2011). El porcentaje de empresa por sector económico es una referencia del trabajo preparado por el Banco Mundial en el año 2010 y el personal ocupado por tamaño de las empresas tiene como fuente la Encuesta Nacional de Fuerza de Trabajo de año 2009, pues en este país no se cuenta con un Censo Económico o estadísticas sobre sector empresarial que permitan unificar la información y los criterios para su presentación.

Uruguay: la Dirección Nacional de Artesanías, Pequeñas y Medianas Empresas o DINAPYME, a través del Decreto Ley 504/07 de 2007 (citado por Ferreira, 2011) clasifica a las microempresas, pequeñas y medianas empresas según el personal ocupado y el monto de sus ventas anuales.

Venezuela: la Ley de Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria y Unidades de Propiedad Social o LPDPYMIUPS (RBV, 2008b) es el instrumento que regula este sector y establece el criterio para la definición del tamaño de estas entidades con base en el número de trabajadores. Para observar el peso porcentual de las principales actividades económicas, se tiene como referencia las consideradas en el CIU, Revisión 4 (ONU, 2009).

Sin embargo, en Venezuela hay que incluir la Actividad petrolera y los Servicios de la administración pública, sectores que tienen un peso considerable como porcentaje del PIB en

el país. Dado que en Venezuela los datos disponibles sobre actividades económicas de las PYME no son precisos, sólo se dispone de información respecto a los 22 subsectores a los que se dedican las Pequeñas y Medianas Industrias o PYMI.

Los más destacados son: 38,77%, a Alimentos y bebidas; 8,03% a Elaboración de productos metálicos (no maquinaria ni equipos); 7,12% a Fabricación de muebles y 46,08% al resto de los subsectores, lo cual indica que la oferta tiende al suministro de bienes de consumo final destinados en su mayoría al mercado interno.

En el Cuadro N° 4.5 se muestran de forma resumida las políticas públicas e instituciones de fomento y apoyo a las PYME en los países considerados.

Cuadro N° 4.5.
Políticas Públicas e Instituciones de fomento y apoyo a las PYME en países Latinoamericanos al 2011

Países	Políticas públicas de fomento y apoyo a las PYME	Instituciones de fomento y apoyo a las PYME Nacionales	Otras instituciones o iniciativas públicas o privadas
Bolivia	<ul style="list-style-type: none"> • Plan Nacional de Desarrollo • Plan Sectorial de Desarrollo Productivo (basado en el Modelo de Economía Plural) • Nueva Constitución Política del Estado (NCPE) • Ley Marco de Autonomías y Descentralización • Compras Estatales • Código de Comercio • Anteproyecto de Ley MIPYME • RUEX (Registro Único de Exportadores otorga licencias de certificación de origen) • Programa de Financiamiento Productivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Desarrollo Productivo y Economía Plural • Vice-Ministerio de Microempresa y Pequeña Empresa • Vice-Ministerio de Producción Industrial a Mediana y Gran Escala • Pro-Bolivia (servicios y apoyo a las PYME) • Promueve-Bolivia (promoción comercial y apoyo al exportador) • Insumos Bolivia (adquisición de materias primas e insumos para el desarrollo de unidades productivas) • SENAVEX(emisión de documentos oficiales para la realización de exportaciones) • Banco de Desarrollo Productivo • FONDESIF (Fondo para el Desarrollo del Sistema Financiero) 	<ul style="list-style-type: none"> • Programa Alt Invest IV (iniciativa de la Comisión Europea para el apoyo a la internacionalización de las PYME) • CNI (Cámara Nacional de Industrias) • CAINCO (Cámara de Industria y Comercio) • Proyecto Piloto de Productividad y Desarrollo (iniciativa de la CNI para la productividad y competitividad de las PYME) • ASOFIN y FINRURAL (otorgan microcréditos) • Programa de Negocios Inclusivos para Microproductores y Pequeños Productores (financiado por la CAF)
Brasil	<ul style="list-style-type: none"> • Constitución Federal • Ley de las Microempresas y Pequeñas Empresas (Ley 9317) • Ley General de las MYPE • Compras Públicas (tratamiento preferencial en las licitaciones de las PYME) • SIMPLES (Sistema simplificado de recaudación de impuestos) • Consorcio SIMPLES (figura jurídica que promueve la asociación de PYME para obtener economías a escala) • Fondo de Amparo al Trabajador • MEI (Microemprendedores Individuales) • RedeSist (Sistema de Aglomeraciones Productivas Locales) • PPA (Plan Pluri-Anual) • PICTE (Política Industrial, Tecnológica y de Comercio Exterior) • PACTI (Plan de Acción Ciencia, Tecnología e Innovación para el Desarrollo Nacional) • PDP (Política de Desarrollo Productivo) • Microcréditos • Ley de Innovación (promueve mayor interacción entre empresas y centros de investigación) • Ley del Bien (deducciones fiscales y subvenciones para proyectos de I+D) • PNI (Programa nacional de Apoyo a Incubadoras de Empresas y Parques Tecnológicos) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio del Desarrollo, Industria y Comercio Exterior • GTP-APL (Grupo de Trabajo Permanente para Aglomeraciones Productivas Locales) • Ministerio de Ciencia y Tecnología • BNDES (Bco. Nacional de Desarrollo Económico y Social) • INMETRO (Instituto Nacional de Metrología, Normalización y Calidad Industrial) • SUFRAMA (Superintendencia de la Zona Franca de Manaus) • APEX (Agencia Brasileña de Promoción de Exportaciones e Inversiones) • CNDI (Consejo Nacional de Desarrollo Industrial) 	<ul style="list-style-type: none"> • SEBRAE (Servicio Brasileño de Apoyo a las Microempresas y Pequeñas Empresas, organismo autónomo paraestatal que funciona como centro de asistencia de negocios para las PYME) • SENAI (organismo paraestatal dedicado al Servicio Nacional de Aprendizaje Industrial)

Colombia	<ul style="list-style-type: none"> • Política Nacional de Productividad y Competitividad • Plan Nacional de Emprendimiento • Sistema Nacional de Apoyo a las MIPYME • FOMIPYME (proyectos para mejorar la productividad y promover la formalización de las empresas) • SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje) • Sistema Nacional de Creación e Incubación de Empresas • Programa COLCIENCIAS (recursos para proyectos de I+D) • Ley 1429 (Ley para promover la formalización laboral de la PYME a través de la exención o deducción de tributos) • Ley de Factoring (permite el desarrollo de este producto para las PYME) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Hacienda y Crédito Público • Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (a través del Consejo Superior de Pequeña y Mediana Empresa y de la Dirección de Microempresas) • FNG (Fondo Nacional de Garantías que facilita el acceso al crédito para las PYME mediante el otorgamiento de garantías) • CNC (Consejo Nacional de Competitividad) • BANCOLDEX (Servicios financieros para PYME, incluyendo leasing) • Banca de Oportunidades (promueve el acceso a crédito para familias de menores ingresos, PYME y emprendedores) • Consejos Regionales de PYME • Comisiones Regionales de Competitividad • PROEXPORT (Agencia de promoción a la exportación) • DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas a través de instrumentos como: Encuesta de Microestablecimientos de Comercio, Servicios e Industria, Encuesta Anual Manufacturera, Censo de Población, Encuesta de Innovación y Desarrollo Tecnológico de la Industria Manufacturera) 	
República Dominicana	<ul style="list-style-type: none"> • PNCS (Plan Nacional de Competitividad Sistémica) • SNIDT (Sistema Nacional de Innovación y Desarrollo Tecnológico) • Ley de Fomento Competitivo de las MIPYME 488-08 (instrumento legal que apoya la política de fomento empresarial) 	<ul style="list-style-type: none"> • Secretaría de Estado de Industria y Comercio • Consejo Nacional de Promoción y Apoyo a la Microempresa, Pequeña y Mediana Empresa • Consejo Nacional de Innovación y Desarrollo Tecnológico • CNC (Consejo Nacional de Competitividad) • FONMYPYME (Fondo para promover el financiamiento de las MYPYME a través de la intermediación financiera con cooperativas de ahorro, bancos comerciales y otras entidades financieras) • CFI (Corporación de Fomento Industrial) • CEI-RD (Centro de Exportación e Inversión de la Rep. Dominicana) • INFOTEP (Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional) • IIBI (Instituto de Innovación de Biotecnología) • PROINDUSTRIA (ente regulador de todos los proyectos, planes y medidas de todo el sector industrial del país) • Banco de Reservas (banco público que presta servicios de apoyo financiero a la PYME) • FONDOCYT (Fondo Nacional de Innovación y Desarrollo Científico y Tecnológico) • Red Nacional de <i>Clusters</i> (involucra <i>clusters</i> turísticos, de desarrollo de software y artesanales) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fondo Micro (Fondo para el Financiamiento de la microempresa, organismo no gubernamental que provee servicios financieros y no financieros para las microempresas y pequeñas empresas) • OLACD (Observatorio Laboral de Centroamérica y República Dominicana) • CODOPYME (sector privado-Confederación Dominicana de la PYME) • ADOPEM (Asociación Dominicana para el Desarrollo de la Mujer) • FDD (Fundación Dominicana para el Desarrollo) • PROEMPRESA (Programa de Apoyo a las Pequeñas Empresas Privadas Dominicanas) • Plan Estratégico de las PYME de la República Dominicana (iniciativa liderada por la Oficina Nacional para los Fondos Europeos de Desarrollo que se encarga de supervisar la cooperación europea)

Uruguay	<ul style="list-style-type: none"> • Decreto Ley 504/07 • Mapa Digital Productivo • CARPE (Programa Creación, Asistencia Técnica y Redes para la Profesionalización Empresarial) • Observatorio de Microfinanzas • Uruguay Fomenta (información y asesoramiento sobre líneas de apoyo al desarrollo productivo de la MIPYME) • PIP (Programa de Inversión Productiva) • Exporta Fácil (simplificación de la exportación por vía postal) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Industria, Energía y Minería • DINAPYME (Dirección Nacional de Artesanías, Pequeñas y Medianas Empresas) • DNES (Dirección Nacional de Economía Social) • DINA E (Dirección Nacional de Empleo) • OPP-APT (Oficina de Planeamiento y Presupuesto-Área de Políticas Territoriales) 	<ul style="list-style-type: none"> • Órganos paraestatales: • ANII (Agencia Nacional de Investigación e Innovación) • CND (Corporación Nacional para el Desarrollo) • SIGA (Sistema Nacional de Garantías para Empresas) • PACPYME (Programa a la Competitividad y Exportación de las PYME) • Instituto de Promoción de Exportaciones Uruguay XXI • INACAL (Instituto Nacional de Calidad) • INEFOP (Instituto Nacional de Empleo y Formación Profesional) • LATU (Laboratorio Tecnológico de Uruguay) • República Microfinanzas (Banco que otorga microcréditos) • Cámaras y Asociaciones: • ANMYPE (Asociación Nacional de Microempresa y Pequeña Empresa) • CIU (Cámara de Industria de Uruguay) • CNCS (Cámara Nacional de Comercio y Servicios) • CUTI (Cámara Uruguaya de Tecnologías de Información) • CEDU (Confederación Empresarial de Uruguay) • FUNDASOL (capacitación y asesoramiento en gestión empresarial) • IPRU (Instituto de Promoción Económico Social de Uruguay) • Kolping (programas de formación profesional y servicios de apoyo a emprendedores) • Organismos Internacionales: • BID-FOMIN (Fondo multilateral de Inversiones del BID) • ART-PNUD (Articulación de Redes Temáticas y Territoriales para el Desarrollo Humano del PNUD) • ONUDI (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial) • ENDEAVOR (desarrollo de empresas jóvenes en mercados emergentes)
---------	--	---	---

Venezuela (*)	<ul style="list-style-type: none"> • CRBV (Constitución de la República Bolivariana de Venezuela) • Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007 • PNDR (Plan Nacional de Desarrollo Regional 2001-2007) • Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013 • LPDPYMIUPS de 2008 (Decreto con rango, valor y fuerza de Ley para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria y Unidades de Propiedad Social) • Compras Públicas (promueve la participación de las PYMI como proveedoras) • SNGR (Sistema Nacional de Garantías Recíprocas para las PYMI, que facilita el acceso al financiamiento bancario) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ministerio del Poder Popular de Planificación y Finanzas (que basa el modelo en un desarrollo “desde arriba” a través de las “fachadas de integración”, “ejes de desconcentración” y dinámica regional a través de las “ZEDES” zonas especiales de desarrollo sustentable) • Ministerio del Poder Popular de Producción y Comercio • Ministerio del Poder Popular para Ciencia y la Tecnología e Industrias Intermedias • FONPYME (Fondo Nacional de Garantías recíprocas para la PYME) • INAPYMI (Instituto Nacional de Desarrollo de la PYMI) • INE (Instituto Nacional de Estadística genera estadísticas sobre el sector industrial a través de la Encuesta Industrial) (INE, 2004) • BID (Banco Industrial de Venezuela a través de FONCREI fondo de crédito industrial) • INCES (Instituto de Capacitación y Educación Socialista) • FONDAFA (Fondo de Desarrollo Agropecuario, Pesquero y Forestal y Afines) • FONDEMI (Fondo de Desarrollo Microfinanciero) • BANDES (Banco de Desarrollo Económico y Social de Venezuela) • Banca Especial del Estado (Banco del Pueblo y Banco de la Mujer) <ul style="list-style-type: none"> • BANCOEX (Banco de Comercio Exterior) 	<ul style="list-style-type: none"> • CONINDUSTRIA (Confederación Venezolana de Industriales)
---------------	---	---	---

Fuente: elaboración propia, con datos tomados de CEPAL/AECID (2011)

(*) Las políticas públicas y la función de las instituciones para el caso particular de las PYME en Venezuela serán explicadas más adelante en el apartado 4.4., a través de la Figura 4.3.

4.3.2. Principales aportes y limitaciones de las políticas públicas de fomento y apoyo a las PYME en países latinoamericanos

En general, la cooperación empresarial o relaciones de asociatividad en el sector empresarial de las PYME de América Latina y el Caribe son prácticas poco frecuentes, lo cual representa un obstáculo para la coordinación de acciones conjuntas. Aunque observa un alto índice de emprendimientos, en estos países hay que distinguir entre emprendimientos de oportunidad y los de necesidad; es decir, debe distinguirse a las empresas que tienen la oportunidad de crecer de aquellas más cercanas a la subsistencia (Zevallos, 2011).

Mientras que en el primer caso las empresas tienen la posibilidad de consolidarse, en el segundo caso son más propensas a la mortalidad, con ciclos de vida muy cortos, mínima contribución al crecimiento económico nacional y al bienestar de los propios emprendedores. A pesar de los esfuerzos de los gobiernos de algunos países por mejorar la competitividad de las PYME de Latinoamérica con miras a la internacionalización, gran parte de estas empresas limita su acción al mercado local y regional en los cuales los requerimientos de calidad de los servicios y productos tienden a ser inferiores y la competencia es menos intensa.

Las PYME de estos países muestran un desempeño exportador bastante limitado y el sector exhibe una marcada orientación hacia el mercado interno junto con un bajo desempeño en términos de productividad y competitividad (Ferreira, 2011). Esto origina una brecha importante entre las PYME y las grandes empresas, que es parte de la heterogeneidad estructural de la economía de la región (Ferraro & Stumpo, 2010).

Otro aspecto que se observa de forma reiterada en el sector empresarial de estos países es que, a pesar de la importancia del subsector PYME, la formulación de políticas públicas se hace de forma agregada para todo el sector empresarial. Por su parte, en los países donde esta práctica se ha mejorado, no se realizan los suficientes controles que permitan medir la eficiencia en la aplicación de estas políticas y que justifique su institucionalidad. También caracteriza a las PYME de la región la relación inversa entre número de establecimientos industriales grandes y la contribución al empleo. Se observa que mientras la microempresa es el segmento más numeroso, su aporte a la economía es más bajo. Esta es una situación que se manifiesta de forma general en el sector empresarial de los países de América Latina. En contraste, la generación de producto por empleado ocupado es mucho mayor en las grandes empresas que en las pequeñas y medianas (Collao, 2011).

Los altos índices de informalidad de las microempresas y pequeñas empresas de la región es otro aspecto que las caracteriza. Esto se debe a múltiples factores, entre los cuales destacan la

evasión de imposiciones fiscales y tributarias y los débiles controles ejercidos por las entidades gubernamentales, lo cual alienta a su vez esta conducta y dificulta su seguimiento y medición. Otra dificultad que se manifiesta de forma reiterada en los países de Latinoamérica y el Caribe es encontrar información actualizada y confiable, de fuente pública, del sector empresarial y de las variables relacionadas con el diseño y ejecución de políticas públicas. Esta carencia revela la falta de coordinación interinstitucional en el aparato estatal, que trae problemas no sólo a los entes gubernamentales sino también a los propios beneficiarios (Zevallos, 2011).

Entre los principales problemas que enfrentan las PYME de Bolivia se encuentra el alto índice de informalidad de estas empresas, lo que dificulta su medición y seguimiento. Esto es debido a la alta carga normativa, debilidad de las instituciones públicas y la baja percepción de los beneficios de la formalización. Sin embargo, esto constituye un reto para las entidades gubernamentales para promover su inclusión en el crecimiento económico. En este país la productividad empresarial está relacionada con el tamaño de las empresas; es decir, a mayor tamaño de las empresas mayor productividad, aún cuando las más pequeñas generan mayor número de empleos. Sobre la situación de la Empresa Familiar, en particular en Bolivia, la microempresa y pequeña empresa de este país funciona bajo la lógica de *negocio familiar*, donde los líderes carecen de la formación y capacitación suficientes como para introducir cambios en la gestión profesional de las empresas, por lo que la gestión se lleva a cabo de manera empírica e intuitiva (Collao, 2011).

En Brasil se observa la importante contribución de las PYME a actividades consideradas intensivas en conocimiento en empresas cuyos rubros están relacionados con tecnologías de información y comunicaciones, desarrollo de *software* y en servicios profesionales. También se observa una importante reducción de la informalidad debido a la implementación de medidas de simplificación de procedimientos y reducciones fiscales. En Brasil se observa que la evolución de los análisis y desarrollo de políticas públicas relacionadas con PYME giran en torno a dos ejes principales: por un lado, se busca la modernización de la estructura productiva y a la generación y difusión de nuevas tecnologías, sistemas y formatos organizacionales; por el otro, se enfatiza su potencial para contribuir al desarrollo socioeconómico en la mitigación del efecto de la crisis económica, en la disminución de las desigualdades regionales y en la inclusión de segmentos sociales marginados (Pessoa de Matos & Arroio, 2011).

En Colombia, en un estudio realizado por el Consejo Nacional de Competitividad en el año 2008 se establecen como pilares de la política de competitividad para el país el desarrollo de sectores y *clusters* de *clase mundial*, la promoción de la productividad y el empleo, la formalización laboral y empresarial, la promoción de la ciencia, la tecnología y la innovación.

En el mismo se identificaron ocho sectores de *clase mundial* que se caracterizan por tener una alta demanda en el mercado global y un elevado potencial de crecimiento en el país. Estos sectores son: autopartes, industria gráfica, energía eléctrica, textiles-confecciones, diseño y moda, servicios tercerizados, servicios de tecnología e información, cosméticos y turismo de salud. Sobre el caso particular de las Empresas Familiares se tiene que en Colombia el carácter familiar de sus PYME hace más difícil su formalización, especialmente en lo relacionado con la capacidad gerencial y el gobierno corporativo. Sin embargo, por su tamaño, estas empresas pueden ser más receptivas al cambio (Zuleta, 2011).

Para el caso de República Dominicana la mayor parte de información disponible sobre el desempeño de las PYME proviene de fuente privada, lo cual determina que esta información sólo sirva para establecer tendencias y pautas referenciales. Esto es debido, según Zevallos (2011), a la falta de coordinación interinstitucional ya que los organismos encargados duplican esfuerzos al recoger información sobre el sector empresarial que no se utiliza ni se comparte. Esto último constituye una seria limitación para los responsables de formulación de políticas públicas y para los propios beneficiarios de estas medidas.

En República Dominicana el abastecimiento de energía eléctrica constituye uno de los principales problemas, lo cual reduce la competitividad y obliga a los negocios a incurrir en costes adicionales. A esto se suman problemas como corrupción, delincuencia, inestabilidad macroeconómica, incertidumbre institucional, informalidad y financiamiento. Sin embargo, el país ha mostrado cifras de crecimiento sostenido durante los últimos diez años, medido como porcentaje del PIB nacional en comparación con el PIB de América Latina (Zevallos, 2011). Los sectores que han mostrado mayor dinamismo son la maquila textil, el turismo, las telecomunicaciones y los servicios financieros. Sobre el caso particular de la presencia y desempeño de Empresas Familiares en este país, sólo se pudo conocer que el 12% de las PYME de República Dominicana opera con trabajadores no pagados pues están integradas por el propietario y su familia.

Uruguay presenta dificultades para el desarrollo de las PYME debido a la falta de mano de obra calificada, regulación del mercado y leyes laborales, competencia desleal, tasas impositivas, falta de profesionalización de sus directivos, limitado acceso a información, entre otras dificultades. Sin embargo, este subsector ha mostrado mayor propensión al cambio para mejorar su desempeño, lo cual favorece la competitividad y un mayor interés en la implementación de modificaciones que mejoren la rentabilidad. Las políticas públicas de los últimos años han mostrado un aumento en la oferta de programas de apoyo para la innovación y capacitación de la PYME, en particular, aquella vinculada con

internacionalización, acceso a información, promoción de *cluster* y asociatividad. En el país el gobierno y las instituciones de apoyo al subsector han comenzado a liderar acciones alineadas con los impulsos generados por los proyectos de la cooperación internacional. Sin embargo todavía parece que la cooperación público-privada es débil en la articulación, visión y enfoque global. Se observa además la existencia de numerosos programas de promoción de la competitividad y desarrollo de las PYME, aunque éstos no se enmarcan dentro de un plan general de desarrollo del país (Ferreira, 2011).

Cuando se trata el caso de Venezuela es conveniente acotar que, durante tres lustros, el país atraviesa un proceso de cambios políticos e institucionales que ha generado una situación muy particular. No obstante lo anterior, en el plano económico se sostiene en un modelo monoprodutor (cuya base es el petróleo). Esto ha hecho que en este país coexistan las empresas de propiedad *privada* junto con las empresas de propiedad *social* (cooperativas y unidades familiares o comunitarias), lo que dificulta establecer diferenciaciones en la práctica. Según Graterol & Rondón (2011), la información oficial disponible no muestra cifras detalladas acerca del número, empleo que generan, producción, etc., lo que impide caracterizarlas y evaluar su desempeño.

Sólo se dispone de **cifras oficiales para el sector industrial manufacturero y lo que se denomina Pequeña y Mediana Industria o PYMI**, a través de las cifras que publica el Banco Central de Venezuela y el Instituto Nacional de Estadística provenientes de la Encuesta Industrial (INE, 2004). En los últimos diez años los principales problemas que ha enfrentado la economía venezolana giran en torno a la extensión del período de recesión, reducción de la inversión privada, sobrevaluación del tipo de cambio, aumento en las tasas de inflación y tendencia a la minimización de la actividad productiva privada en las exportaciones del país.

Por otro lado, en Venezuela no se observa la articulación de esfuerzos con entes privados u organismos internacionales para el desarrollo del subsector PYME, debido a la política de Estado que se adelanta desde la llegada del denominado *Socialismo del Siglo XXI* al poder. Uno de los mayores problemas para realizar este tipo de trabajo es la dificultad para conseguir información organizada completa y fiable sobre el sector de la PYME del país, por lo que se hace necesaria la consolidación de un sistema de información estadístico que contribuiría con la adecuada formulación y evaluación de políticas públicas vinculadas con las PYME de Venezuela (Graterol & Rondón, 2011).

4.4. Políticas públicas de fomento y apoyo al sector empresarial en Venezuela y su vinculación con el desarrollo local

Para presentar la información de este apartado se han considerado como elementos de orden, las instituciones e instrumentos que en Venezuela determinan la estructura y contenido de las políticas públicas dirigidas específicamente al sector empresarial y su vinculación con el desarrollo local.

Para ello, el apartado se ha estructurado en dos epígrafes. En el epígrafe 4.4.1 se aborda el Sistema Nacional de Planificación en Venezuela como eje central de donde emanan las políticas públicas del país, desde los Planes Nacionales de Desarrollo hasta el Plan Regional de Desarrollo; este último visto como herramienta para poner en práctica el denominado Modelo de desarrollo endógeno y soberano, directriz principal que orienta los esfuerzos sobre desarrollo local en el país. En este contenido se trata de extraer y mostrar en cada nivel del sistema de planificación, aquellas políticas e instituciones de fomento y apoyo al sector empresarial de forma particular.

Luego, en el epígrafe 4.4.2 se trata lo concerniente al ordenamiento jurídico venezolano, relacionado con disposiciones gubernamentales orientadas a normar la actividad económica y comercial de las empresas en Venezuela, así como lo relacionado con la organización ciudadana como uno de los primeros pasos en el país para el ejercicio de la participación del sector privado y la sociedad civil en su rol de agentes del desarrollo.

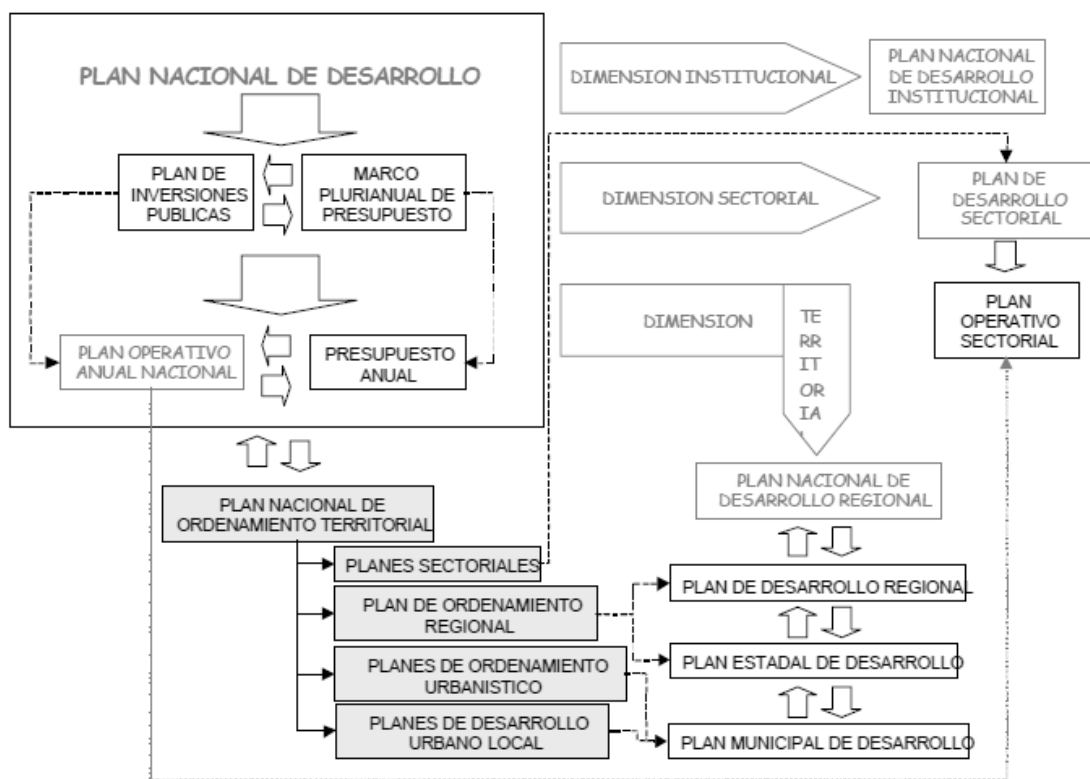
4.4.1. Sistema Nacional de Planificación en Venezuela y su vinculación con políticas públicas del sector empresarial en el marco del desarrollo local

Los planes de la nación representan una vía para alcanzar el crecimiento económico y conducir al desarrollo de un país. Es un proceso de planificación y coordinación importante pues sirve como instrumento auxiliar para la toma de decisiones y la ejecución de programas gubernamentales. Venezuela se incorpora a este proceso³⁷ a partir de la década de 1960, con el fin de apuntalar el modelo de sustitución de importaciones imperante en la región, el cual contaba con la planificación del desarrollo como instrumento de apoyo para su puesta en práctica.

³⁷ Desde 1960 hasta 1999 en Venezuela se han formulado e instrumentado nueve planes de la nación: Primer Plan de la Nación 1960-1964; Segundo Plan de la Nación 1965-1966; Tercer Plan de la Nación 1965-1968; Cuarto Plan de la Nación 1970-1974; Quinto Plan de la Nación 1976-1980; Sexto Plan de la Nación 1981-1985; Séptimo Plan de la Nación 1984-1988; Octavo Plan de la Nación 1989-1993; Noveno Plan de la Nación 1995-1999.

El gobierno actual ha formulado tres planes de la nación en su período de mandato: el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007 (MPPPD, 2001), el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013 (MPPPD, 2006) y el Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación para el período 2013-2019 (RBV, 2013), este último formulado bajo un instrumento jurídico como Ley del Plan de la Patria (2013). En la Figura N° 4.1 puede observarse la estructura del Sistema Nacional de Planificación, en la que estos grandes planes nacionales están integrados con los planes regionales:

Figura N° 4.1. Sistema Nacional de Planificación



Fuente: MPPPD (2000)

El primer Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007 fue el punto de partida para orientar la política del gobierno actual y en él se formularon los objetivos que se aprecian en el Cuadro N° 4.6. Dentro del contenido de este plan, en lo correspondiente a políticas públicas dirigidas específicamente al sector empresarial se encuentran algunas referencias en el objetivo *Desarrollar la economía productiva* a través de la estrategia *Diversificación productiva*.

Cuadro N° 4.6.
Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación
2001-2007. Objetivos y estrategias

Líneas o Ejes Generales	Objetivos	Estrategias
Económico	Desarrollar la economía productiva	Diversificación productiva
Social	Alcanzar la equidad social	Incorporación progresiva (Inclusión)
Político	Construir la democracia bolivariana	Participación protagónica corresponsable
Territorial	Ocupar y consolidar el territorio	Descentralización desconcentrada
Internacional	Fortalecer la soberanía nacional y promover un mundo multipolar	Pluralización multipolar

Fuente: elaboración propia, con base en informe del MPPPD (2000)

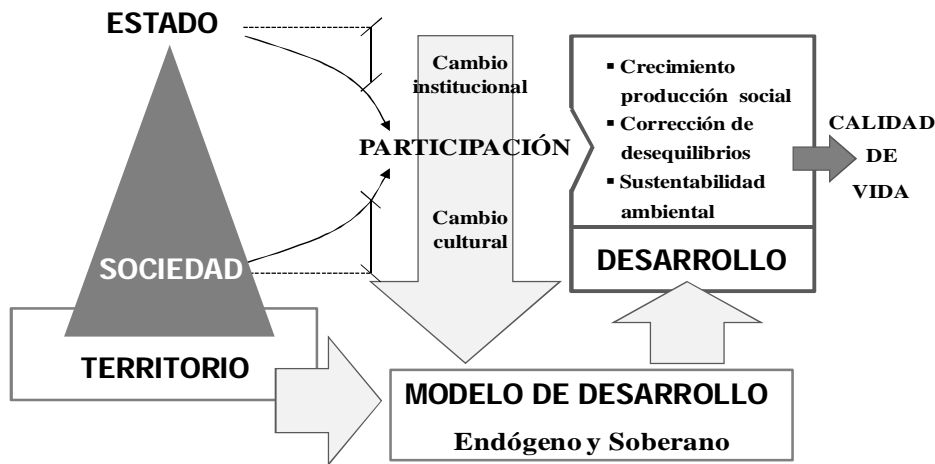
En cuanto al objetivo *Desarrollar la economía productiva* se considera necesario: i) Diversificar la producción, mediante la organización de un sistema integral de fomento a las exportaciones no petroleras; ii) Fortalecer la integración de cadenas productivas a través del diseño y ejecución de programas de articulación entre los sectores primarios, manufactureros y servicios, para generar mayor valor agregado nacional y progreso técnico; iii) Garantizar la seguridad alimentaria; iv) Incrementar y fortalecer a la PYME, con base en el desarrollo de instituciones y de políticas distintas para los objetivos económicos y sociales de este sector; v) Incorporar y adaptar nuevas tecnologías, por lo que deberá lograrse la masificación de los programas de formación científica y tecnológica; y, vi) Consolidar el sector financiero público, con el propósito de optimizarlo, agilizarlo y potenciar su capacidad de asistencia técnica y financiera para desarrollar los sectores productivos.

La estrategia de *Diversificación productiva* estará acompañada de un conjunto de medidas que permitan el desarrollo de una poderosa economía social. Entre ellas: i) Formación de microempresas, nuevas formas de cooperativas, empresas campesinas, acompañadas por medidas complementarias en materia financiera, asistencia técnica, capacitación, comercialización y reformas de los mecanismos de regulación; ii) Diversificación industrial e impulso de crecimiento que ella desarrolle pasarán a ser factores fundamentales de la sostenibilidad fiscal, al producir un incremento significativo de la recaudación tributaria no petrolera; y, iii) Estabilización cambiaria mediante el anclaje del tipo de cambio, lo que daría soporte a la sostenibilidad fiscal.

El plan 2001-2007 fue el primero en hacer referencia al modelo de desarrollo local que se aplicaría en el país. Todo esto expresa la concepción del propio modelo de desarrollo para Venezuela el cual se denomina: **Modelo de desarrollo endógeno y soberano** (MINCI, 2004). Este modelo pretende ser el enlace entre el Estado, la sociedad y el territorio, a través de la participación voluntaria y protagónica de la población producto de un cambio institucional y

cultural que traería como consecuencia el crecimiento de la producción social, la corrección de desequilibrios macroeconómicos, la sustentabilidad ambiental y en definitiva que permita cumplir el mayor objetivo que es la mejora en la calidad de vida de los ciudadanos del país. En la Figura N° 4.2 pueden verse estas relaciones:

Figura N° 4.2. Modelo de desarrollo endógeno y soberano



Fuente: MPPPD (2000)

En la propuesta del Ministerio del Poder Popular para la Planificación y Desarrollo de la República Bolivariana de Venezuela, plasmada en el *Modelo de desarrollo endógeno y soberano* (MPPPD, 2000), se define Desarrollo Endógeno como un proceso en donde lo social se integra con lo económico y en el cual se pueden identificar al menos, tres dimensiones:

- Dimensión Económica: caracterizada por un sistema específico de producción que permite a los agentes locales usar eficientemente los factores productivos y alcanzar los niveles de productividad necesarios para ser competitivos en los mercados.
- Dimensión Sociocultural: donde los actores económicos y sociales se integran con las instituciones locales formando un sistema denso de relaciones que incorpora los valores de la sociedad en el proceso de desarrollo.
- Dimensión Política: que se instrumenta mediante las iniciativas locales y permite crear un entorno local que estimula la producción y favorece al desarrollo sostenible.

Asimismo, en la concepción gubernamental de Desarrollo Endógeno para Venezuela se establecen las Líneas de Acción Estratégicas a seguir para lograr los objetivos del modelo: i) Formación de fuerza de trabajo: que consiste en desarrollo de capacidades y conocimiento para la creación y mantenimiento de puestos de trabajo; ii) Infraestructuras básicas: que

consiste en solventar las deficiencias que obstaculizan la supervivencia de actividades productivas; iii) Gestión de recursos y patrimonio: que consiste en desarrollo de nuevas iniciativas económicas con usos alternativos respecto al pasado; iv) Investigación y tecnología: que consiste en difusión de información, soporte a I+D, creación de relaciones entre universidades, investigación y actividades productivas; v) Desarrollo socioempresarial: que consiste en creación de cooperativas, microempresas, *Empresas Familiares*; vi) Desarrollo de cadenas productivas, incentivos financieros, asistencia técnica, desarrollo de mercado financiero; y, vii) Calidad de vida: que consiste en gestión del entorno físico y medio-ambiental.

Como se observa, en el primer Plan de la Nación 2001-2007 (MPPPD, 2001) se aprecia una clara intención de lograr un desarrollo económico sustentado en la diversificación económica y la equidad social, donde las políticas dirigidas a las empresas ocupan un lugar importante cuando formulan como objetivo: desarrollar la economía a través de la diversificación productiva, bajo la concepción del propio modelo de desarrollo para Venezuela el cual se denomina: *Modelo de desarrollo endógeno y soberano*.

Específicamente en su Dimensión Económica (caracterizada por un sistema específico de producción que permite a los agentes locales usar eficientemente los factores productivos y alcanzar los niveles de productividad necesarios para ser competitivos en los mercados) y empleando como línea de acción estratégica el Desarrollo Socioempresarial (que consiste en creación de cooperativas, microempresas, *Empresas Familiares*, desarrollo de cadenas productivas, incentivos financieros, asistencia técnica, desarrollo de mercado financiero).

En los últimos quince años, los seguidores de este modelo político han adoptado este pensamiento como un modo de vida. Las siete directrices de este modelo político y sus objetivos, contemplados en el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013 (MPPPD, 2006), se muestran en el Cuadro N° 4.7.

En el segundo Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013 (MPPPD, 2006) se establecen las orientaciones para la construcción del Socialismo del Siglo XXI de la República Bolivariana de Venezuela; presenta un contenido más político e ideológico, donde resalta la finalidad de transformar la nación en un Estado socialista.

Dentro de este contenido el rol de las empresas no está muy claro, pero surgen nuevas formas de organización económica inspiradas en valores comunitarios y de solidaridad social como las cooperativas, Empresas de Producción Social (EPS) y Unidades de Producción Social (UPS), bajo el Modelo Productivo Socialista (cuyo propósito es lograr trabajo con significado, se busca la eliminación de la división social, de la estructura jerárquica y de la disyuntiva entre la

satisfacción de las necesidades humanas y la producción de riqueza subordinada a la producción del capital).

Cuadro N° 4.7.

Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013. Directrices y objetivos

Directrices	Objetivos
1. Nueva ética socialista	Refundación de la Nación Venezolana, la cual hunde sus raíces en la fusión de los valores y principios de lo más avanzado de las corrientes humanistas del Socialismo y de la herencia histórica del pensamiento de Simón Bolívar.
2. Suprema felicidad social	Construcción de una cultura social incluyente, un nuevo modelo social, productivo, humanista y endógeno, se persigue que todos vivamos en similares condiciones rumbo a lo que decía el libertador: “La suprema felicidad social”.
3. Democracia protagónica y revolucionaria	Consolidación de la organización social, de tal manera de transformar su debilidad individual en fuerza colectiva, reforzando la independencia, la libertad y el poder originario del individuo.
4. Modelo productivo socialista	Eliminación de la división social, de la estructura jerárquica y de la disyuntiva entre la satisfacción de las necesidades humanas y la producción de riqueza subordinada a la producción del capital.
5. Nueva Geopolítica Nacional:	Modificación de la estructura socioterritorial de Venezuela persigue la articulación interna del modelo productivo, a través de un modelo de desarrollo territorial desconcentrado, definido por ejes integradores, regiones programa, un sistema de ciudades interconectadas y un ambiente sustentable.
6. Venezuela: potencia energética mundial	El acervo energético del país posibilita una estrategia que combina el uso soberano del recurso con la integración regional y mundial. El petróleo continuará siendo decisivo para la captación de recursos del exterior, la generación de inversiones productivas internas, la satisfacción de las propias necesidades de energía y la consolidación del Modelo Productivo Socialista.
7. Nueva geopolítica internacional	Construcción de un mundo multipolar implica la creación de nuevos polos de poder que representen el quiebre de la hegemonía unipolar, en la búsqueda de la justicia social, la solidaridad y las garantías de paz, bajo la profundización del diálogo fraterno entre los pueblos, su autodeterminación y el respeto de las libertades de pensamiento.

Fuente: elaboración propia, MPPPD (2006)

Según Graterol & Rondón (2011, p. 362), en estos dos planes de la nación (2001-2007 y 2007-2013) se advierten algunas contradicciones en los propósitos básicos, que han traído como consecuencia “[...] por una parte, que no se hayan podido diseñar ni implementar con eficiencia estrategias estructuradas y permanentes para el desarrollo del sector productivo; y por otra, que se aplique un modelo en el cual el Estado tiende a desplazar en forma creciente al sector privado en las funciones productivas, debilitando al sector empresarial”.

Por su parte, el tercer plan denominado Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación para el período 2013-2019 que está formulado en un instrumento jurídico como Ley del Plan de la Patria (RBV, 2013) contempla cinco grandes objetivos:

1. Defender, expandir y consolidar el bien máspreciado que hemos reconquistado después de 200 años: la Independencia Nacional.
2. Continuar construyendo el socialismo bolivariano del siglo XXI, en Venezuela, como alternativa al sistema destructivo y salvaje del capitalismo y con ello asegurar la

“mayor suma de seguridad social, mayor suma de estabilidad política y la mayor suma de felicidad” para nuestro pueblo.

3. Convertir a Venezuela en un país potencia en lo social, lo económico y lo político dentro de la Gran Potencia Naciente de América Latina y el Caribe, que garanticen la conformación de una zona de paz en nuestra América.
4. Contribuir al desarrollo de una nueva Geopolítica Internacional en la cual tome cuerpo un mundo multicéntrico y pluripolar que permita lograr el equilibrio del universo y garantizar la paz planetaria.
5. Preservar la vida en el planeta y salvar a la especie humana.

La Ley del Plan de la Patria 2013-2019 también contempla Metas Nacionales para el período considerado, tal como puede verse en el Cuadro N° 4.8.

Cuadro N° 4.8.
Ley del Plan de la Patria. Metas Nacionales para el período 2013-2019

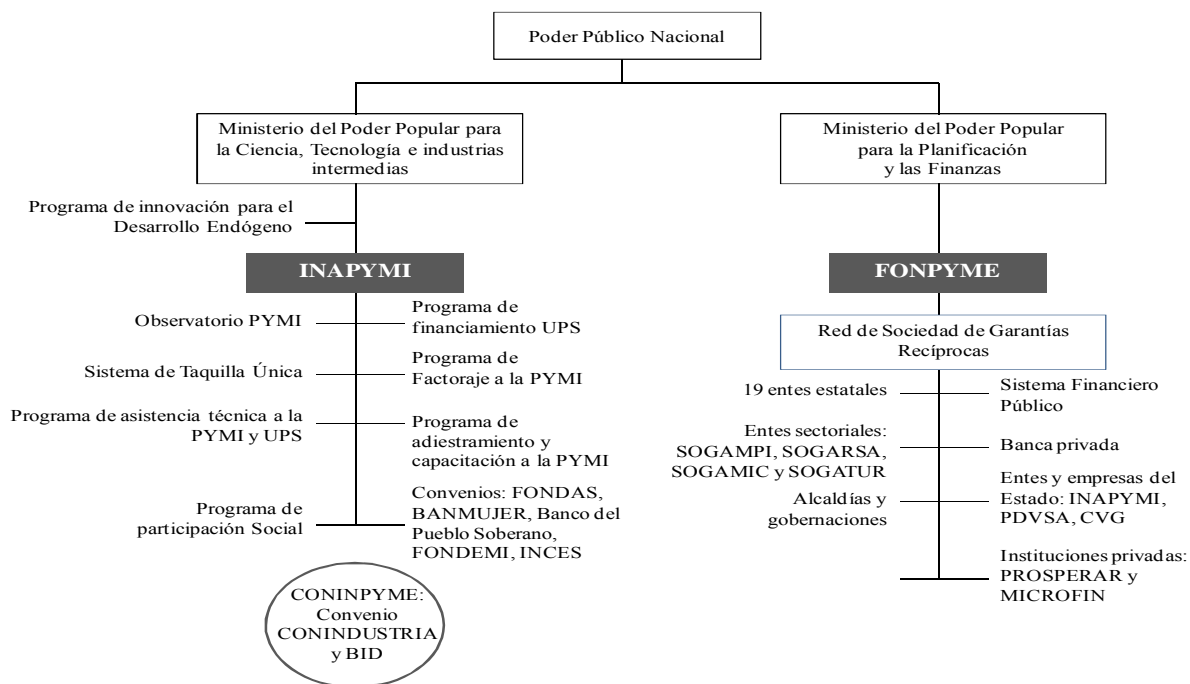
Metas	
Metas macroeconómicas	Metas macrosociales (*)
Producto Interno Bruto Tasa de crecimiento promedio anual entre 3,0% y 4,0%	Reducción de la pobreza y pobreza extrema por hogares (%) 15,0% pobreza. 0% pobreza extrema
Inflación Tasa de inflación promedio anual 20%	Índice de Desarrollo Humano (IDH) 0,800 (IDH muy alto)
	Coefficiente de Gini 0,340
Producción Petrolera Producción de crudo: 6 MMBD para el año 2019 Producción de gas natural: 10.494 MMPCD para el año 2019 (MMBD: Millones de Barriles Diarios; MMPCD: Millones de Pies Cúbicos Diarios)	Esperanza de vida al nacer Mujeres: 78,9 años de edad Hombres: 72,9 años de edad
Desempleo Tasa promedio entre 5% y 7%	Desnutrición infantil en menores de 5 años (%) 1,4%
	Tasa de mortalidad infantil en menores de 5 años 11,7 por cada mil nacidos vivos
	Matrícula estudiantil por nivel de educación Educación preescolar: 97,0% Educación primaria: 98,5% Educación media: 95,0
	Deserción escolar de la educación media 2,5%
	Tasa bruta de matriculación en educación universitaria 100%
	Pensiones del Sistema de la Seguridad Social 3.277.877 pensionados

Fuente: elaboración propia con base en RBV (2013). (*) Estas Metas macrosociales son formuladas teniendo como base lo dispuesto por la ONU en la Cumbre del Milenio de 2000 y plasmado en los Objetivos del Milenio (ODM) para los países latinoamericanos participantes, incluida Venezuela (CEPAL, 2010).

Asimismo, de la diversidad de instrumentos e instituciones en las que se sostiene el Sistema Nacional de Planificación, se puede extraer información específica sobre las políticas e

instituciones de fomento y apoyo a las PYME, a través del trabajo de recolección de información y clasificación elaborado por Graterol & Rondón (2011), el cual puede resumirse en la Figura N° 4.3.

Figura N° 4.3. Sistema Nacional Venezolano de Fomento a la PYME



Fuente: Graterol & Rondón (2011)

Como se aprecia en la Figura N° 4.3, en la actualidad existen diversos programas implementados por el Instituto Nacional de la Pequeña y Mediana Industria o INAPYMI, órgano adscrito al Ministerio del Poder Popular la Ciencia, Tecnología e Industrias Intermedias (MPPCTII). Estos programas cuentan con la cooperación de otros organismos públicos como: FONDAS, BANMUJER, Banco del Pueblo, FONDEI, INCES, que prestan ayudas a través del microfinanciamiento y de la capacitación y educación. Desde su creación en 1999, el INAPYMI se ha convertido en el organismo responsable de conformar y desarrollar el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, dedicando esfuerzos enfocados hacia el sistema socioproductivo, donde según la política gubernamental, las PYME y PYMI tienen un rol fundamental.

En este sentido, el MPPCTII, a través del Programa de Innovación para el Desarrollo Endógeno, ha brindado apoyo tecnológico a microempresas, PYME, cooperativas y unidades productivas con capacidad para sustitución de importaciones, brindando asistencia técnica y financiera a proyectos de innovación con apoyo de la empresa estatal Petróleos de Venezuela (PDVSA).

Por su parte, el Fondo Nacional de Garantías Recíprocas para la Pequeña y Mediana Empresa o FONPYME, adscrito al Ministerio de Poder Popular para la Planificación y Finanzas (MPPPF), es el ente rector del Sistema Nacional de Garantías Recíprocas (SNGR). Conformado por 19 entes sectoriales, entes estatales, gobernaciones y alcaldías, sistema financiero público, entes y empresas del Estado, banca privada y algunas instituciones privadas; todos ellos tienen la función de brindar asesoría y respaldo a los usuarios del SNGR, instancia encargada de aplicar un conjunto de normas dirigidas a coordinar la cooperación de los integrantes del sistema, como son: PYME, entidades financieras y entes públicos, nacionales, regionales y municipales. Con ello se busca desarrollar sistemas eficaces de garantías permitiendo facilitar el acceso al crédito del sistema financiero y entes crediticios públicos y privados.

Entre las instituciones que prestan servicios y apoyo a las PYME se encuentra la Confederación Venezolana de Industriales (CONINDUSTRIA), que es un ente gremial que agrupa a grandes pequeñas y medianas industrias, brindando desde hace cuarenta años, servicios empresariales y de asistencia técnica.

En convenio con el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) ha conformado CONINPYME, que busca capacitar a las PYME en aspectos como: buenas prácticas de gestión, sistemas de gestión de calidad, ambiente, seguridad y salud ocupacional, inocuidad alimentaria, normas ISO, desarrollo de proveedores y distribuidores, apoyo en la exportación, eficiencia energética, asesoría legal, responsabilidad social, entre otros aspectos.

En cuanto a la planificación regional se tiene en primer lugar que, de acuerdo con su división político-territorial, Venezuela está sectorizada en regiones.

Según lo establecido en el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007, instrumento base para la formulación de políticas públicas en Venezuela, una región se define como un área subnacional, con una extensión inferior al área del país y que trasciende el límite de un estado para abarcar un conjunto de estados o porciones de éstos (MPPPD, 2006).

En este sentido dicho documento define seis regiones en el país, a saber: Región Central, Región Centro-Occidental, Región Occidental, Región Los Llanos, Región Oriental y Región Guayana. La Región Occidental que está conformada por los estados Zulia, Táchira, Mérida y Trujillo. En la Figura N° 4.4 se muestran estas regiones.

Figura N° 4.4. Espacios regionales



Fuente: MPPPD (2006)

Por su parte, el Plan Nacional de Desarrollo Regional³⁸ 2001-2007 define los objetivos, estrategias, inversiones, metas y proyectos para el desarrollo regional del país, a corto mediano y largo plazo. La estrategia presentada se apoya en una concepción de desarrollo *desde arriba*, al resaltar que la planificación regional debe estar a cargo del gobierno nacional (MPPPD, 2001).

Los tres elementos en los que se sustenta la estrategia de gobierno nacional para dar cumplimiento al Plan Nacional de Desarrollo Regional (MPPPD, 2001), son:

1. Fachadas de integración: Amazónica, Andina y Caribeña, ubicadas en las zonas fronterizas, tendrían como objetivo el desarrollo de estos espacios mejorando la comunicación con los países vecinos a través de la integración de los grandes ejes fluviales y de transporte ferroviario, terrestre, aéreo y marítimo;
2. Ejes de desconcentración: Occidental, Orinoco-Apure y Oriental cuyos recursos serían dirigidos a la ejecución de obras de infraestructura y mejoramiento de los servicios públicos en todos los centros poblados ubicados en estas zonas a los efectos de generar condiciones favorables para la inversión privada; y,

³⁸ Según las fuentes documentales revisadas, después del período 2001-2007 el gobierno nacional no elaboró planes regionales. Por tanto, se asume que tanto el Plan Nacional de Desarrollo Regional 2001-2007 como el Plan de Desarrollo de la Región Andina 2005, presentados en esta sección, son los instrumentos más actualizados y vigentes de planificación disponibles a nivel regional.

3. Dinámica regional: se estimularían las actividades productivas de acuerdo con la vocación y potencial propios de cada región, considerando los sectores definidos como dinamizadores: pequeña y mediana industria, agricultura y agroindustria, minería, petróleo y petroquímica, turismo e infraestructura, servicios.

Todo esta estructura del plan se complementaría con la creación de Zonas Especiales de Desarrollo Sustentable (ZEDES) o Núcleos de Desarrollo Endógeno³⁹, las cuales son áreas diferenciadas cuyas características físico-naturales, geopolíticas, condiciones de habitabilidad, potencialidades, ámbito de influencia, dentro de los ejes de desarrollo, requieren de un esfuerzo mínimo en pro de los objetivos territoriales, presentados en el Cuadro N° 4.9.

Cuadro N° 4.9.
ZEDES: esfuerzos necesarios para el logro de objetivos

Esfuerzos mínimos necesarios	Objetivos territoriales
<ul style="list-style-type: none"> • Inversiones en infraestructura • Apoyo a la producción • Facilidades impositivas 	<ul style="list-style-type: none"> • Aprovechamiento de recursos naturales • Generación de empleo con fines desconcentradores

Fuente: elaboración propia, con base en informe del MPPPD (2000)

En esta propuesta también se establecen los Criterios para la Identificación de ZEDES o Núcleos de Desarrollo Endógeno siendo estos los siguientes: i) Utilizan mayoritariamente recursos locales; ii) Sus protagonistas suelen ser pequeñas empresas vinculadas al capital local, pertenecientes a las industrias tradicionales, al sector tecnológico y al sector servicios; iii) Suelen disponer de mano de obra abundante, usualmente con nivel de calificación y adiestramiento de base artesanal y capacidad de adaptación al trabajo; iv) Tienden a estar bajo el control de instancias o instituciones locales, para garantizar la viabilidad de sus procesos productivos; v) Se apoyan en la concertación económica y social entre agentes interesados y entre instancias de poder; y, vi) Frecuentemente se encuentran a medio camino entre las iniciativas individuales y el apoyo oficial.

En consecuencia y según lo planteado en este documento, el Estado ha identificado las siguientes áreas, desarrollos productivos o espacios territoriales del país, como Núcleos de Desarrollo Endógeno, tal como se observa en el Cuadro N° 4.10.

³⁹ Las Zonas Especiales de Desarrollo Sustentable (ZEDES) o Núcleos de Desarrollo Endógeno constituyen un programa de la empresa petrolera estatal Petróleos de Venezuela - PDVSA, apoya proyectos de desarrollo local en comunidades ubicadas en la cercanía de sus instalaciones, haciendo especial énfasis en la formación de cooperativas de trabajo asociado para la creación de pequeñas empresas. Los Núcleos de Desarrollo Endógeno reciben de PDVSA un apoyo en formación (en particular talleres de cooperativismo), en dotación de infraestructuras y en financiamiento (Richer, 2008).

Cuadro N° 4.10.
Ubicación de los Núcleos de Desarrollo Endógeno en Venezuela

Región		Ubicación por estados de Venezuela	Área, desarrollo productivo o espacio territorial
Central		Aragua	
		Carabobo	Mariara-Guacara
		Miranda	Sarao Chaguaramal, Parques Industriales, Guarenas-Guatire, Cúa-Charallave-Santa Teresa
		Vargas	La Guaira
		Dtto. Metropolitano	
Centro Occidental		Falcón	Paraguaná
		Lara	Tintorero, Quíbor, Tocuyo
		Yaracuy	
		Cojedes	Tinaquillo
		Portuguesa	Turén
Occidental	Región Occidental Andina	Zulia	La Salina Núcleo El Menito, Zocoica, Diamca, Mara, Guajira
		Táchira	San Antonio, Ureña, La Grita, La Fría, Santo Domingo
		Mérida	Timotes, Mucuchíes
		Trujillo	Agua Santa
Los Llanos		Guárico	Represa de Calabozo
		Apure	Mantecal, Elorza-Santa Rita
		Barinas	Magdaleno, Central Azucarero Ezequiel Zamora, Fundos Zamoranos, Jacoa
Oriental		Sucre	Paría, Cumaná
		Anzoátegui	Mesa de Guanipa, El Tigre
		Monagas	
		Delta Amacuro	Delta Amacuro
		Nueva Esparta	
Guayana		Bolívar	Ciudad Bolívar, La Paragua, Canaima, Santa Elena de Uairén, La Gran Sabana, El Callao
		Amazonas	
Territorio Insular		Dependencias Federales	Los Roques

Fuente: elaboración propia, con base en informe del MPPPD (2000)

La planificación del desarrollo de la Región Occidental Andina, que comprende los estados: Táchira, Mérida y Trujillo, está bajo la responsabilidad de la Corporación de Desarrollo de la Región de Los Andes (CORPOANDES), organismo adscrito al Ministerio del Poder Popular para la Planificación y Desarrollo. La versión más reciente en esta materia de planificación data del año 2005 y se denomina Plan de Desarrollo de la Región Andina.

En éste se busca consolidar el potencial económico y social de las tierras andinas y adecuar esta área geográfica al nuevo Modelo de desarrollo endógeno del país. Este último está orientado al crecimiento productivo con inclusión social, fundamentado en el papel rector y orientador del Estado en la promoción de una economía mixta, que propicie la creación de un nuevo tejido productivo donde participen sectores vinculados a la economía social, pequeños, medianos y grandes empresarios, para contribuir a un crecimiento económico de elevado encadenamiento con la economía doméstica y que fomente el desarrollo territorial (Ministerio del Poder Popular para la Planificación y el Desarrollo CORPOANDES, 2005, p. 3).

La estructura del Plan de Desarrollo de la Región Andina puede apreciarse en el Cuadro N° 4.11.

Cuadro N° 4.11.
Plan de Desarrollo de la Región Andina 2005

Objetivo general	Objetivos específicos	Marco referencial	Marco legal	Niveles de participación
Orientar a los estados Táchira, Mérida y Trujillo hacia un desarrollo más equilibrado de su territorio, generando y potenciando una dinámica favorable en la población que propicie condiciones atractivas hacia este espacio del Eje de Desarrollo Occidental , con base en la vocación y potenciación de los recursos, que le permita insertarse de manera competitiva en las Fachadas de Integración Andina y Caribeña	<p>1.Promocionar la diversificación económica dentro del contexto nacional de especialización espacial y complementariedad productiva, con mayor equidad social y mejor gestión ambiental</p> <p>2.Promover la corresponsabilidad de la población en el proceso de planificación del desarrollo</p> <p>3.Contribuir con la estrategia nacional de descentralización desconcentrada, desde el nivel regional, en las dimensiones territorial, económica, social, política-institucional e internacional</p>	<p>1.Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV)</p> <p>2.Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007, cual apoya en cinco equilibrios que pretenden:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar una economía productiva; • Alcanzar la justicia social; • Construir la democracia bolivariana; • Ocupar y consolidar el territorio y • Fortalecer la soberanía nacional y promover un mundo multipolar <p>3.Plan Nacional de Desarrollo Regional, elaborado por el Ministerio de Planificación y Desarrollo en el año 2001</p> <p>4.Nuevo mapa estratégico, que define diez objetivos que guían la estrategia gubernamental a partir del año 2004:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avanzar en la nueva conformación de la estructura social • Articular y optimizar la nueva estrategia comunicacional • Avanzar en la construcción del nuevo modelo democrático de participación popular • Acelerar la creación de la nueva institucionalidad del aparato del Estado. • Activar una nueva estrategia integral y eficaz contra la corrupción • Desarrollar la nueva estrategia electoral • Acelerar la construcción del nuevo modelo productivo, rumbo a la creación del nuevo sistema económico • Continuar instalando la nueva estructura territorial • Profundizar y acelerar la conformación de la nueva estrategia militar nacional • Seguir impulsando el nuevo sistema multipolar internacional 	<p>CRBV</p> <p>Ley orgánica de Planificación</p> <p>Ley Orgánica para la Planificación y Gestión de la Ordenación del Territorio</p> <p>Ley orgánica del Ambiente</p> <p>Ley de Tierras y Desarrollo</p> <p>Ley Especial de Asociaciones</p> <p>Ley de Creación, Estímulo, Promoción y Desarrollo del Sistema Microfinanciero</p> <p>Ley de Zonas Especiales de Desarrollo</p>	<p>Consejo Federal de Gobierno</p> <p>Consejo Estatal de Planificación y Coordinación de Políticas Públicas</p> <p>Consejo Local de Planificación Pública</p> <p>Consejo Parroquial de Planificación</p> <p>Consejo Comunal de Participación y Planificación</p> <p>Ciudadanos y organizaciones civiles con propuestas en beneficio de su comunidad</p>

Fuente: elaboración propia con base en Ministerio del Poder Popular para la Planificación y el Desarrollo CORPOANDES (2005)

A continuación se presenta la **terminología** empleada en el Cuadro N° 4.11:

Eje de desarrollo occidental: forma parte de los Ejes de Desconcentración del país (Ejes: Orinoco-Apure, Oriental, Occidental, Centro-Norte-Costero y Centro-Norte-Llanero) que conforman regiones-programas cuyos recursos serán dirigidos a la ejecución de obras de infraestructura y mejoramiento de los servicios públicos, a los efectos de generar condiciones favorables a la inversión privada.

Fachadas de integración andina y caribeña: que permitirán fortalecer el desarrollo de las regiones fronterizas, así como la comunicación con los países vecinos a través de la integración

de los grandes ejes fluviales y de transporte ferroviario, terrestre, aéreo y marítimo (MPPPD, 2000, p. 30).

Descentralización desconcentrada: esta política tiene como propósito fundamental aprovechar las potencialidades del país para lograr una distribución más equilibrada y sostenible de las actividades productivas, las inversiones y la población a lo largo del territorio nacional y reorientar los recursos para hacer contrapeso a los históricamente conglomerados urbanos (Maracaibo, Caracas, Guayana) revalorizando los nuevos ejes desconcentrados (Orinoco-Apure, Oriental, Occidental, Centro-Norte-Costero y Centro-Norte-Llanero) (MPPPD, 2001, p. 67).

Consejos locales de planificación pública: constituyen el instrumento fundamental en la construcción de los procesos de planificación participativa de los municipios del país, escenario para el desarrollo de la verdadera democracia participativa de un Estado Federal Descentralizado. Es la instancia encargada de promover la participación organizada en los procesos de planificación de la población, donde los Alcaldes y la comunidad organizada tienen la responsabilidad de formular el Plan de Desarrollo Municipal, en el marco del Plan de Desarrollo del estado, bajo los lineamientos del Consejo Federal de Gobierno y el Consejo Estatal de Planificación y Coordinación de Políticas Públicas (RBV, 2000, artículo 182; RBV, 2010b, artículo 26).

Consejos parroquiales: están conformados por los miembros de las juntas parroquiales y representantes de la sociedad civil. Habrán tantos consejos parroquiales como parroquias haya por cada municipio del Estado (RBV, 2002, artículo 8)⁴⁰.

Consejos comunales: están conformados por representantes comunitarios de la calle, vecindad, barrio, urbanización o comunidad, entendida como el conglomerado de ciudadanos y ciudadanas que habitan en un área geográfica determinada, que comparten historia e intereses comunes, se conocen y se relacionan entre sí, utilizan los mismos servicios públicos y comparten necesidades y potencialidades similares: económicas, sociales, culturales, urbanísticas y de otra índole (RBV, 2009, artículo 4).

Desde la perspectiva del desarrollo local como marco para la productividad y competitividad de las Empresas Familiares del Estado Mérida, la estructura de instituciones y la planificación en Venezuela es importante porque pudiera facilitar los cambios deseados en la medida en que la plataforma gubernamental (sus instituciones e instrumentos) ya está concebida para cumplir la función de animadora; además, ya existe una incipiente experiencia de organización

⁴⁰ Esta Ley fue modificada parcialmente en 2010 (RBV, 2010c).

y participación social, en la que las empresas de propiedad familiar, por su número y sentido de pertenencia dada su continuidad, son pieza fundamental para impulsar este proceso. Sin embargo, aún, cuando pueda apreciarse que en Venezuela existe toda una plataforma estructural de planificación y concepción de lineamientos públicos para la puesta en marcha y consolidación de un nuevo enfoque para el desarrollo del país, hay que considerar que “la estrategia presentada se apoya en una concepción de desarrollo *desde arriba*” (MPPPD, 2001), lo cual no contribuye con la participación efectiva y le resta competencias al esfuerzo de organización social y comunitaria.

Asimismo, cabe preguntarse si la ejecución, operacionalización, mantenimiento y medición de estas intenciones plasmadas en los planes han generado el impacto deseado. Al respecto, expresan Graterol & Rondón (2011) que Venezuela tiene un aparato público dirigido al apoyo de las empresas de menor tamaño. Sin embargo, no se aprecia una estrategia sistemática y permanente para el fomento de las PYME, pues las leyes e instituciones creadas constituyen un esfuerzo tímido, con un fuerte componente político, que aún no se consolida. Estos autores afirman “que los dos planes nacionales de desarrollo descritos no contemplan planes específicos ni programas definidos con detalle y carecen de la cuantificación necesaria tanto para determinar los costos de alcanzar los objetivos previstos como la evaluación durante y ex post de las estrategias y acciones necesarias para la transformación socioeconómica que se pretende lograr” (Graterol & Rondón, 2011, pp. 361-423).

4.4.2. Ordenamiento jurídico dedicado a direccionar la actividad empresarial en Venezuela

El estudio de las políticas públicas venezolanas de fomento productivo como instrumento impulsado por el régimen de gobierno desde 1999 mediante la promulgación de la nueva Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (RBV, 2000), con el propósito de generar empleo y riqueza, pasa por revisar y analizar el marco legal que sustenta la intervención pública en materia de apoyo a los sectores productivos nacionales. Atendiendo al propósito de esta investigación, en este epígrafe se ha colocado una reseña del ordenamiento jurídico venezolano⁴¹ a través de las normas que a continuación se presentan, destacando sólo aquellas que están relacionadas con políticas públicas que en el país se establecen para direccionar la actividad del sector empresarial, las que hacen referencia a la Empresa Familiar

⁴¹ El ordenamiento jurídico venezolano se estructura según la denominada *Pirámide de Kelsen*. Hans Kelsen pensador jurídico y político austríaco, propuso en 1911 –en su obra *Teoría pura del derecho*– la Pirámide de Kelsen como una forma de ordenar las normas jurídicas en una jerarquía para su aplicación. En ella siempre la norma de mayor nivel fundamental es la Constitución, seguida del nivel legal compuesto por tratados, leyes orgánicas códigos, etc. y –por último– el nivel sub-legal compuesto por reglamentos, decretos, resoluciones, contratos, etc.

de forma particular y las que se relacionan con la estructura y funcionamiento de instituciones, órganos e instancias vinculados con la organización ciudadana y participación comunitaria, dentro del contexto de la política de desarrollo establecida en el país, tal como se observa en el Cuadro N° 4.12.

Cuadro N° 4.12.

Ordenamiento jurídico dedicado a direccionar la actividad empresarial en Venezuela

Norma Jurídica	Nivel legal y Sub-legal	Artículos	Contenido referido a la Empresa Familiar
Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV)		<p>La Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (CRBV) consagra el <i>principio de libertad económica</i> mediante el cual le concede a toda persona la posibilidad de dedicarse a la actividad lucrativa de su preferencia. En el artículo 299 se establece el <i>Régimen Socioeconómico de la República Bolivariana de Venezuela</i>, en el que el Estado conjuntamente con la iniciativa privada promoverá el desarrollo armónico de la economía nacional con el fin de generar fuentes de trabajo, alto valor agregado nacional, elevar el nivel de vida de la población y fortalecer la soberanía del país. En los artículos 301 y 308 se establece que el Estado se reserva el uso de la <i>política comercial</i> que protegerá y promoverá la pequeña y mediana industria, las cooperativas, las cajas de ahorro, así como también la Empresa Familiar la microempresa y cualquier otra forma de asociación comunitaria para el trabajo, el ahorro y el consumo, bajo el régimen de propiedad colectiva.</p>	<p>En los artículos 301 y 308 relativos a la <i>política comercial</i> que protegerá y promoverá la pequeña y mediana industria, las cooperativas, las cajas de ahorro, así como también la Empresa Familiar la microempresa y cualquier otra forma de asociación comunitaria para el trabajo.</p>
Leyes Orgánicas y Leyes Especiales	Ley Orgánica del Trabajo	<p>La Ley Orgánica del Trabajo (LOT) es el instrumento normativo que regula esta materia. En el artículo 39 se entiende por <i>trabajador</i> la persona natural que realiza una labor de cualquier clase, por cuenta ajena y bajo la dependencia de esta. La prestación de sus servicios debe ser remunerada. En el artículo 41 se entiende por <i>empleado</i> el trabajador en cuya labor predomine el esfuerzo intelectual o no manual. En el artículo 43 se entiende por <i>obrero</i> el trabajador en cuya labor predomina el esfuerzo manual o material. En cuanto a los <i>empleadores</i> esta norma jurídica establece en el artículo 49 que se entiende por patrono o empleador la persona natural o jurídica que en nombre propio, ya sea por cuenta propia o ajena, tienen a su cargo una empresa, establecimiento, explotación o faena, de cualquier naturaleza o importancia, que ocupe trabajadores, sea cual fuere su número.</p>	<p>No hace referencia a la Empresa Familiar</p>
	Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo	<p>La Ley Orgánica de Prevención, Condiciones y Medio Ambiente de Trabajo (LOPCYMAT) en su artículo 1, tiene por objeto establecer las instituciones, normas y lineamientos de las políticas, los órganos y entes que permitan garantizar a los trabajadores y trabajadoras, condiciones de seguridad, salud y bienestar en un ambiente de trabajo adecuado y propicio para el ejercicio pleno de sus facultades físicas y mentales, mediante la promoción del trabajo seguro y saludable, la prevención de los accidentes de trabajo y de las enfermedades ocupacionales, la reparación integral del daño sufrido y la promoción e incentivo al desarrollo de programas para la recreación, utilización del tiempo libre, descanso y turismo social.</p>	<p>No hace referencia a la Empresa Familiar</p>
	Ley para las Personas con Discapacidad	<p>La Ley para las Personas con Discapacidad en su artículo 3, ampara a todos los venezolanos y venezolanas y extranjeros y extranjeras con discapacidad, en los términos previstos en esta Ley. Asimismo, la ley amparará a los extranjeros y extrajeras que residan legalmente en el país o que se encuentren de tránsito. En el artículo 5 se entiende por <i>discapacidad</i> la condición compleja del ser humano constituida por factores biopsicosociales, que evidencia una disminución o supresión temporal o permanente, de alguna de sus capacidades sensoriales, motrices o intelectuales que puede manifestarse en ausencias, anomalías, defectos, pérdidas o dificultades para percibir, desplazarse sin apoyo, ver u oír, comunicarse con otros, o integrarse a las actividades de educación o trabajo, en la familia con la comunidad.</p>	<p>No hace referencia a la Empresa Familiar</p>

	Ley Orgánica de Ciencia y Tecnología ⁴²	La Ley Orgánica de Ciencia y Tecnología en su artículo 1 establece que su principal objetivo es desarrollar los principios orientadores que en materia de ciencia, tecnología e innovación y sus aplicaciones, consagra la CRBV; así como también, organizar el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación, definir los lineamientos que orientarán las políticas y estrategias para la actividad científica, tecnológica, de innovación y sus aplicaciones. En su artículo 4 se establece que las acciones en materia de ciencia, tecnología, innovación y sus aplicaciones están dirigidas a estimular la <i>capacidad de innovación tecnológica del sector productivo, empresarial y académico</i> , tanto público como privado.	No hace referencia a la Empresa Familiar
	Ley de Impuesto Sobre la Renta	La Ley de Impuesto Sobre la Renta (ISLR) es aquel impuesto que se le paga al Estado venezolano a través del Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria (SENIAT), aplicado sobre los <i>enriquecimientos anuales obtenidos</i> por las personas naturales o jurídicas. Son contribuyentes del ISRL, según el artículo 7: las personas naturales, las compañías anónimas y las sociedades de responsabilidad limitada, las sociedades en nombre colectivo, en compañía simple, las comunidades así como cualesquiera otras sociedades de personas, incluidas las irregulares o de hecho.	No hace referencia a la Empresa Familiar
	Ley Orgánica de Planificación	La Ley Orgánica de Planificación en el artículo 26 establece que los Consejos Locales de Planificación representan la instancia encargada de promover la participación organizada en los procesos de planificación de la población, donde los Alcaldes y la comunidad organizada tienen la responsabilidad de formular el Plan de Desarrollo Municipal, en el marco del Plan de Desarrollo del Estado, bajo los lineamientos del Consejo Federal de Gobierno y el Consejo Estatal de Planificación y Coordinación de Políticas Públicas.	No hace referencia a la Empresa Familiar
	Ley de los Consejos Comunales	La Ley de los Consejos Comunales en el artículo 4 establece que los Consejos Comunales están conformados por representantes comunitarios de la calle, vecindad, barrio, urbanización o comunidad, entendida como el conglomerado de ciudadanos y ciudadanas que habitan en un área geográfica determinada, que comparten historia e intereses comunes, se conocen y se relacionan entre sí, utilizan los mismos servicios públicos y comparten necesidades y potencialidades similares: económicas, sociales, culturales, urbanísticas y de otra índole.	No hace referencia a la Empresa Familiar
Códigos y Tratados	Código Civil	El Código Civil venezolano, cuyas disposiciones contenidas son de sentido orgánico coherentes y correlativas como todo documento codificado, está dividido en secciones y libros y son el <i>fundamento legal para la sociedad</i> Venezolana relacionado con la familia, personas, costumbres, etc. A partir del artículo 525 se inicia el libro segundo que se denomina <i>de los bienes de la propiedad y sus modificaciones</i> , la doctrina lo llama de los bienes y de las cosas, inicia en el artículo 525 y concluye en el 795. Luego en el artículo 796 se inicia el tercer libro, que se denomina <i>de las materias de adquirir y transmitir la propiedad y demás derechos</i> .	No hace referencia a la Empresa Familiar
	Código de Comercio	En el Código de Comercio , en éste se establece que las <i>empresas</i> desarrollan su actividad económica a través de: 1. Personas naturales (comerciante individual); 2. Personas jurídicas; 3. Los consorcios (agrupaciones empresariales destinadas a la realización de una actividad económica común). En el artículo 10 del Código de Comercio se deduce la existencia clara de dos tipos de comerciantes: 1. El comerciante Individual: en el entendido de que son comerciante los que teniendo capacidad para comerciar hacen del comercio su profesión habitual; 2. El comerciante social: bajo la figura de las sociedades mercantiles, que en Venezuela son: Sociedad en Nombre Colectivo, Sociedad en Comandita, Compañía Anónima y Compañía de Responsabilidad Limitada.	No hace referencia a la Empresa Familiar
Leyes Ordinarias	Ley de Alimentación de los Trabajadores	La Ley de Alimentación de los Trabajadores tiene por objeto regular el beneficio de alimentación para proteger y mejorar el estado nutricional de los trabajadores y las trabajadoras, a fin de fortalecer su salud, prevenir las enfermedades ocupacionales y propender a una mayor productividad laboral. En el artículo 2 de esta Ley se establece que los empleadores del sector público y del sector privado, otorgarán a los trabajadores y las trabajadoras el beneficio de una comida balanceada durante la jornada de trabajo. Serán excluidos del beneficio aquellos trabajadores que devenguen un salario normal que exceda de tres (3) salarios mínimos ⁴³ urbanos decretados por el Ejecutivo Nacional.	No hace referencia a la Empresa Familiar

⁴² Esta Ley fue modificada en el año 2010, pasando a denominarse a partir de entonces Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación (RBV, 2010a). En otros aspectos, se modifica el Objeto de la misma, con la finalidad de adaptarla a los lineamientos establecidos en el Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2013-2019.

⁴³ Los salarios mínimos (Anido, 2015) han sido ajustados unilateralmente por el Gobierno 20 veces entre 1997 y 2014. A partir del 01/12/2014 se fijó en BsF. 4.889,11 (Gaceta Oficial N° 40.542, de fecha 17/11/2014). Más recientemente, en fecha 06/02/2015

	<p>Ley de Fomento y Desarrollo de la Economía Popular</p>	<p>La Ley de Fomento y Desarrollo de la Economía Popular tiene por objeto establecer los principios, normas y procedimientos que rigen el modelo socioproductivo comunitario, para el fomento y desarrollo de la economía popular, sobre la base de los proyectos impulsados por las propias comunidades organizadas, en cualquiera de sus formas y el intercambio de saberes, bienes y servicios para la reinversión social del excedente, dirigidos a satisfacer las necesidades sociales de las comunidades. En el artículo 9 de esta Ley se establece que son formas de <i>organizaciones socioproductivas</i>: 1-Empresa de Propiedad Social Directa o Comunal; 2-Empresa de Propiedad Social Indirecta; 3-Empresa de Producción Social; 4-Empresa de Distribución Social; 5-Empresa de Autogestión; 6-Unidad Productiva Familiar; 7-Grupos de Intercambio Solidario; 8-Grupos de Trueque Comunitario.</p>	<p>Unidad Productiva Familiar: Es una organización integrada por miembros de una familia que desarrollen proyectos socioproductivos dirigidos a satisfacer las necesidades básicas de sus miembros y de la comunidad.</p>
	<p>Ley de Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria</p>	<p>La Ley de Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria tiene por objeto regular el apoyo, fomento, promoción, recuperación y el desarrollo de la pequeña y mediana industria, como factor fundamental de la dinámica productiva del país; mediante la reestructuración de sus deudas, la recuperación de su capacidad instalada, el financiamiento oportuno, la capacitación, asistencia técnica y las preferencias en las compras del sector público, así como cualquiera otras formas de protección para la pequeña y mediana industria. En el artículo 7 de esta Ley entiende por <i>Emprendedor</i> a la persona interesada y capaz de identificar, evaluar y desarrollar una idea hasta transformarla en un concepto de negocio operativo o en un producto, mediante la obtención de los recursos necesarios para su ejecución y posterior comercialización. En el artículo 11 de esta Ley se trata lo concerniente a <i>Parques y Conglomerados Industriales</i> y se establece que el Ministerio competente en materia de la Producción y el Comercio, a través del Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria (INAPYMI), definirá las políticas, programas y acciones tendentes a la recuperación, promoción, desarrollo y administración de los Parques Industriales o Conglomerados Industriales existentes o para el fomento de nuevos desarrollos, para el sector de la pequeña y mediana industria. El artículo 12 hace referencia al <i>cuidado medio ambiental</i> al indicar que el Ejecutivo Nacional podrá desarrollar programas de incentivos para la pequeña y mediana industria, con el objeto de estimular la incorporación de tecnologías limpias y socialmente apropiadas que reduzcan los impactos ambientales negativos de sus procesos y la contaminación.</p>	<p>No hace referencia a la Empresa Familiar</p>
<p>Decretos</p>	<p>Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley para la Promoción y Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria y Unidades de Propiedad Social</p>	<p>El Decreto con rango, valor y fuerza de Ley para la promoción y desarrollo de la pequeña y mediana industria y unidades de propiedad social tiene por objeto regular el proceso de desarrollo integral de la PYMI y unidades de propiedad social, a través de la promoción y financiamiento mediante el uso de sus recursos y de terceros, la ejecución de programas basados en los principios rectores que aseguren la producción, la conservación, el control, la administración, el fomento, la investigación y el aprovechamiento racional, responsable y sustentable de los recursos naturales, teniendo en cuenta los valores sociales, culturales, de intercambio y distribución solidaria.</p>	<p>No hace referencia a la Empresa Familiar</p>

Fuente: elaboración propia

(RBV, 2015a) fue incrementado en 15% adicional, llegando a BsF. Bs. 5.622,48 (que al tipo de cambio oficial del 30/01/2015, equivalía aproximadamente a 790,01 euros). Nuevamente fue ajustado con otro 20% adicional en vigor desde el 01/05/2015 (BsF. 6.746,98; unos 954 euros al tipo de cambio oficial del 30/04/2015), con otro 10% de ajuste efectivo a partir del 01/07/2015 (BsF. 7.421,67; cerca de 1.049,86 euros, convertidos a esa misma tasa de cambio) (RBV, 2015b). No obstante, dado que en el mercado paralelo (mercado negro) la diferencia puede estar entre 45 y 50 veces con respecto al primer tipo de cambio oficial (Dólar Today, 2015), este último salario en realidad sería de aproximadamente 23,02 euros al mes.

Es conveniente tener en cuenta que para un cálculo más apropiado de la conversión de bolívares a US dólares o a euros, desde el 2003 y hasta la actualidad en Venezuela opera un Régimen de Control Cambiario (tipos múltiples) cuya normativa puede consultarse en: Banco Central de Venezuela (BCV), Tipo de Cambio Bs.F./US\$ (disponible en <http://www.bcv.org.ve>). Al concluir esta investigación existían en vigor tres tasas de cambio oficiales, a saber: i) la primera y empleada arriba, de conformidad con el Convenio Cambiario No. 14, Gaceta Oficial Nº 40.108, del 08/02/2013; ii) la SICAD I, de conformidad con el Convenio Cambiario No. 26, Gaceta Oficial Nº.391, del 10/04/2013; y, iii) la SICAD II, de conformidad con los Convenios Cambiarios Nº 27 (Gaceta Oficial Nº 40.368, de fecha 10/03/2014) y 28 (Gaceta Oficial Nº 40.387, del 04/04/2013).

Como puede apreciarse en el Cuadro N° 4.12, la referencia y consideración específica de la Empresa Familiar en el ordenamiento jurídico dedicado a direccionar la actividad empresarial en Venezuela, es muy escasa, encontrándose una breve mención en la CRBV y en la Ley de Fomento y Desarrollo de la Economía Popular, en la que se le denomina Unidad Productiva Familiar. Por lo que se entiende que en el país no existe una clara distinción o separación de este tipo de negocio del resto de las empresas y que en la escasa mención que de esta se hace, se le toma como un tipo de negocio de pequeña dimensión, bajo la modalidad de empresa comunitaria para satisfacer necesidades básicas de los miembros que la integran.

4.5. A manera de resumen...

En este Capítulo tiene como propósito presentar una recopilación de las distintas políticas públicas de fomento y apoyo al sector empresarial que se han adoptado en Venezuela, vinculadas con el desarrollo local, como variables de estudio de esta investigación. El criterio de presentación de este contenido parte de lo general a lo particular, tratando en primera instancia lo correspondiente al papel de las empresas como agentes impulsores de desarrollo, que participan junto con las comunidades organizadas en la formulación de políticas públicas rectoras de la actividad económica de los territorios. Se trata de justificar la importancia de la confianza en las entidades gubernamentales y entre los agentes del territorio para producir sinergias y generar directrices de mayor aceptación. Para ello, se hacen algunos comentarios en la primera parte de este capítulo.

Seguidamente, se aborda lo correspondiente a las políticas públicas de fomento y apoyo a las empresas de pequeña dimensión en la región de Latinoamérica, como referencia general para luego tratar cómo funciona este aspecto en Venezuela. Teniendo en cuenta que las empresas son agentes catalizadores de los procesos de desarrollo, se intenta aquí describir –con base en el Sistema Nacional de Planificación y en el ordenamiento jurídico venezolano– cómo interactúan gobierno y empresa en favor de las iniciativas de desarrollo. Desde 1999 las mismas se resumen en el país en el denominado *Modelo de desarrollo endógeno y soberano*.

Para el caso específico de Venezuela, en primer lugar se aborda el Sistema Nacional de Planificación, del que emanan los últimos tres planes de la nación: el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007, el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013 y el Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación para el período 2013-2019, que está formulado en un instrumento jurídico como Ley del Plan de la Patria (RBV, 2013). Asimismo, del primero de los planes (referido al período 2001-2007) se

desagrega el *Modelo de desarrollo endógeno y soberano*, que para el caso venezolano constituye la filosofía y el plan rector sobre el que se sustenta la concepción socialista de desarrollo para el país. La revisión del contenido de estos planes, en lo que corresponde al tratamiento y consideración del sector empresarial de forma específica, se muestra a través de la Figura N° 4.3 (sobre el Sistema Nacional Venezolano de Fomento a las PYME), junto con una breve explicación de su contenido.

El *Modelo de desarrollo endógeno y soberano* como plan rector de la política productiva del país, de alcance nacional, involucra todo un sistema de planificación, estructura y funcionamiento a nivel de regiones y localidades. De allí se desprende el Plan Nacional de Desarrollo Regional, del que a su vez se desagrega el Plan de Desarrollo para la Región Andina (2005); este último tiene como rango de acción a los estados Táchira, Trujillo y Mérida. Según las fuentes documentales revisadas, no se encontró información actualizada, por lo que se entiende que este documento constituye la versión más reciente de planificación para el territorio que es objeto de análisis en el presente estudio. En este orden de ideas, también se desarrolla una sección dedicada a mostrar –con base en la estructura del ordenamiento jurídico venezolano– sólo aquellas normativas, leyes y decretos vinculados con la temática de estudio; tal es el caso de leyes y normas establecidas para la actividad comercial y productiva del país, a las que se vinculan las Empresas Familiares en estudio. Además, se tiene en cuenta que en el caso de Venezuela no existe legislación específica para estas empresas, salvo algunas escasas referencias que aquí se intentan mostrar. De igual modo se consideran algunos conceptos rectores relacionados con las formas de organización cooperativa, comunitaria y socialista como entidades socioproductivas que actualmente operan junto con el resto de empresas en Venezuela.

Para tener una mejor aproximación a esta concepción y estructura se aborda, a través de lo establecido en la CRBV, el principio de libertad económica, el Régimen Socioeconómico de la República Bolivariana de Venezuela y la política comercial. Asimismo, se revisa la materia específica de interés para el estudio contenida en: la LOT y la LOTT (trabajador, empleado, empleados de dirección, empleadores, regulación trabajo menores); la LOPCYMAT (el ámbito de aplicación); la Ley para las personas con discapacidad (trabajadores discapacitados, principios, discapacidad y personas desfavorecidas tales como minorías étnicas, trabajadores de mayor edad, mujeres embarazadas, desempleados de larga duración, personas con antecedentes legales, entre otros); la Ley Orgánica de Ciencia y Tecnología (para la promoción de la capacidad de innovación tecnológica del sector productivo, empresarial y académico del país); la LISLR (en materia de los enriquecimientos anuales obtenidos por las personas

naturales y jurídicas que desarrollan actividades económicas en el país); la Ley orgánica de planificación; la Ley de los consejos locales de planificación y Ley de los consejos comunales; el Código civil (como fundamento legal para la sociedad venezolana y en cuanto a las materias de adquirir y transmitir la propiedad y demás derechos); el Código de comercio (que define la figura de las empresas que desarrollan su actividad económica a través de: personas naturales, personas jurídicas, los consorcios y establece comerciante individual y social); la Ley de alimentación de los trabajadores (en materia de otorgamiento del beneficio); la Ley de fomento y desarrollo de la economía popular (sus finalidades, terminología y definición de organizaciones socioproductivas); la Ley de promoción y desarrollo de la pequeña y mediana industria (define Pequeña Industria, Mediana Industria, emprendedor, Parques y Conglomerados Industriales, cuidado medio ambiental); y el Decreto con rango, valor y fuerza de Ley para la promoción y desarrollo de la pequeña y mediana industria y unidades de propiedad social (igualmente define tamaño de la industria de acuerdo con el número de trabajadores y define unidades de producción, social, tecnología limpia y núcleos de desarrollo, así como deberes de la pequeña y mediana industria y unidades de propiedad social). Como puede apreciarse, en Venezuela existe toda una plataforma política contenida en instituciones e instrumentos que encausan y regulan la actividad económica del país, dentro de la cual se inscriben las empresas. Es importante destacar que, como se ha visto, en Venezuela coexisten las tradicionales empresas junto con las recién creadas (a partir del impulso recibido por el nuevo modelo de gobierno desde el año 1999) cooperativas, empresas de producción social, empresas de propiedad social, entre otras figuras de corte socialista. Esto ha hecho que las políticas dirigidas al sector empresarial se orienten en mayor medida al estímulo y promoción de este tipo de organización empresarial y en poca medida o con menor claridad a empresas dedicadas a actividades tradicionales de comercio y servicios, pues estas empresas muestran más propensión a la competitividad de orientación capitalista, lo cual se desmarca de los preceptos del modelo productivo socialista. No obstante lo anterior, se observa un interés institucional por las PYME y especialmente por el sector PYMI, aún cuando en Venezuela la actividad industrial y de manufactura no esté muy desarrollada⁴⁴. También hay que reconocer los esfuerzos en materia de organización comunitaria y participación social que las entidades gubernamentales han plasmado a través de sus políticas públicas.

⁴⁴ Aún cuando la PYMI representa en Venezuela aproximadamente el 88% de los establecimientos industriales del país, apenas contribuye con el 14% del Valor Bruto de la Producción, VBP (BCV, 2007). Desafortunadamente esta es la cifra oficial más reciente de la que se dispone al concluir esta investigación. Es necesario subrayar las serias dificultades que existen en el país cuando se requiere acceder a datos macroeconómicos actualizados en las fuentes oficiales: la mayoría de ellas están desactualizadas, o sencillamente no los publican. A modo de ejemplo acerca de estas dificultades, puede observarse lo citado por El Mundo (2013), El Universal (2015), Guerra (2014, 2015) y Pérez M. (2014) al respecto. También se puede constatar en los sitios en internet más importantes para estas cifras oficiales: el BCV (<http://www.bcv.org.ve>) e INE (<http://www.ine.gob.ve>).

CAPÍTULO 5

MARCO METODOLÓGICO PARA MEDIR LA CONTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA FAMILIAR AL DESARROLLO LOCAL DEL ESTADO MÉRIDA

5.1. Introducción

En este Capítulo se exponen las bases metodológicas del trabajo empírico que acompañan a esta investigación, con el propósito de *analizar la gestión de la Empresa Familiar y su papel dentro del ámbito del Estado Mérida en el marco del desarrollo local*, pretendiendo así *mejorar el rol que desempeña este tipo de negocio a través de su gestión empresarial para lograr su inserción en los procesos de cambio y contribuir a convertir a la Empresa Familiar en un factor clave para el desarrollo del Estado*, tal como se expresa en el objetivo general de este estudio.

Este objetivo ha sido formulado teniendo en cuenta los capítulos precedentes, en los cuales se intenta describir las variables principales de esta investigación: Empresa Familiar y desarrollo local, así como su contexto: Venezuela, Mérida, sector empresarial venezolano, sector empresarial merideño.

Para la presentación de la información, en este Capítulo se emplea la deducción como criterio que permite entender mejor un caso particular a partir de una información o descripción general. Así, se describe primero a Venezuela, su estructura económica y sus empresas, para luego pasar a describir a Mérida, a través de variables con las que se intenta mostrar una aproximación a su comportamiento empresarial.

Con esta orientación, en el apartado 5.2 se presenta la descripción del alcance o ámbito donde se realiza la investigación a través de la caracterización del ámbito de estudio nacional cuyo contenido trata brevemente la economía venezolana, el sector empresarial venezolano, las Empresas Familiares en Venezuela, así como algunas nociones sobre los criterios de clasificación de las empresas en el país. Seguidamente se muestra una descripción del ámbito de estudio local a través de una breve reseña de la situación de las empresas en Mérida. Así mismo se presentan algunos datos relevantes referidos a variables tales como densidad poblacional, actividades económicas, años de estudio de la población por actividad económica y empleo, con el propósito de caracterizar la situación económica del Estado Mérida.

En el apartado 5.3 se trata lo concerniente a las bases metodológicas de esta investigación; para ello se muestran en primer lugar, los criterios teóricos empleados para la distinción de las Empresas Familiares (EF) objeto de estudio, respecto a las Empresas No Familiares (ENF). Seguidamente se aborda la base teórica que sustenta la selección de indicadores empresariales para medir la contribución al desarrollo local.

Con esta base teórica se prepara el diseño del cuestionario, cuyas secciones fueron seleccionadas y etiquetadas tomando en cuenta el planteamiento teórico precedente con

algunas adaptaciones aplicables al contexto en estudio. Finalmente, se muestra un cuadro resumen de la medición de las variables seleccionadas y sus respectivos indicadores.

En el apartado 5.4 se presenta el planteamiento base, estructurado en objetivos generales y específicos, así como las hipótesis de estudio. En el apartado 5.5 se describe el diseño y cobertura de la muestra a través de la descripción de la población objetivo y el marco muestral; el diseño muestral y tamaño de la muestra; el proceso de recolección de datos; el período de referencia y el tratamiento de los datos obtenidos en el estudio empírico, mediante el uso de técnicas de análisis cuantitativo como: Estadística Descriptiva, prueba de significancia Chi-cuadrado, Modelo de Regresión Logística Binaria (MRL), Análisis de correspondencias múltiples (ACM), así como técnicas de análisis cualitativo como el Análisis FODA.

5.2. Alcance de la investigación: economía y sector empresarial con referencia a la Empresa Familiar

Este apartado se desarrolla en dos epígrafes. El epígrafe 5.2.1 contiene la caracterización del ámbito de estudio nacional a través de una breve descripción de la economía venezolana con base en su historia económica, el sector empresarial venezolano y una breve referencia a las Empresas Familiares en Venezuela. Asimismo, presenta algunas nociones sobre los criterios de clasificación de las empresas en el país. El epígrafe 5.2.2 trata lo relacionado con la caracterización del ámbito de estudio local a través de la descripción del sector empresarial merideño y una breve referencia a las empresas de propiedad familiar en Mérida, por medio de la reseña de algunas investigaciones recientes realizadas en la entidad, debido a la dificultad para mostrar estudios o cifras oficiales vinculadas con el sub-grupo de Empresas Familiares.

5.2.1. Alcance Nacional: Economía y sector empresarial venezolano con referencia a la Empresa Familiar

A comienzos del siglo XX la estructura económica de Venezuela cambia considerablemente con el auge de la explotación petrolera, la cual desplaza a la producción agrícola. Al respecto Siso (1967, pp. 660-661), señala que el petróleo se convierte en la máxima fuente de ingresos para el país siendo que “[...] para 1920 apenas era de un 2% de los ingresos totales del país; para 1924 suma el 8%; para 1925 alcanza un 15%; para 1930 un 30% y para el año 1936 alcanza un 38%”. Y así en permanente ascenso, aunado al advenimiento de la riqueza minera, adviene

una nueva estructura económica, que estanca y destruye la tradicional estructura agraria y crea una nueva que perfila al país como *monoproductor*.

En las tres primeras décadas del siglo XX, el país ya se estaba transformando en un importante exportador de petróleo; esto contrastaba con una población asentada en zonas rurales, en su mayoría analfabeta, con escasas vías de comunicación, sumida en la pobreza. En esa época no había capacidad industrial instalada ni mano de obra capacitada. En esta situación, el gobierno de entonces establece como política pública, la transferencia a la población, de los ingresos provenientes de la renta petrolera, por vía del aumento de la demanda agregada y promoción del pleno empleo (Siso, 1967).

Según Toro (2003), el punto a partir del cual comienza a evidenciarse el proceso de desarrollo venezolano puede tener su referencia en 1940. Época en la que el petróleo venezolano se transforma en un elemento estratégico para las naciones aliadas durante la Segunda Guerra Mundial. Al finalizar la guerra, Venezuela fue uno de los países más favorecidos por el Plan Marshall por los requerimientos de energía necesarios para la reconstrucción de Europa, en los que la industria petrolera del país atravesó una etapa intensa de creciente actividad, con los consecuentes aumentos en los volúmenes de ingresos.

De igual modo, en la década de 1940 la construcción de obras públicas de gran envergadura⁴⁵ a lo largo y ancho del país impulsaron la actividad del sector construcción; paralelamente se edificaron diversos complejos habitacionales que además de satisfacer necesidades residenciales para una población creciente, estimularon el empleo y mejoraron la capacidad de la mano de obra. En el ámbito educativo, que se orientaba bajo el principio de educación gratuita, se mejoraron considerablemente los niveles de alfabetización y formación para el trabajo a través del Instituto Nacional de Capacitación y Educación (INCE), así como la construcción de universidades públicas, colegios universitarios, institutos politécnicos y otros centros educativos de formación profesional.

Entre las décadas de 1940 y de 1950 el modelo rentístico generó tanto dinero que alcanzó para financiar en el país salubridad, educación, obras públicas, subsidios, pero principalmente alcanzó para promover y estimular al empresariado privado y constituir empresas *desde cero*

⁴⁵ Entre estas obras destacan la construcción de modernas carreteras, autopistas, puentes, viaductos, entre otras. Las mismas tienen, como principal atributo, ser las más grandes de la época: Teleférico en el Estado Mérida (el más alto del mundo); Guri en el Estado Bolívar (gran represa hidroeléctrica); Torres de Parque Central en la ciudad de Caracas, Distrito Capital (edificios de concreto más altos), entre otras construcciones (Toro, 2003).

por la vía del otorgamiento de créditos blandos⁴⁶, a fin de estimular los sectores industriales, comerciales, agrícolas y de servicios del país.

Alrededor de la década de 1950 empieza a tomarse en cuenta la importancia que tenía para Venezuela la definición de un modelo de desarrollo económico y social que fuese complementario con los esquemas políticos basados en la democracia representativa y la justicia social. Es así como en 1958 se crea la Oficina Central de Coordinación y Planificación de la Presidencia de la República o CORDIPLAN, oficina gubernamental encargada de la coordinación y planificación de todas las actividades económicas del país por la vía del *Primer Plan de la Nación*, implementado en 1960 y que constituye un documento que señala de manera expresa la política del gobierno en materia de metas e instrumentos necesarios para alcanzar el desarrollo económico, pero que también deja claro el rol protagónico que el Estado asume en materia económica.

Esto coincide con una serie de eventos de carácter económico que ejercieron una enorme influencia en la conducción política del país, tales como: el impacto que hasta ese momento había tenido la industria petrolera, la consolidación de los sindicatos de obreros y campesinos, el desarrollo de proyectos de infraestructura y la llegada al país de inmigrantes provenientes de diversos países de Europa, Asia, América Latina y el Caribe, y especialmente, los procesos de industrialización basados en las políticas de sustitución de las importaciones.

En la década de 1960 la política gubernamental de sustitución de importaciones generó oportunidades para la operación de grandes y pequeñas empresas venezolanas (Francés, 2002), en la medida en que la empresa nacional podría contar con la participación en el consumo y el gasto público de la nación. En ese sentido, Purroy (1986) señala que la política de sustitución de importaciones respondía a la ideología desarrollista y se convertía en el verdadero comienzo de la industrialización de las empresas venezolanas. Sin embargo, las inversiones extranjeras seguían siendo significativas, principalmente procedentes de Estados Unidos; país que, para 1960, concentraba en Venezuela el 25% del total de los capitales norteamericanos invertidos en América Latina (Toro, 2003).

Hacia la década de 1980 se van desarrollando otras actividades de carácter estratégico a las que suelen denominarse *Empresas Básicas*, las cuales son propiedad del Estado y junto con la industria petrolera se dedicaron especialmente a la explotación de hierro y aluminio. Esta situación orientó el destino del país e hizo que Venezuela no desarrollará suficientemente

⁴⁶ En esa época se crearon la Corporación Venezolana de Fomento, el Banco Agrícola y Pecuario y otras instituciones crediticias gubernamentales que otorgaron financiamiento al empresario privado (Fuentes & Anido, 2009; Toro, 2003).

otros sectores económicos distintos al petrolero. Así, el Estado venezolano además de ser el dueño del petróleo, del hierro y de todas las riquezas minerales⁴⁷ del país, también resuelve conservar bajo su tutela un conjunto de actividades consideradas estratégicas en la figura de las denominadas *Empresas Básicas* entre las que cabe mencionar al Instituto Venezolano de Petroquímica (IVP) en la industria petroquímica, la Corporación Venezolana de Guayana (CVG) en la industria del hierro y aluminio, Ferrominera del Orinoco, Interálumina, entre otras *Empresas Básicas* (Toro, 2003).

Según Gutiérrez (1995), el modelo de sustitución de importaciones, recomendado por la CEPAL (1995) para la mayor parte de los países de América Latina, se implanta en Venezuela a partir del año 1959 y se prolonga hasta 1989; durante este período la política comercial se caracterizó por imponer restricciones al comercio exterior y proteger la industria nacional, en ese sentido se implementaron altos aranceles y prohibiciones a la importación, trayendo como resultado el bloqueo a la competencia foránea. Se trataba de sustituir importaciones y estimular el ahorro de divisas protegiendo la producción nacional. En este contexto el rol del Estado se hace cada vez más presente en la actividad económica, pues ésta depende en su mayoría del presupuesto nacional.

Asimismo, la omnipresencia del Estado —que se manifiesta en grandes obras públicas, transferencias o subsidios, creciente estructura burocrática, ayudas y protecciones en casi todos los sectores, controles e intervenciones, empresas del Estado y otros entes descentralizados dependientes de la Administración Pública—, contribuye a crear un muy particular sistema económico al que se denominó *Capitalismo de Estado* (Sonntag & Valecillos, 1999).

El acentuado rol gubernamental también se hizo notar en el plano financiero a través de tasas de interés subsidiadas y creación de bancos de desarrollo. De igual modo, intervino reglamentando la inversión extranjera y regulando los mecanismos de integración que incluyeron áreas clave como los contratos tecnológicos. En este último aspecto se generó una especie de dependencia tecnológica pues se volvió una costumbre la compra de equipos y asistencia técnica foránea, con la respectiva protección arancelaria para su importación. En consecuencia, no se procuró la mejora tecnológica de procesos ni la inversión en dominio

⁴⁷ Según Mora (2002), la legislación minera venezolana de los siglos XIX y principios del XX adoptó un sistema único de propiedad de las minas: el regalista, derivado de la aplicación en este país de la síntesis de la legislación colonial española y de la legislación francesa. En cuanto a hidrocarburos el sistema jurídico dominial es el que regula su propiedad desde 1920; según este, el Estado puede asumir directamente la explotación de los hidrocarburos o puede hacerlo mediante empresas mixtas pero no puede transferir la propiedad de los yacimientos.

tecnológico y, menos aún, la capacitación de personal y formación de capital humano (Sachs & Larraín, 1994).

Según Pérez (1996), bajo este contexto donde imperaba la lógica de subsidio, no había presión para la exportación que obligara a ocuparse de la calidad, productividad y competitividad. Por ello, un importante número de industriales venezolanos no aprendió a ser eficiente, pues aunado al proteccionismo del Estado, tampoco se vieron nunca en la necesidad de competir en los mercados internacionales y crearon una cultura productiva altamente dependiente de la renta petrolera.

En 1989 se establece un amplio consenso entre los académicos, tecnócratas, políticos, economistas y funcionarios del sector público para dar un gran viraje en la conducción de la política económica y que así Venezuela pudiese adoptar un nuevo modelo de desarrollo orientado hacia la apertura económica, la liberación del comercio y el fortalecimiento de los esquemas de integración, pues Venezuela había caído en una profunda crisis económica que se manifestaba en grandes desequilibrios macroeconómicos: déficit fiscal, déficit en la balanza de pagos, pérdida de reservas internacionales, tasas de interés reales negativas y controladas, desequilibrios en la apreciación del tipo de cambio real, elevados índices de inflación, entre otros (Gutiérrez, 1995).

Con la puesta en marcha de la nueva política económica iniciada en el año de 1989, el Gobierno Nacional tomó una serie de decisiones para producir el cambio de rumbo indispensable para que la economía del país pudiera insertarse en los diversos escenarios internacionales y adaptarse a los cambios inminentes. De esta forma se perseguía un ajuste importante que tuviera por finalidad promover una economía diversificada, competitiva y menos vulnerable en la cual el sector productivo nacional dejase de ser un sector consumidor de divisas para convertirse en un sector industrial generador de las divisas que requería para su propio crecimiento. Asimismo, era necesario promover una economía menos estatizada otorgándole una mayor prioridad a la participación del capital privado, tanto nacional como extranjero, en la promoción de nuevos proyectos de desarrollo (Toro, 2003).

Así, Venezuela puso en marcha un programa de ajustes que implicaba reformas radicales en el funcionamiento de la economía y en el papel del Estado. Este programa mostraba fuerte orientación hacia el funcionamiento de los mercados, disminución del rol del Estado y restablecimiento, en el corto plazo, de los equilibrios macroeconómicos básicos y reducción de la inflación.

La política industrial estaba orientada a combinar la sustitución efectiva y selectiva de las importaciones con una audaz y dinámica política de estímulo a las exportaciones de bienes y servicios. Por su parte, la política comercial puesta en práctica a partir de esa fecha, según Sachs & Larraín (1994), estaba basada en:

1. Racionalización de aranceles.
2. Establecimiento de una política de protección efectiva a la industria nacional.
3. Eliminación de obstáculos y prohibiciones al comercio exterior.
4. Estímulo a la competitividad internacional de las exportaciones no tradicionales.
5. Participación activa en los esquemas de integración económica y comercial.

Este modelo de apertura económica estaba ampliamente respaldado por el Banco Mundial y tenía gran aceptación por parte del Fondo Monetario Internacional, además de contar con un fuerte respaldo por parte de los economistas, sociólogos, politólogos, técnicos gubernamentales y los principales asesores de los gremios empresariales y los sectores académicos. Sin embargo, la puesta en marcha de este modelo en Venezuela confrontó serios problemas y una fuerte oposición por parte de los partidos políticos, los sindicatos, así como por parte de algunos sectores empresariales conservadores, los cuales tenían temor de perder sus privilegios y la influencia que ejercían a través de un modelo económico en el que el Estado era su mejor aliado (Gutiérrez, 1997).

El modelo de apertura económica tuvo plena vigencia durante el período comprendido entre 1989 y 1999. En esta década se lograron algunos avances importantes para modernizar la economía venezolana, entre los cuales Gutiérrez (1997) resalta:

1. Reducción sustancial de obstáculos burocráticos que afectaban el comercio exterior.
2. Equilibrio del Arancel Aduanero y modernización de los puertos y aduanas del país.
3. Integración a nivel regional y subregional, los cuales recibieron un fuerte respaldo político.
4. Crecimiento importante de las inversiones extranjeras.
5. Crecimiento significativo de las exportaciones no tradicionales.
6. Logro de cierta estabilidad del signo monetario.

Sin embargo, el país continuaba sumido en una profunda crisis económica de la que aún no se recupera. Esto indicaba que más allá de la crisis económica, el deterioro del clima político y

una marcada crisis social complicaban aún más el panorama. Se requería ir más lejos, el país demandaba avanzar en cambios políticos, institucionales y sociales que permitieran crecer sostenidamente al tiempo que se lograra mayor equidad y justicia social.

En 1999, mediante elecciones democráticas, asciende al poder un nuevo gobierno con un plan de reformas políticas y económicas que tratan de revertir las instrumentadas en el período 1989-1999. Ello ha traído profundos cambios institucionales, en medio de un clima, por un lado de grandes confrontaciones políticas, y por otro, de mejoras significativas en los ingresos por concepto de las exportaciones petroleras, con lo que se evidencia la alta dependencia que aun sigue teniendo Venezuela de la renta petrolera.

El gobierno actual –que se autodefine como socialista–, también plasma su orientación política en planes de la nación, de los cuales ha formulado e instrumentado tres planes desde su llegada al poder. Los dos primeros han sido denominados, respectivamente, Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007 y Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013. El tercer plan de la nación, también denominado Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación para el período 2013-2019, está formulado en un instrumento jurídico como Ley del Plan de la Patria (RBV, 2013).

En lo referente al *sector empresarial venezolano*, se puede decir que las características que exhiben las empresas venezolanas en la actualidad se deben fundamentalmente a factores condicionales del entorno y de la historia donde éstas se han desarrollado, tal como se acaba de describir.

Con el auge de la explotación petrolera cambia la estructura y funcionamiento de los establecimientos industriales y comerciales de Venezuela y comienza a perfilarse el modelo de *empresa venezolana* que predomina hoy, con la incursión de empresarios nacionales y de origen extranjero, los cuales conforman *grupos económicos* que en la actualidad, son los más importantes del país. Esto se evidencia, entre otras cosas, en la costumbre de conservar el apellido del grupo *familiar* para denominar a las empresas. Es el caso que a continuación describe Naím (1989, p. 32):

“Es importante aclarar que en Venezuela ha tendido a asociarse el término *grupo económico* con un reducido grupo de grandes conglomerados familiares, tales como Vollmer, Mendoza, Boulton, Cisneros, etc.”.

Asimismo, Méndez (2003, p. 29) describe que a comienzos del siglo XX no se hablaba de empresas en el país, sino de casas de comercio, firmas comerciales y, posteriormente, de compañías. Las dos principales firmas comerciales especializadas en la importación y la

exportación tenían su origen en la Casa Boulton y la Casa Blohm que se establecieron y se vincularon al país, por la vía de negocios o por lazos matrimoniales con familias criollas, desarrollándose un proceso de *criollización* de las casas comerciales, el cual formará parte, posteriormente, del *sector empresarial venezolano*.

Así puede verse que la historia y evolución del sector empresarial venezolano ha estado íntimamente ligada y determinada por la historia económica del país y que la aparición en Venezuela de empresas de tipo familiar se remonta a comienzos del siglo XX, signada por la incursión de empresarios nacionales y de origen extranjero, favorecidos por el auge de la explotación petrolera y los cambios estructurales a partir de entonces. En consecuencia, las empresas privadas dedicadas a actividades distintas al negocio petrolero, en la actualidad, se ven afectadas de forma directa e indirecta por los vaivenes del mercado del crudo.

En este contexto, se van perfilando las características de las empresas venezolanas de la actualidad y, especialmente, las características de las Empresas Familiares. En la década de 1980 las empresas venezolanas, su estructura y funcionamiento se convierten en el objeto de estudio de destacados investigadores particulares y de instituciones dedicadas al estudio de la gerencia en Venezuela.

Es así como Naím & Piñango (1984, pp. 154-171) logran distinguir importantes rasgos que caracterizan a las empresas venezolanas y que soportan estudios posteriores sobre el tema, como es el caso. Estos autores destacan la singularidad de las empresas privadas venezolanas indicando que algunos de los principales rasgos atribuibles a éstas son: “jóvenes, poco competidas, enigmáticamente rentables, domésticas (o poco internacionales en su generación de ingresos), muy diversificadas, insuficientemente capitalizadas y por lo tanto significativamente endeudadas, *familiares en su estructura de propiedad y manejo*, organizativamente rezagadas, y poco venezolanas en cuanto al origen de su tecnología, equipos y productos”.

En otro trabajo realizado por estudiantes del Programa de Máster del Instituto de Estudios Superiores en Administración (IESA) –dirigido por la profesora Esmeralda Garbi de Rangel en el año 1985– se pudo conocer que, de una muestra de 309 empresas privadas venezolanas cuyas ventas anuales superaban los cien millones de bolívares, el 88% de las mismas mantenía la propiedad de la empresa concentrada en menos de cinco accionistas, mientras que en el 69% de éstas el poder de decisión estaba en manos de un sólo individuo o de un grupo familiar (Garbi de R., 1985).

Más recientemente Vairub & Rodríguez (2005), en un estudio realizado a 12 Empresas Familiares venezolanas, exploran y evalúan la forma en que estas empresas gestionan su planificación, gobernabilidad y organización. Los autores encontraron que de las tres variables analizadas, la de mejor desempeño fue la organización (organigrama, estructura, división de cargos y tareas, objetivos, misión, visión, entre otras variables), seguida por la planificación estratégica, en tanto que el desempeño más bajo correspondió a la gobernabilidad (empresas en su mayoría dirigidas por el grupo de fundadores y no por una junta directiva). Asimismo el estudio identificó otros problemas que estas Empresas Familiares venezolanas presentan, tales como: desacuerdos sobre la forma de trabajar, desigualdad en la disciplina de los familiares y diferencias de enfoque entre miembros de generaciones distintas.

En este marco de referencia sobre las empresas venezolanas y la breve mención a la presencia de las Empresas Familiares en el país, es conveniente reseñar algunas nociones sobre los criterios de clasificación de las empresas en Venezuela, comenzando por lo que se entiende por empresas, Empresas Familiares, nuevas formas de organización empresarial surgidas recientemente como es el caso de la Empresas de Producción Social (EPS) y unidades de propiedad social (UPS), hasta llegar a un tipo de organización empresarial que en Venezuela es muy común y que se denomina Hogares con Actividad Económica:

Empresas: son unidades económicas cuyo objeto fundamental es la producción de bienes y servicios destinados a satisfacer las necesidades de los miembros de una comunidad. Las empresas pueden ser privadas o públicas. **Privadas** son aquellas que desempeñan una actividad económica en el sector privado, tienen fines de lucro y su propiedad está representada por agentes privados. Se denominan empresas **Públicas** aquellas entidades institucionales, constituidas con capital de titularidad estatal en su totalidad o de modo parcial y que también desempeñan una actividad económica lucrativa (ejemplo de ello son empresas como Petróleos de Venezuela-PDVSA, Compañía Anónima de Administración y Fomento Eléctrico-CADAFE, Corpoven, Hidroven, Metro de Caracas, entre otras).

Empresas Familiares: en Venezuela no se cuenta con una definición oficial sobre la tipología de Empresa Familiar, salvo algunas menciones que se hacen en algunos instrumentos de política pública, ya mencionados⁴⁸, como la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela (RBV, 2000) en los artículos 301 al 308, el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007 (MPPPD, 2001) y la Ley de Fomento y Desarrollo de la Economía Popular, artículo 9 (RBV, 2008a), donde se define la Unidad Productiva Familiar como una organización

⁴⁸ Estos instrumentos de política pública fueron definidos en el Capítulo 4, apartado 4.4, Cuadro N° 4.12.

integrada por miembros de una familia que desarrollan proyectos socioproductivos dirigidos a satisfacer las necesidades básicas de sus miembros y de la comunidad.

Empresas de Producción Social: por iniciativa gubernamental, recientemente han surgido en Venezuela las denominadas Empresas de Producción Social (EPS) las cuales son entidades económicas dedicadas a la producción de bienes y servicios en donde los trabajadores se apropian del excedente económico resultante de la actividad económica, el cual se reparte en partes proporcionales a la cantidad de trabajo aportado y no a la cantidad de capital aportado. Surgen como resultado de la acción del Estado, de la transformación de empresas del Estado o de empresas capitalistas privadas en EPS. En principio las EPS operarán en actividades vinculadas con la explotación de hidrocarburos; progresivamente abarcarán otras actividades económicas, complementándose y apoyándose para beneficio colectivo de la comunidad (RBV, 2008a).

Unidades de Propiedad Social: se definen como agrupaciones de carácter social y participativo en las cuales se incluyen: cooperativas, consejos comunales, unidades productivas familiares, y cualquier otra forma de asociación que surja en el seno de la comunidad, cuyo objetivo sea la realización de cualquier tipo de actividad económica productiva, financiera o comercial lícita, a través del trabajo planificado, coordinado y voluntario, como expresión de conciencia y compromiso al servicio del pueblo, contribuyendo al desarrollo comunal, donde prevalezca el beneficio colectivo sobre la producción de capital y distribución de beneficios de sus miembros, incidiendo positivamente en el desarrollo sustentable de las comunidades (RBV, 2008a).

Hogares con Actividad Económica: pertenecen al sector de la economía informal, son empresas no constituidas en sociedad o trabajadores por cuenta propia que producen y venden la mayoría de su producción o venden una parte y el resto la destinan para uso final propio. Categorías: empresas de mercado no constituidas en sociedad, construcción para uso final propio, servicios de viviendas habitadas por el propietario, servicio doméstico. Las empresas de mercado no constituidas en sociedad tienen menos de cinco personas ocupadas, incluye trabajadores independientes y patronos; el local es tipo kiosco, puesto de venta ambulante o vivienda con actividad económica. En su forma jurídica son empresas unipersonales o individuales que no poseen registros contables o actúan sin separación patrimonial del propietario (BCV, 2011).

Por otra parte, para los propósitos de esta investigación es de interés considerar los criterios que se emplean en Venezuela para la clasificación de los sectores o actividades económicas y los criterios para establecer el tamaño de las empresas. Estos criterios son:

Actividades Económicas: Dentro de los grandes sectores económicos se encuentran las actividades económicas específicas. Para su clasificación se emplea la Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIIU de todas las actividades económicas que tiene como propósito ofrecer un conjunto de categorías de actividades que se pueda utilizar para la reunión y difusión de datos estadísticos de acuerdo con estas actividades.

La más reciente actualización es la Revisión 4, que fue examinada y aprobada por la Comisión de Estadística del Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de la Secretaría de las Naciones Unidas en 2009 (ONU, 2009).

Cada país tiene por lo general una clasificación industrial propia, diseñada de la manera más adecuada para responder a sus circunstancias individuales y al grado de desarrollo de su economía. En Venezuela se emplea la CIIU Revisión 4.

Tamaño de las empresas: la clasificación por tamaño de las empresas en Venezuela según el Instituto Nacional de Estadística (INE), establece los rangos considerando el número de trabajadores, lo cual se aprecia en el Cuadro N° 5.1.

Cuadro N° 5.1.
Tamaño de las empresas en Venezuela según el número de trabajadores

Empresas	Tamaño según el número de trabajadores
Microempresas	1-5
Pequeñas Empresas	6-20
Medianas Empresas	21-100
Grandes Empresas	Más de 100

Fuente: INE (2000)

En el año 2007, el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2007) realiza una recogida de datos del sector empresarial a la que denominó IV Censo Económico; el criterio empleado para clasificar las unidades económicas por estratos utilizado en este trabajo estadístico es el personal ocupado. Esto se observa en el Cuadro N° 5.2.

Cuadro N° 5.2.
Unidades económicas según estrato de ocupación

Empresas	Personas ocupadas
Pequeñas Empresas inferior	1-4
Pequeñas Empresas superior	5-20
Medianas Empresas inferior	21-50
Medianas Empresas superior	51-100
Gran Empresa	Más de 100

Fuente: INE (2007)

Cuadro N° 5.3.
Tamaño de las industrias en Venezuela según el número de trabajadores y el volumen de ventas anuales

Tipo de Empresa	Promedio Anual de Trabajadores	Ventas Anuales en Unidades Tributarias ⁴⁹
Pequeña Industria	0-50	1.000-100.000
Mediana Industria	51-100	100.001-250.000

Fuente: RBV (2008b)

Asimismo, el Decreto con rango, valor y fuerza de Ley para la promoción y desarrollo de la pequeña y mediana industria y unidades de propiedad social (2008b) establece los rangos que se muestran en el Cuadro N° 5.3 para determinar el tamaño de las industrias de pequeña dimensión.

5.2.2. Alcance Local: Economía y sector empresarial merideño con referencia a la Empresa Familiar

En relación con estudios económicos hechos en la entidad, no se dispone de información suficiente y actualizada, salvo una investigación realizada en 1999, en la que se determina que en la estructura productiva regional predomina la participación del sector servicios con un 30% del PIB merideño, seguida de la producción agrícola con un 23% del producto estatal; así como un 14% de este aporte proveniente de la actividad comercial, siendo estos tres sectores los que a esta fecha, apuntalan la economía del Estado (IIES-FACES-ULA, 1999, pp. 52-53).

Más recientemente, el Censo de Población y Vivienda del INE del año 2011, señala que en Mérida, la actividad agrícola es de las más desarrolladas del país. Igualmente se indica en esta

⁴⁹ Una Unidad Tributaria (U.T.) es la medida de valor creada con fines fiscales en Venezuela, con la finalidad de equiparar, ajustar o actualizar a la realidad inflacionaria los montos de las bases de imposiciones, exenciones y sanciones, con fundamento en la variación del Índice de Precios al Consumidor (IPC). Al finalizar el año 2014 el valor de cada U.T. en Venezuela era de Bs. 127 (MPPEFBP, 2014). No obstante, debido a la persistente inflación en el país, en fecha 19/02/2015 el valor de la U.T. fue reajustado a Bs. 150 (RBV-MPPEFBP-SENIAT, 2015).

fuelle, que la producción maderera ha cobrado gran importancia en los últimos años, siendo que actualmente existen cinco industrias forestales de aserrío en la zona.

El sector turismo también está en pleno crecimiento, con la construcción de la infraestructura necesaria para brindar al visitante comodidad dentro del ambiente típicamente andino. Asimismo, los servicios educativos de alto nivel siguen manteniendo su presencia en la entidad y generando actividad económica en otras actividades indirectas relacionadas (INE, 2011).

En el Cuadro N° 5.4 se presenta una serie de datos económicos y poblacionales del Estado Mérida que permiten visualizar su situación física y su estructura productiva, de empleo y educación.

Allí se aprecia la división político territorial del Estado Mérida, principales poblaciones, límites con otros estados del país, superficie y población.

**Cuadro N° 5.4.
Situación física del Estado Mérida**

Capital Mérida (Municipio Libertador)	
División político territorial	23 municipios y 82 parroquias
Principales poblaciones	El Vigía (Municipio Alberto Adriani), Ejido (Municipio Campo Elías), Lagunillas (Municipio Sucre), Tovar (Municipio Tovar), Mucuchíes (Municipio Rangel), Bailadores (Municipio Rivas Dávila)
Límites	Al Norte con los estados Trujillo y Zulia, al Sur con los estados Barinas y Táchira, al Este con el estado Barinas y al Oeste con los estados Zulia y Táchira
Superficie	11.300 km ²
Población para el año 2013	936.658 (3,06% aproximado del total nacional)
Hombres	469.722 habitantes
Mujeres	466.936 habitantes

Fuente: INE (2013)

Como puede apreciarse en el Cuadro N° 5.5, los municipios con mayor densidad poblacional en Mérida (Alberto Adriani, Campo Elías, Libertador, Sucre y Tovar) coinciden con los de mayor concentración de unidades empresariales, mostrados más adelante en el Cuadro N° 5.9.

Estos municipios pueden considerarse en su mayoría urbanos, en tanto que el resto de municipios del Cuadro N° 5.5 –con menos densidad poblacional– son rurales.

Cuadro N° 5.5.
Densidad poblacional del Estado Mérida por municipio

Municipio	Número de habitantes				
	2007	Porcentaje	2013	Porcentaje	Variación 2013/2007
Alberto Adriani	128.222	15,2	145.344	15,5	13,4
Andrés Bello	14.029	1,67	15.244	1,6	8,7
Antonio Pinto Salinas	26.073	3,1	25.702	2,7	-1,4
Aricagua	4.564	0,5	4.498	0,5	-1,5
Arzobispo Chacón	14.679	1,7	13.931	1,5	-5,1
Campo Elías	100.192	11,9	115.218	12,3	15,0
Caracciolo Parra Olmedo	28.055	3,3	29.753	3,2	6,1
Cardenal Quintero	9.546	1,1	10.224	1,1	7,1
Guaraque	9.965	1,2	9.613	1,0	-3,5
Julio César Salas	15.300	1,8	15.489	1,7	1,2
Justo Briceño	6.472	0,8	5.195	0,6	-19,7
Libertador	233.182	27,6	266.013	28,4	14,1
Miranda	22.879	2,7	24.008	2,6	4,9
Obispo Ramos de Lora	25.002	3,0	26.403	2,8	5,6
Padre Noguera	3.028	0,4	3.385	0,4	11,8
Pueblo Llano	11.706	1,4	11.687	1,3	-0,2
Rangel	17.786	2,1	20.467	2,2	15,1
Rivas Dávila	18.873	2,2	21.705	2,3	15,0
Santos Marquina	16.932	2,0	20.638	2,2	21,9
Sucre	54.362	6,4	62.346	6,7	14,7
Tovar	38.072	4,5	41.474	4,4	8,9
Tulio Febres Cordero	35.375	4,2	36.287	3,9	2,6
Zea	9.536	1,3	12.034	1,3	26,2
Total población	843.830	100,0%	936.658	100,0%	11,0

Fuente: elaboración propia, con base en INE (2013)

En el Cuadro N° 5.6 se aprecia que las actividades económicas en las que la población de Mérida tiene mayor número de años de estudio son aquellas como: Construcción, Industria manufacturera y Agricultura, Caza y Silvicultura, en las que el mayor promedio de años de estudio está alrededor de los 10 años para el año 2012.

Con esto se puede inferir que este nivel de instrucción apenas completa el nivel de educación media, pues en Venezuela se requieren aproximadamente entre 14 y 17 años de estudio para completar la formación técnica o universitaria (6 años de educación primaria, más 5 ó 6 de educación media; más 3 ó 5 de educación superior, técnica o universitaria, respectivamente).

Cuadro N° 5.6.
Promedio de años de estudio de la población del Estado Mérida por actividad económica⁵⁰

Actividad Económica	Promedio de años de estudio		
	2007	2012	Variación 2012/2007
Agricultura, Caza, Silvicultura	4,7	6,1	29,8
Explotación de hidrocarburos, minas y canteras	ND	ND	-
Industria manufacturera	8,2	11,40	39,0
Electricidad, agua, gas	ND	ND	-
Construcción	6,8	10,8	58,8
Comercio, Restaurantes, Hoteles	8,8	10,3	17,1
Transporte, almacenamiento, comunicaciones	7,7	9,3	20,8
Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles	11,1	11,0	-0,9
Servicios comunales, sociales, personales	11,2	10,4	-7,1
Otras actividades	ND	ND	-
Promedio en años	8,4	9,9	-

Fuente: elaboración propia, con base en INE (2012)

Otra característica que resalta en el Cuadro N° 5.6 es que, con las excepciones de Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles y de Servicios comunales, sociales, personales, el nivel de escolaridad de la población merideña en la mayoría de las actividades económicas se incrementó significativamente en el período considerado. Destacan de modo particular los sectores Construcción (con 58,8% de aumento entre 2007 y 2012), Industria manufacturera (39,0%) y Agricultura, Caza y Silvicultura (29,8%). En estas mejoras han incidido, entre otros factores, diversas *Misiones*⁵¹ adoptadas por el Gobierno vinculadas con el área educativa/formativa, la apertura de sedes locales de instituciones educativas gubernamentales y privadas (Universidad Nacional Experimental de las Fuerzas Armadas –UNEFA–, Universidad Politécnica Territorial Clever Ramírez, Universidad de Los Andes, I.U.T. Cristóbal Mendoza, entre otras), que han facilitado el acceso a etapas superiores de la educación formal. Ello ocurrió, no obstante que los valores extremos superiores no pueden ser apreciados en las medias aritméticas mostradas en la línea final de dicho Cuadro.

⁵⁰ Es conveniente aclarar que el INE presenta una proyección de datos sobre población y densidad población hasta el año 2013 (Cuadros N° 5.4 y 5.5). Para el resto de datos (presentados en los Cuadros N° 5.6, 5.7 y 5.8) sobre promedio de años de estudio y empleo, en esta fuente solo se dispone datos hasta el segundo semestre del año 2012.

⁵¹ En Venezuela, las *Misiones* son instrumentos de política dedicados a garantizar los derechos fundamentales de la población, con énfasis en los sectores más excluidos; constituyen una estrategia política bajo la figura de programas sociales promovidas por el gobierno del presidente Hugo Chávez desde al año 2003 y financiadas por Petróleos de Venezuela (PDVSA). Se subdividen en: educativas y para el trabajo, de seguridad y servicios básicos como alimentación y vivienda, de salud pública, asistencia y solidaridad social y misceláneas como las que atienden necesidades de grupos desfavorecidos o minorías étnicas hasta la promoción de actividades agrarias para la subsistencia.

En cuanto al empleo, se observa en el Cuadro N° 5.7 que las actividades económicas con mayor número de empleados para el período considerado son: Electricidad, agua, gas (92,9%), Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles (31,8%), Transporte, almacenamiento, comunicaciones (26,8%), Industria manufacturera (24,6%). En cuanto a Otras actividades económicas, si bien esta categoría presenta la mayor variación, este resultado debe ser tomado con cautela, pues probablemente el valor elevado correspondiente a 2012 se deba al efecto de agregación: como se desprende de las estadísticas oficiales revisadas a lo largo de esta sección, los datos oficiales se presentan siguiendo una antigua estructura de la clasificación CIIU, que no incluye todas las 21 categorías que comprende actualmente la Revisión 4 (Anexo 2), por lo que el organismo oficial INE agrega todas las demás en la categoría Otras actividades económicas.

Cuadro N° 5.7.
Empleo de la población del Estado Mérida por actividad económica

Actividad Económica	Número de empleados				
	2007	Porcentaje	2012	Porcentaje	Variación 2012/2007
Agricultura, caza, silvicultura	55.994	16,4	62.213	16,7	11,1
Explotación de hidrocarburos, minas y canteras	367	0,1	374	0,1	1,9
Industria manufacturera	27.604	8,1	36.138	9,2	24,6
Electricidad, agua, gas	929	0,3	1.792	0,5	92,9
Construcción	27.897	8,2	22.537	5,5	-25,7
Comercio, restaurantes, hoteles	81.294	23,8	81.420	21,1	-2,9
Transporte, almacenamiento, comunicaciones	25.374	7,4	33.775	8,6	26,9
Establecimientos financieros, seguros, bienes inmuebles	12.392	3,6	16.023	4,4	31,8
Servicios comunales, sociales, personales	109.725	32,1	114.909	33,5	14,3
Otras actividades	121	0,0	1.769	0,5	1.362,0
Total población empleada	341.697	100,0%	368.608	100,0%	-

Fuente: elaboración propia, con base en INE (2012)

Por otro lado, en relación el sector Electricidad, agua, gas, que el Cuadro N° 5.7 muestra una alta variación del empleo (92,9%); debe destacarse que tanto la generación como prestación de actividades de este tipo son realizadas por empresas públicas, ya que desde 1976 corresponden por ley al Estado venezolano. En el caso particular de Mérida, en el año 2007 la estatal petrolera PDVSA abrió una sucursal (PDVSA-Gas) que pasó a competir con las escasas empresas privadas que prestaban el servicio de gas natural en la entidad federal. Con ello aumentó el número de empleados nuevos en la entidad, al tiempo que otros ya contratados son trasladados de otras ciudades del país, a las oficinas localizadas en el Estado Mérida.

Adicionalmente, se crearon ingentes cooperativas (entre ellas, las vinculadas con Gas Comunal), lo que supuso la creación de nuevos puestos de trabajo en esta área. En consecuencia, este aumento del empleo es de carácter público y producto de la creación de cooperativas de servicios comunales en el área de Gas Comunal.

En relación con el empleo por categoría de empleados, presentado en el Cuadro N° 5.8, se observa que la mayoría de trabajadores ocupa posiciones en la categoría Empleados y obreros (56,9% para el año 2007 y 62,2% para el año 2012), siendo la variación de 19,87% en el período considerado.

Cuadro N° 5.8.
Empleo de la población del Estado Mérida por categoría de empleados

Categoría de empleados	Número de empleados				
	2007	Porcentaje	2012	Porcentaje	Variación 2012/2007
Empleados y obreros	194.556	56,9	220.562	62,3	19,9
Miembro de cooperativa	7.526	2,2	6.718	1,6	-20,9
Sociedad de personas	23.299	6,8	31.753	7,5	20,4
Trabajador por cuenta propia	86.860	25,4	91.982	24,0	3,4
Patrono o empleador	25.258	7,4	15.928	4,2	-37,2
Ayudante o auxiliar familiar o no familiar no remunerado	4.198	1,2	1.665	0,4	-61,4
Total población empleada	341.697	100,0%	368.608	100,0%	

Fuente: elaboración propia, con base en INE (2012)

En el Cuadro N° 5.8 también conviene destacar la disminución en las categorías: Ayudante o auxiliar familiar o no familiar no remunerado (-61,41%); Patrono o empleador (-37,2%) y Miembro de cooperativa (-20,9%). En este último caso esa disminución podría ser atribuida al hecho que algunos trabajadores tercerizados (*i.e.*, miembros de cooperativas, que estaban laborando bajo contrato), pasaron a ser empleados fijos a raíz de la entrada en vigor de la nueva Ley Orgánica del Trabajo (RBV, 2012). Esto es consistente con el aumento observado en la categoría Empleados y obreros (que creció en el mismo período casi 20%).

En cuanto al sector empresarial, el empresariado merideño organizado funciona bajo una representación de Fedecámaras a nivel de la entidad. Este organismo agrupa y representa a la empresa privada en Venezuela. Fedecámaras-Mérida reúne aproximadamente a 37 Cámaras que a su vez representan a las empresas industriales, comerciales y de servicios adscritas a este ente, en toda la entidad (FEDECÁMARAS, 2013). Por su parte, la Cámara de Comercio e Industria del Estado Mérida reúne un total de 750 empresas afiliadas, siendo esta Cámara la más grande en cuanto número de afiliados (CACOIME, 2014).

Según el Censo Económico del INE del año 2007, el total de estructuras empresariales del Estado Mérida es de 21.208 empresas extendidas por todo el territorio (INE, 2007). En el Cuadro N° 5.9 se aprecia que, de los 23 municipios del Estado, sólo cinco de ellos concentra el mayor número de empresas (77,86%).

Cuadro N° 5.9.
Municipios con mayor concentración de unidades empresariales

Municipio	Capital	Nº de estructuras empresariales	Porcentaje sobre el Total
Libertador	Mérida	8.307	39,2
Alberto Adriani	El Vigía	3.774	17,8
Campo Elías	Ejido	2.023	9,5
Tovar	Tovar	1.374	6,5
Sucre	Lagunillas	1.033	4,9
Total		16.511	77,9%

Fuente: elaboración propia, INE (2007)

En la entidad merideña no se cuenta con estudios o cifras oficiales vinculadas con el sub-grupo de Empresas Familiares de forma particular. No obstante, hay que resaltar las investigaciones académicas recientemente realizadas y en curso que se muestran en el Cuadro N° 5.10.

Cuadro N° 5.10.
Investigaciones sobre Empresa Familiar en el Estado Mérida

Investigaciones	Autor / Año	Título	Grado obtenido o a obtener
Concluidas	Rossanne Barón (2002)	Manejo de los conflictos de las Empresas Familiares en función de su sustentabilidad: un desafío educativo	Título obtenido: Doctora en Educación, Mención Administración, Universidad de Panamá (Panamá).
	María Auxiliadora Briceño (2006)	Gestión de Empresas Familiares y su importancia en la economía local	Título obtenido: Diploma de Estudios Avanzados del Programa de Doctorado Formación, Empleo y Desarrollo Regional, Universidad de La Laguna (España).
	Lenix Omaña (2010)	Análisis comparativo de la gestión de Empresas Familiares y Empresas No Familiares del municipio Libertador del Estado Mérida	Título obtenido: <i>Magister Scientiae</i> en Administración del CIDE, Universidad de Los Andes (Venezuela).
	Ligmar Meza (2011)	Propuesta de un modelo de gestión financiera. Caso de estudio: Empresas Familiares del Municipio Libertador del Estado Mérida	Título obtenido: <i>Magister Scientiae</i> en Administración del CIDE, Universidad de Los Andes (Venezuela).
En curso	Mariencris Méndez (2012)	Liderazgo en la Empresa Familiar del sector autopartes del municipio Libertador del Estado Mérida	Proyecto de trabajo de mérito para obtener el título de: <i>Magister Scientiae</i> en Administración del CIDE, Universidad de Los Andes (Venezuela).

Fuente: elaboración propia

La mayoría de los estudios revisados (Barón, 2002; Bustillo, 1999; Briceño, 2006; Muñoz, 2011; Naím, 1989; Omaña, 2010; Pernía, 2011; Vairud & Rodríguez, 2005) sobre el tema de las Empresas Familiares, tanto en Mérida como en el resto del país, abordan en detalle aspectos

relacionados con el funcionamiento interno de estos negocios, estructura administrativa, sucesión, profesionalización, estructura de capital, entre otros factores internos. Sólo en dos de los estudios aquí mencionados se han hecho cálculos estadísticos relacionados con el total de Empresas Familiares en el Estado Mérida. Estos estudios son: Gestión de Empresas Familiares y su importancia en la economía local (Briceño, 2006) y Análisis Comparativo de la Gestión de Empresas Familiares y Empresas No Familiares del Municipio Libertador del Estado Mérida (Omaña, 2010), en los que se ha puesto como marco poblacional el Municipio Libertador y en ambos estudios realizados en tiempos distintos, se ha determinado que el total de Empresas Familiares está alrededor del 74% del total de empresas en solo uno de los municipios del Estado Mérida.

En la revisión sobre estudios del comportamiento de las Empresas Familiares en su ámbito externo y los factores que las caracterizan: salida a la bolsa, internacionalización, contribución a la actividad económica o al PIB, al empleo, emprendimientos, gestión socioambiental, relaciones con otras empresas o con otras instituciones, entre otros factores de gestión externa, no se dispone de datos suficientes, actualizados y confiables que puedan servir de referencia, pues se conoce que la mayoría de los estudios revisados emplean el muestreo no aleatorio, en el que por conveniencia y conocimiento del investigador se seleccionan empresas que de antemano se conocen como familiares. Esto indica que las cifras sobre número y ubicación de las Empresas Familiares no aparecen separadas del resto en los registros oficiales del país y menos aún en Mérida, lo que en gran medida dificulta su estudio.

5.3. Bases metodológicas

Este apartado se desarrolla en cuatro epígrafes. El epígrafe 5.3.1 trata sobre el planteamiento teórico referido a los criterios de distinción utilizados en este estudio para separar a las Empresas Familiares (EF) y Empresas No Familiares (ENF). En el epígrafe 5.3.2 se empleó especialmente como parámetro de referencia para la selección de las variables a estudiar los trabajos propuestos por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, 2003, 2005, 2006, 2007), que a través del Grupo de Trabajo Intergubernamental de Expertos en Normas Internacionales de Contabilidad y Presentación de Informes (ISAR) presenta una propuesta de Indicadores para medir el desempeño de las empresas y su contribución al Desarrollo Económico y Social. Asimismo, en el epígrafe 5.3.3 se aborda el diseño y descripción del cuestionario y en el epígrafe 5.3.4 se presenta un cuadro resumen de la medición de las variables con sus respectivos indicadores.

5.3.1. Criterios de distinción entre Empresas Familiares y Empresas No Familiares

Como ya se mencionó en el Capítulo 2 de esta investigación, donde se abordó el tema de la Empresa Familiar como objeto de estudio, existen diversas definiciones sobre este tipo de negocio. Para los propósitos de este trabajo, las definiciones que coinciden en indicar que las Empresas Familiares se distinguen del resto de empresas por sus características de: propiedad, dirección y continuidad o transferencia generacional de propiedad, se consideran las más apropiadas para lograr los objetivos de esta investigación.

Comenzando por alguna de las primeras definiciones sobre Empresa Familiar, anteriormente citada, que mejor satisface estos propósitos, se tiene en cuenta para fines metodológicos, la propuesta de Cabrera & García (1999, p. 20), en la que se expresa que:

“Una empresa familiar es aquella cuya **propiedad** está en manos de los miembros de una familia que tienen la intención de que las relaciones intraorganizativas de propiedad y **control directivo** estén basadas en lazos familiares y en donde se ha producido, se está produciendo o se prevé que se va a producir en el futuro una **transferencia de la empresa** a un miembro de la siguiente generación de esa familia”.

Otra definición, ya citada, bastante clara y concisa sobre la forma de distinguir una Empresa Familiar del resto de tipologías de empresas, es la propuesta por Comblé & Colot (2006, p. 91) quienes señalan que un buen concepto de Empresa Familiar debe reunir tres elementos:

1. El control del capital por la familia;
2. La participación activa de la familia en la gestión de la empresa; y,
3. La transmisión o la voluntad de transmitir la empresa a la generación siguiente.

En este punto, también conviene repasar lo indicado por Rojo *et al.* (2011) cuando señalan que este concepto es multifactorial y multidisciplinar, pues a veces es usado para crear teorías y en otros casos se emplea con propósitos operativos o empíricos, cuestión a tener en cuenta al clasificar empresas usando los criterios teóricos mencionados. Asimismo, para fines metodológicos se consideran las definiciones propuestas por autores mencionados en el contenido de esta investigación tales como Maseda *et al.* (2009), Santana & Cabrera (2001), Seijo & Ménendez (2007) y otras definiciones más recientes sobre Empresa Familiar, presentadas en el Cuadro N° 2.4 del Capítulo 2.

Estos constituyen los criterios teóricos de distinción de Empresas Familiares (EF) respecto a las Empresas No Familiares (ENF) empleados en este trabajo.

5.3.2. Indicadores empresariales para medir el desarrollo local

En este orden de ideas, se incorpora la iniciativa de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), que a través del Grupo de Trabajo Intergubernamental de Expertos en Normas Internacionales de Contabilidad y Presentación de Informes (ISAR) presenta una propuesta de Indicadores para medir el desempeño de las empresas y su contribución al Desarrollo Económico y Social.

En el Consenso de São Paulo de la XI reunión de la UNCTAD se acordó la ayuda a los países en desarrollo para formular y aplicar políticas activas para fomentar la capacidad de producción y la competitividad internacional, basándose en un tratamiento integral de las inversiones, la responsabilidad empresarial, la transferencia de tecnología y la innovación, el desarrollo de la empresa y la facilitación de la actividad empresarial (en particular el transporte y la promoción de las TIC), la competitividad, la diversificación y la capacidad de exportación para mantener un elevado nivel de crecimiento y promover el desarrollo sostenible. La labor del ISAR en el ámbito de la presentación de informes de las empresas se lleva a cabo en el contexto internacional más amplio de la labor realizada por otras organizaciones internacionales sobre varios aspectos de este tema. Esta labor incluye las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales, la Declaración Tripartita de la OIT, el Pacto Mundial de la Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) –entre otros instrumentos–, según informe de la UNCTAD (2005).

Las actividades del ISAR tienen la finalidad de complementar la labor de estas organizaciones, ocupadas de la presentación de informes sobre las empresas, promoviendo la armonización y comparabilidad de los indicadores y la inclusión de éstos en los informes anuales de las empresas. El objetivo de animar a las empresas en la presentación de informes anuales es brindar información que resulta útil para una amplia variedad de usuarios en la formulación de decisiones económicas y de inversión, así como proporcionar a las partes directamente interesadas una mayor comprensión de los propósitos, actividades y resultados, lo cual mejorará la transparencia de la gestión de las empresas. Adicionalmente, la inclusión de esta información en los informes anuales de las empresas ofrece la oportunidad de dar a conocer la conducta y las contribuciones de la empresa en lo relacionado con el desarrollo económico, social y sostenible.

Cuadro N° 5.11.
Orientaciones sobre los indicadores de las Empresas para conocer su conducta y contribuciones en lo relacionado con el desarrollo económico, social y sostenible

Interesados	Criterios de selección	Principios rectores	Limitaciones	Indicadores
<ul style="list-style-type: none"> • Inversores e instituciones financieras • Asociados comerciales • Consumidores • Empleados • Comunidad • Sociedad civil • Gobierno y sus instituciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Comparabilidad • Pertinencia e importancia relativa • Comprensibilidad • Fiabilidad y posibilidad de verificación 	<ul style="list-style-type: none"> • Universalidad • Enfoque gradual • Posibilidad de ser medidos en forma coherente • Orientados hacia las repercusiones y no hacia los procesos • Vinculados con el desarrollo sostenible 	<ul style="list-style-type: none"> • Costes y beneficios • Confidencialidad • Oportunidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Contribución al desarrollo económico • Derechos humanos • Prácticas laborales • Desarrollo del capital humano • Salud y seguridad • Apoyo a la comunidad • Cadena de valor • Corrupción • Coeficiencia

Fuente: elaboración propia con base en UNCTAD (2007)

En el Cuadro N° 5.11 se muestran en forma resumida, las orientaciones sobre los posibles interesados en este tipo de información, los criterios utilizados por el ISAR para la selección de los indicadores básicos, los principios rectores en el manejo de esta información, las posibles limitantes para conseguirla y los propios indicadores básicos sugeridos por este ente asesor.

Según la UNCTAD (2005), el conjunto de indicadores sugeridos se preparó basándose en encuestas⁵² sobre las necesidades de las partes directamente interesadas, con la finalidad de determinar sus necesidades comunes. La lista de indicadores sugeridos incluye la revisión de la contribución de las empresas en los aspectos que se muestran en el Cuadro N° 5.12.

Como puede observarse, esta lista de indicadores sobre las actuaciones de las empresas constituye un enfoque guía para la elaboración de instrumentos de medición en materia de desarrollo económico, social y sostenible, o bien pudiera decirse, en materia de desarrollo local.

Es claro que la consideración de esta lista de indicadores puede ser empleada con ajustes adaptados a las necesidades o tipo de información generada por las empresas, según su contexto, país, legislación, mercado, entre otros factores característicos propios del ambiente donde se desenvuelven las empresas. Esto representa un punto de partida importante en la búsqueda de ganar esfuerzos colectivos para la mejora de la calidad de vida de la población.

⁵² Según UNCTAD (2007), comunicarse con los interesados y conocer sus opiniones es muy importante para que las empresas puedan proporcionar información pertinente. Para determinar las cuestiones fundamentales las empresas pueden entablar un diálogo con las partes interesadas de varias maneras: mediante grupos comunitarios, encuestas del personal, relaciones industriales, encuestas de los consumidores, sondeos de opinión, seminarios, reuniones con expertos, contactos por medio de formularios, sitios web, entre otras formas de intercambio de información.

Cuadro N° 5.12.

Indicadores de las Empresas para conocer su conducta y contribuciones en lo relacionado con el desarrollo económico, social y sostenible

Grupo	Subgrupo	Indicador
Contribución al desarrollo económico		1. Total de ventas (contribución al PIB) 2. Valor de las importaciones en comparación con las exportaciones (contribución a la balanza de pagos) 3. Número de empleados (contribución al empleo) 4. Total de todos los sueldos y prestaciones de los empleados (contribución a la actividad económica local) 5. Total de todos los impuestos, tasas y cotizaciones de seguridad social, etc. (contribución a las finanzas fiscales) 6. Productividad laboral (contribución a la eficiencia económica)
Derechos humanos	Seguridad	7. Número de operaciones de la empresa que cuentan con seguridad armada
Prácticas laborales	Igualdad de oportunidades Tasa de movimiento de personal Negociación colectiva	8. Número de empleadas (desglosado por funciones) 9. Tasa de movimiento de personal (desglosada por funciones) 10. Porcentaje del total de empleados abarcado por un convenio negociado colectivamente (desglosado por funciones)
Desarrollo de capital humano		11. Horas de formación para capacitación interna (desglosado por funciones) 12. Gastos en capacitación interna (desglosado por funciones)
Salud y seguridad		13. Gastos en salud y seguridad del personal 14. Días de trabajo perdidos por accidentes, lesiones o enfermedades
Apoyo a la comunidad		15. Donaciones a la sociedad civil (desglosadas por tipo y naturaleza)
Cadena de valor		16. Número de empresas dependientes dentro de la cadena de valor (desglosado por proveedores, distribuidores y ubicación)
Corrupción		17. Número de condenas por infracciones de leyes o reglamentos relativos a la corrupción y cuantía de las multas pagadas o por pagar
Ecoeficiencia		18. Consumo de agua por valor neto añadido 19. Contribución al calentamiento mundial por unidad de valor neto añadido 20. Exigencias de energía por unidad de valor neto añadido 21. Dependencia de sustancias que agotan el ozono por unidad de valor neto añadido 22. Desechos generados por unidad de valor neto añadido

Fuente: UNTAD (2003); UNCTAD (2006); UNCTAD (2007)

Este grupo de indicadores se usó como guía, con ciertas adaptaciones, en el diseño del instrumento de recolección de datos aplicado a las empresas para la obtención de los datos empíricos de la presente investigación. Estos indicadores se ordenaron en grupos de variables denominados *dimensiones* siguiendo las bases teóricas revisadas en el Cuadro N° 3.2 del Capítulo 3 de este trabajo, referido a dimensiones del desarrollo local propuestas por varios autores (Boisier, 1999b; Cuervo, 1999; Gallicchio, 2004; Sanchís, 2010; Vázquez Barquero, 1988).

De esta manera se seleccionaron las dimensiones que describen y caracterizan al desarrollo local, para lo cual se tomó una combinación de estas, adaptadas al contexto y se les denominó: dimensión económica, dimensión socio-ambiental, dimensión tecnológica y de innovación y dimensión institucional, para facilitar la medición cualitativa y cuantitativa de las variables consideradas y así poder apreciar la contribución de las Empresas Familiares estudiadas al desarrollo local de la localidad en estudio.

5.3.3. Diseño y descripción del cuestionario

Antes de utilizar el cuestionario fue necesario asegurar que éste tuviera ciertas características que satisfacen y cumplen con el propósito para el que fue diseñado: recoger la información fundamental que constituye la esencia de esta investigación y, además, que ésta información sea válida y confiable, que proporcione un basamento relevante para el logro de los objetivos planteados y sustente sus hallazgos.

Para Baechle & Earle (2007), la validez es el grado en que una prueba o ítem de la prueba mide lo que pretende medir; es la característica más importante de una prueba. En lo que respecta a la validez relativa a un criterio, ésta se define como la medida en que los resultados de la prueba se asocian con alguna otra medida de la misma aptitud. Estos autores consideran que en muchas ocasiones la validez relativa a un criterio se estima en forma estadística utilizando el Coeficiente de Correlación de Pearson y se le denomina validez concurrente. En cuanto a la fiabilidad, los autores argumentan que es la medida del grado de consistencia o repetibilidad de una prueba. Una prueba tiene que ser fiable para ser válida, porque los resultados muy variables tienen muy poco significado.

Por otra parte, para Seisdedos (2004), se denomina validez de constructo al grado en que la prueba mide una variable o conjunto de conductas definidas por el investigador. Asimismo, denomina validez concurrente o validez criterial al grado de concordancia (correlación) entre pruebas que apuntan a variables o constructos similares.

La validación de este trabajo se obtuvo siguiendo en lo posible lo propuesta por Maxwell & Stake (2006, p. 109), quienes plantean cinco tipos de validez que se pueden relacionar con algunas etapas de esta investigación:

1. Validez descriptiva: Se refiere a la que está relacionada con la etapa inicial de la investigación. Usualmente involucra la recopilación de datos. El resultado principal es la información que describe lo que fue observado y experimentado. Para ello es muy importante tanto la selección del lenguaje como de los datos relevantes.
2. Validez interpretativa: La certeza en la interpretación es válida si los actores pueden confirmar o reconocer los descubrimientos de la investigación en particular.
3. Validez teórica: Es un análisis más abstracto que la validez descriptiva e interpretativa, relacionada con la inmediatez física y mental del fenómeno estudiado. Las construcciones y marcos teóricos de los investigadores, sean teorías o metateorías conocidas, definen intrínsecamente la recopilación y la interpretación de los datos en la etapa inicial de la investigación.

4. Generalidad: Este tipo de validez se refiere al grado en que la explicación es aceptada para ser generalizable. Sin embargo, es conveniente comentar que para algunos investigadores cualitativos, el generalizar descubrimientos, es considerado de poca importancia.
5. Validez evaluativa: Se refiere a la aplicación de un marco evaluativo, que es similar en la investigación cualitativa y cuantitativa. Es pertinente aclarar que la evaluación no puede ser considerada como un comunicado conclusivo.

Por su parte, Yin (2009) asegura, en relación con la validez, que un diseño de investigación supone un conjunto de estados lógicos donde se puede juzgar la calidad de un diseño dado, de acuerdo con ciertas pruebas lógicas. En consecuencia, *el diseño del cuestionario* aplicado para esta investigación se efectuó a partir del marco teórico y de la revisión de trabajos empíricos, relacionados con el tema de estudio, tratando de recoger en él, las variables más relevantes, para alcanzar los objetivos planteados. De manera que determinar la validez del instrumento implicó someterlo a la evaluación de un panel de expertos para que hicieran los aportes a la investigación y se verificara si la construcción y el contenido del instrumento se ajustan a los objetivos planteados. Posteriormente y con la finalidad de ajustar definitivamente el cuestionario, se efectuó una prueba piloto con 11 empresas pertenecientes a la población. A partir de estos resultados se modificaron diferentes aspectos del cuestionario, con el fin de completar, corregir y aclarar las diversas cuestiones planteadas. En esta prueba piloto se obtuvieron los valores de **p = 0,81 y q = 0,19**. En este caso, **p** es el porcentaje esperado de la muestra piloto que cumple con las características deseadas, es decir, Empresas Familiares; y **q** el porcentaje esperado de la muestra piloto que no cumple con las características deseadas, es decir, Empresas No Familiares. Estos valores se usaron para el **diseño muestral y cálculo del tamaño de la muestra final**. El cuestionario definitivo consta de 33 preguntas, estructuradas como se muestra en el Cuadro N° 5.13.

Cuadro N° 5.13.
Estructura del cuestionario

Sección	Temas	Dimensión del desarrollo local	N° de preguntas y de variables
I	Características de la Empresa		Preguntas de 1 a 13
II	Aspectos de la Empresa relacionados con la Economía Local	Dimensión Económica	Preguntas de 14 a 20
III	Aspectos de la Empresa relacionados con lo Socio-Ambiental	Dimensión Socio-Ambiental	Preguntas de 21 a 24
IV	Aspectos de la Empresa relacionados con la Tecnología e Innovación	Dimensión Tecnológica y de Innovación	Preguntas de 25 a 28
V	Aspectos de la Empresa relacionados con otras Instituciones (Gobierno, Universidad, otras empresas)	Dimensión Institucional	Preguntas de 29 a 33

Fuente: elaboración propia

Con las preguntas de la sección I: **Características de la Empresa**, se obtuvo información relacionada sobre los aspectos generales de las unidades en estudio tales como:

- a) Para conocer si la empresa es o no familiar se consultó sobre la propiedad de la misma desde que inició sus actividades hasta la actualidad (preguntas 1 y 2), la intención de conservar el negocio en la familia o continuidad (pregunta 3) y sobre la dirección del negocio por la familia (preguntas 4 y 5). Con este bloque de preguntas (1, 2, 3, 4 y 5) se pudo determinar si la empresa es familiar utilizando los criterios de propiedad, continuidad y dirección de los negocios.
- b) Seguidamente se consultó sobre la condición jurídica de la empresa (pregunta 6), actividad económica (pregunta 7), antigüedad de la empresa (pregunta 8), número de empleados (pregunta 9), variación del número de empleados respecto al año anterior: si la variación fue mayor, menor, o el número de empleados permaneció igual respecto al año anterior (pregunta 10), con esta pregunta se intenta conocer la contribución al empleo de las empresas. Se consultó acerca del nivel educativo de los propietarios y/o gerentes de la empresa para lo cual se consultó sobre la formación universitaria de los mismos (pregunta 11).
- c) Finalmente, en esta sección se preguntó acerca de la condición y categoría de los trabajadores en cuanto a tipo de empleo (pregunta 12), así como también si la empresa contribuye con el empleo de personas en condiciones especiales tales como adolescentes, discapacitados, desfavorecidos (personas con antecedentes penales, mujeres embarazadas, adultos mayores) y extranjeros (pregunta 13).

Las preguntas de la sección II: **Aspectos de la Empresa relacionados con la Economía Local** buscan conocer la contribución de estas entidades a la economía de la localidad en estudio a través de:

- a) El pago de impuestos municipales o nacionales (preguntas 14 y 15), de la cantidad en bolívares respecto a las ventas anuales que pagan las empresas por el principal impuesto nacional que es el ISLR, el monto de las ventas anuales, así como el monto destinado al pago de mano de obra empleada respecto a las ventas anuales (preguntas 16, 17 y 18).
- b) De igual modo, en esta sección se consultó acerca del destino de las ventas así como del origen de las compras para determinar si la actividad económica de las empresas es mayormente local, regional, nacional o internacional (preguntas 19 y 20).

En la sección III: **Aspectos de la Empresa relacionados con lo Socio-Ambiental** se preguntó sobre la contribución de las empresas a las actividades de la comunidad:

- a) Deporte, educación, recreación y cultura (pregunta 21).
- b) Contribución de la empresa al pago de beneficios laborales obligatorios y voluntarios otorgados a los trabajadores (pregunta 22).
- c) Prácticas ecológicas como parte de sus políticas internas (pregunta 23).
- d) Prácticas conservacionistas como parte de sus políticas externas (pregunta 24).

La sección IV: **Aspectos de la Empresa relacionados con la Tecnología y la Innovación** trata sobre la actitud de las empresas frente a los cambios del entorno relacionados con innovaciones en:

- a) Procesos, productos, servicios, estructura organizativa, y en general, en sus métodos de gestión (preguntas 25 y 26).
- b) Incorporación de tecnologías de información y comunicaciones en sus operaciones cotidianas (pregunta 27).
- c) Implementación de estrategias innovadoras para competir en los mercados (pregunta 28).

Finalmente, en la sección V: **Aspectos de la Empresa relacionados con otras Instituciones (gobierno, universidad, otras empresas)** se consulta acerca de las relaciones institucionales con organismos públicos y privados de la localidad. Estas relaciones de las empresas con sus interlocutores pueden estar basadas en:

- a) Financiamiento recibido (preguntas 29 y 30).
- b) Vínculos basados en el tipo de relación que mantienen las empresas con las instituciones que conforman su escenario local: convenios de cooperación, servicios empresariales o educativos (preguntas 31, 32 y 33).

5.3.4. Medición de las variables del estudio empírico

En esta sección se expone la forma en la que se obtuvieron medidas o resultados de las variables seleccionadas que permitieron caracterizar de forma más precisa el sector empresarial objeto de estudio; para ello, además de identificar las variables incorporadas en el cuestionario, en el Cuadro N° 5.14 se realiza una breve descripción de cada una de ellas, la mayoría de las veces, atendiendo a lo planteado en los aspectos teóricos de esta investigación y en otras oportunidades, atendiendo a consideraciones específicas del contexto donde se realiza el estudio tales como leyes, normativas, entre otras.

A continuación, en el Cuadro N° 5.14 se muestra la medición de las variables y su respectiva descripción:

Cuadro N° 5.14.
Descripción de las variables del estudio empírico

Descripción y Observaciones		
Características de la Empresa	1. Propiedad de la Empresa (50% de las acciones son propiedad de una familia)	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No) para determinar si la empresa es familiar. Se considera Empresa Familiar aquella que relaciona tres elementos: propiedad, dirección e intención manifiesta de perpetuar el negocio para futuras generaciones de la familia o lo que se denomina, continuidad (Cabrera & García, 1999; Comblé & Colot, 2006).
	2. Propiedad de la empresa desde el inicio de sus actividades	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No) para determinar si desde el inicio de sus actividades la empresa ha sido familiar.
	3. Continuidad	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No) para determinar la intención manifiesta de perpetuar el negocio para futuras generaciones de la familia.
	4. Dirección de la Empresa	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No) para determinar si actualmente la empresa es dirigida por miembros de la familia.
	5. Dirección de la Empresa desde el inicio de sus actividades	Variable nominal con dicotómica de dos categorías (Sí o No) para determinar si desde el inicio de sus actividades la empresa ha sido dirigida por miembros de la familia.
	6. Condición Jurídica	Variable nominal con siete categorías de respuesta según lo establecido en el Código de Comercio de Venezuela, artículo 10.
	7. Actividad Económica	Variable nominal con cuatro categorías de respuesta de forma resumida tomando como base la CIU (Revisión 4)
	8. Antigüedad	Variable continua que expresa el tiempo en años que tiene la empresa desde el inicio de sus actividades
	9. Número de empleados	Variable continua. Se considera empleado aquel personal que trabaja para la empresa según lo establecido en la LOT de Venezuela, artículo 41. Excluye a los socios o propietarios. Para medir la contribución al empleo (UNCTAD, 2006, 2007).
	10. Variación respecto al año anterior	Variable nominal con tres categorías: Menor Igual Mayor Para medir la contribución al empleo (UNCTAD, 2006, 2007).
	11. Nivel educativo de los propietarios o Gerentes	Variable nominal con dos categorías de respuesta: Con Formación Universitaria Sin Formación Universitaria Para determinar el nivel educativo de los propietarios o gerentes basado en la formación universitaria.
	12. Número de trabajadores por categoría	Variable continua. Se consideran trabajadores al total de empleados incluyendo los propietarios o socios de la empresa (UNCTAD, 2006, 2007).
	13. Trabajadores en condiciones especiales	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No). Se consideran trabajadores en condiciones especiales a los adolescentes, discapacitados, desfavorecidos (personas con antecedentes penales, mujeres embarazadas o adultos mayores) y extranjeros, según lo establecido en las leyes venezolanas: LOT, artículos 247 y 248, Ley para personas con discapacidad, artículos 5 y 6. Para medir la igualdad de oportunidades en condición especial.
Aspectos de la Empresa relacionados con la Economía Local	14. Contribución con impuestos municipales	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No) con ocho opciones de respuesta. Se pueden indicar varios o todos a la vez. Para medir la contribución a la actividad económica local (UNCTAD, 2006, 2007).
	15. Contribución con impuestos nacionales	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No) con diez opciones de respuesta. Se pueden indicar varios o todos a la vez. Para medir la contribución al desarrollo económico (UNCTAD, 2006, 2007).
	16. Monto pagado por ISLR en último ejercicio fiscal	Variable continua. Para medir la contribución a las finanzas fiscales. Según Ley de Impuesto sobre la Renta (LISLR) de Venezuela.
	17. Monto por ventas brutas en último ejercicio fiscal	Variable continua. Para medir la contribución al desarrollo económico y a la actividad económica local (UNCTAD, 2006, 2007).
	18. Monto por pago de sueldos y salarios en último ejercicio fiscal	Variable continua. Para medir la contribución al empleo y a la actividad económica local (UNCTAD, 2006, 2007).

	19. Porcentaje de las ventas anuales destinados a los distintos mercados	Variable continua que recoge el porcentaje de las ventas anuales cuyo destino son los mercados: locales, regionales, nacionales o internacionales. Se pueden indicar varios o todos a la vez hasta sumar 100% de las ventas. Para medir la contribución al desarrollo económico.
	20. Porcentaje de las compras anuales cuyo origen son los distintos mercados	Variable continua que recoge el porcentaje de las compras anuales cuyo origen son los mercados: locales, regionales, nacionales o internacionales. Se pueden indicar varios o todos a la vez hasta sumar 100% de las compras. Para medir la contribución al desarrollo económico.
Aspectos de la Empresa relacionados con lo Socio-Ambiental	21. Contribuciones de la empresa a programas comunitarios	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No), para cada uno de los programas: deportivos, educativos, recreativos, culturales, otros. Para medir el apoyo a la comunidad (UNCTAD, 2006, 2007).
	22. Beneficios laborales obligatorios y voluntarios otorgados por la empresa a los trabajadores	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No), para cada uno de los beneficios otorgados según la LOT de Venezuela. Para medir la contribución al desarrollo económico y a la actividad económica local (UNCTAD, 2006, 2007).
	23. Prácticas ecológicas llevadas a cabo por la empresa como parte de sus políticas internas	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No), para cada una de las prácticas indicadas: uso de biodegradables, recolección de basura, de desechos tóxicos, ahorro energético, otras. Para medir la ecoeficiencia de la empresa (UNCTAD, 2003).
	24. Prácticas conservacionistas llevadas a cabo por la empresa como parte de sus políticas externas	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No), para cada una de las prácticas indicadas: cuidado y reforestación, patrocinio, membresía, otras. Para medir la ecoeficiencia de la empresa (UNCTAD, 2003).
Aspectos de la Empresa relacionados con la Tecnología y la Innovación	25. Introducción de cambios o innovaciones en procesos, productos, servicios o estructura organizativa	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No) para determinar la actitud de la empresa frente a los cambios o innovaciones
	26. Categorías o tipos de cambios o innovaciones introducidos	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No), para cada uno de los nueve tipos indicados. Para determinar el tipo de cambios o innovación introducido por la empresa (Freeman, 1974).
	27. Disponibilidad de TIC en las operaciones cotidianas de la empresa	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No) para determinar el grado de aplicación y disponibilidad de TIC en sus operaciones cotidianas con seis opciones de respuesta: internet, correo electrónico, página web, intranet, compras por internet, ventas por internet.
	28. Estrategias Competitivas usadas por la empresa	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No) basadas en las tipologías de Porter (1980): liderazgo en costes, diferenciación, segmentación del mercado.
Aspectos de la Empresa relacionados con otras Instituciones (gobierno, universidad, otras empresas)	29. Financiamiento recibido por parte de instituciones privadas	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No)
	30. Financiamiento recibido por parte de instituciones públicas	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No)
	31. Convenios de cooperación (CC) que mantiene la empresa con instituciones educativas o de servicios públicos	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No) para indicar convenios de cooperación con las instituciones del Estado: ULA (2015), FUNDACITE-Mérida (2008), CPTM (2006), ZOLCCYT (2010), otras.
	32. Servicios empresariales o educativos (SEE) recibidos por la empresa	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No) para indicar servicios empresariales o educativos recibidos de las instituciones del Estado: ULA, FUNDACITE-Mérida, CPTM, ZOLCCYT, otras.
	33. Tipo de convenios (CC) o servicios (SEE) que las empresas mantienen o reciben de instituciones	Variable nominal dicotómica de dos categorías (Sí o No) para indicar el tipo de convenio mantenido o servicio recibido. De los nueve tipos sugeridos se pueden indicar varios o todos a la vez.

Fuente: elaboración propia

En definitiva, el propósito perseguido es que cada una de las variables elegidas, así como sus opciones de respuesta o escalas de medición, reflejen adecuadamente resultados para los conceptos objeto de análisis y proporcionen información válida y confiable.

Teniendo en cuenta todo lo anterior se obtuvo el instrumento de recolección de datos o cuestionario (Anexo 1), cuya estructura explicada en el apartado anterior, permite hacer la

distinción entre Empresas Familiares (EF) y Empresas No Familiares (ENF) del Estado para explicar, a través de sus respectivos modelos de gestión, la importancia de estos negocios en la localidad objeto de estudio.

Ésta distinción entre EF y ENF se realizó considerando las variables: propiedad, dirección y continuidad, tal como se expresa en la teoría revisada al respecto (Cabrera & García, 1999; Comblé & Colot, 2006; Maseda *et al.*, 2009; Santana & Cabrera, 2001; Seijo & Menéndez, 2007; Rojo *et al.*, 2011, entre otros).

De igual modo, el instrumento permite medir y explicar la importancia de las Empresas Familiares (EF) en el Estado Mérida a través de indicadores tales como: actividad económica, localización, tamaño, número de EF respecto al total, vinculación de las EF con los sectores económicos más importantes de la localidad, entre otros aspectos.

Respecto a los resultados relacionados con las dimensiones teóricas del desarrollo local (Boisier, 1999b; Cuervo, 1999; Gallicchio, 2004; Sanchís, 2010; Vázquez Barquero, 1988) y la contribución de la Empresas Familiares (EF) de Mérida con este modelo de desarrollo, se puede decir que a través del cuestionario se pueden obtener medidas para las dimensiones utilizadas en el estudio, las cuales fueron: dimensión económica, dimensión socio-ambiental, dimensión tecnológica y de innovación y dimensión institucional.

Cada una de estas dimensiones se estudió sobre la base de indicadores o variables secundarias (UNCTAD, 2003; UNCTAD, 2006; UNCTAD, 2007) se pueden observarse en el Cuadro N° 5.13.

5.4. Objetivos e hipótesis de la investigación

A continuación se presentan los postulados básicos, premisas o fundamentos de esta investigación, estructurados en objetivos generales mostrados en el epígrafe 5.4.1 y objetivos específicos mostrados en el epígrafe 5.4.2; asimismo, en el epígrafe 5.4.3 se presentan las hipótesis planteadas para este estudio.

5.4.1. Objetivo general

Analizar la gestión de la Empresa Familiar y su papel dentro del ámbito local del Estado Mérida con el propósito de mejorar el rol que desempeña este tipo de negocio a través de su gestión empresarial en el marco del desarrollo local, lo cual le servirá de apoyo para lograr su inserción en los procesos de cambio y contribuirá a convertir a la Empresa Familiar en un factor clave para el desarrollo del Estado.

5.4.2. Objetivos específicos

1. Analizar la gestión de las Empresas Familiares con el propósito de conocer el desempeño de estas organizaciones en otros escenarios.
2. Desarrollar un marco referencial sobre desarrollo local que sirva de apoyo contextual.
3. Caracterizar la gestión de las Empresas Venezolanas en general y las Empresas Familiares en particular, su historia, estructura y funcionamiento.
4. Revisar la institucionalidad y las políticas públicas vinculadas al sector empresarial venezolano y su incidencia en las Empresas Familiares, teniendo como marco el modelo de desarrollo local.
5. Describir la gestión de las Empresas Familiares merideñas y su importancia en la localidad.
6. Enunciar los elementos clave en la gestión de las Empresas Familiares merideñas para lograr que éstas contribuyan al desarrollo local del Estado.

5.4.3. Hipótesis de la investigación

Partiendo de los objetivos formulados en los epígrafes anteriores, aquí se presentan las hipótesis de trabajo planteadas para este estudio de la siguiente manera:

H₁: Los factores característicos de las Empresas Familiares (condición jurídica, actividad económica, antigüedad, tamaño, contribución al empleo, nivel educativo de los propietarios o gerentes) de Mérida hacen que contribuyan en mayor medida con el desarrollo local: mientras más estén asociadas a actividades económicas como comercio y servicios, mientras mayor sea su contribución al empleo, antigüedad, nivel educativo y menor sea su tamaño, contribuyen en mayor medida con el desarrollo local del Estado.

H₂: Los aspectos favorables de las Empresas Familiares de Mérida medidos en términos de su buen desempeño en la Dimensión Económica (pago de impuestos, ventas, pago de mano obra, destino de las ventas, origen de las compras) hacen que contribuyan más con el desarrollo local del Estado: mientras mayor sea la contribución o buen desempeño en relación con estos aspectos, mayor será la contribución al desarrollo local en su Dimensión Económica.

H₃: Los aspectos favorables de las Empresas Familiares de Mérida medidos en términos de su buen desempeño en la Dimensión Socio-Ambiental (contribuciones comunitarias, pago de beneficios laborales obligatorios y voluntarios a los trabajadores, prácticas ecológicas y

acciones de cuidado medio-ambiental) hacen que contribuyan más con el desarrollo local del Estado: mientras mayor sea la contribución o buen desempeño en relación con estos aspectos, mayor será la contribución al desarrollo local en su Dimensión Socio-Ambiental.

H₄: Los aspectos favorables de las Empresas Familiares de Mérida medidos en términos de su buen desempeño en la Dimensión Tecnológica y de Innovación (introducción de cambios e innovaciones en sus procesos, productos, servicios o estructura organizativa, tipos de cambios o innovaciones, recursos tecnológicos disponibles, estrategias para competir en el mercado) hacen que contribuyan más con el desarrollo local del Estado: mientras mayor sea la contribución o buen desempeño en relación con estos aspectos, mayor será la contribución al desarrollo local en su Dimensión Tecnológica y de Innovación.

H₅: Los aspectos favorables de las Empresas Familiares de Mérida medidos en términos de su buen desempeño en la Dimensión Institucional (financiamiento público o privado, convenios de cooperación con otras instituciones, servicios empresariales o educativos recibidos de otras instituciones, tipo de servicios empresariales o educativos recibidos) hacen que contribuyan más con el desarrollo local del Estado: mientras mayor sea la contribución o buen desempeño en relación con estos aspectos, mayor será la contribución al desarrollo local en su Dimensión Institucional.

5.5. Diseño y cobertura de la muestra

El objetivo de este diseño muestral es seleccionar una muestra probabilística lo suficientemente representativa de las empresas del Estado Mérida, cuya información permita inferir, con un error medible y acotable, las propiedades de las Empresas Familiares en el contexto del desarrollo local.

Como en la mayoría de las investigaciones de carácter social mediante encuestas por muestreo, ocurre que se necesita medir varios atributos de la población. Establecer un grado de precisión para cada uno de estos atributos conduciría a valores conflictivos del tamaño de la muestra (n). Según Cochran (1980) existen muchas maneras de resolver este problema; una de ellas es considerar el tamaño de muestra resultante al escoger una variable significativa en el estudio.

En esta investigación se eligió este criterio y se consideró para tal fin la variable Actividad Económica de la Empresa. De esta manera se asegura un procedimiento objetivo para el propósito de la investigación. Sin embargo, es importante aclarar que las distintas pruebas y contrastes estadísticos que se realizaron en las posteriores fases del análisis, contaron con sus

niveles de significación específicos de acuerdo con los supuestos y técnicas estadísticas que se utilizaron, así como al nivel de desagregación de la población considerado en cada caso. Es decir, las inferencias contaron con la significación y grado de precisión correspondiente a la distribución bajo el muestreo que se derivó de los datos específicos para cada variable.

Para ello, en el epígrafe 5.5.1 se trata lo correspondiente a la población objetivo y el marco muestral, en el epígrafe 5.5.2 se aborda el diseño muestral y tamaño de la muestra, en el 5.5.3 se describe la recolección de los datos y el período de referencia y en el epígrafe 5.5.4 se comentan los aspectos teóricos relacionados con el tratamiento de los datos recolectados en el estudio empírico, cuya base son los modelos de Regresión Logística Binaria y Análisis de Correspondencia Múltiple, para el análisis cuantitativo y Análisis FODA para el análisis cualitativo.

5.5.1. Población objetivo y marco muestral

La población objeto de estudio está formada por las empresas del sector privado ubicadas en el Estado Mérida cuya principal Actividad Económica se encuentra incluida en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU, Revisión 4) (Anexo 2), en las secciones C (Industrias manufactureras), D (Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado), E (Suministro de agua, evacuación de aguas residuales, gestión de desechos), F (Construcción), G (Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores, motocicletas, efectos personales y enseres domésticos), H (Transporte y almacenamiento), I (Actividades de alojamiento y servicio de comidas), J (Información y comunicaciones), K (Actividades financieras y de seguros), L (Actividades inmobiliarias), M (Actividades profesionales, científicas y técnicas), N (Actividades de servicios administrativos y de apoyo), O (Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria), P (Enseñanza), Q (Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social), R (Actividades artísticas de entretenimiento y recreativas), S (Otras actividades de servicios), T (Actividades de los hogares como empleadores, actividades no diferenciadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio), U (Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales).

Se excluyen las secciones A (Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca), B (Explotación de minas y canteras) de la mencionada Clasificación por particularidades propias del ámbito de estudio. La razón fundamental para excluir la sección A (Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca) es que existe un registro aparte denominado Censo Agrícola en el que se reúne

información de todas las explotaciones agrícolas del país y sus características. Este registro no es de interés para los propósitos de este trabajo. Por otro lado, la sección B (Explotación de minas y canteras) no se contempla en el estudio debido a que en el Estado Mérida la explotación de minas y canteras es una actividad económica casi inexistente.

El marco muestral usado para el diseño de la muestra fue el IV Censo Económico de Venezuela efectuado en el año 2007 por el Instituto Nacional de Estadística (INE); este trabajo estadístico tiene como propósito identificar las empresas y sus locales, determinar su dinámica y establecer la estructura de la actividad económica que se realiza en el país y constituye un esfuerzo del INE para poner a disposición de usuarios públicos y privados, información actualizada sobre la actividad económica desarrollada en el territorio nacional.

En el Cuadro N° 5.15 se muestra el total de empresas por Actividad Económica en cada uno de los municipios que conforman el Estado Mérida. Según los criterios usados para el IV Censo Económico del año 2007 del INE, son nueve actividades: industrial, comercio, servicios, educativa, médico-asistencial, deportiva, cultural, recreativa, construcción. Es necesario aclarar que, de los 23 municipios del Estado Mérida, Padre Noguera es el único en donde (según la fuente original, *i.e.*, INE, 2007) no se recolectaron los datos correspondientes. Al respecto, el INE aduce dificultades de acceso para conseguirlos, por tratarse de un municipio rural, geográficamente muy retirado de las vías de acceso principales y secundarias del Estado.

Por razones de costes, accesibilidad y representatividad se decidió incluir en la investigación sólo cinco (5) de los veintitrés (23) municipios de la entidad, a saber, Alberto Adriani, Campo Elías, Libertador (capital del Estado), Sucre y Tovar. Estos cinco municipios reúnen un total de 16.511 empresas y representan el 77,9% de la totalidad de todas las empresas del Estado Mérida.

En la Cuadro N° 5.16 se muestra la información básica para estos 5 municipios, necesaria para el diseño muestral.

Cuadro N° 5.15. Total de empresas de los municipios del Estado Mérida por actividad económica

Municipios	Actividad Económica										Porcentaje sobre el Total
	Industrial	Comercio	Servicios	Educativa	Médico-asistencial	Deportiva	Cultural	Recreativa	Construcción	Total	
Alberto Adriani	117	2.398	1.174	19	53	0	2	7	4	3.774	17,8
Andrés Bello	3	177	73	3	0	0	0	1	0	257	1,2
Antonio Pinto Salinas	14	398	37	0	5	0	0	1	0	455	2,1
Aricagua	0	33	1	0	0	0	0	0	0	34	0,2
Arzobispo Chacón	4	132	28	1	0	0	0	0	0	165	0,8
Campo Elías	57	1.447	484	9	12	3	5	5	1	2.023	9,5
Caracciolo Parra y Olmedo	4	457	176	3	1	0	0	0	0	641	3,0
Cardenal Quintero	7	71	34	0	0	0	0	0	0	112	0,5
Guaraque	0	80	9	0	1	0	0	0	0	90	0,4
Julio César Salas	11	146	44	0	2	0	0	0	1	204	1,0
Justo Briceño	2	62	19	0	0	0	0	0	0	83	0,4
Libertador	160	4.948	2.734	76	305	10	7	17	50	8.307	39,2
Miranda	8	325	110	0	24	0	0	0	0	467	2,2
Obispo Ramos de Lora	20	287	59	0	1	0	0	2	0	369	1,7
Padre Noguera	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND	ND
Pueblo Llano	5	123	54	0	2	0	0	0	0	184	0,9
Rangel	21	301	107	1	5	0	1	0	0	436	2,1
Rivas Dávila	11	332	59	1	6	0	0	0	0	409	1,9
Santos Marquina	16	87	52	1	1	0	0	0	0	157	0,7
Sucre	75	707	235	4	8	0	2	2	0	1.033	4,9
Tovar	6	1.091	240	3	29	1	2	1	1	1.374	6,5
Tulio Febres Cordero	13	286	97	2	0	0	0	2	0	400	1,9
Zea	13	197	20	1	2	0	0	1	0	234	1,1
Total	567	14.084	5.846	124	457	14	19	39	57	21.208	100,0

Fuente: elaboración propia, con base en INE (2011)

Cuadro N° 5.16. Total de empresas en cinco principales municipios del Estado Mérida por tamaño y actividad económica

Actividad Económica												
Municipio	Tamaño	Industria	Comercio	Servicios	Educación	Médico Asist.	Deportivo	Cultural	Recreativa	Construcción	Total	Porcentaje sobre el Total
Alberto Adriani	Microempresa	62	2.024	894	6	38	0	1	6	3	3.034	18,4
	Pequeña	45	337	232	5	12	0	1	1	1	634	3,8
	Mediana	7	34	42	8	3	0	0	0	0	94	0,6
	Grande	3	3	6	0	0	0	0	0	0	12	0,1
	Total	117	2.398	1.174	19	53	0	2	7	4	3.774	22,9
Campo Elías	Microempresa	42	1.256	406	6	12	2	5	3	0	1.732	10,5
	Pequeña	13	180	57	2	0	1	0	0	1	254	1,5
	Mediana	1	10	17	1	0	0	0	1	0	30	0,2
	Grande	1	1	4	0	0	0	0	1	0	7	0,0
	Total	57	1.447	484	9	12	3	5	5	1	2.023	12,3
Libertador	Microempresa	67	3905	1974	30	263	3	5	7	7	6.261	37,9
	Pequeña	80	967	626	20	36	6	1	4	30	1.770	10,7
	Mediana	12	73	118	21	1	1	1	5	11	243	1,5
	Grande	1	3	16	5	5	0	0	1	2	33	0,2
	Total	160	4.948	2.734	76	305	10	7	17	50	8.307	50,3
Sucre	Microempresa	39	634	184	3	8	0	2	1	0	871	5,3
	Pequeña	33	71	45	1	0	0	0	0	0	150	0,9
	Mediana	3	1	5	0	0	0	0	0	0	9	0,1
	Grande	0	1	1	0	0	0	0	1	0	3	0,0
	Total	75	707	235	4	8	0	2	2	0	1.033	6,3
Tovar	Microempresa	3	963	192	0	27	1	2	1	0	1.189	7,2
	Pequeña	3	116	38	1	1	0	0	0	1	160	1,0
	Mediana	0	10	8	2	1	0	0	0	0	21	0,1
	Grande	0	2	2	0	0	0	0	0	0	4	0,0
	Total	6	1.091	240	3	29	1	2	1	1	1.374	8,3
Total		415	10.591	4.867	111	407	14	18	32	56	16.511	100,0

Fuente: elaboración propia, con base en INE (2007)

5.5.2. Diseño muestral y tamaño de la muestra

El Diseño Muestral utilizado corresponde a una muestra probabilística estratificada según la Actividad Económica de la empresa, de acuerdo con los criterios usados para el IV Censo Económico del año 2007 del INE. Para un máximo error de estimación del 5% y un nivel de significancia del 95% y con afijación óptima ajustada por los tamaños de las empresas, se obtuvo un tamaño de muestra de 234 empresas, con lo cual se logró que todos los sectores quedaran representados en la muestra. Los tamaños de las muestras ajustados para cada estrato se observan en el Cuadro N° 5.17.

Cuadro N° 5.17.
Diseño muestral estratificado

Con N = 16.511; n = 234; p = 0,81; q = 0,19				
Estrato L	Tamaño del estrato N_L	Peso del estrato $W_L = \frac{N_L}{N}$	Tamaño de la muestra n_L	Tamaño ajustado de la muestra ¹
Industria	706	0,0427	10	10
Comercio	10.161	0,6154	144	146
Servicios	3.175	0,1923	45	46
Educativo	564	0,0342	8	8
Médico Asistencial	706	0,0427	10	10
Deportivo	282	0,0171	4	4
Cultural	282	0,0171	4	4
Recreativo	282	0,0171	4	4
Construcción	353	0,0214	5	5
Total	N = 16.511	1,0000	n = 234	n = 237

Fuente: elaboración propia. (1) Dada la posibilidad logística y por razones de precaución, se realizaron 3 encuestas adicionales, que se asignaron a los estratos con mayor ponderación (aumentando la submuestra en 2 para Comercio y en 1 para Servicios)

Donde:

- N_L es el tamaño de cada estrato
- N es el tamaño de la población: $N = \sum_L N_L$
- W_L es el peso de cada estrato: $W_L = \frac{N_L}{N}$
- n es el tamaño de la muestra: $n = \sum_L n_L$
- n_L es el tamaño de la muestra de cada estrato

- P es la proporción poblacional que se desea estimar

- \hat{P} es estimador de P : $\hat{P} = \sum_L W_L \hat{P}_L$

- \hat{P}_L es el estimador muestral del estrato L y $\hat{q}_L = 1 - \hat{P}_L$

- E es el máximo error de estimación: $E = 1,96 \sqrt{\frac{1}{N^2} \sum_L N_L^2 \left(\frac{\hat{p}_L \hat{q}_L}{n_L} \right) \left(\frac{N_L - n_L}{N_L} \right)}$

- $n = \frac{\sum_L N_L^2 p_L q_L / w_L}{N^2 \left(\frac{E}{1,96} \right)^2 + \sum_L N_L p_L q_L}$

- $n_L = \frac{\left(\sum_L N_L \sqrt{p_L q_L} \right)^2}{N^2 \left(\frac{E}{1,96} \right)^2 + \sum_{i=1}^k N_L p_L q_L} * \frac{N_L \sqrt{p_L q_L}}{\sum_L N_L \sqrt{p_L q_L}}$

5.5.3. Recolección de los datos y período de referencia

La recolección de los datos se realizó en dos fases: en una primera oportunidad, mediante una entrevista directa con la gerencia de la empresa, se justificó la importancia del trabajo de investigación y la necesidad de colaboración en el suministro de la información contenida en un cuestionario dirigido a la gerencia de la empresa (Anexo 1). En esa oportunidad se explicó a la persona entrevistada el contenido de la encuesta y se solicitó el relleno de la misma en un lapso de una (1) semana. Vía telefónica se contactó a la gerencia, las veces necesarias, hasta obtener la confirmación del relleno del cuestionario. En una segunda oportunidad, al momento de visitar nuevamente la empresa y retirar el cuestionario se revisó el mismo en presencia de la gerencia a fin de corregir cualquier error en la información suministrada. El trabajo de recolección de datos se inició en noviembre de 2009 y concluyó en abril de 2010.

En el Cuadro N° 5.18 se muestra un resumen de la metodología empleada en esta investigación a través de una Ficha Técnica:

Cuadro N° 5.18.
Ficha técnica de la investigación

Universo	16.511 unidades empresariales
Ámbito geográfico	Estado Mérida-Venezuela
Tamaño muestral	237 empresas
Error muestral	5%
Nivel de confianza	95%
Probabilidad de ocurrencia p	0,81
Probabilidad de no ocurrencia 1 – p = q	0,19
Diseño muestral	Muestra probabilística estratificada según la Actividad Económica de la Empresa
Período de referencia	Abril 2010

Fuente: elaboración propia

5.5.4. Tratamiento de los datos obtenidos en la investigación

El tratamiento de los datos obtenidos en esta investigación se hizo utilizando cinco técnicas de análisis de datos, siendo las cuatro primeras técnicas de análisis cuantitativo y una última técnica de análisis cualitativo:

1. Estadística descriptiva
2. Prueba de significancia Chi-cuadrado
3. Modelo de Regresión Logística Binaria Multivariante (MRL)
4. Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM)
5. Análisis FODA

1. Estadística Descriptiva: a través de la estadística descriptiva se registran los datos en tablas que permiten calcular medidas de tendencia central y medidas de dispersión del conjunto de datos estudiados. Mediante la distribución de frecuencias se puede observar el número de veces que más se repite un dato y calcular frecuencias absolutas y relativas. Generalmente se emplean como base para apoyar otro tipo de tratamiento estadístico de los datos como estadística inferencial (contraste de hipótesis) o la aplicación de modelos estadísticos.

2. Prueba de significancia Chi-cuadrado: es una prueba estadística para evaluar hipótesis acerca de la relación entre dos variables categóricas. Se calcula por medio de una *tabla de contingencia o tabulación cruzada*, que es un cuadro de dos dimensiones, donde cada dimensión contiene una variable, a su vez, cada variable se subdivide en dos o más categorías. En esencia, la Chi-cuadrado es una comparación entre la tabla de frecuencias *observadas* y la denominada tabla de frecuencias *esperadas*, la cual constituye la tabla que se esperaría encontrar si las variables fueran estadísticamente independientes o no estuvieran

relacionadas. La Chi-cuadrado es una prueba que parte del supuesto de *no relación entre variables*; analiza si las frecuencias observadas son diferentes de lo que pudiera esperarse en caso de ausencia de correlación (Hernández, Fernández-Collado & Baptista, 2006).

3. Modelo de Regresión Logística Binaria (MRL): también llamado Modelo Logit Binario, el cual se seleccionó por considerarlo como uno de los más ajustados a los datos que se desea analizar. La Regresión Logística es un instrumento estadístico de análisis bivariado o multivariado, de uso tanto explicativo como predictivo. Este modelo permite relacionar una variable dependiente dicotómica con una o más variables independientes las cuales pueden ser cuantitativas (denominadas covariables o covariadas) o categóricas. Los modelos de regresión logística permiten dos finalidades:

- a) Cuantificar la importancia de la relación existente entre cada una de las covariables y la variable dependiente, lo que lleva implícito clarificar la existencia de interacción y confusión entre covariables respecto a la variable dependiente; es decir, conocer la Razón de Posibilidades o chance para cada covariable.
- b) Clasificar individuos o eventos dentro de las categorías de la variable dependiente (*e.g.*, empleado/desempleado, hombre/mujer, sano/enfermo, etc.) según la probabilidad que tenga de pertenecer a una de ellas dada la presencia de determinadas covariables.

La ventaja de aplicación de esta técnica es que permite modelar cómo influye en la probabilidad de aparición de un suceso, habitualmente dicotómico, la presencia o no de diversos factores y el valor o nivel de los mismos. En consecuencia, el propósito del análisis es:

- a) Predecir la probabilidad de que ocurra cierto evento, como en el caso que interesa en esta investigación: que una empresa sea Familiar = 1 o que una empresa sea No Familiar = 0.
- b) Determinar qué variables pesan más para aumentar o disminuir la probabilidad de que suceda el evento en cuestión.

En este trabajo interesa evaluar los factores asociados a las empresas identificadas como Familiares o No Familiares (variable dependiente) que se pueden clasificar de forma dicotómica ($Y = \{1,0\}$), a partir de un conjunto de variables independientes, explicativas o predictoras (X). Considerando Y la variable respuesta (dependiente), X el vector de k variables predictoras y x un vector de valores observados de las variables predictoras, se formula el **Modelo de Regresión Logística Binaria** como:

$$\Pr(Y = 1|X = x) = \frac{\text{Exp}[\beta X]}{1 + \text{Exp}[\beta X]}$$

Donde β es un vector de k parámetros a estimar y que representan los coeficientes de regresión con los cuales se mide el grado de asociación entre la variable dependiente y cada una de k las variables explicativas. El modelo expresa la probabilidad de que la variable dependiente tome el valor de uno (1) dado que las variables independientes han tomado ciertos valores particulares x .

En un Modelo de Regresión Logística, los parámetros desconocidos β son estimados usando el *Método de Máxima Verosimilitud*, que consiste en proporcionar la estimación que otorgue máxima probabilidad o verosimilitud a los datos observados. La función de verosimilitud correspondiente al referido modelo es de la forma:

$$L(\beta) = \prod (p_j)^{y_j} (1 - p_j)^{1 - y_j}$$

Donde $y_{j,j} = 1, \dots, n$ son los correspondientes valores observados de la variable dependiente y $P_j = \Pr(Y_j = 1|X = x)$.

En el caso de estudio, la variable dependiente (tipo de empresa, con dos categorías: Familiar o No Familiar) es binaria y las variables independientes son el resto de variables en la encuesta (categóricas y numéricas).

El *Método de Máxima Verosimilitud* se fundamenta en la estimación de los parámetros que maximizan la función logística para el conjunto de valores muestrales. La ecuación logística es una expresión de la probabilidad de obtener los valores observados en la muestra en función de los parámetros incluidos en el modelo. La bondad de ajuste del modelo a los datos observados se evaluó mediante la *Prueba de Wald*, la cual contrasta la hipótesis de que un coeficiente aislado es distinto de cero (0) y sigue una distribución normal de media cero (0) y varianza uno (1). Su valor para un coeficiente concreto viene dado por el cociente entre el valor del coeficiente y su correspondiente error estándar. La obtención de significación indica que dicho coeficiente es diferente de cero (0) y merece su conservación en el modelo.

El modelado estadístico de la Regresión Logística parte del criterio de que sólo se admiten variables independientes que, una vez incluidas en el mismo, tienen una capacidad de predicción estadísticamente significativa. Existen varios métodos para seleccionar el *mejor* modelo de entre varios. Un procedimiento aceptable consiste en partir de un modelo saturado (que contiene todos los posibles términos) e ir eliminando progresivamente variables

explicativas. Aquella variable con el valor de "W" o *Estadístico de Wald* más bajo y cercano al valor cero (0) que no sea estadísticamente significativa, será excluida del modelo (método *backward* o de eliminación progresiva).

4. Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM): es una técnica de análisis factorial exploratorio para datos categóricos multivariados, que busca describir en un espacio de pocas dimensiones o factores, la estructura de asociaciones entre un grupo de variables categóricas u ordinales, así como las similitudes y diferencias entre los individuos o eventos a los cuales esas variables se aplican.

El ACM como técnica exploratoria de reducción de la dimensionalidad, ofrece una salida numérica bastante extensa y difícil de interpretar de forma directa. Por ello, la interpretación y comprensión del sentido de los resultados se basa principalmente, en la observación de salidas gráficas, generalmente como diagramas de dispersión, con las coordenadas o puntajes factoriales de las categorías de las variables y/o los individuos. Por tanto, el propósito fundamental en la aplicación del ACM es la exploración visual de este tipo de diagramas llamados *planos o mapas*.

La presentación del ACM se realiza apelando a un enfoque geométrico y enfatizando el carácter representacional de la técnica como medio para la construcción de *mapas o planos* factoriales donde se representan las correspondencias o asociaciones entre variables cualitativas.

Utilizando el paquete SPSS para efectuar el Análisis de Correspondencias se obtiene, en primer lugar: la información del número de observaciones usadas o casos tratados, el historial de interacciones realizadas para el mejor ajuste y los autovalores de los ejes o factores, que se interpreta como la inercia que cada factor tienen a la hora de definir los puntos en el espacio factorial. En segundo lugar, se obtienen: las *medidas de discriminación* o los valores de discriminación que presentan las variables consideradas. Aquellas variables que obtengan valores más altos en un factor o dimensión tienen mayor peso a la hora de definir esa dimensión. En tercer lugar, los casos analizados se distribuyen en el espacio factorial a través de las gráficas, en las que es importante interpretar el sentido que tienen los ejes (el sentido que tienen los factores o dimensiones a los que se han reducido los datos del análisis de correspondencias).

5. Análisis FODA: el análisis FODA es una técnica prospectiva de planificación estratégica que permite identificar factores favorables y desfavorables de un sector, proyecto o negocio. Fue creada por el *Stanford Research Institute (SRI)* entre 1960 y 1970 (Humphrey, 2005). Estos

factores a los que se denomina Fortalezas (F), Oportunidades (O), Debilidades (D) y Amenazas (A), se combinan en una matriz de doble entrada que permite evaluar el proyecto o negocio (en este caso, el sector de Empresas Familiares) como una estructura susceptible de ser afectada positiva o negativamente por un conjunto de variables tanto internas como del entorno. De la incidencia de estas variables sobre la estructura estudiada, dependerá el desempeño de la misma, asumiendo el supuesto de que las variables internas (Fortalezas y Debilidades) son controlables, mientras que las variables externas (Oportunidades y amenazas) no lo son (Weihrich, 1982).

Este tipo de análisis permite que de los factores combinados (FO, DO, FA, DA) surjan estrategias que se formulan a modo de recomendación, útiles para la toma de decisiones del sector, proyecto o negocio.

En el caso de esta investigación, esta técnica de análisis cualitativo se emplea para determinar, con base en los resultados obtenidos en el estudio empírico, factores favorables y desfavorables de las Empresas Familiares estudiadas, para combinarlos con factores favorables y desfavorables del entorno local donde operan, obteniendo factores combinados que permitan visualizar estrategias a seguir por estos negocios con el propósito de mejorar su gestión empresarial y contribuir al desarrollo local del Estado Mérida.

Los resultados de la aplicación de estas cinco técnicas: Estadística Descriptiva, Prueba de significancia Chi-cuadrado, Modelo de Regresión Logística Binaria (MRL), Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM) y Análisis FODA, a los datos obtenidos, se muestran en los capítulos 6 y 7 de este estudio.

CAPÍTULO 6

RESULTADOS DESCRIPTIVOS DE LAS EMPRESAS FAMILIARES Y EMPRESAS NO FAMILIARES EN EL ÁMBITO LOCAL DEL ESTADO MÉRIDA

6.1. Introducción

En este Capítulo se muestra la importancia de las Empresas Familiares, objeto de estudio, respecto al resto de las empresas de la entidad. Las Empresas Familiares de Mérida exhiben características que destacan su importante papel como agentes impulsores de la actividad productiva del Estado, lo que se evidencia en su número, antigüedad, continuidad, vinculación con las principales actividades económicas del Estado y por otros factores favorables que potencialmente pueden generar eslabonamientos productivos como producto de sus relaciones con otras empresas e instituciones y como resultado de su trayectoria, llegando a formar parte de la historia y la cultura del territorio en estudio, el Estado Mérida de Venezuela.

Por otro lado, también destacan otros indicadores de su desempeño en lo referente a su potencial para contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la localidad donde se circunscriben, medido en términos de dimensiones del desarrollo local, lo cual ha permitido identificar factores favorables y desfavorables de este desempeño empresarial.

En consecuencia, utilizando los resultados del estudio empírico presentados en estadísticas descriptivas, en el apartado 6.2 se muestra la comparación de las Empresas Familiares respecto al resto de las empresas del Estado Mérida que componen la muestra. En el apartado 6.3 se presenta la prueba de significancia Chi-cuadrado de todas variables empleadas en el estudio, con el propósito de identificar aquellas que mejor expliquen los resultados obtenidos y como paso previo a la aplicación de técnicas de análisis multivariante, como el Análisis de Regresión Logística Binaria y el Análisis de Correspondencias Múltiples, que se mostrarán en el Capítulo 7.

6.2. Comparación entre Empresas Familiares y Empresas No Familiares. Estadística descriptiva

Partiendo del hecho de que en Venezuela no se dispone de una base de datos que distinga a las Empresas Familiares del resto de empresas, se entiende que toda investigación relacionada con el tema debe iniciar con la explicación del criterio empleado para distinguir entre estos dos tipos de empresas. En el caso de esta investigación, tal como se expresó en el Capítulo 5, se emplean como criterio teórico las definiciones de Empresa Familiar en las que se relacionan tres elementos: propiedad, dirección e intención manifiesta de perpetuar el negocio para futuras generaciones de la familia o lo que comúnmente se denomina continuidad. Las empresas que mostraron de forma simultánea la presencia de estos tres elementos en sus características distintivas fueron consideradas Empresas Familiares.

A partir de la separación entre los dos tipos de empresas resultantes: Empresas Familiares y Empresas No Familiares, se hace el análisis del resto de los resultados obtenidos. A continuación se presentan los resultados de la estadística descriptiva, en el estricto orden en que aparecen las preguntas en el cuestionario y subtitulando los epígrafes siguientes tal como aparecen subtituladas cada una de las secciones del mismo.

6.2.1. Características de la Empresa

En relación con el primer elemento que distingue a una Empresa Familiar, denominado PROPIEDAD, se puede observar en el Cuadro N° 6.1 que en la **actualidad** un grupo familiar posee más del 50% de las acciones para el 81,4% de las empresas consultadas.

Cuadro N° 6.1.
Grupo familiar que posee más del 50% de las acciones de la empresa

Propiedad actual de las empresas		Frecuencia	Porcentaje
Grupo familiar	Sí	193	81,4
	No	44	18,6
Total		237	100,0%

Fuente: elaboración propia

Asimismo, en el Cuadro N° 6.2 se observa que **desde el inicio** de las operaciones de las empresas hasta la actualidad, un 78,9% de las empresas consultadas ha mantenido la propiedad en manos del mismo grupo familiar.

Cuadro N° 6.2.
Desde el inicio de las operaciones la propiedad se ha mantenido en manos de un mismo grupo familiar

Propiedad de las empresas desde el inicio		Frecuencia	Porcentaje
Grupo familiar	Sí	187	78,9
	No	50	21,1
Total		237	100,0%

Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 6.3 se pone de manifiesto que el 76,8% de las empresas consultadas expresa la intención de mantener en el **futuro** la propiedad de la empresa en manos del mismo grupo familiar.

Cuadro N° 6.3.

Intención de mantener la propiedad de la empresa en manos del mismo grupo familiar

Propiedad de las empresas en el futuro		Frecuencia	Porcentaje
Grupo familiar	Sí	182	76,8
	No	55	23,2
Total		237	100,0%

Fuente: elaboración propia

En consecuencia, en el Cuadro N° 6.3 se recoge la opinión de los directivos de las empresas consultadas sobre el elemento CONTINUIDAD o la intención manifiesta de conservar en el futuro la propiedad del negocio en manos del grupo familiar en un 76,8% de las empresas.

Estos resultados muestran que la propiedad de las empresas en el pasado y en la actualidad ha estado en manos de un grupo familiar, así como la intención de mantener esta propiedad en el futuro para más del 70% de las empresas consultadas.

En relación con el segundo elemento denominado DIRECCIÓN, en el Cuadro N° 6.4 se tiene que el 79,3% de las empresas **actualmente** están dirigidas por miembros de un grupo familiar.

Cuadro N° 6.4.

Funciones directivas a cargo de miembros de un grupo familiar

Dirección actual de las empresas		Frecuencia	Porcentaje
Miembros de un grupo familiar	Sí	188	79,3
	No	49	20,7
Total		237	100,0%

Fuente: elaboración propia

Asimismo, en el Cuadro N° 6.5 se aprecia que **desde el inicio** de las operaciones de la empresa hasta la actualidad, el mismo grupo familiar ha ejercido la dirección del negocio en el 80,2% de las empresas.

Cuadro N° 6.5.

Desde el inicio de las operaciones la dirección se ha mantenido en manos de un mismo grupo familiar

Dirección de las empresas desde el inicio		Frecuencia	Porcentaje
Miembros de un grupo familiar	Sí	190	80,2
	No	47	19,8
Total		237	100,0%

Fuente: elaboración propia

Estos resultados dan cuenta que las funciones de dirección de las empresas consultadas, tanto en el pasado como en la actualidad, han sido ejercidas por miembros de un grupo familiar en un 80%.

Para determinar cuántas de las empresas consultadas corresponden a la categoría Familiares, se emplea como criterio el mayor número de respuestas afirmativas para cada uno de los elementos siguientes: propiedad, dirección y continuidad **por separado**. Es decir, se cuentan una a una las respuestas afirmativas para cada uno de los elementos considerados y luego se verifica el mayor número de estas respuestas en los tres casos de forma simultánea. Para la PROPIEDAD se consultó la situación **actual** de este elemento, que tuvo 193 respuestas afirmativas de las 237 empresas de la muestra. Para la propiedad **desde el inicio** se obtuvieron 187 respuestas afirmativas de 237 y para la consideración de la propiedad en el **futuro** se obtuvieron 182 respuestas afirmativas de las 237 empresas consultadas; luego se contaron una a una cuántas de las 193, 187 y 182 empresas que respondieron afirmativamente en cada caso tuvieron simultáneamente las tres condiciones de propiedad (actual, inicial, futura) resultando 176 empresas de la muestra. Estos resultados se muestran en el Cuadro N° 6.6.

Cuadro N° 6.6.
Mayor número de veces que las empresas respondieron afirmativamente a cada uno de los elementos por separado

	Propiedad			Dirección		Continuidad
	Actual	Inicial	Futura	Actual	Inicial	Futura
	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia	Frecuencia
Sí	193	187	182	188	190	182
	179			187		182
	176					

Fuente: elaboración propia

Igual procedimiento se aplica para los demás elementos. Para la DIRECCIÓN se consulta la situación **actual** de este elemento que tuvo 188 respuestas afirmativas de las 237 empresas de la muestra. Para la dirección **desde el inicio** se obtuvieron 190 respuestas afirmativas de 237 empresas consultadas; luego se cuenta una a una de las 188 y 190 empresas que respondieron afirmativamente en cada caso, cuántas tuvieron simultáneamente las dos condiciones de dirección (actual, inicial) resultando 187 empresas de la muestra, como puede verse en el Cuadro N° 6.6.

Para la CONTINUIDAD se consulta sólo la consideración de este elemento a **futuro**, obteniéndose 182 respuestas afirmativas de 237 empresas consultadas. Luego se verifica contando una a una las empresas que tienen simultáneamente las tres condiciones de

PROPIEDAD (actual, inicial, futura), las dos condiciones de DIRECCIÓN (actual, inicial) y la condición (futura) de CONTINUIDAD, resultando 176 empresas consultadas que cumplen con los tres elementos y condiciones como criterio para considerarlas Empresas Familiares en esta investigación.

En consecuencia, si 176 empresas resultan familiares, por diferencia se obtiene el número de Empresas No Familiares, siendo 61 empresas de la muestra. Esto significa que el 74,3% de las empresas consultadas en Mérida son Empresas Familiares y 25,7% son Empresas No Familiares. Esto puede verse en el Cuadro N° 6.7.

Cuadro N° 6.7.
Número de Empresas Familiares respecto al total de empresas

Empresas	Frecuencia	Porcentaje
No Familiares	61	25,7
Familiares	176	74,3
Total	237	100,0%

Fuente: elaboración propia

A partir de este análisis, el resto de los resultados se muestran distinguiendo las respuestas de las empresas en dos grupos: Empresas Familiares y Empresas No Familiares.

Otros aspectos generales característicos de las empresas consultadas tomados en cuenta en esta investigación fueron los siguientes: condición jurídica de las empresas, actividad económica, años o antigüedad, tamaño por número de trabajadores, contribución al empleo, nivel educativo de los gerentes y/o propietarios, categorías o tipo de trabajadores, trabajadores en condiciones especiales, entre otras características generales.

Respecto a la condición jurídica de las empresas, las formas legales para el registro de empresas que más destacan en Mérida son las Empresas Unipersonales y las Compañías Anónimas, tal como se observa en el Cuadro N° 6.8. Siendo que el 59,1% del total de Empresas Familiares están registradas como Empresas Unipersonales, en comparación con un 31,1% del resto de las otras empresas del Estado. Asimismo, el 33,5% de las Empresas Familiares son Compañías Anónimas respecto al 52,5% del total del resto de las empresas.

En consecuencia, el mayor número de Empresas Familiares del Estado funcionan bajo la figura de Empresas Unipersonales registradas a nombre del dueño o propietario en representación del grupo familiar.

Cuadro N° 6.8.
Condición jurídica de las empresas

Condición Jurídica	Empresas No Familiares		Empresas Familiares	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Empresa Unipersonal	19	31,1	104	59,1
Compañía Anónima	32	52,5	59	33,5
Sociedad Anónima	1	1,6	2	1,1
Sociedad de Responsabilidad Limitada	0	0	3	1,7
Cooperativa	2	3,3	0	0
Asociación Civil	4	6,6	2	1,1
Ninguna	3	4,9	6	3,4
Total	61	100,0%	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

Para clasificar las actividades económicas de las empresas de Mérida se utilizó el criterio de la Clasificación Industrial Internacional Uniforme CIU Revisión 4. En el Cuadro N° 6.9 se muestran las actividades económicas con mayor número de respuestas dadas por las empresas consultadas, destacando la actividad de comercio al por mayor y al por menor. Encontrándose que el 60,8% de las Empresas Familiares se dedican en mayor medida a esta actividad económica, así como el 63,9% del resto de empresas consultadas.

Cuadro N° 6.9.
Actividad económica de las empresas

Actividad Económica	Empresas No Familiares		Empresas Familiares	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Industria manufacturera	4	6,6	6	3,4
Construcción	0	0	5	2,8
Comercio al por mayor y al por menor	39	63,9	107	60,8
Reparación de vehículos automotores, motocicletas y enseres	0	0	9	5,1
Restaurantes y Hoteles	2	3,3	7	4,0
Transporte terrestre, acuático y aéreo	2	3,3	0	0
Almacenamiento y comunicaciones	1	1,6	5	2,8
Servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler	3	4,9	14	8,0
Enseñanza	2	3,3	7	4,0
Servicios de salud	3	4,9	13	7,4
Servicios comunitarios, sociales y personales no lucrativos	5	8,2	3	1,7
Total	61	100,0%	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 6.9 puede inferirse que siendo las Empresas Familiares las más numerosas, en Mérida prevalece la actividad comercial sobre el resto de actividades económicas, siendo esta

actividad liderada por las empresas de familia. Para apreciar mejor estos resultados se reagrupan las actividades económicas en cuatro grandes grupos: Industria manufacturera, Construcción, Comercio y Servicios, siendo en esta última categoría donde se vinculan los resultados obtenidos en el sector servicios: Reparación de vehículos automotores, motocicletas y enseres, Restaurantes y Hoteles, Transporte terrestre, acuático y aéreo, Almacenamiento y comunicaciones, Servicios inmobiliarios, empresariales y de alquiler, Enseñanza, Servicios de salud, Servicios comunitarios, sociales y personales no lucrativos.

En consecuencia, las categorías de **actividades económicas** resultantes y sus respectivos resultados son: Industria manufacturera 6,6%, Construcción 0%, Comercio 63,9% y Servicios 29,5%, para el caso de las Empresas No Familiares; **Industria manufacturera 3,4%, Construcción 2,8%, Comercio 60,8% y Servicios 33%, para el caso de las Empresas Familiares.**

En cuanto a la antigüedad o tiempo en años que tienen las empresas desde el inicio de sus actividades económicas, se tiene que la mayoría de las empresas de Mérida son empresas jóvenes. En el Cuadro N° 6.10 se aprecia que tanto las Empresas Familiares como las no familiares tienen en su mayoría 10 años o menos. En el caso de las Empresas No Familiares, se tiene que el 62,3% de éstas tienen 10 años o menos y el 37,7% tienen más de 10 años.

Asimismo, siendo la antigüedad de las Empresas Familiares un factor que determina su importancia por la trayectoria y permanencia de las mismas en una localidad, aquí conviene destacar el resto de los resultados en comparación con el resto de las empresas. Se observa que por ser más numerosas sus resultados merecen ser destacados; en este sentido, puede decirse que el 70% de las Empresas Familiares de Mérida son empresas jóvenes con una edad de 10 años o menos y que aproximadamente el 30% de éstas son empresas de trayectoria y antigüedad con más de 10 años, lo cual destaca su presencia en la localidad.

Cuadro N° 6.10.
Antigüedad de las empresas

N° de Años	Empresas No Familiares		Empresas Familiares	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Menores o iguales a 10 años	38	62,3	124	70,5
Mayores de 10 años	23	37,7	52	29,5
Total	61	100,0%	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 6.11 se muestra el número de empleados de las empresas sin incluir a socios o propietarios. Tomando como criterio la clasificación por **tamaño** de las empresas en Venezuela

según el INE (2000) y según INE (2007), puede decirse que **la mayoría de las empresas de Mérida son microempresas y pequeñas empresas con 20 empleados o menos**. En el caso de las Empresas Familiares se tiene que el 82,4% de éstas son microempresas con cinco trabajadores o menos, el 14,2% son pequeñas y el 3,4% son mediana y grandes empresas. Para el resto de las empresas se tiene que el 68,9% son microempresas, 27,9% son pequeñas y el 3,2% son medianas y grandes.

Cuadro N° 6.11.
Número de empleados (sin incluir socios o propietarios)

N° de empleados	Empresas No Familiares		Empresas Familiares	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Microempresa (0-5)	42	68,9	145	82,4
Pequeña (6-20)	17	27,9	25	14,2
Mediana y Grande (>21)	2	3,2	6	3,4
Total	61	100,0%	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

Para determinar la contribución al empleo de las empresas se consultó acerca de la variación en el número de empleados respecto al año anterior, como se muestra en el Cuadro N° 6.12. Considerándose que una mayor variación significa mayor contratación de personal respecto al año anterior; una menor variación significa disminución del número de empleados respecto al año anterior, lo cual puede deberse a despidos, jubilaciones sin reposición, renuncias, entre otras causas. En los casos en que no hubo variación en el número de empleados respecto al año anterior, se dice que este número se mantuvo igual.

Cuadro N° 6.12.
Variación en el número de empleados respecto al año anterior

Variación (contribución al empleo)	Empresas No Familiares		Empresas Familiares	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Menor	14	23,0	28	15,9
Igual	41	67,2	97	55,1
Mayor	6	9,8	51	29,0
Total	61	100,0%	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

Como puede verse en el Cuadro N° 6.12, el 55,1% de las Empresas Familiares mantuvo el mismo número de empleados respecto al año anterior, el 15,9% de estas empresas disminuyó

el número de empleados y el 29% aumentó el personal empleado en las Empresas Familiares. Para las Empresas No Familiares el 67,2% mantuvo igual el número de empleados, el 23% lo disminuyó y el 9,8% restante lo aumentó.

En relación con la contribución al empleo puede decirse que las Empresas Familiares son conservadoras en cuanto al uso de estrategias gerenciales de despidos para el manejo de su personal. Siendo este grupo de empresas más numeroso que el resto, es importante considerar que más del 50% de éstas mantuvo igual el número de empleados respecto al año anterior.

En relación con el nivel educativo de los empresarios merideños propietarios y/o gerentes de las empresas consultadas, se observa que en su mayoría estos empresarios tienen estudios de educación universitaria. En el Cuadro N° 6.13 se tiene que el 40,3% de los propietarios y/o gerentes de las Empresas Familiares tiene estudios universitarios, el 59,7% de ellos no tiene formación universitaria por lo que se asume que tienen estudios de educación secundaria, estudios de educación básica o no tienen estudios. En las Empresas No Familiares el 55,7% de los propietarios y/o gerentes tiene estudios universitarios, el 44,3% no tiene formación universitaria, por lo que podrían tener estudios de educación media, estudios de educación básica o no tener ningún tipo de estudios.

Como puede apreciarse, el porcentaje de empresarios no familiares merideños que tiene estudios universitarios es levemente mayor en aproximadamente un 15% al porcentaje de propietarios y/o gerentes de Empresas Familiares en este nivel educativo.

Cuadro N° 6.13.
Nivel educativo de los propietarios y/o gerentes de la empresa

Nivel educativo	Empresas No Familiares		Empresas Familiares	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Sin formación universitaria	27	44,3	105	59,7
Con formación universitaria	34	55,7	71	40,3
Total	61	100,0%	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

Asimismo, se consultó acerca de la descripción de las categorías o tipos de trabajadores que prestan servicios a las empresas consultadas siendo estas categorías: propietarios y socios activos, personal permanente empleado, personal permanente obrero, personal *outsourcing* y personal eventual. Respecto a los trabajadores propietarios y socios activos de las empresas se pudo conocer que todas las Empresas Familiares consultadas tienen un grupo de propietarios

familiares de cinco miembros o menos, lo cual puede verse en el Cuadro N° 6.14. En el caso de las Empresas No Familiares, el 93,4% tiene un grupo de propietarios integrado por cinco miembros o menos, 4,9% tiene un grupo de propietarios de entre 6 y 20 miembros y el 1,6% tiene un grupo mayor de 21 propietarios y socios activos.

Cuadro N° 6.14.
Número de trabajadores propietarios y socios activos

N° de Propietarios y Socios	Empresas No Familiares		Empresas Familiares	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
(0-5)	57	93,4	176	100
(6-20)	3	4,9	0	0
(>21)	1	1,6	0	0
Total	61	100,0%	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En este resultado mostrado en el Cuadro N° 6.14 puede observarse la presencia de los elementos denominados PROPIEDAD y DIRECCIÓN característicos de las Empresas Familiares en las que un grupo familiar posee la propiedad de las empresas y este grupo las dirige o ejerce su gerencia, en contraste con el resto de las empresas donde se evidencian otros casos de propiedad, tales como compañías de dos socios o más hasta casos muy particulares de propiedad compartida entre muchos socios como es el caso de las empresas cooperativas. Aquí se observa que las Empresas Familiares consultadas tienen cinco propietarios o menos, incluyendo los casos de empresas unipersonales registradas a nombre del dueño o propietario en representación del grupo familiar, tal como se pudo ver en el Cuadro N° 6.8 el cual contiene la condición jurídica de las empresas consultadas.

Cuadro N° 6.15.
Número de personal administrativo permanente. Categoría: empleado

N° de Empleados	Empresas No Familiares		Empresas Familiares	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
(0-5)	43	70,5	148	84,1
(6-20)	15	24,6	23	13,1
(>21)	3	4,9	5	2,8
Total	61	100,0%	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En relación con el personal permanente empleado, generalmente integrado por personal administrativo, puede verse en el Cuadro N° 6.15 que la mayoría de las empresas merideñas contratan pocos empleados; esto se corresponde con el tamaño de las empresas visto en el Cuadro N° 6.11 el cual oscila entre microempresas y pequeñas empresas. El 84,1% de las

Empresas Familiares de Mérida contratan entre cero y cinco empleados, el 13,1% contrata entre 6 y 20 empleados y el 2,8% contrata más de 21 empleados. Asimismo, se aprecia que el 70,5% de las Empresas No Familiares contrata entre cero y cinco empleados, el 24,6% contrata entre 6 y 20 empleados y 4,9% contrata más de 21 empleados. Como se observa, en la contratación de esta categoría de personal, respecto al resto de empresas consultadas de Mérida las Empresas Familiares parecen tener mejor desempeño, aún cuando el número de contrataciones es bajo.

En la categoría personal permanente obrero puede verse en el Cuadro N° 6.16 que el 98,3% de las Empresas Familiares contratan entre cero y cinco obreros, el 0,6% contrata entre 6 y 20 obreros y el 1,1% contrata más de 21 obreros. Todas las Empresas No Familiares consultadas contratan entre cero y cinco obreros.

Cuadro N° 6.16.
Número de personal permanente. Categoría: obrero

N° de Obreros	Empresas No Familiares		Empresas Familiares	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
(0-5)	61	100	173	98,3
(6-20)	0	0	1	0,6
(>21)	0	0	2	1,1
Total	61	100,0%	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 6.17 puede apreciarse el empleo de personal *outsourcing*, encontrándose que todas las Empresas Familiares consultadas contratan entre cero y cinco empleados *outsourcing*, igualmente todas las Empresas No Familiares consultadas contratan este mismo número de personal en esta categoría.

Cuadro N° 6.17.
Número de personal. Categoría: *outsourcing*

N° de <i>outsourcing</i>	Empresas No Familiares		Empresas Familiares	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
(0-5)	61	100,0	176	100,0
Total	61	100,0%	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 6.18 se aprecia un resultado similar al anterior en el empleo de personal eventual. El 99,4% de las Empresas Familiares contrata entre cero y cinco trabajadores en temporadas especiales y apenas el 0,6% contrata entre 6-20 trabajadores eventuales. El total de Empresas No Familiares contrata entre cero y cinco trabajadores en esta categoría.

Cuadro N° 6.18.
Número de personal. Categoría: eventual (estacionario)

N° de Personal Eventual	Empresas No Familiares		Empresas Familiares	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
(0-5)	61	100	175	99,4
(6-20)	0	0	1	0,6
Total	61	100,0%	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 6.19 puede verse el total trabajadores de las empresas de Mérida, que incluye todas las categorías anteriores: propietarios y socios activos, personal permanente empleado, personal permanente obrero, personal *outsourcing* y personal eventual. Estos resultados coinciden con el tamaño de las empresas ya mostrado en el Cuadro N° 6.11, pero en éste se incluyen los propietarios y socios activos. El 73,9% de las Empresas Familiares tiene cinco trabajadores o menos y el 22,2% tiene entre seis y veinte trabajadores; por tanto, **en su mayoría las empresas familiares de Mérida son microempresas y empresas pequeñas**. El 44,3% del resto de las empresas de Mérida tiene cinco trabajadores o menos y el 49,2% tiene entre seis y veinte trabajadores, en consecuencia también son de pequeña dimensión.

Cuadro N° 6.19.
Total de trabajadores de la empresa (incluyendo socios o propietarios)

N° Total de Trabajadores	Empresas No Familiares		Empresas Familiares	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
(0-5)	27	44,3	130	73,9
(6-20)	30	49,2	39	22,2
(>21)	4	6,6	7	4,0
Total	61	100,0%	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En cuanto a la práctica de contratar personal en condiciones especiales: adolescentes, discapacitados, desfavorecidos (personas con antecedentes penales, mujeres embarazadas o adultos mayores) y extranjeros, las empresas merideñas consultadas muestran muy poca inclinación por este tipo de contribución social, aún cuando algunas de estas prácticas están normadas por ley en Venezuela, como es el caso de la contratación de discapacitados. En el Cuadro N° 6.20 se observa que en el caso de las Empresas Familiares sólo el 9,1% contrata los servicios de adolescentes, el 0,6% contrata discapacitados, el 1,1% contrata desfavorecidos y el 4,5% de las Empresas Familiares de Mérida contrata extranjeros. En el caso de las Empresas No Familiares se observa que sólo el 8,2% contrata los servicios de adolescentes, el 1,6% contrata

discapacitados, ninguna contrata personas desfavorecidas y el 6,6% de las Empresas No Familiares de Mérida contrata extranjeros.

Cuadro N° 6.20.
Trabajadores en condiciones especiales

Condiciones Especiales	Empresas No Familiares			Empresas Familiares		
	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Adolescentes	No	56	91,8	No	160	90,9
	Sí	5	8,2	Sí	16	9,1
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Discapacitados	No	60	98,4	No	175	99,4
	Sí	1	1,6	Sí	1	0,6
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Desfavorecidos	No	61	100	No	174	98,9
	Sí	0	0	Sí	2	1,1
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Extranjeros	No	57	93,4	No	168	95,5
	Sí	4	6,6	Sí	8	4,5
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

6.2.2. Aspectos de la empresa relacionados con la Dimensión Económica

En este epígrafe se muestran los resultados relacionados con la contribución de las empresas de Mérida a la economía local; los aspectos aquí estudiados se corresponden con la **Dimensión Económica** del desarrollo local en la cual se busca conocer la capacidad de los empresarios “para organizar los factores productivos locales con niveles de productividad suficientes para ser competitivos en los mercados y llevar a cabo iniciativas rentables y eficientes” (Vázquez Barquero, 1988, p. 129).

Con esto se busca conocer la contribución de las Empresas Familiares a la economía de la localidad a través de la medición de variables tales como: pago de impuestos municipales o nacionales; cantidad en bolívares que pagan las empresas por el principal impuesto nacional, que es el Impuesto Sobre la Renta (ISLR); monto de las ventas anuales; monto destinado al pago de mano de obra empleada; destino de las ventas; origen de las compras, para determinar si la actividad económica de las empresas es mayormente local, regional, nacional o internacional. En el Cuadro N° 6.66 se observan los resultados relacionados con el pago de Impuestos Municipales.

Como puede apreciarse en el Cuadro N° 6.21, los impuestos municipales más pagados por las empresas de la muestra son el Impuesto a la actividad económica y la Patente de industria y comercio. El 79,5% de las Empresas Familiares paga Impuesto a la actividad económica, mientras que el 82,4% paga Patente de industria y comercio.

Las Empresas No Familiares exhiben un comportamiento similar en el pago de impuestos municipales. El 77% paga impuesto a la actividad económica, el 85,2% paga patente de industria y comercio.

Según estos resultados puede decirse que las Empresas Familiares, por ser más numerosas, son las que más contribuyen en el pago de impuestos municipales tales como: Impuesto a la actividad económica y Patente de industria y comercio.

Para el resto de impuestos las empresas consultadas, en general, no muestran buen desempeño en el pago de tributos municipales tales como: Impuestos a inmuebles urbanos, Impuestos a inmuebles rurales, Patente vehicular, Propaganda comercial e industrial, Aseo domiciliario u otros impuestos.

Cuadro N° 6.21.
Impuestos municipales

Impuestos Municipales	Empresas No Familiares			Empresas Familiares		
	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Impuesto a la actividad económica	No	14	23,0	No	36	20,5
	Sí	47	77,0	Sí	140	79,5
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Patente de industria y comercio	No	9	14,8	No	31	17,6
	Sí	52	85,2	Sí	145	82,4
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Impuesto a inmuebles urbanos	No	42	68,9	No	126	71,6
	Sí	19	31,1	Sí	50	28,4
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Impuesto a inmuebles rurales	No	52	85,2	No	170	96,6
	Sí	9	14,8	Sí	6	3,4
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Patente vehicular	No	41	67,2	No	118	67,0
	Sí	20	32,8	Sí	58	33,0
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Propaganda comercial e industrial	No	37	60,7	No	123	69,9
	Sí	24	39,3	Sí	53	30,1
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Aseo domiciliario	No	52	85,2	No	140	79,5
	Sí	9	14,8	Sí	36	20,5
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Otros impuestos municipales	No	60	98,4	No	169	96,0
	Sí	1	1,6	Sí	7	4,0
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 6.22 se observan los resultados relacionados con el pago de Impuestos Nacionales siendo los más pagados el ISLR y el IVA. Aún cuando en Venezuela el ISLR es tradicionalmente el impuesto más eficientemente recaudado por el organismo competente: el

*Servicio Nacional Integrado de Administración Aduanera y Tributaria, SENIAT*⁵³ (dicha obligación resulta de la aplicación de la alícuota correspondiente –según las Tarifas N° 2 y 3 de la Ley en vigor– sobre los enriquecimientos anuales netos y disponibles, obtenidos en dinero o en especie por las empresas y declarados por éstas en sus estados financieros), se aprecia que no todas las empresas lo pagan.

Esto es posible porque puede haber empresas en la muestra cuyos ingresos anuales sean muy bajos; por tanto, no están en la obligación de pagar este impuesto, pero sí deben declararlo.

Cuadro N° 6.22.
Impuestos nacionales

Impuestos Nacionales	Empresas No Familiares			Empresas Familiares		
	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Impuesto Sobre La Renta (ISLR)	No	13	21,3	No	49	27,8
	Sí	48	78,7	Sí	127	72,2
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Impuesto al Valor Agregado (IVA)	No	12	19,7	No	35	19,9
	Sí	49	80,3	Sí	141	80,1
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Impuesto a los Activos Empresariales	No	49	80,3	No	153	86,9
	Sí	12	19,7	Sí	23	13,1
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Impuesto sobre sucesiones y donaciones	No	54	88,5	No	173	98,3
	Sí	7	11,5	Sí	3	1,7
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Impuesto sobre actividades de juego, envite y azar	No	60	98,4	No	175	99,4
	Sí	1	1,6	Sí	1	0,6
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Impuesto sobre alcohol y bebidas alcohólicas	No	58	95,1	No	170	96,6
	Sí	3	4,9	Sí	6	3,4
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Impuesto sobre cigarrillo y manufactura de tabaco	No	58	95,1	No	171	97,2
	Sí	3	4,9	Sí	5	2,8
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Impuesto a servicio de telecomunicaciones	No	46	75,4	No	137	77,8
	Sí	15	24,6	Sí	39	22,2
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Impuestos aduaneros	No	56	91,8	No	166	94,3
	Sí	5	8,2	Sí	10	5,7
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Otros impuestos nacionales	No	59	96,7	No	173	98,3
	Sí	2	3,3	Sí	3	1,7
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

⁵³ El SENIAT es el órgano de ejecución tributaria y aduanera en Venezuela que tiene por objeto además de la recaudación, educar y orientar a la población sobre el cumplimiento de sus obligaciones tributarias, especialmente a los comerciantes e industriales, para reducir los niveles de evasión fiscal. Fue creado por Decreto Presidencial N° 310 de fecha 10 de agosto de 1994, publicado en la Gaceta N° 35.525 de fecha 16 de agosto de 1994 (RBV, 1994), tras la fusión del Aduanas de Venezuela, Servicio Autónomo (AVSA, creado el 21/05/1993, Gaceta Oficial N° 35.216) y del Servicio Nacional de Administración Tributaria (SENAT, creado el 23/03/1994, Gaceta Oficial N° 35.427).

Según el Observatorio Económico Legislativo de CEDICE (2013), las empresas venezolanas pagan múltiples y variados impuestos. Después de gastos y otros pagos, como los relacionados con nóminas de personal, timbres fiscales, aranceles aduaneros e impuestos municipales sobre las propiedades, estas empresas tienen que entregar al gobierno central entre 34% y 36,3% de los beneficios obtenidos, por concepto de pago de impuestos, siendo esta una de las tasas más elevadas del mundo (en países desarrollados como Estados Unidos, Francia, Alemania y España, puede haber impuestos mucho más altos que en países de poco desarrollo, porque en ellos hay un parque empresarial mucho más grande, capaz de exportar en gran escala bienes y servicios al resto del mundo y capaz también de pagar salarios más elevados).

Este organismo explica que los problemas de la economía venezolana repercuten en la captación de impuestos: si la recaudación total de impuestos en Venezuela es baja, ello no se debe a bajos impuestos ni a evasión; se debe a que hay pocas empresas con buenos ingresos logrando buenos beneficios gravables por impuestos y prácticamente ninguna exportando. Por ello, el sistema tributario venezolano se ve impedido de funcionar adecuadamente debido a la persistente inflación y a la inestabilidad de las leyes. Esto se explica debido a que todo el sistema legal, incluyendo todo lo que se refiere a lo impositivo, cambia con demasiada frecuencia (CEDICE, 2013).

A ello se añaden los malos servicios públicos como por ejemplo los eléctricos, los portuarios o el mantenimiento de las vías, así como la falta de confianza para invertir. Asimismo, la mayoría de los nuevos empleos que se crean son esencialmente precarios; las empresas privadas más importantes, luego de estatizadas, han incurrido en pérdidas y por tanto no han tenido que pagar Impuesto Sobre la Renta (ISLR). Probablemente no han pagado ni el ISLR ni la mayoría de otros impuestos que sí pagaban cuando estaban en manos privadas. Las empresas privadas que subsisten, en su mayoría tienen precios regulados/congelados y por ello su rentabilidad resulta baja o inexistente, por lo que tampoco les corresponde pagar ISLR. Como consecuencia, si muy pocas empresas son las que pagan impuestos, la situación resultante es que la recaudación, comparada con el Producto Interno Bruto (PIB), es muy baja⁵⁴.

⁵⁴ El actual gobierno, a partir de 1999, ha tenido interés en crear y cobrar impuestos no petroleros; sin embargo, todos los impuestos no petroleros sumados apenas alcanzan un 10% del PIB. Se estima, que entre los años 2004 y 2009 el promedio de recaudación por impuestos petroleros y no petroleros en Venezuela fue de 34% del PIB; de ellos, 20% correspondió a impuestos petroleros y el 14% restante a los no petroleros (Rodríguez, Morales & Monaldi, 2012). En consecuencia, si el sector no petrolero de la economía aporta pocos ingresos por la vía de recaudación de impuestos, ello se debe: en primer lugar, a que este sector es muy pequeño comparado con el sector petrolero y, en segundo lugar, a la debilidad de la economía. Adicionalmente, como ya se mencionó, las cargas administrativas para cumplir con todos los impuestos a las empresas establecidas en Venezuela, están entre las más altas del mundo. Para ilustrar con un ejemplo, en Venezuela la tasa máxima de impuestos sobre beneficios de la empresa según la Ley de ISLR (RBV, 2007) para actividades no petroleras es de 34%. La tasa mínima es de 15% y se aplica desde el primer bolívar ganado (después de gastos) por cualquier empresa, aunque se trate de una microempresa. Así, una empresa que apenas deja a sus propietarios un beneficio equivalente al salario mínimo (BsF. 7.421,67 a partir del 01/07/2015; *i.e.*, cerca de 1.049,86, unos euros al cambio oficial más bajo; o unos 23 euros, a tasa de mercado negro), tiene que pagar 15% de ISLR de sus exiguos

Como puede apreciarse, el 72,2% de las Empresas Familiares paga ISLR y el 27,8% no lo hace. Esto último puede asociarse con el tamaño resultante de estas empresas, las cuales son microempresas o empresas pequeñas que tienen bajos volúmenes de ventas y que por tanto no pagan este impuesto. En cuanto al IVA, el 80,1% de las Empresas Familiares lo paga y el 19,9% no lo hace. Iguales razones pueden ser válidas para el comportamiento de las Empresas Familiares en relación con el pago de este impuesto. Asimismo, el 78,7% de las Empresas No Familiares pagan ISLR, mientras que el 21,3% no lo hace. Además, el 80,3% de las Empresas No Familiares paga IVA y el 19,7% no lo hace.

Según estos resultados puede decirse que las Empresas Familiares, por ser más numerosas, son las que más contribuyen en el pago de impuestos nacionales tales como: ISLR e IVA.

Para el resto de impuestos las empresas consultadas, en general, no muestran buen desempeño en el pago de tributos nacionales tales como: Impuestos sobre a los activos empresariales, Impuesto sobre las sucesiones y donaciones, Impuesto sobre actividades de juego, envite y azar, Impuesto sobre cigarrillo y manufactura de tabaco, Impuesto a servicio de telecomunicaciones, Impuestos aduaneros u otros impuestos.

En el Cuadro N° 6.23 se observa que del porcentaje de empresas que paga ISLR, el 87,8% de las Empresas Familiares paga 100.000 bolívares o menos y el 12,2% paga más de 100.000 bolívares por este concepto. Del porcentaje de Empresas No Familiares que paga ISLR, el 91,7% paga 100.000 bolívares o menos y el 8,3% paga más de 100.000 bolívares por este concepto. Se aprecia que son pocas las empresas en general que pagan este impuesto en cifras superiores a los 100.000 bolívares, lo cual podría deberse a bajos volúmenes de ventas declarados al órgano tributario.

Cuadro N° 6.23.
Monto en bolívares pagado por concepto de Impuesto Sobre La Renta del último año

Bs.	Empresas No Familiares		Empresas Familiares	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
<=100.000	56	91,7	155	87,8
>100.000	5	8,3	21	12,2
Total	61	100,0%	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 6.24 se aprecia que un 85,7% de las Empresas Familiares tiene ventas brutas

beneficios. Esta pudiera ser una razón de peso para que pequeños empresarios no formalicen sus empresas y –por tanto– no paguen impuestos, especialmente el ISLR. En contraste, cuando se observa la Tasa máxima de impuestos-TMI, aplicable a las ganancias corporativas por el gobierno central en otros países, estas son: Estados Unidos 39%, Francia 34,4%, Alemania 30,2%, España 30% (Tax Foundation y KPMG Corporate and Indirect Tax Survey, citados por OEL-CEDICE, 2013).

anuales por el orden de los 10.000.000 bolívares o menos y el 14,3% de estas empresas genera ventas brutas anuales superiores a 10.000.000 bolívares. Asimismo, el 84,6% de las Empresas No Familiares tiene ventas brutas anuales por el orden de los 10.000.000 bolívares o menos y el 15,4% de estas empresas genera ventas brutas anuales superiores a 10.000.000 bolívares.

Cuadro N° 6.24.
Monto en bolívares por concepto de ventas brutas según la declaración de ISLR del último año

Bs.	Empresas No Familiares		Empresas Familiares	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
<=10.000.000	52	84,6	151	85,7
>10.000.000	9	15,4	25	14,3
Total	61	100,0%	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 6.25 se aprecia que un 83,6% de las Empresas Familiares destina, para el pago de sueldos y salarios anuales, una cantidad por el orden de los 4.000.000 bolívares o menos y el 16,4% destina más de 4.000.000 bolívares para el pago de sueldos y salarios. El 88,5% de las Empresas No Familiares paga a sus trabajadores sueldos y salarios anuales por el orden de los 4.000.000 bolívares o menos y un 11,5% paga más de 4.000.000 bolívares en sueldos y salarios al año.

Cuadro N° 6.25.
Monto en bolívares por concepto de remuneración a la mano de obra empleada (sueldos y salarios en dinero) según la declaración de ISLR del último año

Bs.	Empresas No Familiares		Empresas Familiares	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
<=4.000.000	54	88,5	147	83,6
>4.000.000	7	11,5	29	16,4
Total	61	100,0%	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 6.26 se muestra el destino de las ventas anuales de las empresas de Mérida, medidas en porcentaje, en relación con el mercado al que se dirigen. El propósito fue conocer en qué proporción las empresas son más locales, regionales, nacionales o internacionales, según sus esfuerzos de comercialización.

Como puede verse en el Cuadro N° 6.26, el 75,6% de las Empresas Familiares destina entre el 76 y 100% de sus ventas a los mercados locales, el 89,2% de las Empresas Familiares destina entre 0 y 25% de sus ventas a los mercados regionales, el 92% de estas empresas dirige entre 0 y 25% de sus esfuerzos de comercialización a los mercados nacionales y el 99,4% destina a los

mercados internacionales entre 0 y 25% de sus ventas. En consecuencia, los mayores esfuerzos de comercialización de las Empresas Familiares de Mérida están destinados al mercado local; es decir, estas empresas son locales en cuanto a sus ventas.

En el caso de las Empresas No Familiares se tiene que el 70,5% destina entre el 76 y 100% de sus ventas a los mercados locales, en tanto que el 83,6% de las Empresas No Familiares destina entre 0 y 25% de sus ventas a los mercados regionales, el 91,8% de estas empresas dirige entre 0 y 25% de sus esfuerzos de comercialización a los mercados nacionales y el 98,4% destina a los mercados internacionales entre 0 y 25% de sus ventas. En consecuencia, los mayores esfuerzos de comercialización de las Empresas No Familiares de Mérida, al igual que las Empresas Familiares, están destinados al mercado local; es decir, estas empresas también son locales en cuanto a sus ventas.

Cuadro N° 6.26.
Destino en porcentaje (%) de las ventas anuales de la empresa en relación con el mercado

Mercados	Empresas No Familiares			Empresas Familiares		
	%	Frecuencia	Porcentaje	%	Frecuencia	Porcentaje
Locales	<=25%	7	11,5	<=25%	15	8,5
	26-50%	6	9,8	26-50%	11	6,3
	51-75%	5	8,2	51-75%	17	9,7
	76-100%	43	70,5	76-100%	133	75,6
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Regionales	<=25%	51	83,6	<=25%	157	89,2
	26-50%	7	11,5	26-50%	14	8,0
	51-75%	1	1,6	51-75%	5	2,8
	76-100%	2	3,3	76-100%	0	0,0
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Nacionales	<=25%	56	91,8	<=25%	162	92,0
	26-50%	3	4,9	26-50%	8	4,5
	51-75%	1	1,6	51-75%	1	0,6
	76-100%	1	1,6	76-100%	5	2,8
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Internacionales	<=25%	60	98,4	<=25%	175	99,4
	26-50%	1	1,6	26-50%	1	0,6
	51-75%	0	0,0	51-75%	0	0,0
	76-100%	0	0,0	76-100%	0	0,0
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 6.27 se muestra el origen de las compras anuales de productos o materia prima de las empresas de Mérida, medidas en porcentaje, en relación con el mercado que las provee. El propósito fue conocer en qué proporción las empresas son más locales, regionales,

nacionales o internacionales, según el abastecimiento de productos o insumos necesarios para sus operaciones.

Cuadro N° 6.27.
Origen en porcentaje (%) de las compras anuales de productos o materia prima en relación con el mercado

Mercados	Empresas No Familiares			Empresas Familiares		
	%	Frecuencia	Porcentaje	%	Frecuencia	Porcentaje
Locales	<=25%	34	55,7	<=25%	98	55,7
	26-50%	3	4,9	26-50%	11	6,3
	51-75%	4	6,6	51-75%	12	6,8
	76-100%	20	32,8	76-100%	55	31,3
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Regionales	<=25%	49	80,3	<=25%	133	75,6
	26-50%	4	6,6	26-50%	27	15,3
	51-75%	2	3,3	51-75%	5	2,8
	76-100%	6	9,8	76-100%	11	6,3
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Nacionales	<=25%	35	57,4	<=25%	90	51,1
	26-50%	5	8,2	26-50%	29	16,5
	51-75%	6	9,8	51-75%	14	8,0
	76-100%	15	24,6	76-100%	43	24,4
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Internacionales	<=25%	57	93,4	<=25%	159	90,3
	26-50%	0	0,0	26-50%	8	4,5
	51-75%	1	1,6	51-75%	4	2,3
	76-100%	3	4,9	76-100%	5	2,8
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

Como se observa en el Cuadro N° 6.27 (columna final), el 55,7% de las Empresas Familiares de Mérida indica que realizan entre 0 y 25% de sus compras anuales de productos o materia prima en los mercados locales; 75,6% de ellas indica que compran entre 0 y 25% de sus productos o materia prima en los mercados regionales; el 51,11% de estas empresas abastece entre 0 y 25% de los insumos requeridos para sus operaciones en los mercados nacionales y el 90,3% de estas empresas compra entre 0 y 25% de sus insumos en los mercados internacionales. Con base en lo anterior puede decirse que si bien las Empresas Familiares adquieren una pequeña fracción de sus productos o materias primas en cada uno de los

mercados (locales, regionales, nacionales e internacionales), los mercados internacionales resultan el origen de mayor preferencia para hacerlo.

En el caso de las Empresas No Familiares se tiene que el 55,7% de las Empresas No Familiares de Mérida realiza entre 0 y 25% de sus compras anuales de productos o materia prima en los mercados locales; el 80,3% de las ENF compra entre 0 y 25% de sus productos o materia prima en los mercados regionales; el 57,4% de estas empresas abastece entre 0 y 25% de los insumos requeridos para sus operaciones en los mercados nacionales y el 93,4% de estas empresas compra entre 0 y 25% de sus insumos en los mercados internacionales. Tales hallazgos permiten afirmar que –similar a lo descrito para el caso de la EF– las Empresas No Familiares adquieren una pequeña fracción de sus productos o materias primas en cada uno de los mercados (locales, regionales, nacionales e internacionales), los mercados internacionales también representan el origen de mayor preferencia para hacerlo.

Según estos resultados, tanto las Empresas Familiares como las Empresas No Familiares de Mérida tienen un comportamiento similar en cuanto a la forma de gestionar tanto las ventas como las compras. En relación con las primeras, venden mayormente en mercados locales; con respecto a las segundas, las bajas proporciones de productos o de materia prima adquiridas ya sea en mercados locales, regionales, nacionales o internacionales, revelan que no tienen preferencia por la localización geográfica de sus proveedores. No obstante, se observó que los mercados internacionales predominan como el origen más elegido para abastecer entre 0 y 25% de sus requerimientos de productos e insumos.

6.2.3. Aspectos de la Empresa relacionados con la Dimensión Socio-Ambiental

En este epígrafe se muestran los resultados relacionados con la contribución de las empresas de Mérida a lo social y ambiental; los aspectos aquí estudiados se corresponden con la **Dimensión Socio-Ambiental** (Vázquez Barquero, 1988) del desarrollo local y buscan conocer la contribución de las Empresas Familiares a estos aspectos y el interés demostrado por estas empresas en “sus preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores” (Comisión Europea, 2001, p. 7), a través de la medición de variables tales como: contribución de las empresas a las actividades de la comunidad (deporte, educación, recreación y cultura), contribución de la empresa al pago de beneficios laborales obligatorios y voluntarios otorgados a los trabajadores, prácticas ecológicas como parte de sus políticas internas o prácticas conservacionistas como parte de sus políticas externas.

Cuadro N° 6.28.
Contribuciones que otorga la empresa a la comunidad

Contribuciones	Empresas no Familiares			Empresas Familiares		
	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Programas deportivos	No	36	59,0	No	140	79,5
	Sí	25	41,0	Sí	36	20,5
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Programas educativos	No	48	78,7	No	158	89,8
	Sí	13	21,3	Sí	18	10,2
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Programas recreativos	No	14	23,0	No	18	10,2
	Sí	47	77,0	Sí	158	89,8
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Programas culturales	No	46	75,4	No	147	83,5
	Sí	15	24,6	Sí	29	16,5
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Otros programas	No	55	90,2	No	164	93,2
	Sí	6	9,8	Sí	12	6,8
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 6.28 pueden verse las contribuciones voluntarias que hacen las empresas de Mérida a programas de la comunidad donde desarrollan su actividad productiva tales como: programas deportivos, educativos, recreativos, culturales y otros programas. Esta contribución voluntaria puede influir favorablemente en la imagen pública de las empresas. Sin embargo, se observa que un 20,5% de las Empresas Familiares contribuye con programas deportivos, un 10,2% contribuye con programas educativos, un 89,8% contribuye con programas recreativos, mientras que un 16,5% contribuye con programas culturales y 6,8% de las Empresas Familiares contribuye con otros programas de la comunidad, destacando la participación y contribución de las Empresas Familiares en programas recreativos de apoyo a la comunidad en más de un 80%.

El desempeño del resto de las empresas en la contribución a programas de la comunidad muestra que el 41% contribuye con programas deportivos, en tanto que el 21,3% con programas educativos, el 77% contribuye con programas recreativos, el 24,6% con programas culturales y el 9,8% de las Empresas No Familiares contribuye con otros programas de la comunidad. Igualmente, como en el caso anterior, destaca el apoyo de estas empresas a programas recreativos de la comunidad en más de un 70%. En general, en el Cuadro N° 6.28 se observan altos porcentajes de no contribución de las empresas de Mérida a los programas de la comunidad. Por tanto, no puede señalarse que estas empresas tengan un gran interés o preocupación por su participación en estas actividades comunitarias.

En los Cuadros N° 6.29, 6.30, 6.31 y 6.32 se observan los resultados relacionados con el comportamiento de las empresas consultadas en relación con el pago de beneficios laborales obligatorios y voluntarios, según la Ley Orgánica del Trabajo (LOT) de Venezuela (República Bolivariana de Venezuela, 1997).

Cuadro N° 6.29.
Beneficios laborales que otorga la empresa a sus trabajadores en dinero

Beneficios laborales en dinero	Empresas No Familiares			Empresas Familiares		
	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Sueldos y salarios básicos	No	7	11,5	No	41	23,3
	Sí	54	88,5	Sí	135	76,7
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Pago de horas extras	No	29	47,5	No	108	61,4
	Sí	32	52,5	Sí	68	38,6
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Bono de transporte	No	11	18,0	No	23	13,1
	Sí	50	82,0	Sí	153	86,9
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Bono de productividad	No	44	72,1	No	156	88,6
	Sí	17	27,9	Sí	20	11,4
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Utilidades	No	24	39,3	No	99	56,3
	Sí	37	60,7	Sí	77	43,8
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Aguinaldos	No	22	36,1	No	94	53,4
	Sí	39	63,9	Sí	82	46,6
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Bono vacacional	No	20	32,8	No	89	50,6
	Sí	41	67,2	Sí	87	49,4
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Comisiones	No	40	65,6	No	130	73,9
	Sí	21	34,4	Sí	46	26,1
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Aporte Patronal al ahorro habitacional	No	46	75,4	No	144	81,8
	Sí	15	24,6	Sí	32	18,2
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Aporte patronal a la caja de ahorro	No	60	98,4	No	173	98,3
	Sí	1	1,6	Sí	3	1,7
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Otras bonificaciones	No	56	91,8	No	163	92,6
	Sí	5	8,2	Sí	13	7,4
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 6.29 se muestran los resultados de las empresas en materia de beneficios laborales obligatorios que otorgan las mismas a sus trabajadores en dinero.

En cuanto a sueldos y salarios básicos, el 76,7% de las Empresas Familiares otorga este beneficio a sus trabajadores, al tiempo que el 38,6% otorga pago por horas extras, el 86,9% da a sus trabajadores bono de transporte, el 11,4% otorga bono de productividad, el 43,80%

otorga el beneficio laboral de utilidades de fin de año, el 46,6% otorga aguinaldos, el 49,4% paga bono vacacional, el 26,1% paga comisiones, el 18,2% hace aportes patronales para ahorro habitacional de sus trabajadores y sólo el 1,7% hace aportes patronales a cajas de ahorro. Otro tipo de bonificaciones son pagadas por 7,4% de las Empresas Familiares.

Las Empresas No Familiares tienen un comportamiento similar, en el sentido en que muestran mayor propensión al pago de beneficios laborales en dinero similares a los que también acostumbran pagar las Empresas Familiares.

En cuanto a sueldos y salarios básicos, el 88,5% de las Empresas No Familiares otorga este beneficio a sus trabajadores, mientras que el 52,5% otorga pago por horas extras, el 82% da a sus trabajadores bono de transporte, el 27,9% otorga bono de productividad, el 60,7% otorga el beneficio laboral de utilidades de fin de año, el 63,9% otorga aguinaldos, el 67,2% paga bono vacacional, el 34,4% paga comisiones, el 24,6% hace aportes patronales para ahorro habitacional de sus trabajadores y sólo el 1,6% hace aportes patronales a cajas de ahorro. Otro tipo de bonificaciones son pagadas por 8,2% de las Empresas No Familiares.

Con base en los resultados del Cuadro N° 6.29 se puede indicar que tanto las Empresas Familiares como las Empresas No Familiares consultadas en Mérida, muestran mayor propensión al pago de beneficios laborales obligatorios en dinero tales como: sueldos y salarios básicos, horas extras, bono de transporte, utilidades, aguinaldos y bono vacacional. Asimismo, se observan altos porcentajes de no contribución u otorgamiento del resto de beneficios laborales obligatorios en dinero a los trabajadores en ambos tipos de empresas.

En el Cuadro N° 6.30 se muestran los resultados de las empresas en materia de beneficios laborales obligatorios que otorga la empresa a sus trabajadores en especie o como complemento del pago en dinero.

En el Cuadro N° 6.30 se aprecia que apenas 15,3% de las Empresas Familiares proporciona alimentos a sus trabajadores, mientras que la mayoría de ellas (80,7%) no lo hace. El 9,7% proporciona bebidas a sus trabajadores, en tanto que el 90,3% no lo hace. Sólo el 2,3% otorga el beneficio de vivienda y servicios a su personal, práctica que tampoco realiza la mayoría (97,7%). Sólo el 2,3% proporciona vestido y calzado (el 97,7% no lo hace). Algo similar ocurre con otros beneficios en especie a sus trabajadores, apenas otorgados por el 2,8% de las Empresas Familiares (la mayoría, 97,2%, no lo hace).

Cuadro N° 6.30.
Beneficios laborales que otorga la empresa a sus trabajadores en especie

Beneficios Laborales en especie	Empresas No Familiares			Empresas Familiares		
	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Alimentos	No	48	78,7	No	149	84,7
	Sí	13	21,3	Sí	27	15,3
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Bebidas	No	53	86,9	No	159	90,3
	Sí	8	13,1	Sí	17	9,7
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Viviendas y servicios	No	60	98,4	No	172	97,7
	Sí	1	1,6	Sí	4	2,3
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Vestido y calzado	No	60	98,4	No	172	97,7
	Sí	1	1,6	Sí	4	2,3
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Otras bonificaciones en especie	No	60	98,4	No	171	97,2
	Sí	1	1,6	Sí	6	2,8
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 6.30 se aprecia que el 21,3% de las Empresas No Familiares proporciona alimentos a sus trabajadores, en tanto que el 78,70% no lo hace. El 13,1% proporciona bebidas a sus trabajadores, pero el 86,9% no lo hace. Sólo el 1,6% otorga el beneficio de vivienda y servicios a su personal, el 98,4% no lo hace. Sólo el 1,6% proporciona vestido y calzado (el 98,4% no lo hace) y sólo 1,6% de las Empresas No Familiares otorga otros beneficios en especie a sus trabajadores (el 98,4% no lo hace). En general, en el Cuadro N° 6.30 se observan altos porcentajes de no contribución u otorgamiento de beneficios laborales en especie a los trabajadores en ambos tipos de empresas.

En el Cuadro N° 6.31 se muestran los resultados de las empresas en materia de otros beneficios laborales obligatorios que otorga la empresa a sus trabajadores.

En relación con el comportamiento de las Empresas Familiares en el pago de otros beneficios laborales obligatorios se observa que el 34,7% aporta al seguro social de sus trabajadores, en tanto que el 65,3% restante no lo hace. En cuanto a la política habitacional, el 26,7% realiza los aportes correspondientes, pero así la mayoría de ellas (el 73,3% no lo hace). Por otro lado, el 17,6% de las empresas aporta al INCES, pero el 82,4% no lo hace. El 18,8% hace aporte al fondo de paro forzoso, mientras que el 81,3% no lo hace. Apenas el 1,7% contribuye con los regímenes de pensiones, el 98,3% no lo hace. El 8,5% hace aportados para prestaciones sociales, pero el 91,5% no lo hace. El 2,3% contribuye con el fondo de contingencias, en tanto

que el 97,7% no lo hace; y sólo el 1,1% otorga otras contribuciones patronales a sus trabajadores (el 98,9% no lo hace).

Cuadro N° 6.31.
Otros beneficios laborales obligatorios que otorga la empresa a sus trabajadores

Otros beneficios laborales obligatorios	Empresas No Familiares			Empresas Familiares		
	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Seguro Social Obligatorio (S.S.O.)	No	32	52,5	No	115	65,3
	Sí	29	47,5	Sí	61	34,7
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Ley de Política Habitacional (LPH)	No	42	68,9	No	129	73,3
	Sí	19	31,1	Sí	47	26,7
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
INCES	No	50	82,0	No	145	82,4
	Sí	11	18,0	Sí	31	17,6
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Paro forzoso	No	50	82,0	No	143	81,3
	Sí	11	18,0	Sí	33	18,8
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Regímenes de pensiones	No	60	98,4	No	173	98,3
	Sí	1	1,6	Sí	3	1,7
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Apartados para pago de prestaciones sociales	No	51	83,6	No	161	91,5
	Sí	10	16,4	Sí	15	8,5
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Fondo de contingencias	No	58	95,1	No	172	97,7
	Sí	3	4,9	Sí	4	2,3
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Otros beneficios laborales obligatorios	No	59	96,7	No	174	98,9
	Sí	2	3,3	Sí	2	1,1
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En cuanto al comportamiento de las Empresas No Familiares en el pago de otros beneficios laborales obligatorios, en el Cuadro N° 6.31 se observa que el 47,5% aporta al seguro social de sus trabajadores, el 52,5% no lo hace. El 31,1% hace aportes para la política habitacional, el 68,9% no lo hace. El 18% de las empresas aporta al INCES, el 82% no lo hace. El 18% hace aporte al fondo de paro forzoso, el 82% no lo hace. Apenas el 1,6% contribuye con los regímenes de pensiones, el 98,4% no lo hace. El 16,4% hace apartados para prestaciones sociales, el 83,6% no lo hace. El 4,9% contribuye con el fondo de contingencias, en tanto que el 95,1% no lo hace; y sólo el 3,3% otorga otras contribuciones patronales a sus trabajadores (el

96,7% no lo hace). En general, en el Cuadro N° 6.31 se observan altos porcentajes de no contribución u otorgamiento de otros beneficios laborales obligatorios a los trabajadores en ambos tipos de empresas.

Cuadro N° 6.32.
Otros beneficios laborales voluntarios que otorga la empresa a sus trabajadores

Otros Beneficios Laborales Voluntarios	Empresas No Familiares			Empresas Familiares		
	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Becas escolares	No	59	96,7	No	173	98,3
	Sí	2	3,3	Sí	3	1,7
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Comedores	No	61	100	No	172	97,7
	Sí	0	0	Sí	4	2,3
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Asistencia médica	No	57	93,4	No	162	92,0
	Sí	4	6,6	Sí	14	8,0
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Programas de apoyo a la mujer	No	61	100	No	173	98,3
	Sí	0	0,0	Sí	3	1,7
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Suministro de medicamentos	No	55	90,2	No	169	96,0
	Sí	6	9,8	Sí	7	4,0
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Guarderías	No	58	95,1	No	170	96,6
	Sí	3	4,9	Sí	6	3,4
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Crédito para el financiamiento de viviendas	No	60	98,4	No	174	98,9
	Sí	1	1,6	Sí	2	1,1
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Programa de adiestramiento y capacitación	No	54	88,5	No	160	90,9
	Sí	7	11,5	Sí	16	9,1
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Otros beneficios voluntarios	No	58	95,1	No	172	97,7
	Sí	3	4,9	Sí	4	2,3
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 6.32 se muestran los resultados de las empresas en materia de otros beneficios laborales voluntarios que otorga la empresa a sus trabajadores. En los resultados relacionados con las Empresas Familiares puede apreciarse que apenas el 1,7% de estas empresas otorga becas escolares para los hijos de los trabajadores, el 98,3% no lo hace. El 2,3% contribuye con comedores para sus empleados, el 97,7% no lo hace. El 8% contribuye con

asistencia médica, el 92% no lo hace. Sólo el 1,70% mantiene programas de apoyo a la mujer, el 98,3% no lo hace. El 4% suministra medicamentos a sus trabajadores, el 96% no lo hace. El 3,4% proporciona guarderías para los hijos de los trabajadores, el 96,6% no lo hace. El 1,1% otorga créditos para el financiamiento de vivienda, el 98,9% no lo hace. El 9,1% contribuye con programas de adiestramiento y capacitación, el 90,9% no lo hace. El 2,3% otorga otros beneficios voluntarios a sus trabajadores, el 97,7% no lo hace.

En los resultados relacionados con las Empresas No Familiares puede apreciarse que el 3,3% de estas empresas otorga becas escolares para los hijos de los trabajadores, el 96,7% no lo hace. Ninguna Empresa No Familiar contribuye con comedores para sus empleados. El 6,6% contribuye con asistencia médica, el 93,4% no lo hace. Ninguna Empresa No Familiar mantiene programas de apoyo a la mujer. El 9,8% suministra medicamentos a sus trabajadores, el 90,2% no lo hace. El 4,9% proporciona guarderías para los hijos de los trabajadores, el 95,1% no lo hace. El 1,6% otorga créditos para el financiamiento de vivienda, el 98,4% no lo hace. El 11,5% contribuye con programas de adiestramiento y capacitación, el 88,5% no lo hace. El 4,9% otorga otros beneficios voluntarios a sus trabajadores, el 95,1% no lo hace.

En general, en el Cuadro 6.32 se observan altos porcentajes (todos por encima del 90%) de no contribución u otorgamiento de otros beneficios laborales voluntarios a los trabajadores en ambos tipos de empresas.

En los Cuadros N° 6.33 y 6.34 se muestran los resultados de las empresas consultadas relacionados con las prácticas ecológicas llevadas a cabo en sus operaciones cotidianas, para conocer el comportamiento de estas empresas en materia medioambiental.

En el Cuadro N° 6.33 se puede apreciar que el 92% de las Empresas Familiares no utiliza materias primas o productos biodegradables; el 81,8% de estas empresas no realiza recolección y clasificación de basura; el 3,4% no realiza manejo y recolección de desechos tóxicos, pero el 96,6% sí lo hace; el 85,2% no tiene estrategias de ahorro energético y ninguna (100%) de las Empresas Familiares lleva a cabo otras prácticas ecológicas.

En relación con las Empresas No Familiares, el 93,4% no utiliza materias primas o productos biodegradables; el 78,7% de estas empresas no realiza recolección y clasificación de basura; el 1,6% no realiza manejo y recolección de desechos tóxicos, pero el 98,4% sí lo hace; el 90,2% no tiene estrategias de ahorro energético y el 96,7% de las Empresas No Familiares no lleva a cabo otras prácticas ecológicas.

Tanto las Empresas Familiares como las Empresas No Familiares de Mérida no acostumbran a llevar a cabo prácticas ecológicas en sus operaciones cotidianas, según el alto porcentaje de

respuestas negativas sobre este aspecto en ambos tipos de empresas. Sin embargo, en el Cuadro N° 6.33 se observa que sólo en el *manejo y recolección de desechos tóxicos*, tanto las Empresas No Familiares como las familiares tienen un alto porcentaje de respuestas afirmativas para estas prácticas ecológicas, obteniéndose que un 98,4% de Empresas No Familiares sí lleva a cabo esta práctica y que 96,6% de Empresas Familiares también lo hace.

Cuadro N° 6.33.
Prácticas ecológicas llevadas a cabo en la empresa

Prácticas ecológicas	Empresas No Familiares			Empresas Familiares		
	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Utilización de materia prima o productos biodegradables	No	57	93,4	No	162	92,0
	Sí	4	6,6	Sí	14	8,0
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Recolección y clasificación de basura	No	48	78,7	No	144	81,8
	Sí	13	21,3	Sí	32	18,2
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Manejo y recolección de desechos tóxicos	No	1	1,6	No	170	3,4
	Sí	60	98,4	Sí	6	96,6
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Estrategias de ahorro energético (electricidad, agua, etc.)	No	55	90,2	No	150	85,2
	Sí	6	9,8	Sí	26	14,8
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Otras prácticas ecológicas	No	59	96,7	No	176	100
	Sí	2	3,3	Sí	0	0,0
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 6.34 se puede apreciar que el 96% de las Empresas Familiares no contribuye con el cuidado y/o reforestación de parques y/o espacios naturales; el 2,8% de estas empresas no contribuye con el patrocinio de campañas informativas para el cuidado medio-ambiental, pero 97,2% sí lo hace; el 98,9% no es miembro ni participa en organizaciones dedicadas al cuidado medio-ambiental y ninguna Empresa Familiar contribuye con otras acciones para el cuidado del medio ambiente.

Respecto a las Empresas No Familiares, el 98,4% no contribuye con el cuidado y reforestación de parques y/o espacios naturales; el 3,3% de estas empresas no contribuye en el patrocinio de campañas informativas para el cuidado medio-ambiental, pero el 96,7% sí lo hace; ninguna Empresa No Familiar es miembro ni participa en organizaciones dedicadas al cuidado medio-

ambiental y 98,4% no contribuye con otras acciones para el cuidado del medio ambiente.

Cuadro N° 6.34.
Acciones para el cuidado del medio ambiente en que participa la empresa

Acciones para cuidado medio ambiental	Empresas No Familiares			Empresas Familiares		
	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Cuidado y/o reforestación de parques y/o espacios naturales	No	60	98,4	No	169	96,0
	Sí	1	1,6	Sí	7	4,0
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Patrocinio de campañas informativas para el cuidado medio-ambiental	No	2	3,3	No	5	2,8
	Sí	59	96,7	Sí	171	97,2
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Membresía en organizaciones dedicadas al cuidado medio-ambiental	No	61	100	No	174	98,9
	Sí	0	0,0	Sí	2	1,1
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Otras acciones para el cuidado medio-ambiental	No	60	98,4	No	176	100
	Sí	1	1,6	Sí	0	0,0
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 6.34 también se observan altos porcentajes de respuestas negativas, por lo que puede decirse que tanto las Empresas Familiares como las no familiares de Mérida no acostumbran a llevar a cabo acciones para el cuidado del medio ambiente.

Sin embargo, se observa que sólo en el *patrocinio de campañas informativas para el cuidado medio ambiental*, tanto las Empresas No Familiares como las familiares tienen un alto porcentaje de respuestas afirmativas para estas acciones, obteniéndose un 96,7% de Empresas No Familiares que sí llevan a cabo esta acción y 97,2% de Empresas Familiares que también lo hace.

6.2.4. Aspectos de la Empresa relacionados con la Dimensión Tecnológica y de Innovación

En este epígrafe se muestran los resultados relacionados con la contribución de las empresas de Mérida a los avances tecnológicos en materia de gestión empresarial y la incorporación de innovaciones en sus operaciones cotidianas; los aspectos aquí estudiados se corresponden con la **Dimensión Tecnológica y de Innovación** del desarrollo local, es decir, “la capacidad interna

de un sistema para generar sus propios impulsos tecnológicos de cambio, capaces de promover modificaciones cualitativas en el sistema” (Boisier, 1999b, p. 15).

Con esto se busca conocer la contribución de las Empresas Familiares al desarrollo local a través de la medición de variables tales como: innovaciones en procesos, productos, servicios, estructura organizativa y, en general, en los métodos de gestión de las empresas, incorporación de tecnologías de información y comunicaciones en las operaciones cotidianas e implementación de estrategias innovadoras para competir en los mercados.

En el Cuadro N° 6.35 se muestra la consulta respecto a la introducción de cambios e innovaciones introducidas en el último año por las empresas de la muestra, en sus procesos, productos, servicios o estructura organizativa.

Obteniéndose que el 69,9% de las Empresas Familiares no ha introducido cambios o innovaciones en el último año y el 30,1% sí lo ha hecho. El 68,9% de las Empresas No Familiares no ha introducido cambios o innovaciones en el último año y el 31,1% sí lo ha hecho.

En consecuencia, los resultados del Cuadro N° 6.36 están basados en las respuestas de las empresas que respondieron afirmativamente sobre la introducción de cambios o innovaciones realizadas en el último año; es decir, el 30,1% de las Empresas Familiares (53 empresas) y el 31,1% de las Empresas No Familiares (19 empresas), según lo que se muestra en el Cuadro N° 6.35.

Cuadro N° 6.35.
En el último año ha introducido cambios o innovaciones en sus procesos, productos, servicios o estructura organizativa

Cambios o innovaciones	Empresas No Familiares		Empresas Familiares	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
No	42	68,9	123	69,9
Sí	19	31,1	53	30,1
Total	61	100,0%	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 6.36 puede verse que el 43,4% de las Empresas Familiares de Mérida ha introducido productos nuevos o mejorados, el 56,6% no lo ha hecho. El 71,7% de estas empresas ha introducido servicios nuevos o mejorados, el 28,3% no lo ha hecho. El 15,1% ha incorporado métodos de fabricación nuevos o mejorados, el 84,9% no lo ha hecho. El 18,9% ha incorporado sistemas de distribución nuevos o mejorados, el 81,1% no lo ha hecho. El 47,2% ha introducido sistemas de gestión nuevos o mejorados, el 52,8% no lo ha hecho. El 62,3% de

las Empresas Familiares ha introducido cambios en la organización del trabajo, el 37,7% no lo ha hecho. El 30,2% de estas empresas ha realizado cambios en las relaciones con otras empresas, el 69,8% no lo ha hecho. El 50,9% ha hecho modificaciones en el diseño o presentación de productos o servicios, el 49,1% no lo ha hecho. El 54,7% ha introducido métodos de venta nuevos o mejorados, el 45,3% no lo ha hecho.

Cuadro N° 6.36.
Cambios o innovaciones introducidos en procesos, productos, servicios o estructura organizativa de la empresa

Cambios o innovaciones	Empresas No Familiares			Empresas Familiares		
	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Productos nuevos o mejorados	No	19	31,6	No	35	56,6
	Sí	42	68,4	Sí	26	43,4
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Servicios nuevos o mejorados	No	10	15,8	No	17	28,3
	Sí	51	84,2	Sí	44	71,7
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Métodos de fabricación nuevos o mejorados	No	51	84,2	No	52	84,9
	Sí	10	15,8	Sí	9	15,1
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Sistemas de distribución nuevos o mejorados	No	45	73,7	No	49	81,1
	Sí	16	26,3	Sí	12	18,9
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Sistemas de gestión nuevos o mejorados	No	45	73,7	No	32	52,8
	Sí	16	26,3	Sí	29	47,2
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Cambios en la organización del trabajo	No	32	52,6	No	23	37,7
	Sí	29	47,4	Sí	38	62,3
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Cambios en las relaciones con otras empresas	No	42	68,4	No	43	69,8
	Sí	19	31,6	Sí	18	30,2
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Modificaciones en el diseño y presentación de productos o servicios	No	39	63,2	No	30	49,1
	Sí	22	36,8	Sí	31	50,9
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Métodos de venta nuevos o mejorados	No	39	63,2	No	28	45,3
	Sí	22	36,8	Sí	33	54,7
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En relación con las Empresas No Familiares de Mérida, en el Cuadro N° 6.36 se muestra que el 68,4% ha introducido productos nuevos o mejorados, el 31,6% no lo ha hecho. El 84,2% de

estas empresas ha introducido servicios nuevos o mejorados, el 15,8% no lo ha hecho. El 15,8% ha incorporado métodos de fabricación nuevos o mejorados, el 84,2% no lo ha hecho. El 26,3% ha incorporado sistemas de distribución nuevos o mejorados, el 73,7% no lo ha hecho. El 26,3% ha introducido sistemas de gestión nuevos o mejorados, el 73,7% no lo ha hecho. El 47,4% de las Empresas No Familiares ha introducido cambios en la organización del trabajo, el 52,6% no lo ha hecho. El 31,6% de estas empresas ha realizado cambios en las relaciones con otras empresas, el 68,4% no lo ha hecho. El 36,8% ha hecho modificaciones en el diseño o presentación de productos o servicios, el 63,2% no lo ha hecho. El 36,8% ha introducido métodos de venta nuevos o mejorados, el 63,2% no lo ha hecho. De lo anterior se deduce que la innovación en este tipo de Empresas se focaliza antes en los productos y/o servicios (nuevos o mejorados) que en los métodos de fabricación, sistemas de gestión u otros tipos de cambio o de innovación.

Cuadro N° 6.37.
Recursos tecnológicos de que dispone la empresa

Recursos Tecnológicos	Empresas No Familiares			Empresas Familiares		
	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Conexión a Internet	No	33	54,1	No	106	60,2
	Sí	28	45,9	Sí	70	39,8
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Correo Electrónico	No	37	60,7	No	112	63,6
	Sí	24	39,3	Sí	64	36,4
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Página web	No	53	86,9	No	153	86,9
	Sí	8	13,1	Sí	23	13,1
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Intranet Corporativa	No	59	96,7	No	168	95,5
	Sí	2	3,3	Sí	8	4,5
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Compras por Internet	No	58	95,1	No	156	88,6
	Sí	3	4,9	Sí	20	11,4
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Ventas por Internet	No	61	100	No	169	96,0
	Sí	0	0	Sí	7	4,0
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En relación con los recursos tecnológicos de que disponen las empresas en Mérida, en el Cuadro N° 6.37 se muestra que el 60,2% de las Empresas Familiares consultadas no tiene conexión a internet, el 63,6% de estas empresas no utiliza los correos electrónicos en sus operaciones cotidianas, el 86,9% no tiene página web, el 95,5% no emplea intranet

corporativa, el 88, 6% no realiza compras por internet, el 96% no realiza ventas a través de internet. Para el caso de las Empresas No Familiares también se observa, en el Cuadro N° 6.37, que el 54,1% de las Empresas No Familiares consultadas no tiene conexión a internet, el 60,7% de estas empresas no utiliza los correos electrónicos en sus operaciones cotidianas, el 86,9% no tiene página web, el 96,7% no emplea intranet corporativa, el 95,1% no realiza compras por internet y ninguna Empresa No Familiar realiza ventas a través de internet.

Según estos resultados las empresas de Mérida, tanto familiares como no familiares escasamente disponen o no disponen ni utilizan recursos tecnológicos para apoyar sus operaciones cotidianas.

En relación con las estrategias utilizadas por las empresas en Mérida para competir en el mercado, en el Cuadro N° 6.38 se aprecia que el 51,7% de las Empresas Familiares utiliza la estrategia de precios inferiores a los de la competencia (estrategia de liderazgo en costes), en tanto que el 48,3% restante no emplea dicha estrategia. Por otro lado, el 38,1% de las Empresas Familiares compite con productos distintos a los de la competencia (estrategia de diferenciación), mientras que el 61,9% no lo hace. El 38,1% de estas empresas compite con productos dirigidos a un determinado tipo de consumidores (estrategia de enfoque), el 61,9% no lo hace. En cuanto a la utilización de otro tipo de estrategia para competir en el mercado, el 99,4% de las Empresas Familiares manifestó no hacerlo (apenas el 0,6% lo hace).

Cuadro N° 6.38.
Estrategias utilizadas por las empresas para competir en el mercado

Estrategias	Empresas No Familiares			Empresas Familiares		
	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Precios inferiores a la competencia	No	32	52,5	No	85	48,3
	Sí	29	47,5	Sí	91	51,7
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Productos distintos a los de la competencia	No	33	54,1	No	109	61,9
	Sí	28	45,9	Sí	67	38,1
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Productos dirigidos a un determinado tipo de consumidores	No	43	70,5	No	109	61,9
	Sí	18	29,5	Sí	67	38,1
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Otras estrategias	No	60	98,4	No	175	99,4
	Sí	1	1,6	Sí	1	0,6
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En cuanto a las Empresas No Familiares en el Cuadro N° 6.38 se observa que el 47,5% de esta categoría utiliza la estrategia de precios inferiores a los de la competencia (estrategia de liderazgo en costes), el 52,3% no lo hace; el 45,9% compite con productos distintos a los de la competencia (estrategia de diferenciación), el 54,1% no lo hace; el 29,5% compite con productos dirigidos a un determinado tipo de consumidores (estrategia de enfoque), el 70,5% no lo hace.

De manera análoga que en el caso anterior y con respecto a la utilización de otro tipo de estrategia para competir en el mercado, el 98,4% de las Empresas Familiares manifestó no hacerlo (sólo el 1,6% de las Empresas No Familiares lo hace).

De acuerdo con los resultados anteriores, el 51,7% de las Empresas Familiares consultadas utiliza la estrategia de precios inferiores a los de la competencia (estrategia de liderazgo en costes). El resto de las Empresas Familiares utiliza muy poco otras estrategias para competir en el mercado, al igual que las Empresas No Familiares.

6.2.5. Aspectos de la Empresa relacionados con la Dimensión Institucional

En este epígrafe se muestran los resultados relacionados con la contribución de las empresas de Mérida en la conformación de vínculos o relaciones con sus interlocutores o *stakeholders*; los aspectos aquí estudiados se corresponden con la **Dimensión Institucional** del desarrollo local, “en la que se facilita la concertación público-privada a nivel territorial, asegurando la coordinación de los agentes implicados y facilitando la creación de *entornos innovadores* favorables al desarrollo productivo y empresarial” (Vázquez Barquero, 1988, p. 129).

Con esto se busca conocer la contribución de las Empresas Familiares al desarrollo local a través de la medición de variables tales como: financiamiento recibido de instituciones públicas y/o privadas, vínculos o relaciones con otras instituciones basadas en convenios de cooperación, servicios empresariales o educativos.

Cuadro N° 6.39.
La empresa ha recibido financiamiento por parte de instituciones de carácter privado

Financiamiento privado	Empresas No Familiares		Empresas Familiares	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
No	6	9,8	31	17,6
Sí	55	90,2	145	82,4
Total	61	100,0%	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En el Cuadro N° 6.39 se muestran los resultados de la consulta en relación con el financiamiento recibido por las empresas de Mérida de instituciones de carácter privado (tales como banca privada, proveedores, otras empresas, entre otras fuentes privadas). Los hallazgos dan cuenta que el 82,4% de las Empresas Familiares ha recibido financiamiento de instituciones privadas, mientras que el 90,2% de las Empresas No Familiares ha recibido este tipo de financiamiento.

Según estos resultados, las empresas consultadas, tanto familiares como no familiares de Mérida acostumbran acudir al financiamiento privado como principal fuente de recursos para apalancar sus operaciones.

En el Cuadro N° 6.40 se muestran los resultados de la consulta sobre el financiamiento recibido por las empresas de Mérida de instituciones de carácter público tales como banca pública, Gobernación del Estado, alcaldías, CORPOINDUSTRIA, FIDES, entre otras fuentes públicas, encontrándose que el 96% de las Empresas Familiares no ha recibido financiamiento de instituciones públicas. El 93,4% de las Empresas No Familiares no ha recibido este tipo de financiamiento.

Cuadro N° 6.40.
La empresa ha recibido financiamiento por parte de instituciones de carácter público

Financiamiento público	Empresas No Familiares		Empresas Familiares	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
No	57	93,4	169	96,0
Sí	4	6,6	7	4,0
Total	61	100,0%	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

Según estos resultados, las empresas consultadas –tanto familiares como no familiares de Mérida– no acostumbran acudir al financiamiento público como fuente de recursos para apalancar sus operaciones, reafirmando los hallazgos indicados en el Cuadro N° 6.39.

En el Cuadro N° 6.41 se muestran los resultados de la consulta sobre los convenios de cooperación que mantienen las empresas de Mérida con otras instituciones. Se puede apreciar que el 98,9% de las Empresas Familiares no mantiene convenios de cooperación con la Universidad de Los Andes; tampoco ninguna de estas empresas mantiene este tipo de relaciones con FUNDACITE-Mérida, al tiempo que ninguna se relaciona con la CPTM ni se vincula con la ZOLCCYT-Mérida; por último, el 99,4% no mantiene convenios de cooperación con otras instituciones. Algo similar se observa con respecto a las Empresas No Familiares: se

puede apreciar que el 98,4% de estas empresas no mantiene convenios de cooperación con la Universidad de Los Andes, al tiempo que ninguna de estas empresas mantiene este tipo de relaciones con FUNDACITE-Mérida, el 98,4% no se relaciona con la CPTM, el 98,4% no se vincula con la ZOLCCYT-Mérida y el 96,7% no mantiene convenios de cooperación con otras instituciones.

Cuadro N° 6.41.
Instituciones con las que las empresas mantienen convenios de cooperación

Convenios de Cooperación	Empresas No Familiares			Empresas Familiares		
	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
ULA	No	60	98,4	No	174	98,9
	Sí	1	1,6	Sí	2	1,1
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
FUNDACITE -Mérida	No	61	100	No	176	100
	Sí	0	0,0	Sí	0	0,0
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
CPTM	No	60	98,4	No	176	100
	Sí	1	1,6	Sí	0	0,0
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
ZOLCCYT	No	60	98,4	No	176	100
	Sí	1	1,6	Sí	0	0,0
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Otras instituciones	No	59	96,7	No	175	99,4
	Sí	2	3,3	Sí	1	0,6
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con estos resultados, las empresas consultadas –tanto familiares como no familiares de Mérida– no acostumbran a mantener convenios de cooperación con instituciones como la Universidad de Los Andes, FUNDACITE-Mérida, la CPTM, la ZOLCCYT u otras instituciones que brindan apoyo, asesoría u otros servicios a las empresas en el Estado Mérida.

En el Cuadro N° 6.42 se muestran los resultados de la consulta sobre las instituciones de las que las empresas de Mérida reciben servicios empresariales o educativos, obteniéndose que el 98,3% de las Empresas Familiares no recibe servicios empresariales o educativos de la Universidad de Los Andes, mientras que el 99,4% de estas empresas no se vincula de esta forma con FUNDACITE-Mérida, el 98,9% no recibe servicios empresariales o educativos de la CPTM, el 99,4% no se relaciona con la ZOLCCYT-Mérida para recibir estos servicios de apoyo y

el 99,4% de estas empresas no recibe este tipo de servicios empresariales o educativos de otras instituciones de Mérida.

Del total de Empresas No Familiares el 98,4% no recibe servicios empresariales o educativos de la Universidad de Los Andes, ninguna de estas empresas se vincula de esta forma con FUNDACITE-Mérida, el 98,4% no recibe servicios empresariales o educativos de la CPTM, ninguna se relaciona con la ZOLCCYT-Mérida para recibir estos servicios de apoyo y el 98,4% de estas empresas no recibe este tipo de servicios empresariales o educativos de otras instituciones de Mérida.

Cuadro N° 6.42.
Instituciones de las que las empresas reciben servicios empresariales o educativos

Servicios empresariales o educativos	Empresas No Familiares			Empresas Familiares		
	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
ULA	No	60	98,4	No	173	98,3
	Sí	1	1,6	Sí	3	1,7
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
FUNDACITE-Mérida	No	61	100	No	175	99,4
	Sí	0	0,0	Sí	1	0,6
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
CPTM	No	60	98,4	No	174	98,9
	Sí	1	1,6	Sí	2	1,1
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
ZOLCCYT	No	61	100	No	175	99,4
	Sí	0	0,0	Sí	1	0,6
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Otras instituciones	No	60	98,4	No	175	99,4
	Sí	1	1,6	Sí	1	0,6
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con estos resultados, las empresas consultadas –tanto familiares como no familiares de Mérida– no acostumbran a recibir servicios empresariales o educativos de instituciones como la Universidad de Los Andes, FUNDACITE-Mérida, la CPTM, la ZOLCCYT u otras instituciones que están capacitadas y/o cuentan con los recursos para prestar su apoyo, asesoría u otros servicios a las empresas en el Estado.

En el Cuadro N° 6.43 se muestran los resultados de la consulta sobre el tipo de convenio o servicio que mantienen o reciben las empresas de Mérida de estas instituciones, tomando en cuenta los altos porcentajes de respuesta negativa mostrados en los Cuadros N° 6.41 y 6.42.

En cuanto a los resultados de las Empresas Familiares, en el Cuadro N° 6.43 se observa el 98,9% de estas empresas no recibe información empresarial de estas instituciones, el 99,4% no recibe capacitación en gestión empresarial, el 99,4% no recibe capacitación en gestión tecnológica, 99,4% no recibe consultoría de empresas, el 99,4% no recibe apoyo a la innovación, el 98,3% no recibe apoyo a la comercialización, local, regional o nacional; ninguna recibe apoyo a la comercialización internacional, el 99,4% no recibe asesoramiento financiero y el 99,4% no recibe otro tipo de servicio o mantiene ningún otro tipo de convenio con estas instituciones.

Cuadro N° 6.43.
Tipo de convenio o servicio que mantiene o recibe de las instituciones

Tipos de Convenios o Servicios	Empresas No Familiares			Empresas Familiares		
	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje	Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Información Empresarial	No	60	98,4	No	174	98,9
	Sí	1	1,6	Sí	2	1,1
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Capacitación en Gestión Empresarial	No	58	95,1	No	175	99,4
	Sí	3	4,9	Sí	1	0,6
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Capacitación en Gestión Tecnológica	No	60	98,4	No	175	99,4
	Sí	1	1,6	Sí	1	0,6
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Consultoría	No	59	96,7	No	175	99,4
	Sí	2	3,3	Sí	1	0,6
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Apoyo a la innovación	No	59	96,7	No	175	99,4
	Sí	2	3,3	Sí	1	0,6
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Apoyo a la comercialización	No	60	98,4	No	173	98,3
	Sí	1	1,6	Sí	3	1,7
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Apoyo a la importación/exportación	No	61	100	No	176	100
	Sí	0	0,0	Sí	0	0,0
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Asesoría financiera	No	61	100	No	175	99,4
	Sí	0	0,0	Sí	1	0,6
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%
Otros	No	61	100	No	175	99,4
	Sí	0	0,0	Sí	1	0,6
	Total	61	100,0%	Total	176	100,0%

Fuente: elaboración propia

En cuanto a los resultados de las Empresas No Familiares, en el Cuadro N° 6.43 se observa el 98,4% de estas empresas no recibe información empresarial de estas instituciones, el 95,1% no recibe capacitación en gestión empresarial, el 98,4% no recibe capacitación en gestión tecnológica, 96,7% no recibe consultoría de empresas, el 96,7% no recibe apoyo a la innovación, el 98,4% no recibe apoyo a la comercialización, local, regional o nacional; ninguna Empresa No Familiar recibe apoyo a la comercialización internacional, ninguna recibe asesoramiento financiero y ninguna recibe otro tipo de servicio ni mantiene otro tipo de convenio con estas instituciones.

De acuerdo con estos resultados y según los altos porcentajes de respuestas negativas, tanto las Empresas Familiares como no familiares de Mérida no exhiben buen desempeño en la conformación de vínculos o relaciones con otras instituciones de la localidad: no acostumbran acudir al financiamiento privado ni al financiamiento público como fuente de recursos para apalancar sus operaciones; tampoco acostumbran a mantener convenios de cooperación ni a recibir servicios empresariales o educativos de instituciones que por antonomasia pueden ofertarlos, como la Universidad de Los Andes, FUNDACITE-Mérida, la CPTM, la ZOLCCYT u otras instituciones que brindan apoyo, asesoría u otros servicios a las empresas en el Estado; no acostumbran a recibir información empresarial, capacitación en gestión empresarial, capacitación en gestión tecnológica, consultoría de empresas, apoyo a la innovación, apoyo a la comercialización, local, regional o nacional, apoyo a la comercialización internacional, asesoramiento financiero u otro tipo de servicio ni mantienen otro tipo de convenio con estas instituciones.

6.3. Prueba de significancia Chi-Cuadrado de las variables empleadas en el estudio

Para conocer si las variables empleadas en el estudio empírico son estadísticamente significativas se emplea la prueba de significancia Chi-cuadrado, que se estima por medio de una *tabla de contingencia* o *tabulación cruzada*. En ésta cada dimensión contiene un grupo de variables y, a su vez, cada variable se subdivide en dos o más categorías. Esta prueba resulta una comparación útil entre la tabla de frecuencias *observadas* y la denominada tabla de frecuencias *esperadas*. Esta última constituye la tabla que se esperaría encontrar si las variables fueran estadísticamente independientes o no estuvieran relacionadas. Como la Chi-cuadrado es una prueba que parte del supuesto de *no relación entre variables*, aquí se utiliza para analizar si las frecuencias observadas son diferentes de lo que pudiera esperarse en caso de ausencia de correlación.

Las variables relacionadas con propiedad, dirección y continuidad definen la categoría de referencia que es: Empresa Familiar, siendo esta la variable dependiente. Esta categoría de referencia (Empresa Familiar) se cruza con el resto de variables incluidas en el estudio empírico con la finalidad de identificar cuáles de ellas son las que mejor explican dicha categoría y, por tanto, que habrán de emplearse con posterioridad en el Modelo de Regresión Logística Binaria.

Con este análisis se concluye que, del total de variables incluidas en el estudio⁵⁵, las que resultaron significativas fueron las que se muestran a continuación en los Cuadros N° 6.44, 6.45, 6.46 y 6.47. Estas variables se ordenan según las secciones del cuestionario (Anexo 1): Sección I: Características de la empresa: Condición jurídica, Tamaño, Contribución al empleo, Nivel educativo, Propietarios y socios, Empleados, Total de trabajadores (propietarios y socios; empleados); Sección II: Aspectos de la empresa relacionados con la economía local: Impuesto a inmuebles rurales, Impuesto sobre sucesiones y donaciones; Sección III: Aspectos de la empresa relacionados con lo Socio-Ambiental: Programas deportivos, Programas educativos, Programas recreativos, Sueldos y salarios, Pago de horas extras, Bono de productividad, Utilidades, Aguinaldos, Bono vacacional, Seguro Social Obligatorio, Apartado para Prestaciones Sociales; Sección IV: Aspectos de la empresa relacionados con la tecnología e innovación: Ninguna variable; y, Sección V: Aspectos de la empresa relacionados con sus Interlocutores (Gobierno, universidad y otras empresas): Capacitación en gestión empresarial.

Cuadro N° 6.44.
Prueba de Significancia Chi-cuadrado. Sección I: características de la empresa

Variable	Valor	g.l.	Sig. Asintótica (2 caras)	Sig. Exacta (2 caras)
Condición Jurídica	23,477	6	0,001	0,001
Número Total de Empleados (tamaño)	6,200	3	0,102	0,085
Contribución al empleo (variación en el número de empleados respecto al año anterior)	9,307	2	0,010	0,009
Nivel Educativo de los propietarios y/o gerentes de la Empresa	4,352	1	0,037	0,051
Propietarios y Socios	11,739	2	0,003	0,004
Empleados	5,369	2	0,068	0,070
Total trabajadores	18,002	2	0,000	0,000

Fuente: elaboración propia

⁵⁵ El total de variables incluidas en el estudio con su respectiva significación individual se muestran en el Anexo 5.

Cuadro N° 6.45.

Prueba de Significancia Chi-Cuadrado. Sección II: aspectos de la empresa relacionados con la economía local

Variable	Valor	g.l.	Sig. Asintótica (2 caras)	Sig. Exacta (2 caras)
Impuesto a Inmuebles Rurales	9,835	1	0,002	0,004
Impuesto Sucesiones y Donaciones	10,701	1	0,001	0,003

Fuente: elaboración propia

Cuadro N° 6.46.

Prueba de Significancia Chi-cuadrado. Sección III: aspectos de la empresa relacionados con lo socio-ambiental

Variable	Valor	g.l.	Sig. Asintótica (2 caras)	Sig. Exacta (2 caras)
Contribuciones que otorga la empresa a la comunidad: Programas Deportivos	9,988	1	0,002	0,002
Contribuciones que otorga la empresa a la comunidad: Programas Educativos	4,895	1	0,027	0,031
Contribuciones que otorga la empresa a la comunidad: Programas Recreativos	6,279	1	0,012	0,017
Sueldos y salarios	3,919	1	0,048	0,063
Pago de Horas Extras	3,549	1	0,060	0,071
Bono de Productividad	9,367	1	0,002	0,004
Utilidades	5,186	1	0,023	0,026
Aguinaldos	5,453	1	0,020	0,025
Bono Vacacional	5,766	1	0,016	0,018
Seguro Social Obligatorio (S.S.O.)	3,191	1	0,074	0,092
Apartados para pago de prestaciones sociales	2,974	1	0,085	0,094

Fuente: elaboración propia

Cuadro N° 6.47.

Prueba de Significancia Chi-cuadrado. Sección V: aspectos de la empresa relacionados con sus Interlocutores (gobierno, universidad y otras empresas)

Variable	Valor	g.l.	Sig. Asintótica (2 caras)	Sig. Exacta (2 caras)
Capacitación en Gestión Empresarial	5,166	1	0,023	0,053

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO 7

**RESULTADOS DE LOS ANÁLISIS ESTADÍSTICOS MULTIVARIANTES DE LAS EMPRESAS
FAMILIARES Y EMPRESAS NO FAMILIARES DEL ESTADO MÉRIDA. ANÁLISIS CUALITATIVO
COMPLEMENTARIO DE LOS RESULTADOS**

7.1. Introducción

En este Capítulo se aborda el tratamiento de los datos producto de la investigación empírica con el objeto de reconocer y enunciar los elementos clave en la gestión de las Empresas Familiares merideñas, para lograr que éstas contribuyan al desarrollo local del Estado. Para ello, en esta parte se hace uso de dos técnicas estadísticas: el Modelo de Regresión Logística Binaria (MRL) y el Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM).

Asimismo, se emplea el Análisis FODA como técnica de análisis cualitativo complementario y con sus resultados, se construyen matrices de factores combinados que permiten formular estrategias para la acción.

En consecuencia, en el apartado 7.2 se muestran los resultados obtenidos al aplicar el Modelo de Regresión Logística Binaria. Este modelo permite relacionar una variable dependiente dicotómica con una o más variables independientes las cuales pueden ser cuantitativas (denominadas covariables o covariadas) o categóricas, como es el caso de este estudio.

En el apartado 7.3 se emplea el Análisis de Correspondencias Múltiples entre variables, la cual es una técnica de análisis factorial exploratorio para datos categóricos multivariados; busca describir, en un espacio de pocas dimensiones o factores, la estructura de asociaciones entre un grupo de variables categóricas.

En el apartado 7.4 se emplea el Análisis FODA, teniendo como base los resultados mostrados en el Capítulo 6, concernientes a la estadística descriptiva, que permitieron extraer FORTALEZAS y DEBILIDADES de las Empresas Familiares; estos factores combinados con OPORTUNIDADES y AMENAZAS del territorio en estudio, facilitaron la identificación de las Empresas Familiares de Mérida y sus potenciales condiciones para contribuir al desarrollo local de la entidad, propósito principal de esta investigación.

7.2. Modelo de Regresión Logística Binaria (MRL)

Mediante el Modelo de Regresión Logística Binaria (MRL) o Modelo Logit Binario, se pretende expresar la probabilidad de que ocurra un evento en cuestión (Y), en este caso el evento sería que una empresa pertenezca a la categoría Familiar o a la categoría No Familiar, como función de ciertas variables (X) explicativas o de control.

A continuación se aplica el Modelo Logit Binario para valorar la probabilidad de que la variable dicotómica Empresa Familiar (EF) tome valores 1 ó 0 (1 = Familiar; 0 = No Familiar), asociada a

otras variables explicativas o de control⁵⁶ que estiman la contribución de la EF al desarrollo local de Mérida.

Estas variables explicativas o de control son: Condición jurídica; Tamaño; Contribución al empleo; Nivel educativo; Propietarios y socios; Empleados; Total de trabajadores (propietarios y socios; empleados); Impuesto a inmuebles rurales; Impuesto sobre sucesiones y donaciones; Programas deportivos; Programas educativos; Programas recreativos; Sueldos y salarios; Pago de horas extras; Bono de productividad; Utilidades, Aguinaldos; Bono vacacional; Seguro Social Obligatorio; Apartado para prestaciones sociales; y Capacitación en gestión empresarial.

Dado que estas son las variables que resultaron significativas, se plantea el siguiente modelo *Logit* que representa, en una escala logarítmica, la diferencia entre las probabilidades de que ocurra la alternativa 1 (1 = Familiar) con una serie de características y su contraria 0 (0 = No Familiar):

$$\text{Ln} \frac{P_i}{1 - P_i} = \beta_0 + \sum \beta_z X_{zi}$$

p_i : igual a 1, si empresa es familiar; y 0, si la empresa es no familiar.

$1 - p_i$: igual a 1, si la empresa es no familiar; y 0, si la empresa es familiar.

X_{zi} : valor de la variable explicativa z para cada empresa.

β : valor de parámetros desconocidos que hay que estimar.

Este modelo pronostica el 77,6% del total de las empresas estudiadas. Además, el modelo tiene una alta capacidad predictiva para el caso de las Empresas Familiares (EF) pues clasifica correctamente el 96% de éstas. En consecuencia, puede decirse que los contrastes estadísticos dan cuenta de la idoneidad del modelo.

De igual modo, la prueba de Hosmer y Lemeshow de bondad de ajuste del modelo indica que su ajuste global es bueno: dado que no es significativo ($p = 0,402$); por tanto, no se puede rechazar la hipótesis nula de que no existen diferencias significativas entre los valores observados y lo que predice el modelo (Anexo 6).

En el Cuadro N° 7.1 se observan los coeficientes de estimación de este modelo.

⁵⁶ La descripción de todas las variables utilizadas en el estudio puede verse en los Anexos 3 y 4. Las variables explicativas incluidas en este Modelo Logit Binario son sólo aquellas que resultaron significativas al aplicar la prueba Chi-cuadrado, lo cual se muestra en el Capítulo 6, apartado 6.3. El resto de las variables fueron excluidas del modelo. Las variables relacionadas con: propiedad, dirección y continuidad se incluyen en el modelo para determinar la categoría Familiar, siendo esta la variable dependiente. La significación individual de cada una de las variables empleadas en la investigación se muestra en el Anexo 5.

Cuadro N° 7.1.
Modelo de Regresión Logística Binaria.
Estimación de la probabilidad de que una empresa sea Empresa Familiar

Variables del estudio ^a		B	Error estándar	Wald	g.l.	Sig.	Exp(B)	95% de intervalo de confianza para Exp(B)	
Variable	Categoría							Límite inferior	Límite superior
Total trabajadores	6 a 20 (***)	-0,903	0,326	7,690	1	0,006	0,405	0,214	0,767
	Más de 21	-0,303	0,676	0,201	1	0,654	0,739	0,197	2,777
Contribución al empleo (variación en el número de empleados respecto al año anterior)	Igual	0,502	0,330	2,308	1	0,129	1,652	0,865	3,156
	Mayor (***)	1,509	0,523	8,330	1	0,004	4,523	1,623	12,604
Impuestos nacionales	Sucesiones y donaciones Sí (**)	-1,664	0,771	4,658	1	0,031	0,189	0,042	0,858
Contribuciones a la comunidad	Programas recreativos Sí (***)	0,993	0,304	10,652	1	0,001	2,698	1,487	4,898

Fuente: elaboración propia, con base en los resultados del SPSS a partir de los datos de la muestra

Notas:

a. Variables del estudio que resultan significativas para el modelo después de aplicar la prueba Chi- Cuadrado. Categorías de referencia: Total de trabajadores: 0 a 5; variación del número de empleados respecto al año anterior: menor; Impuesto nacional Sucesiones: No; Contribuciones a la comunidad a través de Programas recreativos: No.

b. Número de observaciones: 237. Coeficientes significativos al 1% (***) y al 5% (**)

Este modelo permite calcular la probabilidad de que una empresa, teniendo una serie de características, sea Familiar (siendo esta la variable dependiente). En consecuencia, **la probabilidad modelada es Empresa Familiar**. La observación de las estimaciones mostradas en el Cuadro N° 7.1 señala la probabilidad de que una empresa sea **Familiar** en el siguiente sentido:

- Una empresa de tamaño pequeño con 6 a 20 trabajadores **tiene menor probabilidad** de establecerse como Empresa Familiar que una que tiene 5 trabajadores o menos. El hecho de que el tamaño de la empresa sea grande (con más 21 trabajadores) no resultó estadísticamente significativo. Es decir, **que las Empresas Familiares estudiadas se relacionan con la dimensión de microempresa con 5 trabajadores o menos**.
- Una empresa que tuvo una variación mayor del número de empleados respecto al año anterior **tiene más probabilidad** de establecerse como Empresa Familiar que aquella

que tuvo una variación menor. Es decir, **que una empresa que tuvo una contribución mayor al empleo en el año anterior tiene más probabilidad de ser Empresa Familiar.**

- El impuesto nacional con el que contribuyen las empresas para el pago de Sucesiones y donaciones hace que **la probabilidad** de que la empresa se establezca como Empresa Familiar **disminuya**, en comparación con aquellas que no pagan este impuesto. Es decir, **que el pago del Impuesto Nacional denominado Sucesiones y donaciones no está relacionado con el hecho de que la empresa sea familiar.**
- En cuanto al apoyo a programas como expresión de la contribución y participación de las empresas en los aspectos socio-ambientales relacionados con la comunidad donde operan, **la probabilidad** de que una empresa sea familiar **es mayor** cuando estos programas son de tipo recreativo, en comparación con aquellas que no hacen tales contribuciones. Es decir, **que la contribución a Programas de la comunidad como los de tipo Recreativo hace que aumente la probabilidad de que la empresa sea familiar.**

En síntesis, estos resultados muestran la probabilidad de que una empresa sea **Empresa Familiar** en función de las variables explicativas introducidas en el modelo. De todas las variables estudiadas, las arriba descritas son las que mejor explican la condición de familiaridad de una empresa en el Estado Mérida de Venezuela.

7.3. Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM)

El Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM) es una técnica descriptiva o exploratoria cuyo objetivo es resumir una gran cantidad de datos en un número reducido de dimensiones, con la menor pérdida de información posible; en el análisis de correspondencias el método se aplica sobre variables categóricas u ordinales.

La presentación del ACM se realiza apelando a un enfoque geométrico y enfatizando el carácter representacional de la técnica como medio para la construcción de *mapas o planos* factoriales donde se representan las correspondencias o asociaciones entre variables cualitativas.

Para mostrar los resultados de la aplicación de esta técnica es conveniente indicar que las gráficas contienen el **grupo de variables** asociado a cada hipótesis de trabajo, que a su vez corresponde con cada sección consultada a través del cuestionario. En consecuencia, los grupos de variables serían: Características de la Empresa, Aspectos de la Empresa relacionados con la Economía Local, Aspectos de la Empresa relacionados con lo Socio-Ambiental, Aspectos

de la Empresa relacionados con la Tecnología e Innovación, Aspectos de la Empresa relacionados con sus Interlocutores (Gobierno, Universidad y otras Empresas), tal como se han ido mostrando los resultados empíricos a lo largo de todo el trabajo.

Asimismo, en este análisis se muestran ambos tipos de empresas: Empresa Familiar (EF) y Empresa No Familiar (ENF), intentando ver cómo se posicionan en las distintas dimensiones estudiadas, pues lo que se pretende es contrastar el desempeño de la Empresa Familiar respecto al resto de las empresas consultadas, para determinar su contribución al desarrollo local de la entidad en estudio, en función de las variables secundarias o indicadores en cada grupo de variables principales o dimensiones. Seguidamente se muestran las **Hipótesis de trabajo** y los resultados obtenidos con la aplicación del Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM).

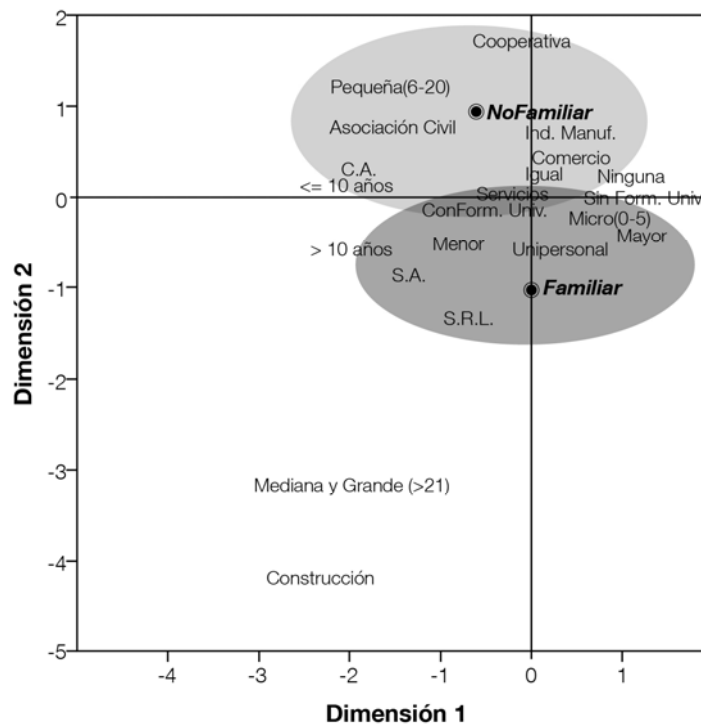
H₁: los factores característicos de las Empresas Familiares (condición jurídica, actividad económica, antigüedad, tamaño, contribución al empleo, nivel educativo de los propietarios o gerentes) de Mérida hacen que aquellas entidades contribuyan en mayor medida al desarrollo local: mientras más estén asociadas a actividades económicas como comercio y servicios, mientras mayor sea su contribución al empleo, a la antigüedad, al nivel educativo y menor sea su tamaño, contribuyen en mayor medida con el desarrollo local del Estado.

Esta hipótesis pretende identificar factores o características generales de las empresas y al mismo tiempo, determinar si existen condiciones favorables para las Empresas Familiares vistas a través de su vinculación con las actividades económicas predominantes en Mérida, tales como comercio y servicios, así como su pequeña dimensión, lo cual puede favorecer su flexibilidad y adaptación al cambio. De igual modo es de esperar, según lo planteado en la hipótesis, que estos negocios contribuyan con el empleo aumentándolo, que su antigüedad supere los 10 años pues se considerarían más estables y consolidadas y que el nivel educativo de los propietarios o gerentes sea universitario.

El primer grupo de variables que se muestran en el Gráfico N° 7.1 corresponde a los factores característicos de las Empresas Familiares tales como: condición jurídica, actividad económica, antigüedad, tamaño, contribución al empleo y nivel educativo de los propietarios y/o gerentes.

A continuación se muestra la correspondencia entre estas variables y el tipo de Empresa Familiar y No Familiar.

Gráfico N° 7.1.
Factores característicos de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida
(Hipótesis 1)



Fuente: elaboración propia

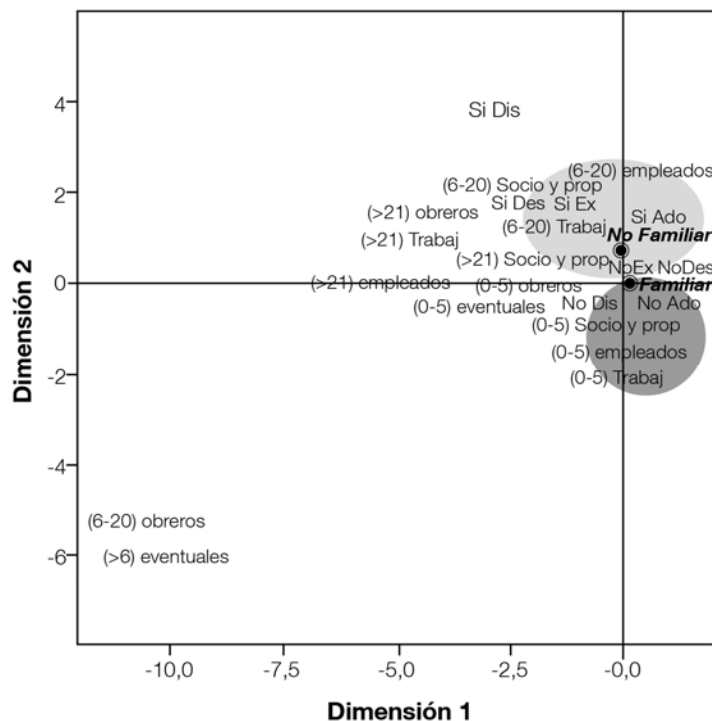
Como se observa en el Gráfico N° 7.1, la Empresa Familiar (EF) de Mérida se registra bajo la figura de Empresa Unipersonal, S.R.L. o Sociedad Anónima. En cuanto a la actividad económica tiende a estar asociada a los Servicios; respecto a la antigüedad son mayores de 10 años. En relación con el tamaño son microempresas con cinco empleados o menos. En cuanto a la contribución al empleo, en algunos casos parecen contribuir en aumentar el empleo y en otros casos no contribuyen con este indicador. Igualmente, respecto a la formación, en algunos casos esta variable indica propietarios y/o gerentes sin formación universitaria y en otros casos propietarios y/o gerentes con formación universitaria.

Por su parte la Empresa No Familiar (ENF) exhibe condición jurídica de tipo Compañía Anónima, en algunos casos Asociación Civil o Cooperativa; actividad económica Comercio, Servicios e Industria Manufacturera; edad menor o igual a 10 años; tamaño pequeño que oscila entre 6 y 20 empleados; contribución al empleo que se mantiene igual o constante respecto al año anterior y nivel educativo de los propietarios y/o gerentes más asociado a la formación universitaria.

En consecuencia, tomando en consideración lo planteado en la Hipótesis 1 (H₁), para el caso de las Empresas Familiares y según estos resultados, este tipo de empresa se registra bajo figura de Empresa Unipersonal, S.R.L. o Sociedad Anónima; también se aprecia su vinculación con una de las actividades económicas predominantes en Mérida, como lo es la actividad de Servicios; asimismo, se aprecia su pequeña dimensión, rasgo que favorece su flexibilidad y adaptación al cambio; además, su antigüedad supera los 10 años, lo que las hace más estables y consolidadas.

En cuanto a la contribución al empleo y el nivel educativo de los propietarios y/o gerentes de estas empresas, no se aprecia una clara tendencia en estos factores característicos, por lo que habría que remitirse a los resultados asociados con estas variables, presentados en otras secciones de esta investigación, tal como lo mostrado en estadísticas descriptivas y especialmente en los resultados del Modelo Logit Binario del apartado 7.2 respecto al comportamiento de estas variables.

Gráfico N° 7.2.
Factores característicos de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida.
Categorías de trabajadores y trabajadores en condiciones especiales (Hipótesis 1)



Fuente: elaboración propia

También se incluyen aquí los resultados de la variable Categoría de Trabajadores y Trabajadores en Condiciones Especiales, variables que pertenecen al primer grupo. Para apreciarlos mejor, estos resultados se muestran por separado en el Gráfico N° 7.2.

En el Gráfico N° 7.2 se observa la correspondencia entre EF y ENF en relación con las tipologías de Trabajadores de las empresas, confirmándose que en el caso de las Empresas Familiares, éstas tienen entre cero y cinco propietarios o socios, entre cero y cinco empleados y en total, entre cero y cinco trabajadores (propietarios y socios; empleados), por lo que pertenecen a la dimensión Microempresa.

Por su parte las Empresas No familiares muestran la tipología de empleados entre seis y veinte, total de trabajadores (propietarios y socios; empleados) en igual número, por lo que pertenecen a la dimensión Pequeña Empresa.

Respecto al número de Propietarios y Socios pueden tener más de veintiuno (como el caso de las Cooperativas) y contratan personal en condiciones especiales como Adolescentes, Desfavorecidos (mujeres embarazadas, adultos mayores, personas con antecedentes penales) y Extranjeros.

H₂: los aspectos favorables de las Empresas Familiares de Mérida medidos en términos de su buen desempeño en la Dimensión Económica (pago de impuestos, ventas, pago de mano obra, destino de las ventas, origen de las compras) hacen que contribuyan más con el desarrollo local del Estado: mientras mayor sea la contribución o buen desempeño en relación con estos aspectos, mayor será la contribución al desarrollo local en su Dimensión Económica.

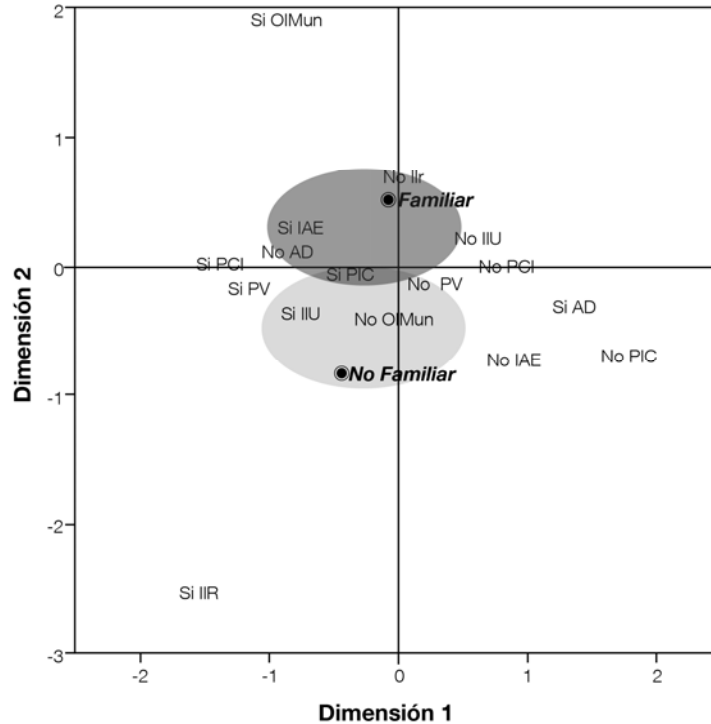
Para analizar la correspondencia entre el tipo de empresa, con especial atención a la Empresa Familiar, su desempeño en la Dimensión Económica y sus variables de estudio, se emplean cinco gráficos (Gráficos N° 7.3, 7.4, 7.5, 7.6 y 7.7).

Como puede verse en el Gráfico N° 7.3, en el caso de la EF, estas suelen contribuir con el pago de Impuestos Municipales tales como: Impuesto a la actividad económica y Patente de industria y comercio.

Por su parte, las Empresas No Familiares contribuyen con el pago de patente de industria y comercio e Impuesto a los inmuebles urbanos.

En general, no se aprecia un destacado desempeño en el pago de Impuestos Municipales en ambos tipos de empresas.

Gráfico N° 7.3.
Dimensión Económica de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida.
Impuestos municipales (Hipótesis 2)



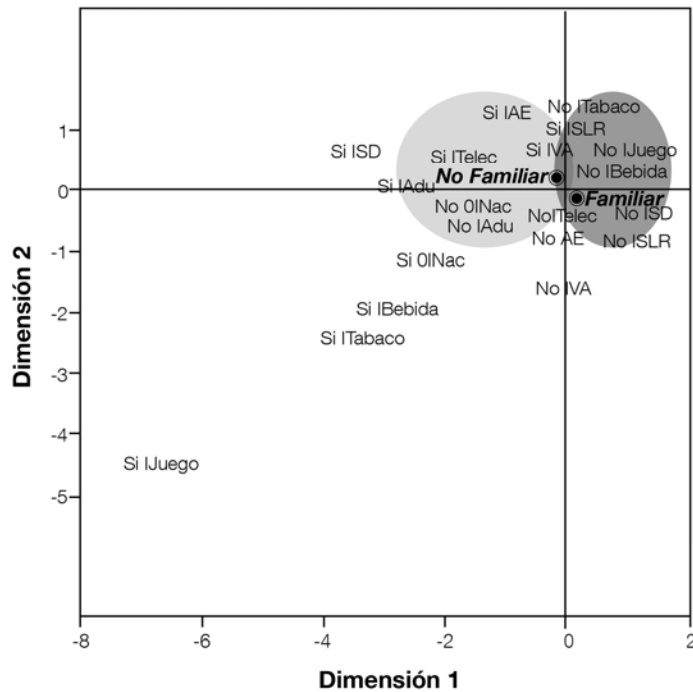
Fuente: elaboración propia

En el Gráfico N° 7.4 se observa el comportamiento de las Empresas Familiares en relación con el pago de Impuestos Nacionales, encontrándose una correspondencia entre este tipo de empresa y el pago tanto del Impuesto Sobre la Renta (ISLR) como del Impuesto al Valor Agregado (IVA).

En el caso de las Empresas No Familiares, se observa una contribución de este tipo de negocio al pago de: Impuesto Sobre la Renta (ISLR), Impuesto al Valor Agregado (IVA), Impuestos a los activos empresariales, Impuesto a servicio de telecomunicaciones e Impuestos aduaneros.

Según estos resultados, se aprecia un mejor desempeño en el cumplimiento de estas obligaciones por parte de las Empresas No Familiares.

Gráfico N° 7.4.
Dimensión Económica de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida.
Impuestos nacionales
(Hipótesis 2)

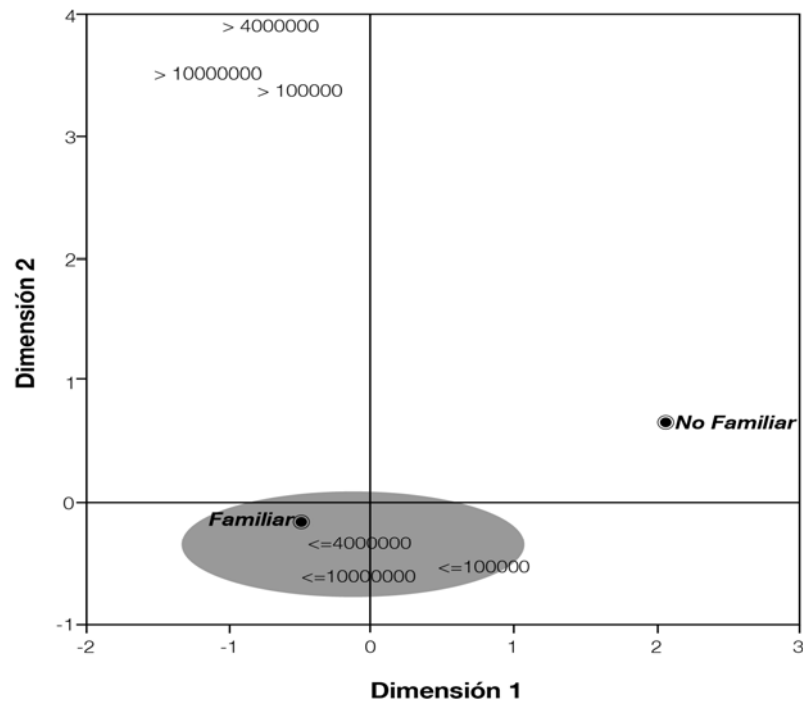


Fuente: elaboración propia

De acuerdo con lo observado en el Gráfico N° 7.5, las Empresas Familiares se muestran en correspondencia con el pago del ISRL en un monto menor o igual 100.000 bolívares; Ventas Brutas anuales menores o iguales a 10.000.000 bolívares y monto destinado a la remuneración de mano de obra en una cantidad anual menor o igual a los 4.000.000 bolívares.

En relación con las Empresas No Familiares, no se observa una clara correspondencia en relación con estas variables estudiadas.

Gráfico N° 7.5.
Dimensión Económica de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida.
Monto de ISLR, Ventas brutas, Remuneración a mano de obra (Hipótesis 2)

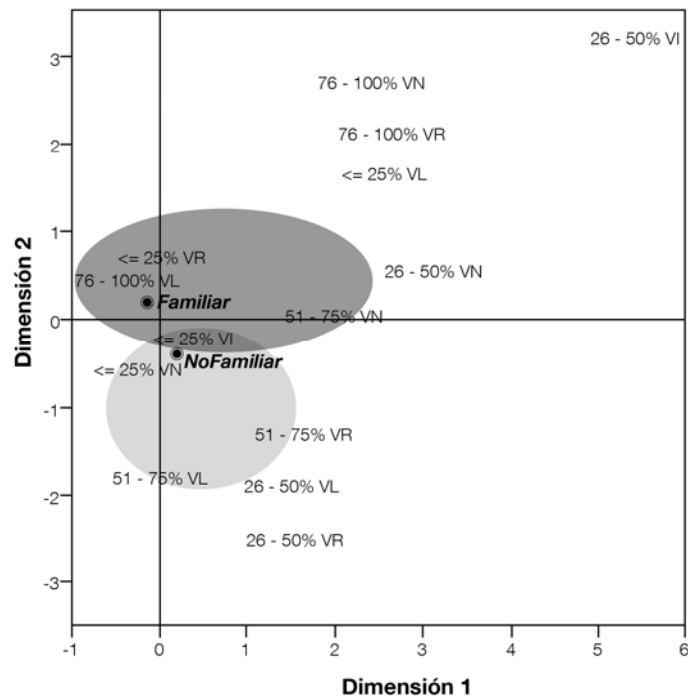


Fuente: elaboración propia

En el Gráfico N° 7.6 se puede observar el desempeño de las Empresa Familiares en relación con los mercados destino de sus ventas, obteniéndose que aproximadamente entre el 76 y 100% de sus ventas son locales, entre 25% o menos de sus ventas son regionales, entre 25% o menos de sus ventas son nacionales y entre 25% o menos de sus ventas son internacionales. Se aprecia claramente un predominio del destino de las ventas de las Empresas Familiares en los mercados locales.

Respecto a las Empresas No Familiares, se aprecia mayor correspondencia en el destino de las ventas de estas empresas en un rango de 51 a 75% dirigidas a los mercados locales, el mismo porcentaje dirigido a los mercados regionales, mayor correspondencia en relación con el 25% o menos de sus ventas dirigidas a los mercados nacionales e igual porcentaje de ventas con destino internacional.

Gráfico N° 7.6.
Dimensión Económica de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida.
Destino de las ventas (Hipótesis 2)



Fuente: elaboración propia

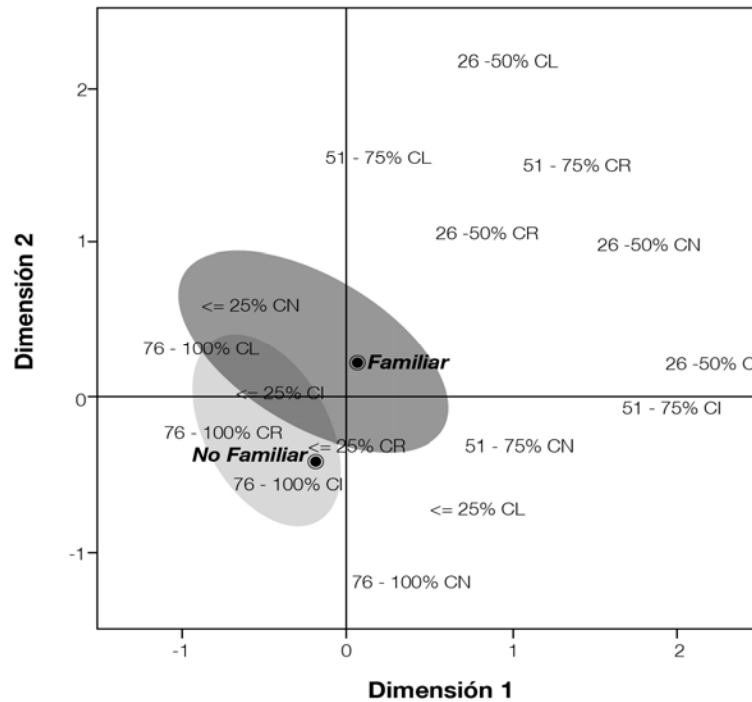
En el Gráfico N° 7.7 se observa que aproximadamente el 25% o menos de las compras de las Empresas Familiares se realizan en los mercados locales; el 25% o menos en los mercados regionales e igual porcentaje en los mercados nacionales e internacionales, por la ubicación equidistante en cada uno de estos puntos.

Por su parte las Empresas No Familiares, compran 25% o menos de sus insumos en los mercados locales; en sus hábitos de compra de insumos regionales presentan poca claridad del porcentaje; también realizan compras de insumos en los mercados internacionales con poca claridad del porcentaje.

En general, se puede apreciar que las Empresas Familiares en estudio no pagan la mayoría de los impuestos nacionales y municipales previstos en la ley, por lo cual puede deducirse que son informales en su desempeño tributario y en sus compromisos con imposiciones gubernamentales.

Asimismo, sus ventas son locales con lo cual se presume una competitividad limitada al ámbito del Estado; con respecto a sus compras, parecieran no tener preferencia por la localización de los mercados lo cual podría contribuir a flexibilizar su proceso de abastecimiento.

Gráfico N° 7.7.
Dimensión Económica de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida.
Origen de las compras (Hipótesis 2)

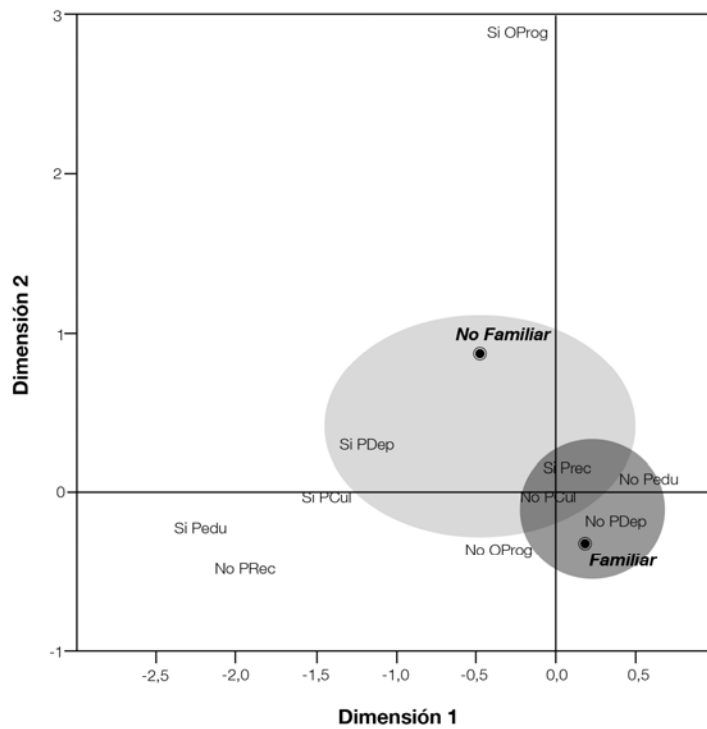


Fuente: elaboración propia

H₃: los aspectos favorables de las Empresas Familiares de Mérida medidos en términos de su buen desempeño en la Dimensión Socio-Ambiental (contribuciones comunitarias, pago de beneficios laborales obligatorios y voluntarios a los trabajadores, prácticas ecológicas y acciones de cuidado medio-ambiental) hacen que contribuyan más con el desarrollo local del Estado: mientras mayor sea la contribución o buen desempeño en relación con estos aspectos, mayor será la contribución al desarrollo local en su Dimensión Socio-Ambiental.

Para analizar la correspondencia entre el tipo de empresa, con especial atención a la Empresa Familiar, su desempeño en la Dimensión Socio-Ambiental y sus variables de estudio, se emplean siete gráficos (Gráficos N° 7.8, .7.9, 7.10, 7.11, 7.12, 7.13 y 7.14), que se muestran a continuación.

Gráfico N° 7.8.
Dimensión Socio-Ambiental de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida.
Contribuciones a la comunidad (Hipótesis 3)

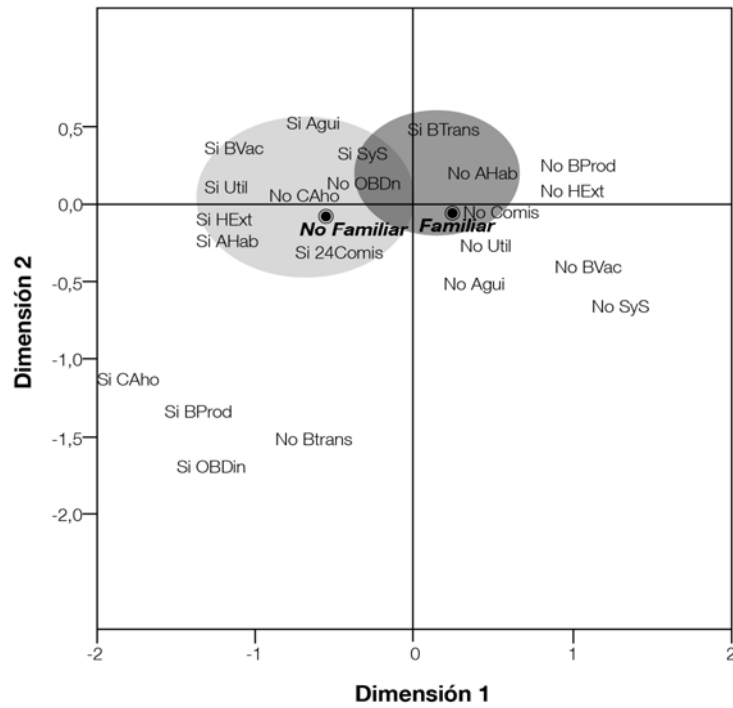


Fuente: elaboración propia

Como se aprecia en el Gráfico N° 7.8, las contribuciones que hacen las Empresas Familiares a la comunidad a través de apoyo a programas deportivos, educativos, recreativos, culturales, entre otros, se corresponden especialmente con programas de tipo recreativo. En cuanto al desempeño de las Empresas No Familiares en esta materia se observa que contribuyen con programas deportivos, recreativos y culturales.

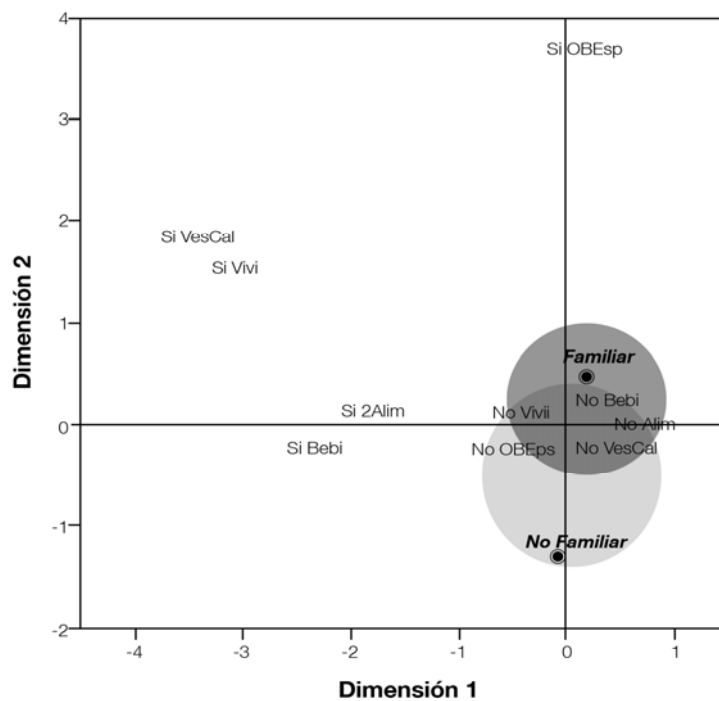
En el Gráfico N° 7.9 puede verse que las Empresas Familiares otorgan beneficios laborales en dinero a sus trabajadores, contemplados en la Ley Orgánica del Trabajo (RBV, 1997), tales como Sueldos y salarios y Bono de transporte. En el caso de las Empresas No Familiares, estas otorgan beneficios laborales en dinero como: Sueldos y salarios, Pago de horas extras, Utilidades, Aguinaldos, Bono vacacional, Aporte para ahorro habitacional y Comisiones.

Gráfico N° 7.9.
Dimensión Socio-Ambiental de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida.
Beneficios laborales en dinero (Hipótesis 3)



Fuente: elaboración propia

Gráfico N° 7.10.
Dimensión Socio-Ambiental de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida.
Beneficios laborales en especie (Hipótesis 3)

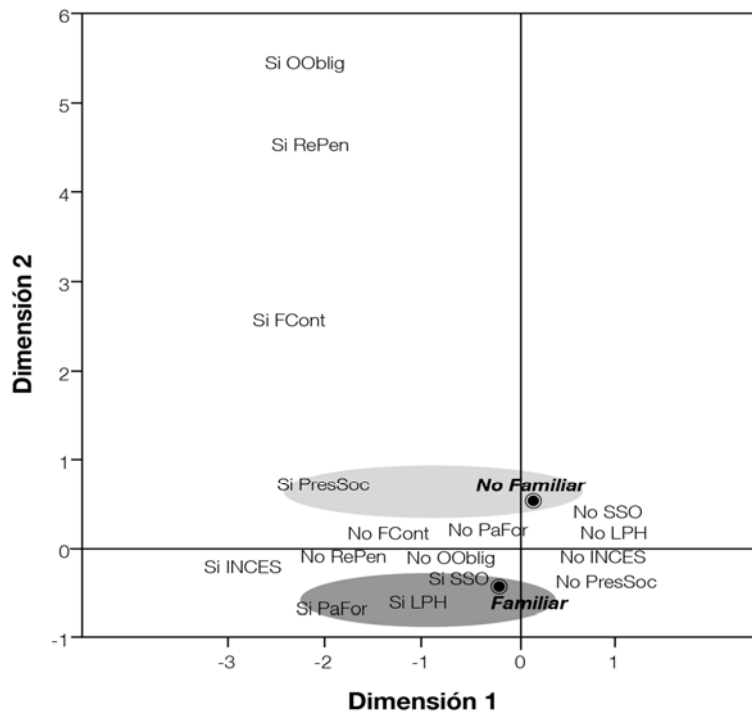


Fuente: elaboración propia

En el Gráfico N° 7.10 se observa el comportamiento de las Empresas Familiares respecto al pago de beneficios laborales en especie según establece la LOT. Allí se aprecia que estas empresas no contemplan –entre los compromisos contractuales con sus trabajadores– el pago de este tipo de beneficios. En el gráfico se observa, asimismo, que las Empresas No Familiares tampoco muestran correspondencia o asociación con ninguno de estos beneficios laborales arriba enunciados.

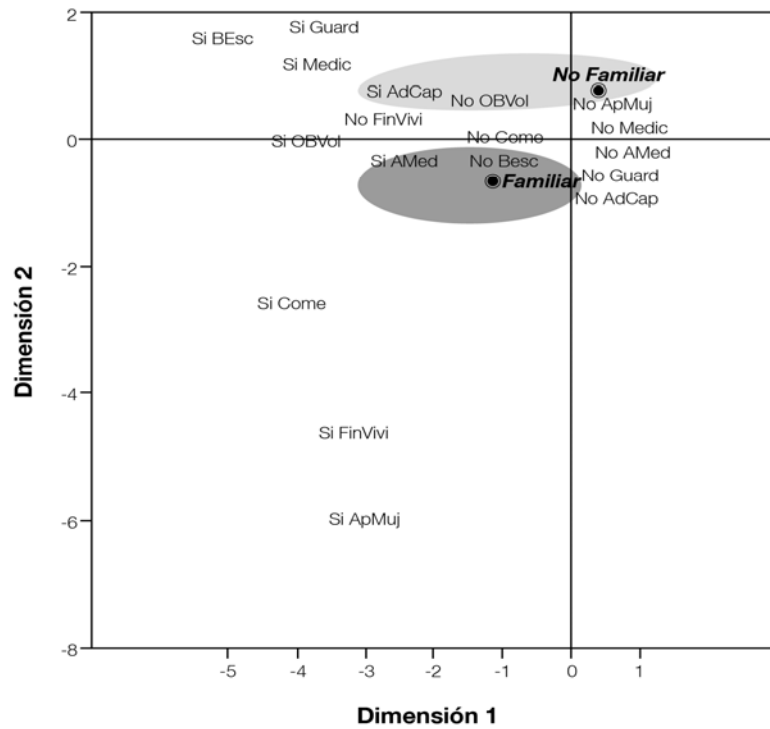
En el Gráfico N° 7.11 puede apreciarse que las Empresas Familiares muestran correspondencia con el pago de otros beneficios laborales obligatorios según la LOT, tales como: Seguro Social Obligatorio (S.S.O.), la Ley de Política Habitacional (LPH) y el Paro Forzoso. Las Empresas No Familiares parecen incluir entre estos compromisos el pago de Prestaciones Sociales. No obstante, aquéllas (EF) no se ven claramente en correspondencia con el pago del resto de beneficios laborales de este tipo.

Gráfico N° 7.11.
Dimensión Socio-Ambiental de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida.
Otros beneficios laborales obligatorios (Hipótesis 3)



Fuente: elaboración propia

Gráfico N° 7.12.
Dimensión Socio-Ambiental de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida.
Otros beneficios laborales voluntarios (Hipótesis 3)

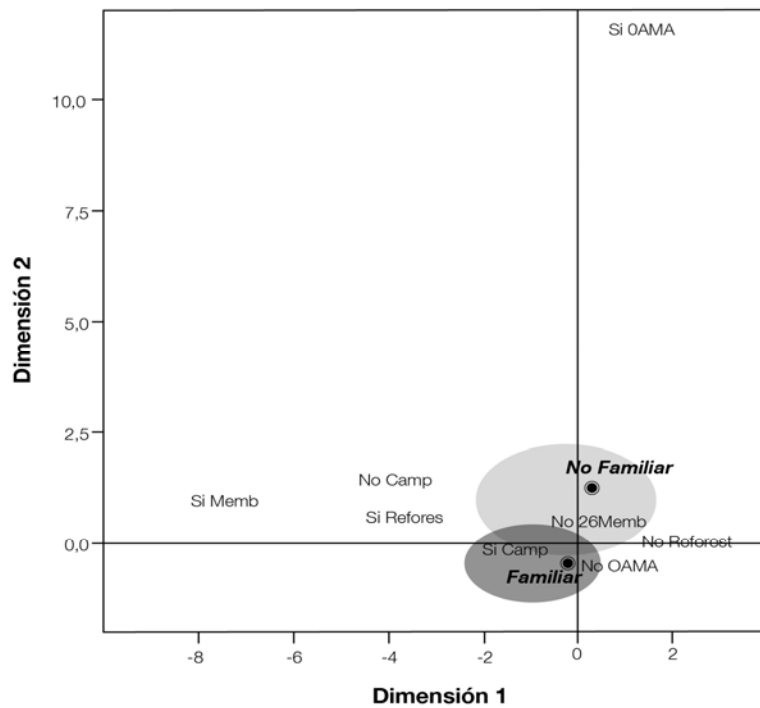


Fuente: elaboración propia

El compromiso contractual honrado por las empresas a través del pago de beneficios laborales muestra en el Gráfico N° 7.12 que las Empresas Familiares sólo otorgan beneficios voluntarios a sus trabajadores a través de Asistencia Médica. Por su parte, las Empresas No Familiares sólo otorgan este tipo de beneficio voluntario a sus trabajadores a través de Programas de adiestramiento y capacitación.

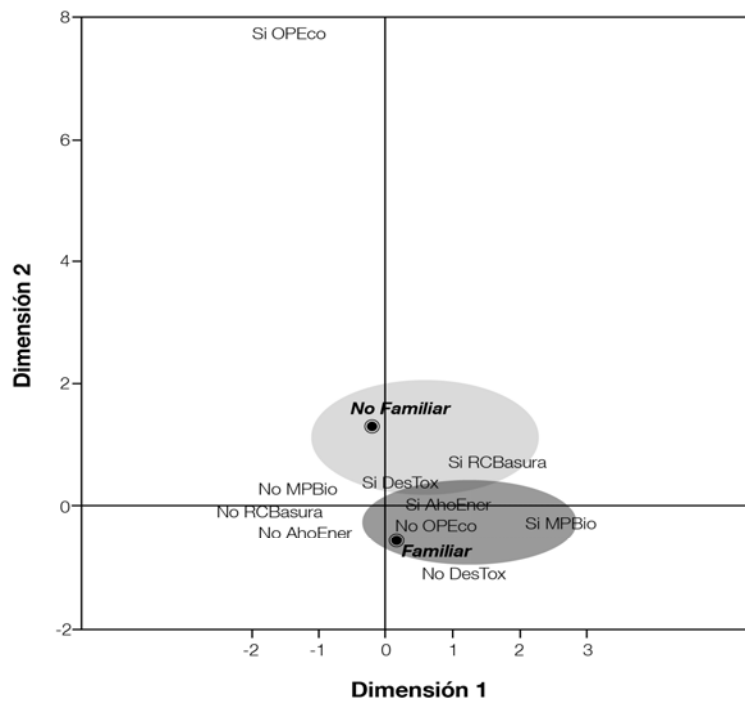
En cuanto a las prácticas ecológicas llevadas a cabo por las empresas para el cuidado medio ambiental, en el Gráfico N° 7.13 se aprecia que las Empresas Familiares llevan a cabo prácticas de este tipo tales como: Utilización de materia prima o productos biodegradables, Manejo y recolección de desechos tóxicos y Estrategias de ahorro energético. En relación con las Empresas No Familiares se observa que estas empresas practican el Manejo y recolección de desechos tóxicos y la Recolección y clasificación de basura como medidas para el cuidado del medio ambiente.

Gráfico N° 7.13.
Dimensión Socio-Ambiental de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida.
Prácticas ecológicas (Hipótesis 3)



Fuente: elaboración propia

Gráfico N° 7.14.
Dimensión Socio-Ambiental de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida.
Acciones para el cuidado del medio ambiente (Hipótesis 3)



Fuente: elaboración propia

El Gráfico N° 7.14 muestra que tanto las Empresas Familiares como las Empresas No Familiares realizan acciones para el cuidado del medio ambiente relacionadas con el Patrocinio de campañas informativas como modo de materializar su preocupación por cuestiones relacionadas con la preservación del entorno natural de estas empresas.

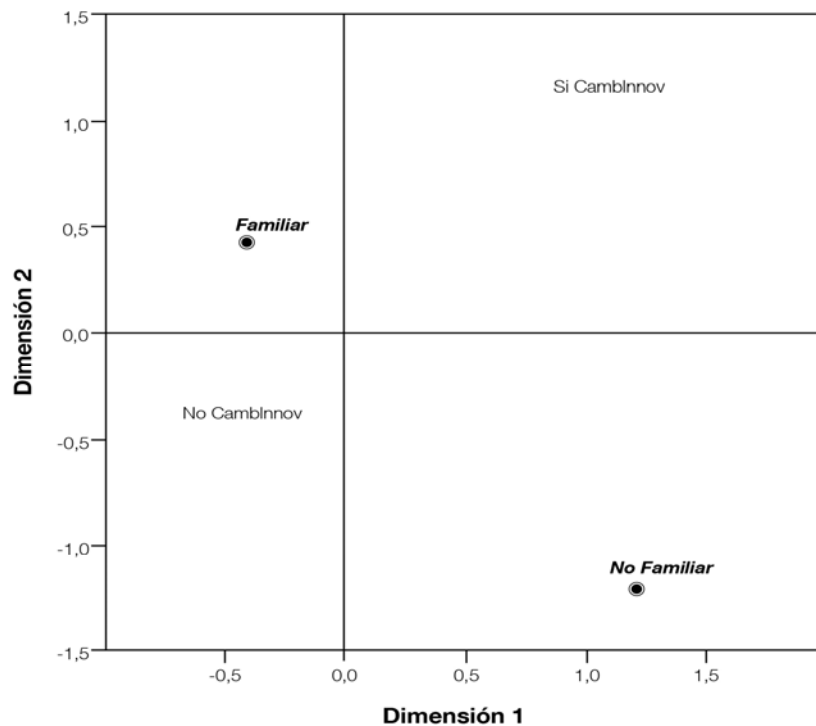
En general, se observa que en cuanto a aspectos relacionados con factores socioambientales, las Empresas Familiares no acostumbran otorgar la mayoría de beneficios laborales de ley a sus trabajadores (obligatorios y voluntarios); entre los pocos beneficios otorgados por estas empresas se encuentran: Sueldos y salarios, Bono de Transporte, Seguro Social Obligatorio (S.S.O.), Ley de Política Habitacional (LPH) y Paro Forzoso, Asistencia médica. En cuanto a las contribuciones comunitarias de carácter voluntario, como el apoyo a programas de la comunidad, sólo contribuyen con programas de tipo recreativo y entre las prácticas ecológicas y acciones de cuidado medio ambiental se encuentran la Recolección de desechos tóxicos y el Patrocinio a campañas informativas.

H₄: los aspectos favorables de las Empresas Familiares de Mérida medidos en términos de su buen desempeño en la Dimensión Tecnológica y de Innovación (introducción de cambios e innovaciones en sus procesos, productos, servicios o estructura organizativa, tipos de cambios o innovaciones, recursos tecnológicos disponibles, estrategias para competir en el mercado) hacen que contribuyan más con el desarrollo local del Estado: mientras mayor sea la contribución o buen desempeño en relación con estos aspectos, mayor será la contribución al desarrollo local en su Dimensión Tecnológica y de Innovación.

Para analizar la correspondencia entre el tipo de empresa, con especial atención a la Empresa Familiar, su desempeño en la Dimensión Socio-Ambiental y sus variables de estudio, se emplean cuatro gráficos (Gráficos N° 7.15, 7.16, 7.17 y 7.18), que se presentan a partir de la página siguiente.

El resultado mostrado en el Gráfico N° 7.15 tanto para el caso de las Empresas Familiares como de las Empresas No Familiares se puede explicar haciendo referencia a los resultados obtenidos en el Capítulo 6, apartado 6.2, donde se presenta la estadística descriptiva. Allí se indica que sólo el 30,1% de las Empresas Familiares (53 empresas) y apenas el 31,1% de las Empresas No Familiares (19 empresas) respondieron afirmativamente sobre la introducción de cambios o innovaciones recientes en sus procesos, productos, servicios o estructura organizativa. Este bajo porcentaje de respuestas en relación con este aspecto puede influir en la correspondencia entre el tipo de empresa estudiado y la variable cambio o innovación, por lo que el Gráfico no muestra una clara asociación.

Gráfico N° 7.15.
Dimensión Tecnológica y de innovación de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Cambios o innovaciones (Hipótesis 4)



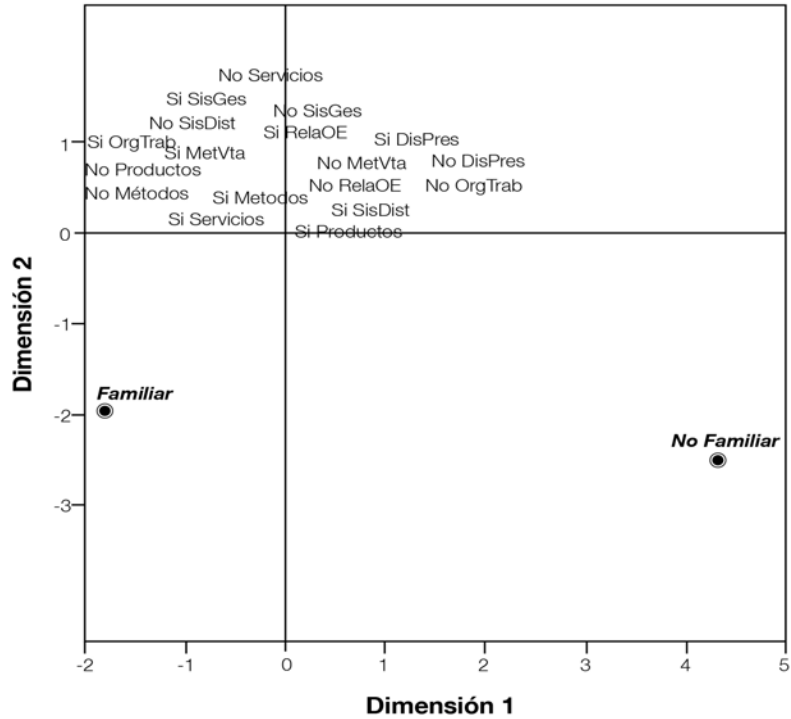
Fuente: elaboración propia

En cuanto a los tipos de cambios introducidos por las empresas, en el Gráfico N° 7.16 se observa que ni las Empresas Familiares ni las No Familiares muestran correspondencia con estos tipos de cambios. En este caso se repite el argumento anterior, formulado para el Gráfico N° 7.15, pues sólo 72 empresas de las 237 consultadas respondieron sobre la introducción de alguno de los tipos de cambios consultados. Tal circunstancia no permite observar una clara asociación entre el tipo de empresas y los cambios o innovaciones tipificados.

En relación con los recursos tecnológicos disponibles para las empresas a fin de apoyar sus actividades cotidianas, en el Gráfico N° 7.17 se observa que las Empresas Familiares no emplean ninguno de los recursos tecnológicos sugeridos en la Encuesta, tales como internet, correo electrónico, página web, intranet corporativa compras y ventas por internet, entre otros. Por su parte, las Empresas No Familiares sólo emplean la Internet y el correo electrónico como recursos tecnológicos de apoyo para sus actividades cotidianas.

Gráfico N° 7.16.

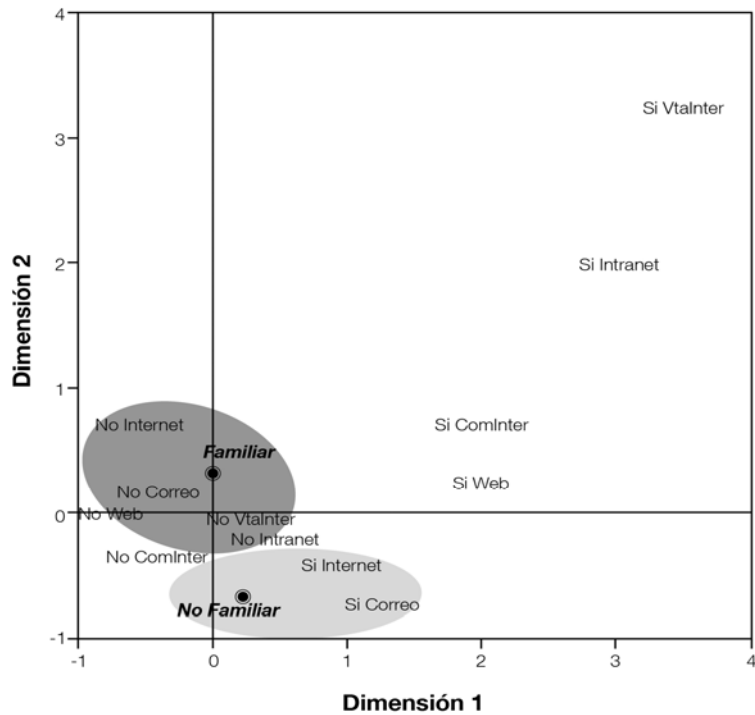
Dimensión Tecnológica y de innovación de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Tipos de cambios o innovaciones (Hipótesis 4)



Fuente: elaboración propia

Gráfico N° 7.17.

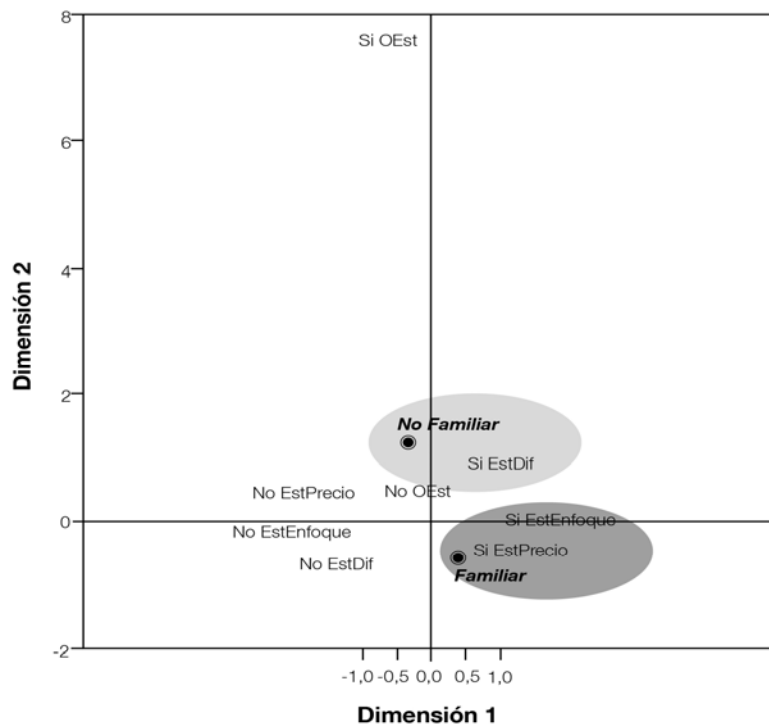
Dimensión Tecnológica y de innovación de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Recursos tecnológicos disponibles (Hipótesis 4)



Fuente: elaboración propia

Entre las estrategias para competir en el mercado se sugieren: Estrategia de precios inferiores a la competencia (Precio), Estrategia de productos distintos a los de la competencia (Diferenciación) y Estrategia de productos dirigidos a un determinado tipo de consumidor (Enfoque). Los resultados mostrados en el Gráfico N° 7.18 permiten apreciar que las Empresas Familiares utilizan más las estrategias de precio y de enfoque, mientras que las Empresas No Familiares emplean la estrategia de diferenciación como mecanismo para competir en el mercado.

Gráfico N° 7.18.
Dimensión Tecnológica y de innovación de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida. Estrategias para competir en el mercado (Hipótesis 4)



Fuente: elaboración propia

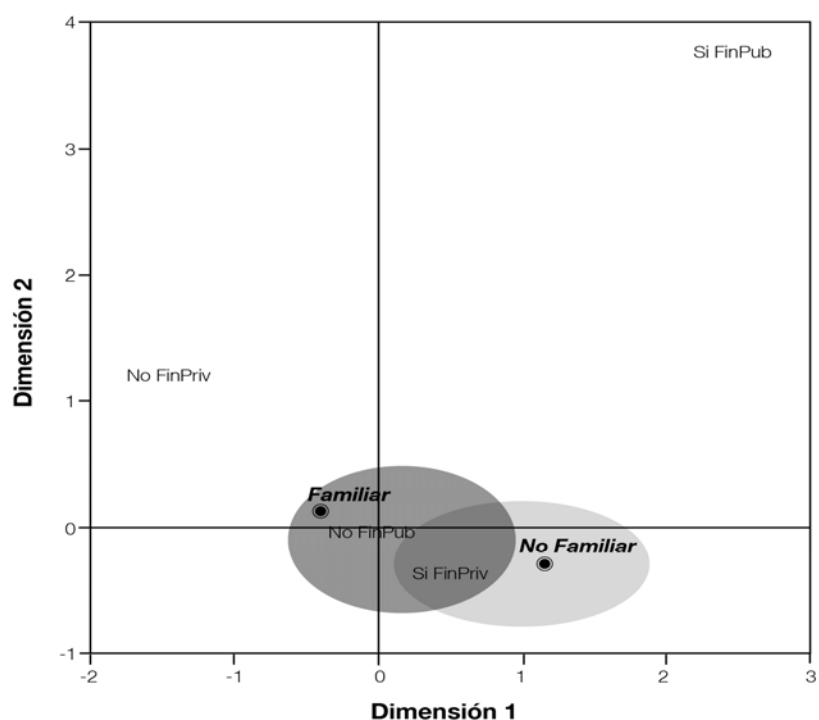
En general, se observa poca disposición de las Empresas Familiares a la introducción de cambios e innovaciones para apoyar sus operaciones cotidianas, escaso o inexistente uso de recursos tecnológicos y sólo emplean la estrategia de precios inferiores y de enfoque para competir en el mercado.

H₅: los aspectos favorables de las Empresas Familiares de Mérida medidos en términos de su buen desempeño en la Dimensión Institucional (financiamiento público o privado, convenios de cooperación con otras instituciones, servicios empresariales o educativos recibidos de otras instituciones, tipo de servicios empresariales o educativos recibidos) hacen que contribuyan

más con el desarrollo local del Estado: mientras mayor sea la contribución o buen desempeño en relación con estos aspectos, mayor será la contribución al desarrollo local en su Dimensión Institucional.

Para analizar la correspondencia entre el tipo de empresa, con especial atención a la Empresa Familiar, su desempeño en la Dimensión Socio-Ambiental y sus variables de estudio, se emplean cuatro gráficos (Gráficos N° 7.19, 7.20, 7.21 y 7.22) que se presentan seguidamente.

Gráfico N° 7.19.
Dimensión Institucional de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida.
Financiamiento público y privado recibido (Hipótesis 5)

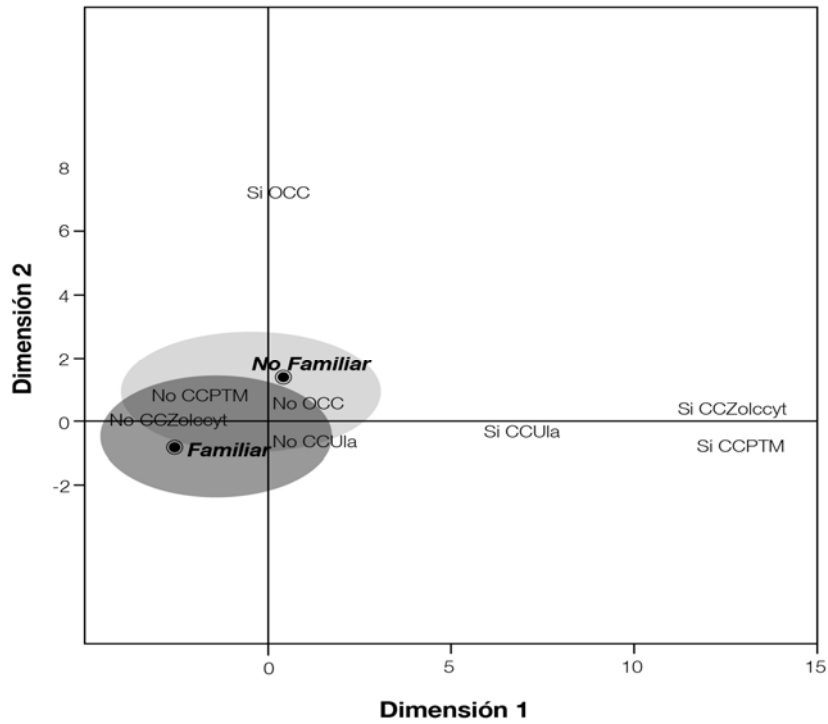


Fuente: elaboración propia

En el Gráfico N° 7.19 puede verse que tanto las Empresas Familiares como las Empresas No Familiares se apoyan en el financiamiento privado como expresión de su relación con agentes proveedores de recursos financieros y de inversión de la localidad.

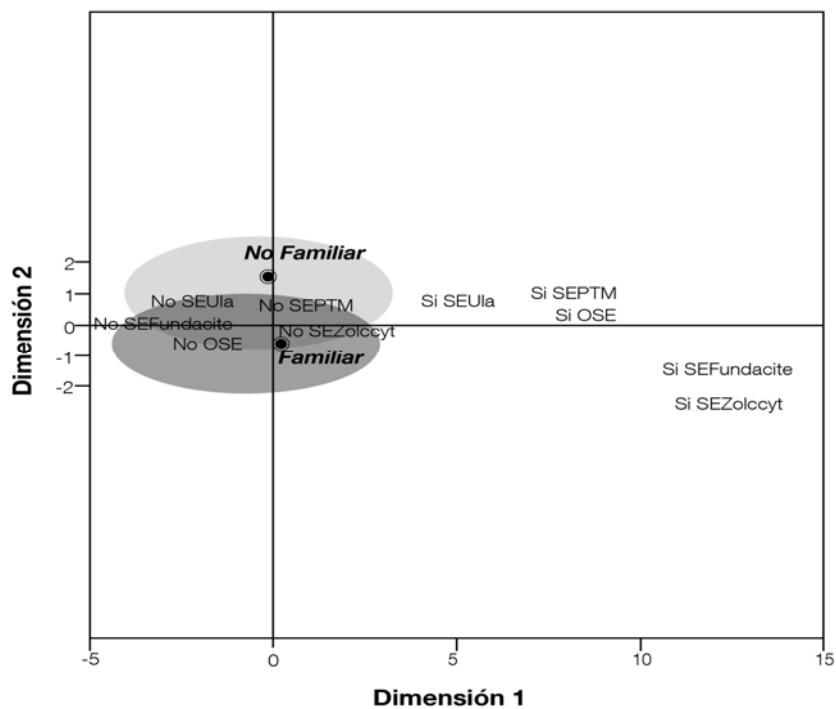
En cuanto a los Convenios de cooperación llevados a cabo por las empresas para materializar las relaciones con sus interlocutores (Gobierno, Universidad y otras Empresas), en el Gráfico N° 7.20 se observa que tanto las Empresas Familiares como las No Familiares no acostumbran a establecer este tipo de alianzas con instituciones de la localidad, como la Universidad de Los Andes, FUNDACITE-Mérida, la Corporación Parque Tecnológico de Mérida y la ZOLCCYT de Mérida.

Gráfico N° 7.20.
Dimensión Institucional de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida.
Convenios de cooperación (Hipótesis 5)



Fuente: elaboración propia

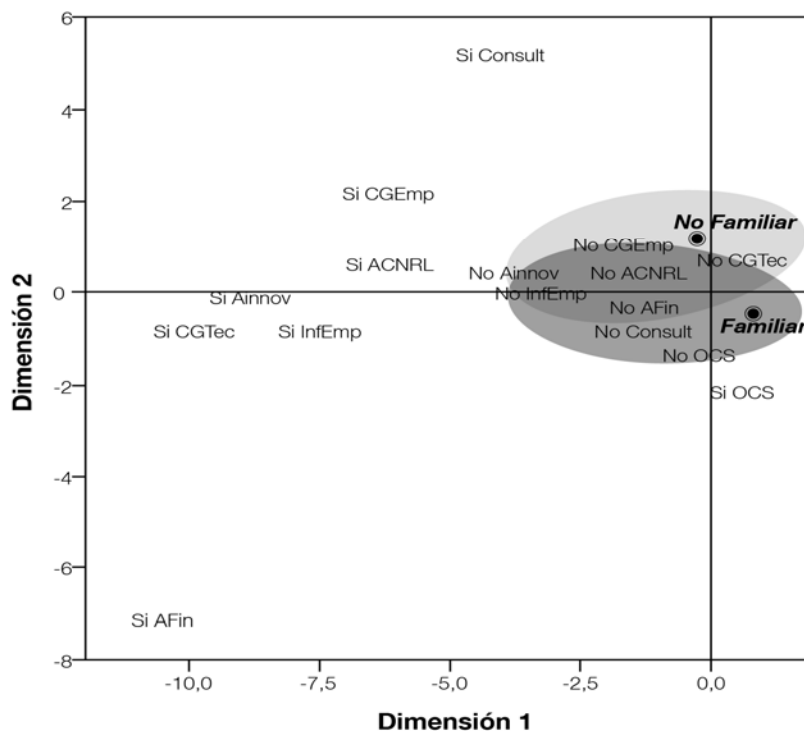
Gráfico N° 7.21.
Dimensión Institucional de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida.
Servicios empresariales o educativos (Hipótesis 5)



Fuente: elaboración propia

En relación con los servicios empresariales o educativos recibidos de instituciones de la localidad como la Universidad de Los Andes, FUNDACITE-Mérida, la Corporación Parque Tecnológico de Mérida y la ZOLCCYT de Mérida, en el Gráfico N° 7.21 se observa que ni las Empresas Familiares ni las Empresas No Familiares de Mérida reciben servicios empresariales o educativos de las instituciones mencionadas.

Gráfico N° 7.22.
Dimensión Institucional de las Empresas Familiares y Empresas No Familiares de Mérida.
Asociación con Convenio o servicio empresarial o educativo (Hipótesis 5)



Fuente: elaboración propia

De acuerdo con los resultados obtenidos en los dos Gráficos precedentes (N° 7.20 y 7.21), es de esperar que para el tipo de Convenio o Servicio empresarial o educativo recibido por las empresas y suministrado por parte de las instituciones ya mencionadas, tales como: Información empresarial, Capacitación en gestión empresarial y tecnológica, Consultoría, Apoyo a la Innovación, entre otros, no se muestra en correspondencia con el tipo de Empresa Familiar o No Familiar. De allí que en el Gráfico N° 7.22 se aprecie que tanto las Empresas Familiares como las No Familiares no muestran asociación con algún tipo de Convenio o Servicio empresarial o educativo recibido desde instituciones de la localidad.

En general, se aprecia que las Empresas Familiares estudiadas no acostumbran utilizar el financiamiento público para apalancar sus operaciones cotidianas y se apoyan sólo en el

financiamiento privado, lo cual limita su expansión y crecimiento al tiempo que incrementa su estructura de costes; ello debido a que el financiamiento privado suele ser más costoso que el público (este último suele otorgarse, dependiendo de la actividad, casi siempre con algún subsidio en la tasa activa; mientras que el primero, salvo las excepciones previstas por Ley para gavetas como las de vivienda, turismo y agricultura, suele otorgarse a tasa de mercado). Asimismo, su vinculación con sus interlocutores naturales (gobierno local, Universidad y otras empresas) exhibe un desempeño poco favorable como expresión de sus relaciones con otros agentes de la localidad, pues no se observa la presencia de convenios de cooperación ni servicios empresariales o educativos recibidos desde otras instituciones.

7.4. Análisis cualitativo complementario de los resultados

En este apartado se muestra la interpretación cualitativa de los resultados obtenidos a lo largo del estudio, empleando la Matriz FODA⁵⁷ para combinar factores favorables y desfavorables para las Empresas Familiares estudiadas, con factores a favor y en contra del Estado Mérida como escenario local. Una vez obtenidos los resultados empíricos y analizados mediante el precedente tratamiento estadístico, lo siguiente es contrastar estos resultados con factores a favor y en contra referidos al territorio, según el planteamiento de esta investigación. Todo ello permite obtener un perfil más preciso de las Empresas Familiares objeto de estudio, las cuales mostraron –a través del análisis estadístico– factores favorables o FORTALEZAS y factores desfavorables o DEBILIDADES.

De igual modo, se muestran factores a favor u OPORTUNIDADES del entorno de estas empresas, es decir, de Mérida como escenario local, así como factores en contra o AMENAZAS de este entorno. La combinación de estos elementos permite generar una matriz de factores de la que pueden extraerse estrategias o recomendaciones.

Para el análisis del territorio se tiene en cuenta todo el planteamiento teórico sobre desarrollo local tratado en el Capítulo 3 y, adicionalmente, otras consideraciones teóricas (Albuquerque, 2003; Sanchís, 2010) que se resumen a continuación. Todas ellas han sido empleadas con fines estrictamente metodológicos, como criterio para ordenar la información, que en este apartado es fundamentalmente cualitativa.

⁵⁷ La Matriz FODA es un instrumento de ajuste importante que ayuda a los gerentes, tomadores de decisiones o consultores empresariales en general, a desarrollar cuatro tipos de estrategias combinadas de factores internos y externos clave para una empresa o sector. Las estrategias son: fuerzas/oportunidades o estrategia FO, debilidades/oportunidades o estrategia DO, fuerzas/amenazas o estrategia FA y debilidades/amenazas o estrategia DA (Humphrey, 2005; Wehrich, 1982).

Para ello, este apartado se estructura en cinco epígrafes: en el epígrafe 7.4.1 se identifican y listan las fortalezas y debilidades de las Empresas Familiares de Mérida. En el epígrafe 7.4.2 se describe la teoría sobre el concepto de *Oferta Territorial* (Albuquerque, 2003), usado como guía para identificar condiciones con que debe contar (ventajas comparativas) o que se deben crear (ventajas competitivas) en un territorio para potenciar o contribuir con el desarrollo local. En el epígrafe 7.4.3 se prepara, sobre la base del contenido anterior, una especie de *Inventario de recursos* disponibles en el Estado Mérida como apoyo a las actividades económicas y como oportunidades para que sus Empresas Familiares puedan contribuir de mejor manera con el desarrollo del territorio. En el epígrafe 7.4.4 y según lo anterior, se identifican y listan las oportunidades y amenazas del entorno empresarial en estudio. Finalmente, en el epígrafe 7.4.5 se muestra –a través de la Matriz FODA– la combinación de factores favorables y desfavorables de las Empresas Familiares de Mérida, vistos como FORTALEZAS y DEBILIDADES (en contraste con las OPORTUNIDADES Y AMENAZAS) del territorio y se formulan estrategias que permiten la identificación de un perfil de Empresa Familiar que contribuye con el desarrollo local del Estado, como propósito principal del presente trabajo.

7.4.1. Fortalezas y Debilidades de las Empresas Familiares del Estado Mérida para contribuir con el desarrollo local

A continuación se presenta una lista de los factores favorables denominados FORTALEZAS y de los factores desfavorables denominados DEBILIDADES, encontrados en las Empresas Familiares, según los resultados del estudio empírico presentados en el Capítulo 6, apartado 6.2.

FORTALEZAS de las Empresas Familiares de Mérida:

Características de las empresas

- Las Empresas Familiares de Mérida son más numerosas que el resto de empresas del Estado, representando el 74,3% del total de empresas de la muestra, en los cinco municipios (Libertador, Alberto Adriani, Campo Elías, Tovar y Sucre) de mayor concentración de unidades empresariales en esta entidad federal.
- La mayoría de las Empresas Familiares del Estado funcionan bajo la figura de Empresas Unipersonales, registradas a nombre del dueño o propietario en representación del grupo familiar.

- Siendo las Empresas Familiares las más numerosas, en Mérida prevalece la actividad comercial sobre el resto de actividades económicas. Esta actividad es llevada a cabo por el 60,8% de las empresas de familia.
- Aproximadamente el 70% de las Empresas Familiares de Mérida son empresas jóvenes, con una edad de 10 años o menos. En contraste, aproximadamente el 30% restante corresponde a empresas de trayectoria y antigüedad, con una edad de más de 10 años, que en este último caso refuerza el rasgo de continuidad característico de este tipo de empresas y explica su destacada presencia en la localidad.
- Excluyendo socios y propietarios, el 82,4% de las Empresas Familiares son microempresas con cinco trabajadores o menos, en tanto que el 14,2% son pequeñas y el 3,4% restante son medianas y grandes. Así, aunque predominan las microempresas, las EF también están presentes a lo largo del Estado en las restantes dimensiones.
- Respecto a la contribución al empleo puede decirse que las Empresas Familiares de Mérida son conservadoras en relación con el uso de estrategias gerenciales de despidos para el manejo de su personal. Siendo este grupo de empresas más numeroso que el resto, el 55,1% de éstas mantuvo igual el número de trabajadores durante el período de la consulta.
- El 40,3% de los propietarios y/o gerentes de las Empresas Familiares de Mérida tienen estudios universitarios.
- En las empresas estudiadas puede observarse la presencia de los elementos denominados PROPIEDAD y DIRECCIÓN característicos de las Empresas Familiares. Todas las Empresas Familiares de Mérida tienen cinco propietarios o menos, incluyendo los casos de empresas unipersonales registradas a nombre del dueño o propietario en representación del grupo familiar.
- En la contratación de la categoría de personal *empleados permanentes*, las Empresas Familiares de Mérida parecen tener mejor desempeño que el resto de las empresas, aún cuando el número de contrataciones es bajo.
- Incluyendo socios y propietarios y todas las categorías de personal empleado en las empresas, el 73,9% de las Empresas Familiares tiene cinco trabajadores o menos y el 22,2% tiene entre seis y veinte trabajadores; por tanto, en su mayoría las Empresas Familiares de Mérida son microempresas y empresas pequeñas.

Dimensión Económica

- En su contribución al pago de impuestos municipales el 79,5% de las Empresas Familiares de Mérida paga Impuesto a la actividad económica, mientras que el 82,4% paga la Patente de industria y comercio.
- En su contribución al pago de impuestos nacionales el 72,2% de las Empresas Familiares de Mérida paga ISLR y el 80,1% de las Empresas Familiares paga IVA.
- Los mayores esfuerzos de comercialización de las Empresas Familiares de Mérida están destinados al mercado local, es decir estas empresas son locales en sus ventas.
- El 25% o menos de las compras necesarias para el funcionamiento de las Empresas Familiares de Mérida son realizadas en los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales, sin distinción o preferencia de algunos de estos mercados, lo cual flexibiliza el proceso de abastecimiento.

Dimensión Socio-Ambiental

- Las Empresas Familiares de Mérida exhiben mayor interés en el apoyo a programas recreativos de la comunidad donde operan.
- Las Empresas Familiares de Mérida muestran mayor propensión al pago de *beneficios laborales obligatorios en dinero* para sus trabajadores tales como: sueldos y salarios básicos, bono de transporte, utilidades, aguinaldos y bono vacacional.
- Las Empresas Familiares de Mérida llevan a cabo prácticas ecológicas como la recolección de desechos tóxicos.
- Entre las acciones para el cuidado del medio ambiente llevadas a cabo por las Empresas Familiares de Mérida se encuentra el patrocinio a campañas informativas.

Dimensión Tecnología e Innovación

- El 51,7% de las Empresas Familiares de Mérida utiliza la estrategia de precios inferiores a los de la competencia (estrategia de liderazgo en costes) para competir en el mercado.

Dimensión Institucional

- El 82,4% de las Empresas Familiares de Mérida acostumbran acudir al financiamiento privado como fuente de recursos para financiar sus operaciones.

DEBILIDADES de las Empresas Familiares de Mérida:

Características de las empresas

- En cuanto a la práctica de contratar personal en condiciones especiales: adolescentes, discapacitados, desfavorecidos (personas con antecedentes penales, mujeres embarazadas o adultos mayores) y extranjeros, las Empresas Familiares merideñas muestran muy poca inclinación por este tipo de contribución social, a pesar que en Venezuela algunas de estas prácticas están normadas por ley.

Dimensión Económica

- En su contribución al resto de impuestos municipales las Empresas Familiares de Mérida no muestran buen desempeño en el pago de tributos municipales tales como: Impuestos a inmuebles urbanos, Impuestos a inmuebles rurales, Patente vehicular, Propaganda comercial e industrial u otros impuestos.
- En su contribución al pago de impuestos nacionales las Empresas Familiares de Mérida no muestran buen desempeño en el pago de tributos nacionales tales como: Impuestos a los activos empresariales, Impuesto sobre las sucesiones y donaciones, Impuesto sobre actividades de juego envite y azar, Impuesto sobre cigarrillo y manufactura de tabaco, Impuesto a servicio de telecomunicaciones, Impuestos aduaneros u otros impuestos.
- Las Empresas Familiares de Mérida muestran una baja contribución en el monto en bolívares pagado por concepto de ISLR como una proporción de enriquecimientos anuales netos y disponibles, obtenidos en dinero o en especie, lo cual puede asociarse con su bajo nivel de actividad económica.

Dimensión Socio-Ambiental

- Las Empresas Familiares de Mérida muestran altos porcentajes de no contribución a los programas de la comunidad (deportivos, educativos, culturales, otros programas), por tanto, no puede decirse que estas empresas tengan un gran interés o preocupación por su participación en estas actividades comunitarias.
- Las Empresas Familiares de Mérida muestran altos porcentajes de no contribución u otorgamiento de *beneficios laborales obligatorios en especie* a los trabajadores.
- Las Empresas Familiares de Mérida muestran altos porcentajes de no contribución u otorgamiento de *otros beneficios laborales obligatorios* a los trabajadores.

- Las Empresas Familiares de Mérida altos porcentajes de no contribución u otorgamiento de *otros beneficios laborales voluntarios* a los trabajadores.
- Las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran llevar a cabo prácticas ecológicas (uso de materias primas o productos biodegradables, recolección y clasificación de basura, estrategias de ahorro energético, otras prácticas ecológicas) en sus operaciones cotidianas.
- Las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran llevar a cabo acciones para el cuidado del medio ambiente (cuidado y/o reforestación de parques y/o espacios naturales, participación en organizaciones dedicadas al cuidado medio-ambiental u otras acciones para el cuidado del medio ambiente).

Dimensión Tecnología e Innovación

- Sólo el 30,1% de las Empresas Familiares de Mérida (53 de 176) ha introducido cambios e innovaciones (recientes en sus procesos, productos, servicios o estructura organizativa).
- De esas 53 empresas que han introducido cambios e innovaciones recientes, el 43,4% ha introducido productos nuevos o mejorados, el 71,7% ha introducido servicios nuevos o mejorados, el 15,1% ha incorporado métodos de fabricación nuevos o mejorados, el 18,9% ha incorporado sistemas de distribución nuevos o mejorados, el 47,2% ha introducido sistemas de gestión nuevos o mejorados, el 62,3% de las Empresas Familiares ha introducido cambios en la organización del trabajo, el 30,2% de estas empresas ha realizado cambios en las relaciones con otras empresas, el 50,9% ha hecho modificaciones en el diseño o presentación de productos o servicios y el 54,7% ha introducido métodos de venta nuevos o mejorados.
- Las Empresas Familiares de Mérida escasamente disponen o no disponen ni utilizan recursos tecnológicos (conexión a internet, correos electrónicos, página web, intranet corporativa, compras por internet, ventas a través de internet) para apoyar sus operaciones cotidianas.
- Las Empresas Familiares de Mérida utilizan muy pocas estrategias para competir en el mercado tales como: productos distintos a los de la competencia (estrategia de diferenciación), productos dirigidos a un determinado tipo de consumidores (estrategia de enfoque) u otro tipo de estrategia para competir en el mercado.

Dimensión Institucional

- Las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran acudir a las fuentes públicas como origen de los recursos para financiar sus operaciones.
- Las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran mantener convenios de cooperación ni recibir servicios empresariales o educativos de instituciones como la Universidad de Los Andes, FUNDACITE-Mérida, la CPTM, la ZOLCCYT u otras instituciones que brindan apoyo, asesoría u otros servicios a las empresas en el Estado.
- Las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran recibir información empresarial, capacitación en gestión empresarial, capacitación en gestión tecnológica, consultoría de empresas, apoyo a la innovación, apoyo a la comercialización, local, regional o nacional, apoyo a la comercialización internacional, asesoramiento financiero u otro tipo de servicio ni mantienen otro tipo de convenio con instituciones como la Universidad de Los Andes, FUNDACITE-Mérida, la CPTM y la ZOLCCYT.

7.4.2. Oferta Territorial

Señala Sanchís (2010) que el conocimiento de la situación actual en la cual se encuentra la zona geográfica donde se pretende implementar es fundamental dentro del proceso de desarrollo local. Para ello conviene tener en cuenta aspectos como: el entorno y la cultura local, la economía local, el mercado de trabajo local, el medio ambiente y las infraestructuras, los recursos disponibles en la zona y las actividades de desarrollo en curso. Para cada uno de estos aspectos se entiende lo siguiente (Sanchís, 2010, pp. 154-156):

- Entorno y cultura local: características peculiares de la zona, importancia dentro de la región y del país, peculiaridades culturales, tradiciones, costumbres que puedan ofrecer oportunidades de desarrollo o incrementar las ya existentes.
- Economía local: estudio de la situación del empleo de la zona, mayor o menor capacidad de conservación de los puestos de trabajo ya existentes y de la creación de otros nuevos, peculiaridades de los agentes empresariales que actúan en la zona, sectores económicos identificados y fase del ciclo de vida en que se encuentran, volumen de inversiones, remuneración y condiciones de trabajo, impacto de su actividad sobre el medio ambiente, creación de nuevas empresas o mortalidad empresarial, que indica la capacidad de crecimiento de la zona si la creación de empresas es mayor al cierre.

- Mercado de trabajo local: tendencias demográficas y capacidad de empleo de la población, grado de cualificación de dicha población, sincronía entre la cualificación que necesitan las empresas y las que posee la población, actitud de la población hacia la formación, si la tendencia es a la creación de empresas propias o su conversión en trabajadores autónomos.
- Medio ambiente e infraestructuras: influencia que el crecimiento económico ejerce sobre el medio ambiente, protegiéndolo, mejorándolo o contaminándolo, estado de las carreteras, ferrocarril y vías aéreas, nivel de telecomunicaciones, redes de suministros, alcantarillado y acceso a servicios.
- Recursos disponibles en la zona: recursos financieros, humanos y materiales utilizables, fuentes de origen, costes financieros derivados de la utilización de los mismos.
- Actividades de desarrollo en curso: personas implicadas, entidades y organismos colaboradores públicos y privados, sus interrelaciones, conducta estratégica y necesidad de buscar aliados o cooperantes.

En consecuencia, para identificar condiciones con que debe contar (ventajas comparativas) o que se deben crear (ventajas competitivas) en un territorio para potenciar o contribuir con el desarrollo local, el estilo empleado generalmente ha sido el de elaboración de diagnósticos sobre la base de recolección de información en fuentes primarias y secundarias, la construcción de indicadores y la posterior formulación de políticas o ejecución de acciones concretas que permitan materializar mejoras.

El diagnóstico generalmente incluye un análisis prospectivo de las características del sistema productivo y el mercado de trabajo local, los rasgos históricos, sociales, culturales y ambientales específicos, las oportunidades de inserción de la localidad en el contexto externo, las posibles amenazas derivadas de ello y el análisis de las diferentes posiciones de los actores locales ante la estrategia de desarrollo.

La primera referencia, tomada como guía metodológica, es un modelo que sirve de guía general a considerar en el análisis de los modelos de desarrollo local. Éste es una adaptación de la propuesta de Boyer⁵⁸ (1988, 1992), con algunos elementos complementarios, que

⁵⁸ Boyer es representante de la denominada Escuela de la Regulación Francesa. Los regulacionistas parten de la hipótesis del papel central desarrollado por la acumulación de capital y se preocupan por analizar los factores que debilitan o retrasan los conflictos y los desequilibrios inherentes a la formación de capital, factores que están asociados a regímenes de acumulación particulares. Para ello, se plantean tres interrogantes: ¿Cómo explicar la transición de períodos de crecimiento alto y relativamente regular a períodos de relativo estancamiento e inestabilidad?; ¿Por qué las crisis, con el transcurso del tiempo, toman direcciones diferentes?; y ¿Puede suponerse que el crecimiento y las crisis adoptan formas nacionales significativamente diferentes? Para estos autores las cinco principales “formas institucionales” sobre las que se basa el comportamiento de los grupos sociales son: las formas de competencia, el tipo de restricción monetaria, la naturaleza de los compromisos institucionalizados, los modos de

permite identificar los indicadores a tener en cuenta para visualizar el Estado en que se encuentra cada uno de los niveles: microeconómico, mesoeconómico y macroeconómico que componen el modelo de desarrollo. Esto se muestra en el Cuadro N° 7.2.

Cuadro N° 7.2.
Nivel de análisis de los modelos de desarrollo local

Nivel microeconómico	Nivel mesoeconómico	Nivel macroeconómico
Paradigma tecnoeconómico y Estructura Productiva: -Base tecnológica y energética -Estructura productiva sectorial y territorial (articulación productiva, ramas y sectores motrices, tejido empresarial) -Organización del trabajo -Gestión empresarial -Gestión ambiental -Infraestructuras básicas	Modo de regulación: -Marco social e institucional regulatorio (tipo de intervención del Estado, descentralización regional y local, políticas sectoriales, participación ciudadana, concertación estratégica de actores)	Régimen de acumulación: -Equilibrios macroeconómicos básicos (política monetaria, fiscal y cambiaria) -Distribución del ingreso y modo de consumo

Fuente: elaboración propia, con base en Boyer (1988, 1992) y Alburquerque (2003)

Tal como sugiere el Cuadro N° 7.2, las iniciativas de desarrollo local ya no dependen sólo de las actuaciones en el nivel macroeconómico, sino que requieren mejoras sustanciales y cambios en la actividad productiva, laboral y de gestión empresarial, así como también reconsideración de los roles a desempeñar por el nivel mesoeconómico, representado por los agentes gubernamentales regionales y locales.

Otra referencia importante, empleada con fines metodológicos para la comparación y el análisis, es la propuesta por Alburquerque (2003), donde señala un conjunto de componentes y requerimientos necesarios para la construcción y coordinación de una *Oferta Territorial* apropiada para la modernización de la base económica local, o dicho de otro modo, lo que debe proveer un territorio o con lo que debe contar para facilitar la implementación de un modelo de desarrollo local.

Constituye un listado con el que se pueden efectuar contrastes o realizar diagnósticos o estudios comparativos que luego permitan generar propuestas, teniendo presente que este listado no representa una estructura rígida e inflexible a modo de receta, sino que constituye una especie de guía que puede ser ajustada y adaptada según la necesidad y particularidad del territorio.

adhesión al régimen internacional y las formas de relaciones salariales. Para entender las crisis estos autores tratan de elaborar una "teoría de la regulación salarial por los monopolios del vínculo que existe entre producción y consumo en la sociedad capitalista actual", o bien tratan de hacer una reflexión fundamental, de inspiración marxista, sobre la regulación de los sistemas económicos en general" (Delaunay, 1986).

Según Alburquerque (2003), este conjunto de factores convergentes en esta *Oferta Territorial*, la calidad de los mismos y el acceso a ellos por parte de las empresas, especialmente las PYME y microempresas locales, resulta decisivo para garantizar la modernización del tejido productivo y empresarial de un determinado país. La ausencia de ellos limitaría la difusión del crecimiento económico, el empleo, el ingreso y las mejoras en la calidad de vida de la población, en consecuencia, del desarrollo local. En el Cuadro N° 7.3, se puede apreciar este planteamiento.

Según este planteamiento, la eficiencia productiva no sólo depende de lo que ocurre en el interior de las empresas. También es resultado de la dotación y calidad de las infraestructuras, de los servicios de desarrollo empresarial existentes y de la eficiencia alcanzada en el conjunto de relaciones y redes a las que está conectada una determinada empresa (Aydalot, 1986; Messner, 1996; Porter, 1980, Rodríguez M., 2006; Vázquez Barquero, 2004).

Cuadro N° 7.3.
Componentes y requerimientos de la oferta territorial

<p align="center">1. Soporte físico</p> <ul style="list-style-type: none"> -Infraestructuras básicas (agua, energía, manejo de desechos) -Infraestructuras de transporte comunicaciones y logística -Suelo productivo industrial y comercial -Incubadoras de empresas y centros de innovación empresarial -Infraestructuras comerciales (Mercados, recintos feriales, centros de exposición) -Infraestructuras para la protección y recuperación ambiental -Regulación eficiente del tránsito urbano -Infraestructuras de vivienda y urbanismo -Equipamientos culturales y deportivos 	<p align="center">2. Promoción económica</p> <ul style="list-style-type: none"> -Elaboración de planes estratégicos municipales o regionales -Confección de estadísticas socioeconómicas locales -Estudios de diversificación de la base económica local -Prospección de oportunidades empresariales locales -Promoción y creación de asociatividad y cooperación empresarial local -Promoción económica del territorio -Promoción conjunta del territorio y sus productos locales 	<p align="center">3. Financiación y fiscalidad</p> <ul style="list-style-type: none"> -Incentivos específicos a la inversión y el empleo a nivel local -Adecuación de la fiscalidad municipal a la promoción del desarrollo local -Instrumentos financieros de apoyo a microempresas y PYME o productos innovadores -Participación, difusión y promoción de organismos públicos de apoyo financiero
<p align="center">4. Formación y asesoría</p> <ul style="list-style-type: none"> -Organismos especializados de apoyo a microempresas y PYME locales -Acceso a fuentes de innovación e I+D -Centros tecnológicos y de investigación -Organismos especializados en consultoría a empresas -Redes de organismos de información y asistencia técnica a empresas -Servicios municipales de información empresarial a microempresas y PYME 	<p align="center">5. Gestión municipal</p> <ul style="list-style-type: none"> -Existencia de liderazgo del proceso de desarrollo local -Generación de espacios de cooperación público-privada -Existencia de una agencia de desarrollo local -Eficiencia y simplificación administrativa en la gestión municipal -Experiencia municipal en la gestión de recursos -Eficiente prestación de servicios municipales con la colaboración del sector privado 	<p align="center">6. Recursos humanos</p> <ul style="list-style-type: none"> -Existencia y disponibilidad de RH cualificados según las necesidades del desarrollo local -Diagnóstico y prospección del mercado de trabajo local -Bolsas de trabajo y bases de datos sobre los RH locales -Bases de datos educativas y seguimiento de trayectorias de profesionales tras las actividades de capacitación -Servicios de orientación e inserción laboral -Fomento del autoempleo, empresariado y cooperativismo -Acercamientos entre microempresas, PYME y centros de capacitación (Universidades, institutos tecnológicos) -Creación de centros de formación en nuevas tecnologías

Fuente: Alburquerque (2003, p. 10)

Por ello, en todo este proceso se espera que los gobiernos nacionales lleven a cabo una gestión pública descentralizada que proporcione nuevos roles y mayores libertades a las administraciones locales en la gestión de sus recursos, a fin de facilitar las alianzas necesarias, el intercambio de información y la concertación de actores que estimulen el desarrollo local y la generación de empleo e ingresos.

En el ámbito mundial existen organismos internacionales cuya labor es ayudar a los gobiernos de los países a generar mecanismos de interacción y sistemas de información que propicien la comparabilidad de datos o de informes de desempeño en materia de desarrollo, en el ánimo de fomentar buenas prácticas y que estas puedan ser emuladas por aquellos países con mayor dificultad de inserción en los procesos de desarrollo. La comparabilidad de datos o de índices es importante pues propicia la sinergia y cohesión, al tiempo que estimula el uso de un lenguaje común.

7.4.3. Disponibilidad de recursos para el desarrollo local

A continuación se muestra la comparación entre la propuesta teórica de Albuquerque (2003) y los factores disponibles en Mérida, territorio en estudio. Haciendo una revisión de los factores disponibles en el territorio en estudio, se toma cada uno de los componentes y requerimientos propuestos por este autor (que aparecen en el Cuadro N° 7.3 de esta investigación) y se verifica si el territorio dispone de estos factores, seguido de un breve comentario; esto último con el propósito de identificar las oportunidades y amenazas que presenta la localidad, a favor o en contra de potenciales estrategias de desarrollo. Esta verificación puede apreciarse en el Cuadro N° 7.4.

Cuadro N° 7.4.
Componentes o requerimientos de la oferta territorial: soporte físico

Soporte físico	Componentes presentes en el Estado Mérida
-Infraestructuras básicas (Agua, energía, manejo de desechos)	
-Infraestructuras de transporte comunicaciones y logística	✓
-Suelo productivo industrial y comercial	
-Incubadoras de empresas y centros de innovación empresarial	✓
-Infraestructuras comerciales (Mercados, recintos feriales, centros de exposición)	✓
-Infraestructuras para la protección y recuperación ambiental	✓
-Regulación eficiente del tránsito urbano	
-Infraestructuras de vivienda, urbanismo y vialidad	
-Equipamientos culturales y deportivos.	✓

Fuente: elaboración propia con base en Albuquerque (2003, p. 10)

1. Soporte físico

Infraestructuras de transporte comunicaciones y logística

El Estado Mérida cuenta con dos aeropuertos nacionales: i) el Aeropuerto Alberto Carnevali en la ciudad de Mérida, reabierto a partir del 01 de agosto del 2013; y ii) el aeropuerto Juan Pablo Pérez Alfonso, localizado en la ciudad de El Vigía (a unos 100 km. al suroeste de la ciudad de Mérida).

El Sistema de Transporte Masivo de Mérida o TrolMérida es un sistema de transporte que consiste en dos líneas: el Trolebús y una línea de sistema teleférico o metrocable llamado Trolcable. Este medio de transporte tiene influencia de proyectos similares en otras ciudades de Latinoamérica pero adaptado a una ciudad como Mérida de relativa baja densidad demográfica, siendo el primer sistema de transporte masivo construido para una ciudad con menos de 500.000 habitantes. Cuenta con 21 estaciones operativas en el área metropolitana de la ciudad y atiende a aproximadamente 40.000 usuarios por día; cuenta con 45 autobuses articulados, 20 cabinas de teleférico y 20 autobuses para 21 estaciones operativas de trolebús y 2 estaciones operativas de Trolcable. Este sistema de transporte supone la contribución a la mejora del tránsito automotor de la ciudad, sin contaminación acústica ni ambiental, con tratamiento urbanístico de bajo impacto (Tromerca, 2013).

La Aduana Principal de Mérida, con sede en la ciudad de Lagunillas (municipio Sucre) está habilitada para las operaciones de importación, exportación y tránsito de mercancías y servicios de trasbordo, cabotaje y bultos postales. A esta están adscritas: la Aduana Subalterna del Aeropuerto Alberto Carnevali, en la ciudad de Mérida; la Aduana Subalterna, del aeropuerto Juan Pablo Pérez Alfonso en la ciudad de El Vigía; y la Aduana Subalterna, del Puerto de Palmarito.

Incubadoras de Empresas y Centros de Innovación Empresarial

La localidad en estudio cuenta con la Corporación Parque Tecnológico de Mérida (CPTM, 2006) que tiene en su estructura al Centro de Innovación y Modernización Empresarial (CIME) y al Proyecto Incubadora de Empresas. El CIME es un centro que impulsa la innovación empresarial y dinamiza el entorno tecnológico de las empresas regionales, ofreciéndoles asesoría, servicio y gestión, tanto en el área tecnológica como empresarial. Por su parte, el Proyecto Incubadora de Empresas es una estructura de albergue y prestación de servicios compartidos que constituye un mecanismo idóneo de estímulo y conformación de PYME, que una vez consolidadas, formarán un sector competitivo. Este proyecto tiene una gran experiencia en

incubación de PYME de base tecnológica y formación de emprendedores en campos de tecnología avanzada o emergente, que han encontrado allí un ambiente propicio para el desarrollo y el conocimiento (CPTM, 2006).

Infraestructuras comerciales (mercados, recintos feriales, centros de exposición)

La Feria Internacional del Sol de Mérida es una festividad cultural, deportiva, recreativa, religiosa, folclórica, musical, artística, taurina de carácter internacional que se celebra una vez al año, generalmente en el mes de febrero o fechas que coinciden con la época de carnaval. Las festividades abarcan corridas de toros, exposiciones culturales, comerciales y ganaderas, conciertos, desfiles, actividades deportivas y la elección de la reina de la feria. Es un espacio de encuentro para la promoción de imagen, productos y servicios, tanto autóctonos como de otros lugares de Venezuela y del mundo (Ferisol, 2007).

El Mercado Principal de Mérida es un centro importante de la actividad económica del Estado. Es el único mercado privado del país. En sus espacios se refleja la expresión cultural y artística del merideño a través de la venta de artesanías, así como la venta todo tipo de productos agrícolas. Es también el espacio donde se concentra el mercado de mayoristas de Mérida, permitiendo semanalmente la llegada de productores agrícolas de los municipios con agricultura de piso alto y de otras regiones del país. El mercado principal también se ha convertido en un importante atractivo turístico por sus modernas instalaciones, agradables espacios y oferta gastronómica típica de la región (MPM, 2011).

Infraestructuras para la protección y recuperación ambiental

A través de INPARQUES-Mérida, institución nacional rectora de políticas públicas de mantenimiento y manejo del Sistema de Parques Nacionales, Monumentos Naturales y Parques de Recreación, se procura la conservación del ambiente y de las reservas naturales. En el Estado Mérida están representadas por el Parque Nacional Sierra Nevada, el Parque Nacional Sierra de la Culata, Monumento Natural Laguna de Urao, Monumento Natural Chorrera de Las González y el Parque de Recreación Los Chorros de Milla.

El Estado Venezolano, mediante la Ley Orgánica para la Planificación y Gestión de la Ordenación del Territorio, ha establecido que las extensiones que ocupan los parques arriba mencionados sean consideradas *Áreas Bajo Régimen de Administración Especial (ABRAE)*, tuteladas por el Estado. Esto se debe a que poseen una serie de características y

potencialidades ecológicas importantes y han sido decretadas por el Ejecutivo Nacional para llevar a cabo funciones productoras, protectoras y recreativas. Este régimen de protección ambiental ha permitido preservar extensas áreas bajo bosques y ha prohibido la construcción de urbanismos en las propias áreas y sectores circundantes en el Estado Mérida.

Equipamientos culturales y deportivos

Entre los centros culturales más importantes de Mérida se encuentran: Museo Arqueológico de Mérida, Museo Arquidiocesano, Museo de Arte Moderno, Museo de Arte Colonial, Museo de Ciencia y Tecnología, Casa de la Cultura Juan Félix Sánchez, Catedral de Mérida, Centro Cultural Tulio Febres Cordero, Teatro César Rengifo, Casa de la Diversidad Cultural, Galería (de arte) La Otra Banda, Casa Bossett, Biblioteca Pública Bolivariana, Centro de Investigaciones de Astronomía (Observatorio o "Astrofísico), localizado en Llano del Hato, municipio Rangel), Hacienda La Victoria, entre otros centros culturales (<http://www.samat-merida.com/samat/>).

Entre los centros deportivos más importantes de Mérida se encuentran el Complejo Deportivo Cinco Águilas Blancas (inaugurado en 2007), Estadio Olímpico Metropolitano de Mérida, el Complejo Polideportivo Luis Gherzi Govea, entre otros centros deportivos. De acuerdo con su dotación, el área recreacional y deportiva de la ciudad de Mérida se estima en 2,18 m²/habitante (Rangel, 2012).

Cuadro N° 7.5.

Componentes o requerimientos de la oferta territorial: promoción económica

Promoción Económica	Componentes presentes en el Estado Mérida
-Elaboración de planes estratégicos municipales o regionales	✓
-Confección de estadísticas socioeconómicas locales	
-Estudios de diversificación de la base económica local	
-Prospección de oportunidades empresariales locales	
-Promoción y creación de asociatividad y cooperación empresarial local	
-Promoción económica del territorio	
-Promoción conjunta del territorio y sus productos locales	

Fuente: elaboración propia con base en Albuquerque (2003, p. 10)

2. Promoción económica

Elaboración de planes estratégicos municipales o regionales

La Fundación para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología del Estado Mérida (FUNDACITE-Mérida) elaboró el *Plan de Ciencia y Tecnología del Estado Mérida 2005-2010* en el marco de la

Agenda Regional de Ciencia, Tecnología e Innovación del Estado. Este plan tenía por objeto vincular a todas las instituciones que hacen vida en el Estado Mérida para potenciar la apropiación social del conocimiento, la tecnología y la innovación, sobre la base de un proceso participativo en el que las comunidades organizadas jueguen un papel básico y sustancial en la determinación de necesidades, construcción de propuestas y validación de acciones en el proceso de ejecución de las acciones del plan.

Los objetivos del plan eran: i) conocer las necesidades de las comunidades en materia de ciencia y tecnología y traducirlas en líneas de acción; ii) incorporar a las comunidades en forma activa en la ejecución del plan; iii) articular en forma sostenida vínculos interinstitucionales que potencien una respuesta a los problemas planteados por la comunidad; iv) potenciar el acceso, apropiación, uso y difusión de tecnologías con estándares libres; v) impulsar y apoyar espacios de vinculación perdurable entre los sectores académico, gubernamental, productivo y comunitario; y, vi) garantizar el conocimiento como un bien público. Para ello se apoya en instrumentos como las Redes de Aliados, Redes de Innovación Productiva, Proyecto Tipo, Redes de Aprendizaje y Proyectos Concertados.

Por su parte, la *Agenda Regional de Ciencia, Tecnología e Innovación del Estado Mérida* constituye el marco en el que se inscribe el plan e incluye acciones identificadas como prioritarias en las áreas establecidas como políticas de Estado por el Ministerio del Poder Popular para la Ciencia, Tecnología e Innovación, entre las que se encuentran: Ambiente, Salud, Educación, Vivienda y Urbanismo, Agroalimentación, Gestión Pública, Desarrollo Productivo y Tecnologías de Información y Comunicación.

La Universidad de Los Andes, a través del Grupo de Investigación sobre Espacio Público (GISEP), con el apoyo de la Alcaldía del Municipio Libertador y el Consejo Municipal del Estado Mérida, así como de la ZOLCCYT-Mérida, ha formulado en el año 2012 el *Plan Local de Desarrollo Sustentable de Mérida*, en el marco de la Agenda Ciudad. Este plan se inserta en el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013, en la directriz Nueva Geopolítica Nacional.

Este plan tiene por objeto establecer las bases conceptuales y metodológicas de planificación urbana ambiental para promover el desarrollo urbano sustentable de la ciudad de Mérida, a partir del aprovechamiento del conocimiento producido por la Universidad de Los Andes, las instituciones públicas y privadas y las propuestas de la sociedad civil. Entre los resultados que se espera generar de la puesta en marcha del plan, se encuentran: motivación a la participación, generación de base de datos, formulación de imagen objetivo a construir

deseable en los próximos 20 años y elaboración de bases metodológicas. Por su parte, la *Agenda Ciudad* es una iniciativa de un grupo de investigadores de la Universidad de Los Andes que desarrollan proyectos destinados a resolver diferentes problemas de la ciudad de Mérida, contando con la participación de representantes de organismos oficiales como Alcaldía, Consejo Municipal, Academia de Mérida, FUNDACITE-Mérida, entre otros.

Cuadro N° 7.6.

Componentes o requerimientos de la oferta territorial: financiación y fiscalidad

Financiación y fiscalidad	Componentes presentes en el Estado Mérida
-Incentivos específicos a la inversión y el empleo a nivel local	
-Adecuación de la fiscalidad municipal a la promoción del desarrollo local	✓
-Instrumentos financieros de apoyo a microempresas y PYME o productos innovadores	✓
-Participación, difusión y promoción de organismos públicos de apoyo financiero	

Fuente: elaboración propia con base en Albuquerque (2003, p. 10)

3. Financiación y Fiscalidad

Adecuación de la fiscalidad municipal a la promoción del desarrollo local

La Zona Libre, Científica, Cultural y Tecnológica (ZOLCCYT) del Estado Mérida es un régimen fiscal especial, jurídico e institucional que desarrolla y afianza la soberanía cultural, científica y tecnológica del país y que tiene como objeto estimular y promover la producción de bienes culturales, científicos y tecnológicos. Nace como instrumento estratégico de política fiscal y de comercio exterior, con dependencias de ejecución ubicadas en la Aduana Principal de Mérida (con sede en el Municipio Sucre) y el Aeropuerto Juan Pablo Pérez Alfonso (con sede en el municipio Alberto Adriani) (ZOLCCYT, 2010).

Instrumentos financieros de apoyo a microempresas y PYME o productos innovadores

Con la entrada en vigor de la Ley de creación del Fondo Intergubernamental para la Descentralización (FIDES), nació este Fondo adscrito al entonces Ministerio de Planificación y Desarrollo, bajo la supervisión del Gobernador de cada Estado o entidad federal, del Consejo Estatal de Planificación y Coordinación de Políticas Públicas y del Consejo Local de Planificación Pública (RVB, 1993, 2006b).

Dicho Fondo tiene como propósito destinar recursos y financiar proyectos y actividades como las siguientes: proyectos de inversión productiva que promuevan el desarrollo sustentable la comunidad, los municipios y los estados, obras de infraestructura enmarcadas dentro de los planes nacionales de desarrollo, servicios propios de la vida local, actividades de prevención de

riesgos o catástrofes, proyectos orientados a la conservación defensa y mantenimiento, saneamiento, recuperación y vigilancia del ambiente y de los recursos naturales, formulación de proyectos o estudios de preinversión formulados por las comunidades organizadas, proyectos destinados al financiamiento de las áreas de ciencia e innovación tecnológica, entre otros proyectos de inversión.

Cuadro N° 7.7.
Componentes o requerimientos de la oferta territorial: formación y asesoría

Formación y asesoría	Componentes presentes en el Estado Mérida
-Organismos especializados de apoyo a microempresas y PYME locales	
-Acceso a fuentes de innovación e I+D	✓
-Centros tecnológicos y de investigación	✓
-Organismos especializados en consultoría a empresas	
-Redes de organismos de información y asistencia técnica a empresas	
-Servicios municipales de información empresarial a microempresas y PYME	

Fuente: elaboración propia con base en Albuquerque (2003, p. 10)

4. Formación y asesoría

Acceso a fuentes de innovación e I+D

La Fundación para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología del Estado Mérida (FUNDACITE-Mérida) cuenta con la Unidad de Promoción y Divulgación cuya misión es socializar la gestión pública en el área de ciencia y tecnología y propiciar el acercamiento de las comunidades al conocimiento científico. Los esfuerzos comunicativos están orientados a la proyección y visibilidad de los planes, programas y proyectos institucionales en el ánimo de democratizar el acceso a la información, a través de: Archivo Hemerográfico, Producción Radiofónica, Producción Audiovisual, Revista Conexo, Premios a la Divulgación Científica, Humanística y Tecnológica y eventos (FUNDACITE-Mérida, 2008).

Centros tecnológicos y de investigación

La Fundación para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología del Estado Mérida (FUNDACITE-Mérida) es la unidad territorial encargada de la construcción de espacios favorables para el encuentro entre el saber del pueblo, la investigación y el conocimiento científico-tecnológico a través de acciones articuladas entre los distintos actores para la apropiación social en las comunidades. Desarrolla programas y proyectos en todo el Estado, orientados a fortalecer el Sistema Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación.

Tiene entre sus funciones la consolidación de una estructura adecuada para el desarrollo de software libre con la finalidad de contribuir a la independencia y soberanía tecnológica a través de: la Red Teleinformática, la Academia de Software Libre y la Fábrica de Software Libre (FUNDACITE-Mérida, 2008).

La Corporación Parque Tecnológico de Mérida (CPTM, 2006) tiene en su estructura al Centro de Teleinformación (CTI) el cual se dedica al desarrollo, investigación, ejecución, administración y transferencia de proyectos y procesos en tecnologías de información, teniendo entre sus principales servicios: el cómputo de alto rendimiento, desarrollo de contenidos en la red, desarrollo de software de teleinformación, formación y certificación de procesos de desarrollo industrial de software y gerencia de redes de teleinformación (CPTM, 2006).

Cuadro N° 7.8.
Componentes o requerimientos de la oferta territorial: gestión municipal

Gestión municipal	Componentes presentes en el Estado Mérida
- Existencia de liderazgo del proceso de desarrollo local	✓
-Generación de espacios de cooperación público-privada	
-Existencia de una agencia de desarrollo local	
-Eficiencia y simplificación administrativa en la gestión municipal	
-Experiencia municipal en la gestión de recursos	
-Eficiente prestación de servicios municipales con la colaboración del sector privado	

Fuente: elaboración propia con base en Albuquerque (2003, p. 10)

5. Gestión Municipal

Existencia de liderazgo del proceso de desarrollo local

La gobernación del Estado, a través de: Consejo Federal de Gobierno, Consejo Estatal de Planificación y Coordinación de Políticas Públicas, Consejo Local de Planificación Pública, Consejo Parroquial de Planificación, Consejo Comunal de Participación y Planificación, Ciudadanos y organizaciones civiles con propuestas en beneficio de su comunidad, integran la estructura de organización comunitaria y constituyen el instrumento fundamental en la construcción de los procesos de planificación participativa de los municipios del país. Son las instancias encargadas de promover la participación organizada en los procesos de planificación de la población, a través del Plan de Desarrollo Municipal, en el marco del Plan de Desarrollo del Estado.

Cuadro N° 7.9.
Componentes o requerimientos de la oferta territorial: recursos humanos

Recursos Humanos	Componentes presentes en el Estado Mérida
- Existencia y disponibilidad de RH cualificados según las necesidades del desarrollo local	✓
- Diagnóstico y prospección del mercado de trabajo local	
- Bolsas de trabajo y bases de datos sobre los RH locales	
- Bases de datos educativas y seguimiento de trayectorias de profesionales tras las actividades de capacitación	
- Servicios de orientación e inserción laboral	✓
- Fomento del autoempleo, empresariado y cooperativismo	
- Acercamientos entre microempresas, PYME y centros de capacitación (Universidades, institutos tecnológicos)	✓
- Creación de centros de formación en nuevas tecnologías	✓

Fuente: elaboración propia con base en Albuquerque (2003, p. 10)

6. Recursos humanos

Existencia y disponibilidad de RH cualificados según las necesidades del desarrollo local

Según el Instituto Nacional de Estadística INE (2011), entre el 20 y 30% de la población de Mérida son estudiantes universitarios y el Estado tiene una Tasa de Alfabetismo de 90,07%. Cuenta con la segunda universidad más antigua y de mayor tradición del país: la Universidad de Los Andes, con 6.000 profesores y 40.000 estudiantes en once facultades: Arquitectura y Diseño, Arte, Ciencias, Ciencias Económicas y Sociales, Ciencias Forestales, Ciencias Jurídicas y Políticas, Farmacia y Bioanálisis, Humanidades y Educación, Ingeniería, Medicina y Odontología. También se emplazan en Mérida otras importantes instituciones de educación superior: Universidad Nacional Abierta (UNA), Universidad Nacional Experimental de las Fuerzas Armadas (UNEFA), Instituto Universitario Tecnológico de Ejido (IUTE), Instituto Universitario Politécnico Santiago Mariño (IUPSM), Instituto Santiago de los Caballeros de Mérida (ISCM), Instituto Universitario de Tecnología Antonio José de Sucre (IUTAJS), Instituto Tecnológico Universitario Cristóbal Mendoza, Instituto Universitario de la Frontera (IUFRONT) y Colegio Universitario Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos (CUHELAV).

Servicios de orientación e inserción laboral

EL Instituto Nacional de Cooperación Educativa INCES-Mérida es un organismo autónomo adscrito al Ministerio para la Economía Comunal que tiene entre sus objetivos: desarrollar un sistema de formación y capacitación integral acorde a las exigencias del nuevo modelo de desarrollo productivo y de inclusión social del país, ampliar las oportunidades de acceso y permanencia activa a los procesos formativos de los sectores excluidos de la población,

articular los programas de formación con los proyectos estratégicos del Estado, diseñar programas de orientación vocacional armonizando la oferta formativa con las potencialidades e intereses de los participantes, crear mecanismos que faciliten la formación y capacitación permanente, incorporar la práctica y experiencia laboral al plan de certificación educativa, generar líneas de investigación para los procesos de innovación y nuevas tecnologías cónsonas con el nuevo modelo de desarrollo productivo y de inclusión social del país. Entre los sectores económicos para los que el INCES presta servicios de formación y capacitación se encuentran: agrícola, construcción, ferroviario, industrial, textil, calzado, militar, penitenciario, educación, salud, turismo.

Acercamientos entre microempresas, PYME y centros de capacitación (Universidades, institutos tecnológicos)

La Universidad de Los Andes a través del Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial (CIDE) de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales presta servicios de formación en postgrado, investigación y extensión en el área gerencial. Entre sus principales servicios se encuentra el *Sistema de Indicadores del Sector Empresarial Merideño*, que provee de una base informativa homogénea, actualizada y completa de los diversos datos y variables imprescindibles en la investigación, que sirven de apoyo en la toma de decisiones relacionadas con las estrategias y políticas aplicables en las organizaciones. La existencia y gestión de este sistema permite monitorear de forma continua, la evolución histórica, situación actual, potencialidad, tendencias, entre otros aspectos relevantes del sector, generando continuamente subproductos (boletines, informes, revistas, trabajos) al alcance de cualquier público interesado: estudiantes de pregrado, postgrado, doctorado, universidades, entes gubernamentales, empresas, entre otros usuarios.

Creación de centros de formación en nuevas tecnologías

La Fundación para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología del Estado Mérida (FUNDACITE-Mérida) tiene entre sus funciones adelantar planes y proyectos en los que las comunidades sean partícipes, principales protagonistas y beneficiarias del hecho científico y tecnológico. Con este fin realiza esfuerzos para incentivar los procesos de investigación y excelencia en la producción de conocimiento, a través de instrumentos como: los Premios Regionales de Ciencia y Tecnología, las Redes Socialistas de Innovación Productiva, el Programa Casa de los

Saberes, el Programa FORTALENTO, el Programa de Subvenciones, el Programa de Apoyo a la Inventiva Popular, entre otros (FUNDACITE-Mérida, 2008).

La Corporación Parque Tecnológico de Mérida (CPTM, 2006) tiene en su estructura al Centro de Tecnologías (CET). Este Centro consta de tres grupos de desarrollo tecnológico, a saber: Ingeniería Biomédica, Tecnologías Educativas e Instrumentación y Procesos de Manufactura y una Unidad de Entrenamiento Industrial. Cuenta con una sólida capacidad de respuesta en prospección de productos y tecnologías, diseño mecánico y electrónico, diseño de productos, ingeniería mecánica, eléctrica y electrónica, diseño y ensayo de procesos de manufactura, instrumentación mecánica de precisión y elaboración de prototipos y series cortas (CPTM, 2006).

De manera general, entre los principales problemas o factores desfavorables del territorio en estudio se encuentran los problemas de disponibilidad o acceso a servicios básicos tales como agua potable, electricidad, gas doméstico, recolección de basura, sistemas de dragado y alcantarillado, inseguridad; vías y carreteras en mal estado, esto último que dificulta el libre tránsito dentro del Estado y el acceso a sus principales ciudades, entre otros problemas.

Sin embargo, Mérida tiene un conjunto de factores o ventajas comparativas respecto a otros estados de Venezuela que merecen especial consideración. En un estudio realizado por el Consejo Nacional de Promoción de Inversiones CONAPRI (2010), **el Estado Mérida se ubica en una posición intermedia** en comparación con el resto de las entidades federales de Venezuela, tomando en cuenta una serie de indicadores tales como: servicios básicos, calidad de vida, recursos humanos, infraestructura, capacidad institucional, entre otros indicadores. Con base en estas consideraciones puede decirse que el territorio en estudio tiene un conjunto de factores con potencial de convertirse en ventajas competitivas.

CONAPRI realiza estudios anuales comparativos sobre las ciudades y regiones de Venezuela con el propósito de generar el Índice de Atracción de Inversiones (IAI) o Estudio de Ciudades y el Índice Regional de Competitividad (IR) para el estudio de estados y regiones. Estos trabajos constituyen una herramienta objetiva para la definición de estrategias orientadas a incrementar el dinamismo económico de cada localidad como condición indispensable para avanzar en el camino hacia el desarrollo social y la disminución de inequidades para los venezolanos. Los resultados que arrojan los estudios de diferentes ciudades y regiones permiten elaborar matrices estratégicas de competitividad para cada uno de los territorios estudiados (CONAPRI, 2005).

En la edición del año 2010 para la publicación del Índice Regional de Competitividad (IR) de CONAPRI se muestran resultados sobre el Estado Mérida que permiten complementar todo lo planteado en este apartado. Este índice trata de analizar y medir en forma comparativa la competitividad regional, entendida como la capacidad de las entidades federales de Venezuela para proveer un ambiente que sustente la competitividad de las empresas. Esto se basa en la idea de que incrementar el desarrollo económico de una región o un país pasa necesariamente por incrementar la productividad de sus empresas (CONAPRI, 2010, p. 15).

El Índice Regional de Competitividad (IR) intenta reflejar las características del entorno donde actúan las empresas y se toman en cuenta para su cálculo e interpretación, variables e indicadores tales como:

- *Recursos humanos*: fuerza de trabajo, tasa de alfabetismo, egresados del INCES por habitante, egresados de institutos de educación superior por habitante, tasa combinada de matrícula de los tres niveles de educación, promedio de índice académico de la educación superior, productividad del recursos humanos del sector industrial;
- *Servicios básicos*: líneas telefónicas en servicio por habitante, proporción de averías por línea telefónica, acceso a gasoductos, tarifa de gas para el sector industrial, proporción de la población servida con ductos de agua potable, cobertura del servicio de energía eléctrica, coste de energía eléctrica para el sector industrial;
- *Infraestructura de transporte*: puertos costeros, terminales específicos o puertos fluviales, puestos de atraque en puertos, aeropuertos, despegues y aterrizajes nacionales e internacionales en aeropuertos, longitud pavimentada por unidad de superficie, longitud pavimentada por vehículos en circulación;
- *Calidad de vida*: institutos de educación superior por habitante, hospitales por habitante, déficit funcional de camas en establecimientos asistenciales por habitante, unidades de transporte colectivo públicas y personales por habitante, índice de precios al consumidor;
- *Capacidad institucional*: políticas públicas de apoyo al sector privado, organización del sector privado para apoyo al desarrollo económico, servicios exclusivos y concurrentes descentralizados, reelecciones directas de gobernadores, proporción del Situado Constitucional en el gasto público, proporción del gasto social en el gasto total, proporción de las solicitudes aprobadas por el FIDES, proporción de asuntos resueltos en el total de asuntos ingresados a juzgados;
- *Mercado local*: población total, tasa anual promedio de crecimiento poblacional, ingreso per cápita medido con paridad del poder de compra, concentración de riqueza en

hogares, proporción de pobreza extrema, agencias bancarias por habitante, suscriptores de internet, vehículos particulares por habitante, establecimientos industriales, establecimientos comerciales, valor de consumo de materia prima, grado de diversificación económica, consumo de electricidad el sector comercial e industrial, habitaciones de hoteles clasificados y categorizados; y,

- *Mercado próximo*: estados vecinos, distancia geográfica, centros de consumo más próximos.

Según los resultados que arroja el estudio, específicamente para la entidad en estudio, los factores *desfavorables* del Estado Mérida para proveer un ambiente que sustente la competitividad de las empresas son fundamentalmente Infraestructura de transporte y Servicios básicos. Entre los factores *intermedios* se encuentran variables relacionadas con Recursos humanos, Mercado local y Mercado próximo. Entre los factores *favorables* se encuentran variables relacionadas con Calidad de vida y Capacidad institucional. El resultado global de todos los indicadores o variables en conjunto genera el Índice de Regional de Competitividad del Estado Mérida, ubicándolo en una posición intermedia (ocupa el lugar N° 11 de las 23 posiciones consideradas respecto al resto de los estados de Venezuela). De acuerdo con este ranking puede decirse que la entidad tiene potencialidad para mejorar su posición en el resto de los indicadores y contribuir a convertir sus ventajas comparativas en ventajas competitivas.

7.4.4. Oportunidades y Amenazas del Estado Mérida para contribuir con el desarrollo local

A continuación se presenta una lista de los factores favorables denominados OPORTUNIDADES y de los factores desfavorables denominados AMENAZAS, encontrados en el territorio en estudio, Estado Mérida, según los resultados del análisis presentado en el apartado 7.4.3.

OPORTUNIDADES del Estado Mérida:

- Infraestructuras de transporte comunicaciones y logística: aeropuertos nacionales, TrolMérida, Aduana Principal de Mérida.
- Incubadoras de empresas y Centros de innovación empresarial: Corporación Parque Tecnológico de Mérida (CPTM) a través del Centro de Innovación y Modernización Empresarial (CIME) y al Proyecto Incubadora de Empresas.

- Infraestructuras comerciales (mercados, recintos feriales, centros de exposición), *e.g.*, Feria del Sol, Mercado Principal de Mérida.
- Infraestructuras para la protección y recuperación ambiental: INPARQUES y ABRAE.
- Equipamientos culturales y deportivos.
- Elaboración de planes estratégicos municipales o regionales: Plan de Ciencia y Tecnología del Estado Mérida y Plan Local de Desarrollo Sustentable de Mérida.
- Adecuación de la fiscalidad municipal a la promoción del desarrollo local a través de la ZOLCCYT-Mérida.
- Instrumentos financieros de apoyo a microempresas y PYME o productos innovadores a través del FIDES.
- Acceso a fuentes de innovación e I+D a través de FUNDACITE-Mérida y su Unidad de Promoción y Divulgación.
- Centros Tecnológicos y de Investigación a través de: FUNDACITE-Mérida y su Red Teleinformática, Academia de Software Libre y Fábrica de Software Libre y de la CPTM y su Centro de Teleinformación (CTI).
- Existencia de liderazgo del proceso de desarrollo local a través de: Consejo Federal de Gobierno, Consejo Estatal de Planificación y Coordinación de Políticas Públicas, Consejo Local de Planificación Pública, Consejo Parroquial de Planificación, Consejo Comunal de Participación y Planificación, ciudadanos y organizaciones civiles.
- Existencia y disponibilidad de RRHH cualificados según las necesidades del desarrollo local a través de la Universidad de Los Andes, la Universidad Nacional Abierta (UNA), la Universidad Nacional Experimental de las Fuerzas Armadas (UNEFA), el Instituto Universitario Tecnológico de Ejido (IUTE, ahora transformado en la Universidad Politécnica Territorial de Mérida “Clever Ramírez”), el Instituto Universitario Politécnico Santiago Mariño (IUPSM), el Instituto Santiago de los Caballeros de Mérida (ISCM), el Instituto Universitario de Tecnología Antonio José de Sucre (IUTAJS), el Instituto Tecnológico Universitario Cristóbal Mendoza, el Instituto Universitario de la Frontera (IUFRONT) y el Colegio Universitario Hotel Escuela de Los Andes Venezolanos (CUHELAV).
- Servicios de orientación e inserción laboral a través del INCES Mérida.

- Acercamientos entre microempresas, PYME y centros de capacitación (universidades e institutos tecnológicos) a través de la Universidad de Los Andes y el Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial (CIDE).
- Creación de Centros de Formación en Nuevas Tecnologías a través de: FUNDACITE-Mérida y sus Premios Regionales de Ciencia y Tecnología, Redes Socialistas de Innovación Productiva, Programa Casa de los Saberes, Programa FORTALENTO, Programa de Subvenciones, Programa de Apoyo a la Inventiva Popular y de la CPTM y su Centro de Tecnologías (CET).

AMENAZAS del Estado Mérida:

- Infraestructura de transporte: el Estado Mérida no cuenta con puertos costeros, terminales específicos o puertos fluviales, puestos de atraque en puertos, aeropuertos internacionales (aunque en teoría, el de El Vigía lo es, pero su infraestructura dista mucho de los estándares internacionales), buenas vías de acceso a la entidad desde otros estados del país.
- Servicios básicos: en el Estado Mérida se presentan problemas de disponibilidad o acceso a servicios básicos tales como agua potable, electricidad, gas doméstico, recolección de basura, sistemas de dragado y alcantarillado, inseguridad, entre otros problemas de servicios básicos.

7.4.5. Matriz FODA de las Empresas Familiares del Estado Mérida

A continuación se complementan los factores característicos de las Empresas Familiares de Mérida, resultantes en el Capítulo anterior, denominados *Fortalezas y debilidades*, con los factores característicos del territorio denominados oportunidades y amenazas y se construye una Matriz FODA. Los resultados en cifras o porcentajes que se muestran en este epígrafe, están tomados de los resultados presentados en el Capítulo 6, mediante estadísticas descriptivas. Por razones de espacio la matriz se muestra dividida en cuatro secciones, según las estrategias combinadas resultantes (FO, FA, DO, DA), que pueden verse en los Cuadros N° 7.10, 7.11, 7.12 y 7.13.

Cuadro N° 7.10.
Estrategias Fortalezas/Oportunidades FO

OPORTUNIDADES	FORTALEZAS
1- Infraestructuras de transporte comunicaciones y logística: Aeropuertos nacionales, TrolMérida, Aduana Principal de Mérida.	1- Las Empresas Familiares de Mérida son más numerosas que el resto de empresas del Estado, representando el 74,3% del total de empresas de la muestra, en los cinco municipios (Libertador, Alberto Adriani, Campo Elías, Tovar y Sucre) de mayor concentración de unidades empresariales en esta entidad.
2- Incubadoras de Empresas y Centros de Innovación Empresarial: Corporación Parque Tecnológico de Mérida (CPTM) a través del Centro de Innovación y Modernización Empresarial (CIME) y del Proyecto Incubadora de Empresas.	2- El mayor número de Empresas Familiares del Estado funcionan bajo la figura de Empresas Unipersonales registradas a nombre del dueño o propietario en representación del grupo familiar.
4- Infraestructuras e instituciones para la protección y recuperación ambiental: INPARQUES y ABRAE.	3- Siendo las Empresas Familiares las más numerosas, en Mérida prevalece la actividad comercial sobre el resto de actividades económicas, esta actividad es llevada a cabo por el 60,8% de las empresas de familia.
3- Infraestructuras comerciales (mercados, recintos feriales, centros de exposición): Feria del Sol, Mercado Principal de Mérida.	4- Aproximadamente el 71% de las Empresas Familiares de Mérida son empresas jóvenes con una edad de 10 años o menos y aproximadamente el 30% de éstas son empresas de trayectoria y antigüedad con una edad de más de 10 años, lo cual destaca su presencia en la localidad.
5- Equipamientos culturales y deportivos.	5- Excluyendo socios y propietarios, el 82,4% de las Empresas Familiares son microempresas con cinco trabajadores o menos, el 14,2% son pequeñas y el 3,4% son medianas y grandes, destacando su presencia en el total de empresas del Estado, en cualquiera de sus dimensiones.
6- Elaboración de planes estratégicos municipales o regionales: Plan de Ciencia y Tecnología del Estado Mérida y Plan Local de Desarrollo Sustentable de Mérida.	6- Respecto a la contribución al empleo puede decirse que las Empresas Familiares de Mérida son conservadoras en relación con el uso de estrategias gerenciales de despidos para el manejo de su personal. Siendo este grupo de empresas más numeroso que el resto, el 55,1% de éstas mantuvo igual el número de trabajadores durante el período de la consulta.
7- Adecuación de la fiscalidad municipal a la promoción del desarrollo local a través de la ZOLCCYT-Mérida.	7- El 40,3% de los propietarios y/o gerentes de las Empresas Familiares de Mérida tienen estudios universitarios.
8- Instrumentos financieros de apoyo a microempresas y PYME o productos innovadores a través del FIDES.	8- En las empresas estudiadas puede observarse la presencia de los elementos denominados PROPIEDAD y DIRECCIÓN característicos de las Empresas Familiares. Todas las Empresas Familiares de Mérida tienen cinco propietarios o menos, incluyendo los casos de empresas unipersonales registradas a nombre del dueño o propietario en representación del grupo familiar.
9- Acceso a fuentes de innovación e I+D a través de FUNDACITE-Mérida y de su Unidad de Promoción y Divulgación.	9- En la contratación de la categoría de personal <i>empleados permanentes</i> , las Empresas Familiares de Mérida parecen tener mejor desempeño que el resto de las empresas, aún cuando el número de contrataciones es bajo.
10- Centros Tecnológicos y de Investigación a través de: FUNDACITE-Mérida y su Red Teleinformática; Academia de Software Libre y Fábrica de Software Libre y de la CPTM y su Centro de Teleinformación (CTI).	10- Incluyendo socios y propietarios y todas las categorías de personal empleado en las empresas, el 73,9% de las Empresas Familiares tiene cinco trabajadores o menos y el 22,2% tiene entre seis y veinte trabajadores; por tanto, en su mayoría las Empresas Familiares de Mérida son microempresas y empresas pequeñas.
11- Existencia de liderazgo del proceso de desarrollo local a través de la comunidad organizada.	11- En su contribución al pago de impuestos municipales el 79,5% de las Empresas Familiares de Mérida paga impuesto a la actividad económica, el 82,4% paga patente de industria y comercio.
12- Existencia y disponibilidad de RH cualificados según las necesidades del desarrollo local a través de la Universidad de Los Andes y otras instituciones de educación superior.	12- En su contribución al pago de impuestos nacionales el 72,2% de las Empresas Familiares de Mérida paga ISLR y el 80,1% de las Empresas Familiares paga IVA.

<p>13- Servicios de orientación e inserción laboral a través del INCES Mérida.</p> <p>14- Acercamientos entre microempresas, PYME y centros de capacitación (Universidades, institutos tecnológicos) a través de la Universidad de Los Andes y el Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial (CIDE).</p> <p>15- Creación de Centros de Formación en Nuevas Tecnologías a través de: FUNDACITE-Mérida y sus Premios Regionales de Ciencia y Tecnología, Redes Socialistas de Innovación Productiva, Programa Casa de los Saberes, Programa FORTALENTO, Programa de Subvenciones, Programa de Apoyo a la Inventiva Popular y de la CPTM y su Centro de Tecnologías (CET).</p>	<p>13- Los mayores esfuerzos de comercialización de las Empresas Familiares de Mérida están destinados al mercado local, es decir estas empresas son locales en sus ventas.</p> <p>14- El 25% o menos de las compras necesarias para el funcionamiento de las Empresas Familiares de Mérida son realizadas en los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales, sin distinción o preferencia de algunos de estos mercados, lo cual flexibiliza el proceso de abastecimiento.</p> <p>15- Las Empresas Familiares de Mérida exhiben mayor interés en el apoyo a programas recreativos de la comunidad donde operan.</p> <p>16- Las Empresas Familiares de Mérida muestran mayor propensión al pago de <i>beneficios laborales obligatorios en dinero</i> para sus trabajadores tales como: sueldos y salarios básicos, bono de transporte, utilidades, aguinaldos y bono vacacional.</p> <p>17- Las Empresas Familiares de Mérida llevan a cabo prácticas ecológicas como la recolección de desechos tóxicos.</p> <p>18- Entre las acciones para el cuidado del medio ambiente llevadas a cabo por las Empresas Familiares de Mérida se encuentra el patrocinio a campañas informativas.</p> <p>19- El 51,7% de las Empresas Familiares de Mérida utiliza la estrategia de precios inferiores a los de la competencia (estrategia de liderazgo en costes) para competir en el mercado.</p> <p>20- El 82,4% de las Empresas Familiares de Mérida acostumbran acudir al financiamiento privado como fuente de recursos para financiar sus operaciones.</p>
<p>ESTRATEGIAS FO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • F1; O11 • F7; O11; O12; O13; O14. • F5; F10; O8 • F20; O8 	

Fuente: elaboración propia

Estrategias FO:

F1; O11: dado que las Empresas Familiares de Mérida son más numerosas que el resto de empresas del Estado, representando el 74,3% del total de empresas estudiadas en los cinco municipios (Libertador, Alberto Adriani, Campo Elías, Tovar y Sucre) de mayor concentración de unidades empresariales en esta entidad y que las políticas públicas del Estado prevén la existencia de liderazgo del proceso de desarrollo local a través de la *comunidad organizada*, se puede aprovechar lo que contempla el *Modelo de desarrollo endógeno y soberano* de Venezuela (MPPPD, 2000). Allí se establecen los niveles de participación de las comunidades organizadas desde el Consejo Federal de Gobierno, Consejo Estatal de Planificación y

Coordinación de Políticas Públicas, Consejo Local de Planificación Pública, Consejo Parroquial de Planificación, Consejo Comunal de Participación y Planificación, hasta los ciudadanos y organizaciones civiles con propuestas en beneficio de su comunidad (Ministerio del Poder Popular para la Planificación y el Desarrollo CORPOANDES, 2005).

Todo ello tiene como propósito **usar eficientemente los factores productivos y alcanzar los niveles de productividad necesarios para ser competitivos en los mercados, empleando como línea de acción estratégica el Desarrollo Socioempresarial. Esto consiste en la creación de cooperativas, microempresas, Empresas Familiares, desarrollo de cadenas productivas, incentivos financieros, asistencia técnica, desarrollo de mercado financiero,** tal como se expresa en el mencionado modelo (MPPPD, 2001).

F7; O12; O13, O14: dado que el 40,3% de los propietarios y/o gerentes de las Empresas Familiares de Mérida tienen estudios universitarios, esta situación se puede mejorar aprovechando la existencia y disponibilidad de centros educativos del Estado, según las necesidades del desarrollo local. Asimismo, se puede mejorar la formación tanto de los propietarios y/o gerentes de las Empresas Familiares como del resto de sus trabajadores, a través de la Universidad de Los Andes y otras instituciones de educación superior; aprovechar los servicios de orientación e inserción laboral a través del INCES Mérida; y potenciar los acercamientos entre microempresas, PYME y centros de capacitación como las universidades e institutos tecnológicos del Estado. Todas estas estrategias permitirían **incrementar el número de propietarios y/o gerentes con formación universitaria y hacerlo extensivo al resto del personal de las Empresas Familiares, aprovechando la oferta de estudios en instituciones de educación superior e instituciones de educación para el trabajo, cuya oferta de servicios –en muchos casos– es gratuita o de muy bajo coste y que están disponibles en Mérida.**

F5; F10; O8: dado que la mayoría las Empresas Familiares de Mérida son microempresas y PYME se puede solicitar el respaldo a través de los instrumentos financieros o productos innovadores previstos por el FIDES para **financiar proyectos y actividades de inversión productiva que promuevan el desarrollo sustentable de la comunidad, mediante de obras de infraestructura enmarcadas dentro de los planes nacionales de desarrollo, servicios propios de la vida local, actividades de prevención de riesgos o catástrofes, proyectos orientados a la conservación defensa y mantenimiento, saneamiento, recuperación y vigilancia del ambiente y de los recursos naturales, formulación de proyectos o estudios de preinversión formulados por las comunidades organizadas, proyectos destinados al financiamiento de las áreas de ciencia e innovación tecnológica, entre otros proyectos de inversión, los cuales son el objeto del FIDES.**

F20; O8: las Empresas Familiares de Mérida acostumbran acudir al financiamiento privado como fuente de recursos para apalancar sus operaciones. Sin embargo, estas empresas pueden **augmentar su disponibilidad financiera para apalancar proyectos de inversión, ampliación o mejoras a través del financiamiento público, aprovechando los instrumentos financieros de apoyo a microempresas y PYME o productos innovadores a través del FIDES.**

**Cuadro N° 7.11.
Estrategias Fortalezas/Amenazas FA**

AMENAZAS	FORTALEZAS
<p>1- Infraestructura de transporte: el Estado Mérida no cuenta con puertos costeros (en particular, un puerto de aguas profundas), terminales específicos o puertos fluviales, puestos de atraque en puertos, aeropuertos internacionales, buenas vías de acceso al Estado desde otros estados del país.</p> <p>2- Servicios básicos: en el Estado Mérida se presentan problemas de disponibilidad o acceso a servicios básicos tales como agua potable, electricidad, gas doméstico, recolección de basura, sistemas de dragado y alcantarillado, inseguridad, entre otros problemas de servicios básicos.</p>	<p>1- Las Empresas Familiares de Mérida son más numerosas que el resto de empresas del Estado, representando el 74,3% del total de empresas de la muestra, en los cinco municipios (Libertador, Alberto Adriani, Campo Elías, Tovar y Sucre) de mayor concentración de unidades empresariales en esta entidad.</p> <p>2- El mayor número de Empresas Familiares del Estado funcionan bajo la figura de Empresas Unipersonales registradas a nombre del dueño o propietario en representación del grupo familiar.</p> <p>3- Siendo las Empresas Familiares las más numerosas, en Mérida prevalece la actividad comercial sobre el resto de actividades económicas: esta actividad es llevada a cabo por el 60,8% de este tipo de empresas.</p> <p>4- Aproximadamente el 70% de las Empresas Familiares de Mérida son empresas jóvenes, con una edad de 10 años o menos; aproximadamente el 30% de éstas son empresas de trayectoria y antigüedad con una edad de más de 10 años, lo que subraya su continuidad en la localidad.</p> <p>5- Excluyendo socios y propietarios, el 82,4% de las Empresas Familiares son microempresas con cinco trabajadores o menos, el 14,2% son pequeñas y el 3,4% son medianas y grandes; esto denota que, aún cuando predominan las microempresas, en el Estado se pueden encontrar empresas familiares en cualquiera de sus dimensiones.</p> <p>6- Respecto a la contribución al empleo puede decirse que las Empresas Familiares de Mérida son conservadoras en relación con el uso de estrategias gerenciales de despidos para el manejo de su personal. Siendo este grupo de empresas más numeroso que el resto, el 55,1% de éstas mantuvo igual el número de trabajadores durante el período de la consulta.</p> <p>7- El 40,3% de los propietarios y/o gerentes de las Empresas Familiares de Mérida tienen estudios universitarios.</p> <p>8- En las empresas estudiadas puede observarse la presencia de los elementos denominados PROPIEDAD y DIRECCIÓN característicos de las Empresas Familiares. Todas las Empresas Familiares de Mérida tienen cinco propietarios o menos, incluyendo los casos de empresas unipersonales registradas a nombre del dueño o propietario en representación del grupo familiar.</p>

	<p>9- En la contratación de la categoría de personal <i>empleados permanentes</i>, las Empresas Familiares de Mérida parecen tener mejor desempeño que el resto de las empresas, aún cuando el número de contrataciones es bajo.</p> <p>10- Incluyendo socios y propietarios y todas las categorías de personal empleado en las empresas, el 73,9% de las Empresas Familiares tiene cinco trabajadores o menos y el 22,2% tiene entre seis y veinte trabajadores; por tanto, en su mayoría las Empresas Familiares de Mérida son microempresas y empresas pequeñas.</p> <p>11- En su contribución al pago de impuestos municipales el 79,5% de las Empresas Familiares de Mérida paga Impuesto a la actividad económica, el 82,4% paga la Patente de industria y comercio.</p> <p>12- En su contribución al pago de impuestos nacionales el 72,2% de las Empresas Familiares de Mérida paga el ISLR y el 80,1% de las Empresas Familiares paga IVA.</p> <p>13- Los mayores esfuerzos de comercialización de las Empresas Familiares de Mérida están destinados al mercado local, es decir, estas empresas son locales en sus ventas.</p> <p>14- El 25% o menos de las compras necesarias para el funcionamiento de las Empresas Familiares de Mérida son realizadas en los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales. Esto evidencia que las compras se realizan en cualquier origen (con cierta preferencia en los mercados internacionales), lo cual flexibiliza su proceso de abastecimiento.</p> <p>15- Las Empresas Familiares de Mérida exhiben mayor interés en el apoyo a programas recreativos de la comunidad donde operan.</p> <p>16- Las Empresas Familiares de Mérida muestran mayor propensión al pago de <i>beneficios laborales obligatorios en dinero</i> para sus trabajadores tales como: sueldos y salarios básicos, bono de transporte, utilidades, aguinaldos y bono vacacional.</p> <p>17- Las Empresas Familiares de Mérida llevan a cabo prácticas ecológicas como la recolección de desechos tóxicos.</p> <p>18- Entre las acciones para el cuidado del medio ambiente llevadas a cabo por las Empresas Familiares de Mérida se encuentra el patrocinio a campañas informativas.</p> <p>19- El 51,7% de las Empresas Familiares de Mérida utiliza la estrategia de precios inferiores a los de la competencia (estrategia de liderazgo en costes) para competir en el mercado.</p> <p>20- El 82,4% de las Empresas Familiares de Mérida acostumbran recurrir al financiamiento privado como fuente de recursos para financiar sus operaciones.</p>
<p>ESTRATEGIAS FA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • F1; A1; A2 • F13; A1 	

Fuente: elaboración propia

Estrategias FA:

F1; A1; A2: dado que las Empresas Familiares de Mérida son más numerosas que el resto de empresas del Estado, representando el 74,3% del total de empresas y en vista de los problemas de infraestructura de transporte del Estado, la carencia de buenas vías de acceso a la entidad federal desde otros estados del país, aunado a los problemas de servicios básicos (agua potable, electricidad, gas doméstico, recolección de basura, sistemas de dragado y alcantarillado, inseguridad, entre otros problemas de servicios básicos), las Empresas Familiares, –actuando como agentes impulsores del desarrollo– pueden organizarse para **ejercer presión ante los organismos gubernamentales o llegar a acuerdos en los que se logren de manera conjunta, beneficios y mejoras de estos problemas para mayor provecho de las empresas y de toda la población local.**

F13; A1: dado que las compras necesarias para el funcionamiento de las Empresas Familiares de Mérida son realizadas en los mercados locales, regionales, nacionales e internacionales, sin distinción o preferencia de alguno de estos mercados y en vista de los problemas de infraestructura de transporte (ya que el Estado Mérida no cuenta con puertos costeros, terminales específicos o puertos fluviales, puestos de atraque en puertos, aeropuertos internacionales, buenas vías de acceso al Estado desde otros estados del país), las Empresas Familiares pueden flexibilizar su proceso de abastecimiento al **innovar implementando nuevos procesos de compra, estableciendo alianzas con los proveedores o con otras empresas e instituciones que les permitan mantener un nivel competitivo de inventarios de productos o mejora de sus servicios, disminuyendo o solventando los problemas de infraestructura.**

Estrategias DO:

D10; O4: dado que las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran llevar a cabo acciones para el cuidado del medio ambiente (cuidado y/o reforestación de parques y/o espacios naturales, participación en organizaciones dedicadas al cuidado medio-ambiental u otras acciones para el cuidado del medio ambiente) y en vista de que en el Estado existen instituciones encargadas de la protección y recuperación ambiental como INPARQUES y zonas declaradas como ABRAE (Áreas Bajo Régimen de Administración Especial), las Empresas Familiares pueden iniciar acciones para el cuidado medioambiental en común acuerdo con los organismos encargados del cuidado del medio ambiente en el Estado, lo cual las beneficiaría mejorando su imagen empresarial y las ayudaría a ser pioneras en la práctica de actividades

relacionadas con la conservación y preservación de su entorno natural en beneficio del Estado Mérida.

**Cuadro N° 7.12.
Estrategias Debilidades/Oportunidades DO**

OPORTUNIDADES	DEBILIDADES
1- Infraestructuras de transporte comunicaciones y logística: Aeropuertos nacionales, TrolMérida, Aduana Principal de Mérida.	1- En cuanto a la práctica de contratar personal en condiciones especiales: adolescentes, discapacitados, desfavorecidos (personas con antecedentes penales, mujeres embarazadas o adultos mayores) y extranjeros, las Empresas Familiares merideñas muestran muy poca inclinación por este tipo de contribución social, aún cuando en Venezuela algunas de estas prácticas están normadas por ley.
2- Incubadoras de Empresas y Centros de Innovación Empresarial: Corporación Parque Tecnológico de Mérida (CPTM) a través del Centro de Innovación y Modernización Empresarial (CIME) y al Proyecto Incubadora de Empresas.	2- En su contribución al resto de impuestos municipales las Empresas Familiares de Mérida no muestran buen desempeño en el pago de tributos municipales tales como: Impuesto a inmuebles urbanos, Impuesto a inmuebles rurales, Patente vehicular, Propaganda comercial e industrial u otros impuestos.
3- Infraestructuras Comerciales (Mercados, recintos feriales, centros de exposición): Feria del Sol, Mercado Principal de Mérida.	3- En su contribución al pago de impuestos nacionales las Empresas Familiares de Mérida no muestran buen desempeño en el pago de tributos nacionales tales como: Impuestos a los activos empresariales, Impuesto sobre las sucesiones y donaciones, Impuesto sobre actividades de juego envite y azar, Impuesto sobre cigarrillo y manufactura de tabaco, Impuesto a servicio de telecomunicaciones, Impuestos aduaneros u otros impuestos.
4- Infraestructuras para la protección y recuperación ambiental: INPARQUES y ABRAE.	4- Las Empresas Familiares de Mérida muestran una baja contribución en el monto en bolívares pagado por concepto de ISLR con base en sus enriquecimientos anuales netos y disponibles, obtenidos en dinero o en especie; esto se explicaría por su bajo nivel de actividad económica.
5- Equipamientos culturales y deportivos.	5- Las Empresas Familiares de Mérida muestran bajos porcentajes de contribución con los programas de la comunidad (deportivos, educativos, culturales, otros programas), lo que constituye un indicio de su escaso interés o preocupación por participar en ese tipo de actividades comunitarias.
6- Elaboración de planes estratégicos municipales o regionales: Plan de Ciencia y Tecnología del Estado Mérida y Plan Local de Desarrollo Sustentable de Mérida.	6- Las Empresas Familiares de Mérida muestran altos porcentajes de no contribución u otorgamiento de <i>beneficios laborales obligatorios en especie</i> a los trabajadores.
7- Adecuación de la fiscalidad municipal a la promoción del desarrollo local a través de la ZOLCCYT-Mérida.	7- Las Empresas Familiares de Mérida muestran altos porcentajes de no contribución u otorgamiento de <i>otros beneficios laborales obligatorios</i> a los trabajadores.
8- Instrumentos financieros de apoyo a microempresas y PYME o productos innovadores a través del FIDES.	8- Las Empresas Familiares de Mérida altos porcentajes de no contribución u otorgamiento de <i>otros beneficios laborales voluntarios</i> a los trabajadores.
9- Acceso a fuentes de innovación e I+D a través de FUNDACITE-Mérida y su Unidad de Promoción y Divulgación.	9- Las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran a llevar a cabo prácticas ecológicas (uso de materias primas o productos biodegradables, recolección y clasificación de basura, estrategias de ahorro energético, otras prácticas ecológicas) en sus operaciones cotidianas.
10- Centros Tecnológicos y de Investigación a través de: FUNDACITE-Mérida y su Red Teleinformática; Academia de Software Libre y Fábrica de Software Libre; y de la CPTM y su Centro de Teleinformación (CTI).	10- Las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran llevar a cabo acciones para el cuidado del medio ambiente (cuidado y/o reforestación de parques y/o espacios naturales, participación en organizaciones dedicadas al cuidado medio-ambiental, otras acciones para el cuidado del medio ambiente).

<p>11- Existencia de liderazgo del proceso de desarrollo local a través de la comunidad organizada.</p> <p>12- Existencia y disponibilidad de RRHH cualificados según las necesidades del desarrollo local a través de la Universidad de Los Andes y de otras instituciones de educación superior.</p> <p>13- Servicios de orientación e inserción laboral a través del INCES Mérida.</p> <p>14- Acercamientos entre microempresas, PYME y centros de capacitación (universidades, institutos tecnológicos) a través de la Universidad de Los Andes y de su Centro de Investigación y Desarrollo Empresarial (CIDE).</p> <p>15- Creación de Centros de Formación en Nuevas Tecnologías a través de: FUNDACITE-Mérida y sus Premios Regionales de Ciencia y Tecnología, Redes Socialistas de Innovación Productiva, Programa Casa de los Saberes, Programa FORTALENTO, Programa de Subvenciones, Programa de Apoyo a la Inventiva Popular y de la CPTM y su Centro de Tecnologías (CET).</p>	<p>11- Sólo el 30,1% de las Empresas Familiares de Mérida ha introducido cambios e innovaciones recientes en sus procesos, productos, servicios o estructura organizativa.</p> <p>12- De esas 53 empresas que han introducido cambios e innovaciones recientes, el 43,4% ha introducido productos nuevos o mejorados, el 71,7% ha introducido servicios nuevos o mejorados, el 15,1% ha incorporado métodos de fabricación nuevos o mejorados, el 18,9% ha incorporado sistemas de distribución nuevos o mejorados, el 47,2% ha introducido sistemas de gestión nuevos o mejorados, el 62,3% de las Empresas Familiares ha introducido cambios en la organización del trabajo, el 30,2% de estas empresas ha realizado cambios en las relaciones con otras empresas, el 50,9% ha hecho modificaciones en el diseño o presentación de productos o servicios y el 54,7% ha introducido métodos de venta nuevos o mejorados.</p> <p>13- Las Empresas Familiares de Mérida escasamente disponen o no disponen ni utilizan recursos tecnológicos (conexión a internet, correo electrónico, páginas web, intranet corporativa, compras por internet, ventas a través de internet) para apoyar sus operaciones cotidianas.</p> <p>14- Las Empresas Familiares de Mérida utilizan muy poco estrategias para competir en el mercado, tales como productos distintos a los de la competencia (estrategia de diferenciación), productos dirigidos a un determinado tipo de consumidores (estrategia de enfoque) u otro tipo de estrategia.</p> <p>15- Las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran acudir al financiamiento público como fuente de recursos para financiar sus operaciones.</p> <p>16- Las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran mantener convenios de cooperación ni recibir servicios empresariales o educativos de instituciones como la Universidad de Los Andes, FUNDACITE-Mérida, la CPTM, la ZOLCCYT u otras instituciones que brindan apoyo, asesoría u otros servicios a las empresas en el Estado.</p> <p>17- Las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran recibir información empresarial, capacitación en gestión empresarial, capacitación en gestión tecnológica, consultoría de empresas, apoyo a la innovación, apoyo a la comercialización, local, regional o nacional, apoyo a la comercialización internacional, asesoramiento financiero u otro tipo de servicio ni mantiene otro tipo de convenio con instituciones como la Universidad de Los Andes, FUNDACITE-Mérida, la CPTM o la ZOLCCYT.</p>
<p>ESTRATEGIAS DO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • D10; O4 • D11; D12; O2; O15 • D13; O2 • D15; O8 • D16; D17; O2; O9; O10; O12; O14; O15 • D15; O7 	

Fuente: elaboración propia

D11; D12; O2; O15: dado que apenas el 30,1% de las Empresas Familiares de Mérida ha introducido cambios e innovaciones (productos nuevos o mejorados, servicios nuevos o

mejorados, métodos de fabricación nuevos o mejorados, sistemas de distribución nuevos o mejorados, sistemas de gestión nuevos o mejorados, cambios en la organización del trabajo, cambios en las relaciones con otras empresas, modificaciones en el diseño o presentación de productos o servicios, métodos de venta nuevos o mejorados) de manera reciente en sus procesos, productos, servicios o estructura organizativa y en vista de que en Mérida se cuenta con los servicios de instituciones como: Corporación Parque Tecnológico de Mérida (CPTM, a través del Centro de Innovación y Modernización Empresarial-CIME, el Proyecto Incubadora de Empresas y del Centro de Tecnologías-CET) y FUNDACITE-Mérida (a través de Premios Regionales de Ciencia y Tecnología, Redes Socialistas de Innovación Productiva, Programa Casa de los Saberes, Programa FORTALENTO, Programa de Subvenciones, Programa de Apoyo a la Inventiva Popular), las Empresas Familiares pueden **promover convenios, acuerdos o establecer relaciones con estas instituciones para mejorar sus productos o servicios e introducir mejoras basadas en innovaciones tecnológicas que les permitan ser más competitivas.**

D13; O2: dado que las Empresas Familiares de Mérida escasamente disponen o no disponen ni utilizan recursos tecnológicos (e.g., conexión a internet, correo electrónico, páginas web, intranet corporativa, compras por internet, ventas a través de internet) para apoyar sus operaciones cotidianas y en vista de que en Mérida están disponibles los servicios de la Corporación Parque Tecnológico de Mérida (CPTM, a través de Incubadoras de Empresas y Centros de Innovación Empresarial), las Empresas Familiares de pueden **solicitar a esta institución la capacitación o asesoría para mejorar sus recursos tecnológicos y de comunicación o solicitar albergue a proyectos de base tecnológica como estrategia de emprendimiento e innovación en negocios nuevos o mejorados.**

D15; O8: dado que las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran acudir al financiamiento público como fuente de recursos para financiar sus operaciones y en vista de que en Mérida el sector empresarial cuenta con instrumentos financieros de apoyo a microempresas y PYME o productos innovadores a través del FIDES, las Empresas Familiares de Mérida pueden **acudir a este último como mecanismo de financiamiento de proyectos y actividades de inversión productiva que promuevan el desarrollo sustentable de la comunidad, siendo esta la función de este fondo de inversión.**

D16; D17; O2; O12; O14; O15: dado que las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran mantener convenios de cooperación ni recibir servicios empresariales o educativos de instituciones como la Universidad de Los Andes, FUNDACITE-Mérida, la CPTM, la ZOLCCYT u otras instituciones, tampoco acostumbran recibir información empresarial, capacitación en

gestión empresarial, capacitación en gestión tecnológica, consultoría de empresas, apoyo a la innovación, apoyo a la comercialización, local, regional o nacional, apoyo a la comercialización internacional, asesoramiento financiero u otro tipo de servicio ni mantiene otro tipo de convenios con instituciones y en vista de que en Mérida se cuenta con los servicios de la Corporación Parque Tecnológico de Mérida (CPTM, a través del Centro de Innovación y Modernización Empresarial-CIME, el Proyecto Incubadora de Empresas y el Centro de Tecnologías-CET), FUNDACITE-Mérida y además se dispone de instituciones de educación superior como la Universidad de Los Andes, la UPTM Clever Ramírez, la UNEFA, la UBV y otros institutos universitarios públicos y privados, las Empresas Familiares pueden **promover acercamientos entre las empresas y los centros de capacitación para establecer convenios de cooperación y recibir servicios empresariales o educativos de estas instituciones, mejorando su capacidad productiva y su competitividad.**

D15; O7: dado que las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran acudir al financiamiento público como fuente de recursos para financiar sus operaciones y en vista de que la entidad goza de la adecuación de la fiscalidad municipal a la promoción del desarrollo local a través de la ZOLCCYT-Mérida, las Empresas Familiares pueden **apoyar sus operaciones comerciales en la ZOLCCYT-Mérida como instrumento estratégico de política fiscal y de comercio exterior, para estimular y promover la producción de bienes culturales, científicos y tecnológicos.**

Estrategias DA

D13; A1: dado que las Empresas Familiares de Mérida escasamente disponen o no disponen ni utilizan recursos tecnológicos (conexión a internet, correo electrónico, páginas web, intranet corporativa, compras por internet, ventas a través de internet) para apoyar sus operaciones cotidianas y que la infraestructura de transporte del Estado Mérida no cuenta con puertos costeros, terminales específicos o puertos fluviales, puestos de atraque en puertos, aeropuertos internacionales, buenas vías de acceso al Estado desde otros estados del país, podrían **incrementar el uso de tecnologías de información (TIC) para potenciar sus operaciones de compra y venta a través de internet y así disminuir la amenaza de la infraestructura de transporte y la comercialización por vía terrestre, mejorar la comunicación y los intercambios con su proveedores e incluso con sus clientes locales y foráneos.**

**Cuadro N° 7.13.
Estrategias Debilidades/Amenazas DA**

AMENAZAS	DEBILIDADES
<p>1- Infraestructura de transporte: el Estado Mérida no cuenta con puertos costeros, terminales específicos o puertos fluviales, puestos de atraque en puertos, aeropuertos internacionales, buenas vías de acceso al Estado desde otros estados del país.</p> <p>2- Servicios básicos: en el Estado Mérida se presentan problemas de disponibilidad o acceso a servicios básicos tales como agua potable, electricidad, gas doméstico, recolección de basura, sistemas de dragado y alcantarillado, inseguridad, entre otros problemas de servicios básicos.</p>	<p>1- En cuanto a la práctica de contratar personal en condiciones especiales: adolescentes, discapacitados, desfavorecidos (personas con antecedentes penales, mujeres embarazadas o adultos mayores) y extranjeros, las Empresas Familiares merideñas muestran muy poca inclinación por este tipo de contribución social, aún cuando en Venezuela algunas de estas prácticas están normadas por ley.</p> <p>2- En su contribución al resto de impuestos municipales las Empresas Familiares de Mérida no muestran buen desempeño en el pago de tributos municipales tales como: Impuesto a inmuebles urbanos, Impuesto a inmuebles rurales, Patente vehicular, Propaganda comercial e industrial u otros impuestos.</p> <p>3- En su contribución al pago de impuestos nacionales las Empresas Familiares de Mérida no muestran buen desempeño en el pago de tributos nacionales tales como: Impuesto a los activos empresariales, Impuesto sobre las sucesiones y donaciones, Impuesto sobre actividades de juego envite y azar, Impuesto sobre cigarrillo y manufactura de tabaco, Impuesto a servicio de telecomunicaciones, Impuestos aduaneros u otros impuestos.</p> <p>4- Las Empresas Familiares de Mérida muestran una baja contribución en el monto en bolívares pagado por concepto de ISLR como gravamen sobre sus enriquecimientos anuales netos y disponibles, obtenidos en dinero o en especie, que se explicaría por su bajo nivel de actividad económica.</p> <p>5- Las Empresas Familiares de Mérida muestran bajos porcentajes de contribución con los programas de la comunidad (deportivos, educativos, culturales, otros programas), lo que constituye un indicio de su escaso interés o preocupación por participar en ese tipo de actividades comunitarias.</p> <p>6- Las Empresas Familiares de Mérida muestran altos porcentajes de no contribución u otorgamiento de <i>beneficios laborales obligatorios en especie</i> a los trabajadores.</p> <p>7- Las Empresas Familiares de Mérida muestran altos porcentajes de no contribución u otorgamiento de <i>otros beneficios laborales obligatorios</i> a los trabajadores.</p> <p>8- Las Empresas Familiares de Mérida reportan altos porcentajes de no contribución u otorgamiento de <i>otros beneficios laborales voluntarios</i> a los trabajadores.</p> <p>9- Las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran a llevar a cabo prácticas ecológicas (uso de materias primas o productos biodegradables, recolección y clasificación de basura, estrategias de ahorro energético, otras prácticas ecológicas) en sus operaciones cotidianas.</p> <p>10- Las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran a llevar a cabo acciones para el cuidado del medio ambiente (cuidado y/o reforestación de parques y/o espacios naturales, participación en organizaciones dedicadas al cuidado medio-ambiental u otras acciones para el cuidado del medio ambiente).</p> <p>11- Sólo el 30,1% de las Empresas Familiares de Mérida ha introducido cambios e innovaciones recientes en sus procesos, productos, servicios o estructura organizativa.</p>

	<p>12- De esas 53 empresas que han introducido cambios e innovaciones recientes, el 43,4% ha introducido productos nuevos o mejorados, el 71,7% ha introducido servicios nuevos o mejorados, el 15,1% ha incorporado métodos de fabricación nuevos o mejorados, el 18,9% ha incorporado sistemas de distribución nuevos o mejorados, el 47,2% ha introducido sistemas de gestión nuevos o mejorados, el 62,3% de las Empresas Familiares ha introducido cambios en la organización del trabajo, el 30,2% de estas empresas ha realizado cambios en las relaciones con otras empresas, el 50,9% ha hecho modificaciones en el diseño o presentación de productos o servicios y el 54,7% ha introducido métodos de venta nuevos o mejorados.</p> <p>13- Las Empresas Familiares de Mérida escasamente disponen o no disponen ni utilizan recursos tecnológicos (conexión a internet, correo electrónico, páginas web, intranet corporativa, compras por internet, ventas a través de internet) para apoyar sus operaciones cotidianas.</p> <p>14- Las Empresas Familiares de Mérida utilizan muy poco estrategias para competir en el mercado tales como: productos distintos a los de la competencia (estrategia de diferenciación), productos dirigidos a un determinado tipo de consumidores (estrategia de enfoque) u otro tipo de estrategia.</p> <p>15- Las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran acudir al financiamiento público como fuente de recursos para financiar sus operaciones.</p> <p>16- Las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran a mantener convenios de cooperación ni a recibir servicios empresariales o educativos de instituciones como la Universidad de Los Andes, FUNDACITE-Mérida, la CPTM, la ZOLCCYT u otras instituciones que brindan apoyo, asesoría u otros servicios a las empresas en el Estado.</p> <p>17- Las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran a recibir información empresarial, capacitación en gestión empresarial, capacitación en gestión tecnológica, consultoría de empresas, apoyo a la innovación, apoyo a la comercialización, local, regional o nacional, apoyo a la comercialización internacional, asesoramiento financiero u otro tipo de servicio ni mantiene otro tipo de convenio con instituciones como la Universidad de Los Andes, FUNDACITE-Mérida, la CPTM o la ZOLCCYT.</p>
<p>ESTRATEGIAS DA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • D13; A1 	

Fuente: elaboración propia

CAPÍTULO 8

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1. Conclusiones

En esta investigación se plantea la tesis de que la Empresa Familiar puede constituirse en el factor clave, dinamizador de la economía de una localidad ubicada en la región andina de Venezuela, a saber, el Estado Mérida. Este planteamiento se enmarca en el modelo de desarrollo local.

A lo largo de todo este trabajo se ha argumentado, a través de una serie de referencias citadas, que la capacidad empresarial innovadora a nivel local –en este caso materializada en la presencia de la Empresa Familiar–, constituye un elemento importante para liderar los procesos de desarrollo y movilizar los recursos disponibles. En el contenido teórico se ha planteado que la dinámica económica tiene en los empresarios un recurso potencial y se ha afirmado que su actividad genera eslabonamientos productivos evidenciados en los volúmenes de ventas, servicios prestados, unidades producidas, puestos de trabajo y, especialmente, en los vínculos o relaciones que estos agentes fomentan como resultado de su actividad productiva.

Se ha sostenido también que si a lo anterior se suman las potencialidades de un territorio, tales como localización, recursos naturales y ambientales, capacidad tecnológica, instituciones educativas –todas ellas presentes en el caso de Mérida–, se puede obtener una combinación de factores aprovechables para estimular la productividad y competitividad. Esta combinación de factores puede contribuir a visualizar ventajas comparativas susceptibles de convertirse en ventajas competitivas.

En el estudio también se ha desarrollado la idea de que el éxito de los procesos de transformación productiva, organizativa y social depende en gran medida de la cultura, los recursos disponibles, la capacidad tecnológica, el grado de desarrollo y el nivel educativo, entre otros factores característicos de las sociedades que transitan procesos de cambio. De allí que algunas regiones del mundo, entre ellas América Latina, el cambio y la transición hacia economías y sociedades más desarrolladas haya sido diferente al experimentado por los países/regiones que suelen aludirse como ejemplos exitosos. Esta diferencia es debida, entre otras razones, a la urgencia y necesidad de resolver problemas sociales básicos como inseguridad, delincuencia, vivienda, salud, educación, alimentación, empleo, entre otras prioridades que reclaman, a estas sociedades, todo su tiempo y dedicación para solucionarlas.

Por estas razones, en este estudio se sostiene la idea de que en las localidades de reducida expansión territorial, las empresas de pequeña dimensión –especialmente las Empresas Familiares–, representan un *factor clave* en el ámbito de los negocios. Esto se debe a que estas

empresas poseen rasgos o factores característicos que contribuyen al arraigo del negocio en una localidad, al tiempo que fomentan las relaciones interpersonales con miembros de la comunidad y fortalecen los vínculos e intercambios con otros empresarios a través de relaciones basadas en la confianza, característica que en esta investigación se ha resumido a través del concepto de capital social o relacional.

Todo lo anterior justifica el estudio de las Empresas Familiares y su contribución a los procesos de desarrollo de las comunidades donde operan. Según las fuentes consultadas para este trabajo, este tipo de empresas están en todas partes, se vinculan con diversas actividades económicas y presentan distintas dimensiones; destaca de manera particular su presencia en el ámbito de las PYME.

Fundamentada en estas consideraciones, la presente investigación tuvo por objetivo general *analizar la gestión de la Empresa Familiar y su papel dentro del ámbito local del Estado Mérida, con el propósito de mejorar el rol que desempeña este tipo de negocio a través de su gestión empresarial en el marco del desarrollo local, lo cual le servirá de apoyo para lograr su inserción en los procesos de cambio y contribuirá a convertir a la Empresa Familiar en un factor clave para el desarrollo del Estado.* Así, a partir de los resultados generales obtenidos, la primera conclusión a la que se llega en este trabajo es que por su número, su dimensión reducida y su vinculación con las actividades económicas más destacadas de la región estudiada, así como por su lealtad y compromiso de negocio, orientación a largo plazo, confianza y buenas relaciones con sus interlocutores (producto de su antigüedad y continuidad), la Empresa Familiar resulta el perfil de empresa con más posibilidades de éxito para contribuir y propiciar la implementación exitosa de un modelo de desarrollo local.

Con base en todo lo anterior, a continuación se presentan los principales hallazgos de la investigación, con los que se pretende contribuir con el conocimiento de los negocios de familia de forma general y con el análisis e interpretación del desempeño de las Empresas Familiares de Mérida de forma particular. Estos hallazgos se exponen siguiendo el orden de los objetivos específicos formulados, explicando en cada uno su cumplimiento.

Objetivo específico 1: *Analizar la gestión de las Empresas Familiares con el propósito de conocer el desempeño de estas organizaciones en otros escenarios.*

En esta investigación se ha puesto de manifiesto, a través de las fuentes bibliográficas consultadas y referenciadas, que las Empresas Familiares existen desde siempre. Sin embargo, fue apenas alrededor de 1945 y 1950 cuando comenzaron a tener mayor presencia en el ámbito empresarial. En el campo investigativo su estudio se inició entre 1975 y 1980,

desarrollándose a partir de entonces la investigación en Empresa Familiar como disciplina científica. Esto último facilita en la actualidad indagar de manera más sistemática en la literatura sobre el tema.

En este trabajo se pudo conocer también que las Empresas Familiares constituyen una gran parte del tejido empresarial de países desarrollados, siendo especialmente significativa su presencia en el ámbito de las PYME. No obstante lo anterior, también se encuentran Empresas Familiares de gran tamaño.

En relación con la importancia de estos negocios en el mundo, se encontró que en España y Estados Unidos alrededor del 80% del total de empresas son familiares; en contraste, a nivel de la Unión Europea (como conjunto) el 60% del total de las empresas son propiedad de familias (alrededor de 17 millones); asimismo, 25% de las 100 primeras y más importantes empresas comunitarias son familiares, las que generan aproximadamente 100 millones de empleos.

Otros aspectos destacados de los negocios de familia, que también se resumen en esta investigación, que están vinculados con las cualidades o factores favorables que presentan estos negocios, son los siguientes: se trata de empresas tradicionales, conservadoras, con orientación al largo plazo, que muestran compromiso y lealtad con clientes y proveedores, que fomentan la estabilidad y relaciones consolidadas basadas en la confianza con sus *stakeholders*, por lo que generan capital social familiar o *familiness*.

Adicionalmente se ha demostrado a través de la revisión de investigaciones realizadas por distintos autores citados en este contenido, que estas Empresas presentan: menores costes de transacción, debido a la confianza y reputación que favorecen la lealtad de los clientes, proveedores y empleados; menores costes de capital, debido a la creación de confianza y el establecimiento de relaciones estables con sus interlocutores o *stakeholders*; y menores costes de oportunidad, por su trayectoria y continuidad que les permite desarrollar un conocimiento estrecho del negocio y de las necesidades de los mercados que atienden.

En consecuencia y como argumento concluyente de esta investigación, interesa observar la combinación empresa-familia o *familiness*, como una unidad clave con potencial para estimular procesos de desarrollo. Esto se fundamenta en que este tipo de negocio pareciera predominar sobre otras tipologías de empresas, favorecidas por su estabilidad y consolidación natural con apego a las costumbres y tradiciones del área local donde se instalan, al tiempo que se convierten –a través de la familia–, en componente básico de capital social capaz de

potenciar mejoras en la consecución de esfuerzos conjuntos y en la promoción de valores morales y éticos, necesarios en las relaciones entre agentes socioeconómicos.

Los trabajos empíricos revisados sobre la influencia de la familia en la Empresa Familiar han permitido asociar esta condición con el concepto de capital social. Aunque surge de la sociología, este concepto es considerado como variable de análisis en el ámbito económico, tanto en los correspondientes a empresas como en todos aquellos relacionados con el desarrollo económico. Como ya se ha señalado de diferentes maneras a lo largo del discurso de esta investigación, este concepto se puede definir como la creación de valor (capital) derivado de la relación entre los individuos (social). De la misma forma que el trabajo productivo se traduce en la generación de bienes, las relaciones sociales pueden tener un efecto en términos de beneficio económico, a través de redes sociales como los lazos de parentesco, las redes comunitarias informales y las organizaciones sociales.

Como resultado, la confianza forma parte de la propia naturaleza de la familia y, por extensión, de las relaciones económicas establecidas por este tipo de empresa. Por tanto, la Empresa Familiar es uno de los tipos de organización en la que las relaciones sociales son susceptibles de generar valor. La “familiaridad” de estas empresas resulta de potenciar el capital social familiar para generar beneficios tanto económicos como empresariales (*i.e.*, sus objetivos trascienden los aspectos meramente económicos, tal como ya se ha argumentado en la sección teórica de este trabajo). En esta línea, la preocupación por las generaciones futuras a partir de una buena gestión de los recursos de la empresa constituye un factor de singular importancia en este tipo de negocios. Este rasgo del capital social familiar o *familiness*, si bien ha sido documentado con anterioridad en estudios similares, es una de las características más relevantes de los negocios de familia que destaca entre los hallazgos del presente estudio.

Objetivo específico 2: Desarrollar un marco referencial sobre desarrollo local que sirva de apoyo contextual.

Este contenido sobre el modelo de desarrollo, denominado en la literatura *desarrollo local*, se empleó como base teórica comparativa para contrastar los resultados empíricos obtenidos. Se trataba en última instancia que sirviera de referente en la investigación para conocer qué están haciendo las Empresas Familiares del Estado Mérida para lograr acercarse a este modelo de desarrollo y si, en efecto, tienen posibilidad de hacerlo.

Para sustentar un poco la idea de la importancia de la actuación empresarial en los modelos de desarrollo local y de que las empresas constituyen uno de los *factores clave* para lograr tal

desarrollo, se abordó el tema de la gestión empresarial, la importancia de la innovación en gestión y la conducta de las empresas en las relaciones con sus interlocutores o *stakeholders*.

Partiendo de que el factor empresarial es un elemento clave del proceso de desarrollo local, se puede reconocer la importante participación de la actividad empresarial en la aplicación de los recursos autóctonos para la producción de bienes y servicios. De esta manera se puede decir que la movilidad de recursos, producto del desempeño de los empresarios locales, cobra especial importancia en el rol que representan estos empresarios como agentes de desarrollo.

Según las fuentes revisadas, que permiten vincular el planteamiento anterior con el sub-sector de las empresas propiedad de familias, se puede concluir que los empresarios familiares locales –a través de sus modos de gestión y debido a las características particulares de sus negocios–, generan de forma natural una serie de elementos favorables para el desarrollo local. Destacan entre ellos su visión a largo plazo y su permanencia o antigüedad, todo lo cual les permite acumular capital social o relacional a lo largo de su ciclo de vida. De esta manera fomentan la creación de confianza y el establecimiento de relaciones estables con sus interlocutores o *stakeholders*.

Asimismo, el modelo de desarrollo local hace énfasis en el territorio, que es el escenario inmediato donde operan las empresas. El escenario de las Empresas Familiares a las que hace referencia en esta investigación es América Latina, Venezuela, Mérida. Es así como en este trabajo se ha puesto en evidencia que América Latina requiere de nuevas y diferentes alternativas de desarrollo. Por esta razón se tiene en cuenta la experiencia europea sobre la implementación del modelo de desarrollo local basado en la reconsideración de la importancia de las PYME y su contribución al desarrollo económico a través de la creación de empresas y de empleo. Esta experiencia resulta importante para América Latina en la medida en que sus localidades y regiones, que parten de una situación de atraso, tienen un sector empresarial que en su mayoría está conformado por PYME locales.

Este último aspecto representa una oportunidad para las PYME de América Latina, pues es de esperar que el tejido productivo conformado por PYME tenderá a estar profundamente integrado en el sistema productivo regional a través de los denominados *linkages* de oferta y demanda. Estos *linkages* o eslabonamientos estimulan la confianza en períodos de crisis, la cual se alcanza a través de los resultados obtenidos en los procesos de desarrollo *desde abajo*, dado que esto aumenta la autoestima de la comunidad local que participa en la consecución de tales resultados.

Es por ello que a lo largo de la investigación se presentan argumentos que permitan demostrar que el actor empresarial, unido a otros actores locales, constituye el instrumento a través del cual un territorio reacciona y ofrece respuestas a situaciones de atraso o a la problemática económica específica en la que se encuentra. En consecuencia, en esta parte del trabajo se concluye que la cercanía espacial potencia relaciones de confianza y estas a su vez incrementan el capital social o relacional. Este tipo de capital es un capital colectivo que todos los miembros de la localidad o territorio pueden usar; es un subproducto de su propia cultura, que constituye un insumo de bajo costo y de suministro ilimitado que cambia cualitativamente los productos o servicios y se denomina *factor clave*. Por tanto, existe una *cuasi renta relacional* entre los actores pertenecientes a espacios territoriales pequeños, lo que debería contribuir a facilitar la elaboración y puesta en marcha de proyectos colectivos de innovación.

Todas estas relaciones o vinculaciones entre conceptos fortalecen la idea de la conformación de redes, que es uno de los planteamientos centrales del modelo de desarrollo local. En estas redes de relaciones cercanas (basadas en primer lugar en la confianza y luego, de manera más formal, en acuerdos, pactos o convenios entre los demás agentes de desarrollo y las empresas), entra en juego el rol de animadores que desempeñan las entidades gubernamentales. Para ello se requiere que las entidades gubernamentales fomenten, según el modelo de desarrollo local, una política de desarrollo cuya estructura y gestión sea *descentralizada*, apoyada en organizaciones intermedias, tales como administraciones estatales, regionales, locales y comunitarias, universidad y centros educativos, otras empresas y otros colectivos o instituciones.

Por todo lo anterior se concluye que son las Empresas Familiares locales las que mejor satisfacen las expectativas de empresa local con posibilidades de contribuir al proceso de desarrollo, por su dimensión mayoritariamente de PYME y por su trayectoria y continuidad que genera eslabonamientos productivos capaces de superar períodos de crisis y situaciones de atraso, sobre la base de su propio y natural capital social o relacional.

Por tanto, con base en la teoría sobre desarrollo local que ha servido de marco referencial a esta tesis, se concluye que el *factor clave* se puede materializar bajo el supuesto de que las características particulares de las Empresas Familiares, combinadas con las oportunidades del Estado Mérida, pueden hacer de este territorio una región más productiva y competitiva.

Objetivo específico 3: *Caracterizar la gestión de las Empresas Venezolanas en general y las Empresas Familiares en particular, su historia, estructura y funcionamiento.*

La historia y evolución del sector empresarial venezolano ha estado íntimamente ligada y determinada por la historia económica del país. Igual situación ocurre con la historia de las Empresas Familiares, cuya aparición en Venezuela se remonta a comienzos del siglo XX. De esta manera, la dependencia petrolera debida a la monoproducción y los cambios en las políticas públicas del país a lo largo de su historia han incidido de forma determinante en las características del sector empresarial de hoy.

Entre los aspectos más destacados sobre la historia de este sector se tiene que en la década de 1980 un estudio sobre empresas en Venezuela determinó que el 88% de las mismas mantenía la propiedad de la empresa concentrada en menos de cinco accionistas, mientras que en el 69% de éstas el poder de decisión estaba en manos de un sólo individuo o de un grupo familiar, a través del estudio general sobre medianas y grandes empresas venezolanas, este estudio permitió identificar algunos rasgos de similitud con las Empresas Familiares. Entre otras características, este trabajo determinó que en Venezuela: i) el empresario fundador participa y tiene influencia en las decisiones primordiales de la empresa; ii) la propiedad y dirección de la empresa se encuentra en manos de un pequeño grupo de personas que por lo general son el dueño y sus familiares; iii) las empresas venezolanas exhiben poca iniciativa para incrementar el capital accionario incorporando socios que no sean de la familia; y, iv) generalmente los cargos de alto nivel de las empresas, así como los de nivel operativo, son ocupados por el fundador y sus familiares.

Sobre el estudio del sub-sector Empresas Familiares de forma particular se identificaron algunos esfuerzos académicos, particularmente referidos a la recopilación de información sobre estos negocios en la década de 1970. En esta época reconocidos investigadores como Richard Beckhard e Iván Lansberg realizaron estudios pioneros en Venezuela sobre el tema de las Empresas Familiares. Estos investigadores se vieron motivados por la oleada migratoria que se registró en el país entre las décadas de 1950 y 1960, que entre otras externalidades positivas, devino en la conformación de unidades económicas gerenciadas por grupos de familias extranjeras.

Más adelante, otras investigaciones realizadas en Venezuela, relacionadas con el tema de estudio, en señalan algunas particularidades de la Empresa Familiar venezolana, entre las que se destacan las siguientes: i) aunque dirigidas al ramo artesanal en su origen, posteriormente fueron evolucionando hacia el ramo industrial; ii) presentan orientación al largo plazo y mayor independencia de acción, con fuerte cultura familiar como fuente de orgullo; y, iii) entre sus valores se encuentran la estabilidad, el compromiso, la motivación, así como mayor adaptación en tiempos de crisis y su disposición a reinvertir beneficios.

Todos estos hallazgos sobre el sector empresarial venezolano van develando, como punto común, la creciente presencia de las empresas familiares, su consolidación como tipología predominante (de manera análoga que en otros países), así como los rasgos que les caracterizan. No obstante, en Venezuela no se cuenta actualmente con una definición oficial sobre Empresa Familiar, salvo algunas menciones que se hacen en algunos instrumentos de política pública que fueron citados. En estos se define la *Unidad Productiva Familiar* como una organización integrada por miembros de una familia que desarrollan proyectos socioproductivos dirigidos a satisfacer las necesidades básicas de sus miembros y de la comunidad.

Objetivo específico 4: *Revisar la institucionalidad y las políticas públicas vinculadas al sector empresarial venezolano y su incidencia en las Empresas Familiares, teniendo como marco el modelo de desarrollo local.*

En esta parte de la investigación se reconoce que el Estado venezolano hace un reconocimiento al importante papel de las empresas, especialmente a las de pequeña dimensión, a través de la estructura institucional y de los diferentes organismos creados para apoyar a este sector; ello con el propósito de que contribuyan a incrementar el empleo, la producción interna y –en general– que permitan mejorar la renta nacional. Sin embargo, esta actuación a través de las políticas públicas no ha sido suficiente en el caso venezolano.

En este sentido, la conclusión a la que se llega en este trabajo después de revisar las políticas públicas relacionadas con el sector empresarial –especialmente su escasa mención al subsector de Empresas Familiares–, es que la cantidad de programas, políticas, planes e instituciones no ha logrado articular una acción clara, direccionada, sistemática y permanente para este importante sector. Se observó que la legislación venezolana contempla acciones que no han sido aplicadas, al tiempo que los planes establecen propósitos que cambian cuando se cambia un organismo por otro (fusión, cambio de denominación, eliminación/creación, entre otros), lo cual no permite direccionalidad y consistencia. Asimismo, la implementación a partir de 1999 de un “modelo productivo socialista” tiene particulares efectos e implicaciones en los agentes económicos del país, especialmente por la preferencia de aquél por los principios comunitarios y sociales por encima de la actividad privada tradicional.

Dos aspectos de interés para esta investigación en materia de políticas públicas relacionadas con el tema central del trabajo y que se encuentran plasmados en los planes del Estado, son los siguientes: i) el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007 fue el primero en hacer referencia al modelo de desarrollo local que se aplicaría en el país,

denominado en este caso *Modelo de desarrollo endógeno y soberano*; y, ii) el Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013, que presenta un contenido más político e ideológico, en el que resalta la finalidad de transformar la Nación en un Estado socialista. Dentro de este contenido surgen nuevas formas de organización económica inspiradas en valores comunitarios y de solidaridad social como las cooperativas, Empresas de Producción Social (EPS) y Unidades de Producción Social (UPS), entre otras. Esto ha hecho que en Venezuela coexistan las empresas de propiedad *privada* junto con las empresas de propiedad *social* (cooperativas y unidades familiares o comunitarias).

Una vez resumidos los principales lineamientos de los planes de desarrollo formulados para los tres últimos lustros, con base en la revisión de las políticas públicas relacionadas con el tema en estudio, se puede concluir que en Venezuela existe toda una plataforma estructural de planificación y concepción de lineamientos públicos para la puesta en marcha y consolidación de un nuevo enfoque para el desarrollo del país. No obstante y de manera paradójica, hay que apuntar que la estrategia presentada se apoya en una concepción de desarrollo *desde arriba*, lo cual no contribuye con la participación efectiva y le resta competencias al esfuerzo de organización social y comunitaria que se ha adelantado de manera incipiente en el país.

En el caso particular de las empresas en estudio, la referencia y consideración específica de la Empresa Familiar en las políticas públicas de Venezuela y en el ordenamiento jurídico dedicado a direccionar la actividad empresarial en el país es muy escasa. Solo se encontraron breves menciones en la Constitución Nacional en vigor y en la Ley de Fomento y Desarrollo de la Economía Popular, en la que se le denomina Unidad Productiva Familiar. La escasa mención de la Empresa Familiar en la normativa jurídica de Venezuela es un indicador de la reducida importancia de este sector para la gestión gubernamental, a pesar del rol que desempeñan tales entidades como potenciadoras de ventajas competitivas para el sector empresarial que se ha evidenciado a lo largo de la presente investigación.

Aunado a lo anterior, en Venezuela sólo se dispone de cifras oficiales para el sector industrial manufacturero y lo que se denomina Pequeña y Mediana Industria o PYMI en contadas fuentes oficiales: las cifras que publican el Banco Central de Venezuela y el Instituto Nacional de Estadística, a partir de la Encuesta Industrial (la última de las cuales se publicó en 2007). Este rasgo representa también un obstáculo para el estudio y evaluación del desempeño de las empresas propiedad de familias en el país y –por tanto–, para un oportuno y adecuado diagnóstico situacional, punto de partida y herramienta fundamental para el diseño de políticas públicas para dicho sector.

Objetivo específico 5: *Explicar la gestión de las Empresas Familiares merideñas y su importancia en la localidad.*

En relación con el análisis de los resultados empíricos de esta investigación, se identificaron factores favorables y desfavorables de las Empresas Familiares en el contexto estudiado. Los aspectos favorables permiten destacar el importante rol de las Empresas Familiares en el ámbito de estudio. Por su parte, los aspectos desfavorables se intentan presentar aquí desde una perspectiva optimista, en el sentido de que puedan ser vistos como debilidades de estas empresas que combinadas con oportunidades del entorno permitan formular estrategias para la acción; todo ello se describe de forma más específica en el siguiente apartado dedicado a recomendaciones. Entre los aspectos más destacados de las Empresas Familiares de Mérida como factor clave para el desarrollo local del Estado y que permiten *explicar la gestión de las Empresas Familiares merideñas y su importancia en la localidad*, tal como se expresa en este objetivo específico, se tienen los siguientes:

En cuanto a las características de las empresas: las Empresas Familiares de Mérida son más numerosas que el resto de empresas, pues representan el 74,3% del total de la entidad. De éstas, el mayor número se inscribe bajo la figura de Empresas Unipersonales registradas a nombre del dueño o propietario en representación del grupo familiar.

Una situación similar se observó con respecto a la dimensión de estos negocios. El 82,4% de las Empresas Familiares son microempresas, mientras que el 14,2% son pequeñas y el 3,4% son medianas y grandes. Así, aunque predominan en la dimensión microempresa, las EF están presentes en el total de empresas del Estado en cualquiera de sus dimensiones. Este hallazgo es confirmado también por el Modelo Logit estimado, según el cual estas empresas son de pequeña dimensión, cuyo tamaño corresponde al de una microempresa con un total de trabajadores de 0 a 5, incluyendo en el total de trabajadores a Propietarios y Socios más empleados.

En cuanto a la contribución al empleo de las Empresas Familiares puede decirse que siendo este grupo de empresas más numeroso que el resto, en el análisis de la estadística descriptiva se observó que el 55,1% de éstas mantuvo igual (no aumentó ni disminuyó) el número de trabajadores durante el período de la consulta, por lo que se consideran conservadoras en cuanto este factor. Asimismo, se encontró una tendencia de las Empresas Familiares de Mérida a estar asociadas al tipo de actividad económica comercial. Además, 70% de estas empresas son relativamente jóvenes, con una edad de 10 años o menos, frente a 30% de empresas de más de 10 años de edad, con trayectoria y continuidad en la entidad.

Al estimar el Modelo Logit Binario (MRL) a partir de los datos muestrales se obtuvo que las Empresas Familiares estudiadas se relacionan con la dimensión de microempresa con 5 trabajadores o menos. Y en cuanto a la variación del número de empleados respecto al año anterior se encontró que una empresa que tuvo una contribución mayor al empleo en el año anterior tiene más probabilidad de ser Empresa Familiar.

En relación con lo planteado en la primera hipótesis H_1 , en la cual se expresa lo siguiente: *los factores característicos de las Empresas Familiares (condición jurídica, actividad económica, antigüedad, tamaño, contribución al empleo, nivel educativo de los propietarios o gerentes) de Mérida hacen que contribuyan en mayor medida con el desarrollo local: mientras más estén asociadas a actividades económicas como comercio y servicios, mientras mayor sea su contribución al empleo, antigüedad, nivel educativo y menor sea su tamaño, contribuyen en mayor medida con el desarrollo local del Estado*, al efectuar el Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM) a las variables relacionadas con las **características de las empresas**, se puede concluir que las Empresas Familiares de Mérida se registran bajo las figuras de Empresa Unipersonal, S.R.L. o Sociedad Anónima. También se observa su vinculación con una de las actividades económicas predominantes en Mérida, a saber, los Servicios. Asimismo se aprecia su pequeña dimensión –rasgo que favorece su flexibilidad y capacidad de adaptación al cambio– y su antigüedad –que supera los 10 años, lo que las hace más estables y consolidadas–. Luego, en cuanto a la contribución al empleo y el nivel educativo de los propietarios y/o gerentes de estas empresas, al realizar el ACM no se aprecia una clara tendencia en estos factores característicos. Por tanto, en estos últimos aspectos hay que remitirse a los resultados obtenidos a través de las estadísticas descriptivas y el Modelo Logit Binario, los cuales acaban de ser comentados.

Con respecto a la dimensión económica de las empresas: las Empresas Familiares de Mérida contribuyen escasamente con el pago de impuestos municipales y nacionales. Al estimar el Modelo Logit (MRL) a partir de los datos asociados con esta dimensión se observó que el pago del Impuesto Nacional denominado Sucesiones y donaciones no está relacionado con el hecho de que la empresa sea familiar.

En cuanto al destino de sus ventas o prestación de servicios, estas empresas realizan sus mayores esfuerzos de comercialización en los mercados locales. En cuanto al origen de las compras, la Empresas Familiares no muestran distinción o preferencia por alguno de estos mercados, lo cual flexibiliza el proceso de abastecimiento.

Asimismo, según lo planteado en la segunda hipótesis **H₂**, formulada de la siguiente manera: *los aspectos favorables de las Empresas Familiares de Mérida medidos en términos de su buen desempeño en la **Dimensión Económica** (pago de impuestos, ventas, pago de mano obra, destino de las ventas, origen de las compras) hacen que contribuyan más con el desarrollo local del Estado: mientras mayor sea la contribución o buen desempeño en relación con estos aspectos, mayor será la contribución al desarrollo local en su Dimensión Económica*, al efectuar el Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM) a las variables relacionadas con **la dimensión económica de las empresas**, se puede concluir que las Empresas Familiares objeto de estudio no pagan la mayoría de los impuestos nacionales y municipales previstos en la legislación venezolana. De este comportamiento puede deducirse que son informales en su desempeño tributario y en sus compromisos con imposiciones gubernamentales. Asimismo se observa que sus ventas son predominantemente locales, con lo cual se presume una competitividad limitada al ámbito del Estado Mérida. No obstante, con respecto a sus compras parecieran no tener preferencia por la localización de los mercados, lo cual podría contribuir a flexibilizar su proceso de abastecimiento. Estos hallazgos derivados del ACM confirman los resultados obtenidos a través de las estadísticas descriptivas.

En los resultados relacionados con la dimensión socio-ambiental de las empresas: referida al apoyo a programas para beneficio de la comunidad donde operan, al comportamiento de estos negocios en materia de pago de beneficios obligatorios y voluntarios a sus trabajadores y a su conducta medio-ambiental, se observó que las Empresas Familiares de Mérida exhiben mayor interés en el apoyo a *Programas recreativos* de la comunidad donde operan. Asimismo, estas empresas muestran mayor propensión al pago de *beneficios laborales obligatorios en dinero* para sus trabajadores, tales como sueldos y salarios básicos, bono de transporte, utilidades, aguinaldos y bono vacacional. En cuanto a prácticas ecológicas, las Empresas Familiares de Mérida llevan a cabo la *recolección de desechos tóxicos*, resaltando además el *patrocinio a campañas informativas* entre las acciones que llevan a cabo para el cuidado del medio ambiente.

Al estimar el Modelo Logit Binario (MRL) a partir de los datos muestrales, en esta dimensión se observa que la contribución a *Programas* de la comunidad como los de tipo *recreativo* hace que aumente la probabilidad de que la empresa sea familiar, lo cual confirma los resultados obtenidos a través de las estadísticas descriptivas.

Por otra parte, de acuerdo con la tercera hipótesis **H₃**, que plantea que: *los aspectos favorables de las Empresas Familiares de Mérida medidos en términos de su buen desempeño en la **Dimensión Socio-Ambiental** (contribuciones comunitarias, pago de beneficios laborales*

*obligatorios y voluntarios a los trabajadores, prácticas ecológicas y acciones de cuidado medio-ambiental) hacen que contribuyan más con el desarrollo local del Estado: mientras mayor sea la contribución o buen desempeño en relación con estos aspectos, mayor será la contribución al desarrollo local en su Dimensión Socio-Ambiental, una vez realizado el Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM) a las variables relacionadas con **la dimensión socio-ambiental de las empresas**, se concluye que las Empresas Familiares no acostumbran otorgar la mayoría de beneficios laborales de ley a sus trabajadores (obligatorios y voluntarios). Entre los pocos beneficios que son otorgados por estas empresas se encuentran: Sueldos y salarios, Bono de Transporte, Seguro Social Obligatorio (S.S.O.), Ley de Política Habitacional (LPH) y Paro Forzoso y Asistencia médica. Sin embargo, como ya se ha indicado, el Modelo Logit Binario da cuenta que estas empresas definitivamente No pagan Seguro Social Obligatorio (S.S.O.) a sus trabajadores como parte de sus obligaciones contractuales.*

Esta conducta empresarial se explica porque particularmente en Venezuela la baja propensión al pago de compromisos contractuales tiene la misma explicación que la baja recaudación de impuestos. Así, como ya fuera explicado en la nota al pie N° 54 de esta investigación, esta situación se debe a que los problemas de la economía venezolana repercuten en la decisión de los empresarios de asumir la menor cantidad de obligaciones y compromisos de ley. Por tanto, y lejos de lo que pudiera inferirse a priori, no responden a malas prácticas empresariales o a la evasión tributaria.

Actualmente el número de empresas en el país se ha reducido significativamente. Asimismo, las empresas privadas más importantes –luego de estatizadas– han incurrido en pérdidas y por tanto no han tenido que pagar el Impuesto Sobre La Renta (ISLR) ni la mayoría de otros impuestos que sí pagaban cuando estaban en manos privadas; las que aún existen son pequeñas en su mayoría y no generan suficientes ingresos como para que estos beneficios sean gravables por los impuestos de ley. A ello se suman los malos servicios públicos como los eléctricos, los portuarios o el mantenimiento de las vías, así como la falta de confianza para invertir en el país, configurando así un escenario de elevada adversidad para la creación y consolidación de la actividad empresarial.

Adicionalmente debe tenerse en cuenta que la mayoría de los nuevos empleos que se crean son esencialmente precarios y nuevos, práctica con la que persiguen evitar obligaciones contractuales a largo plazo como prestaciones sociales acumuladas, entre otras obligaciones ya mencionadas a lo largo de la exposición de los resultados empíricos de este trabajo. Además, las empresas privadas que subsisten en su mayoría deben colocar su producción en el mercado a precios regulados/congelados, lo que provoca que su rentabilidad sea baja o

inexistente; en consecuencia, tampoco les corresponde pagar algunos impuestos (particularmente aquellos basados en el nivel de actividad económica, como el ISLR). Toda esta situación que debe afrontar actualmente la empresa, no solo a nivel de Estados como es el caso de Mérida, sino a nivel de todo el país, repercute inexorablemente en el comportamiento empresarial respecto al pago de obligaciones contractuales y fiscales.

En cuanto a las contribuciones comunitarias de carácter voluntario, como el apoyo a programas de la comunidad, el ACM indica que las empresas en estudio sólo contribuyen con *Programas de tipo recreativo*, mientras que entre las prácticas ecológicas y acciones de cuidado medio ambiental se encuentran la *Recolección de desechos tóxicos* y el *Patrocinio a campañas informativas*. Estos resultados son cónsonos con los derivados de las estadísticas descriptivas que ya fueron mencionados, por lo que se concluye que estos hallazgos dan cuenta de la exigua conducta de las Empresas Familiares estudiadas en relación con las contribuciones a la comunidad y al cuidado medio ambiental.

En relación con la dimensión tecnológica y de innovación de las empresas: los resultados dan cuenta que sólo el 30,1% de las Empresas Familiares de Mérida ha introducido cambios e innovaciones recientes en sus procesos, productos, servicios o estructura organizativa y escasamente disponen, o bien no disponen ni utilizan recursos tecnológicos (conexión a internet, correos electrónicos, página web, intranet corporativa, compras por internet, ventas a través de internet) para apoyar sus operaciones cotidianas. Asimismo, entre los resultados más destacados de esta dimensión se tiene que el 51,7% de las Empresas Familiares de Mérida utiliza la estrategia de precios inferiores a los de la competencia (estrategia de liderazgo en costos) para competir en el mercado.

En este punto es importante destacar que en esta dimensión las Empresas Familiares tienen un potencial para desarrollar pues –como se ha mencionado–, en Mérida hay infraestructura tecnológica disponible (a través de los recursos disponibles al servicio de las empresas en organizaciones como FUNDACITE-Mérida, la Corporación Parque Tecnológico de Mérida-CPTM, la Zona Libre Científica Cultural y Tecnológica-ZOLCCYT, la Universidad de Los Andes), para ser utilizada por las empresas y estimular así la innovación y la competitividad. No obstante, está claro que la sola infraestructura tecnológica no es suficiente para garantizar la innovación, por lo que es necesario estimular esta última. Cuando se estimó el Modelo Logit Binario con base en los datos muestrales en esta dimensión, ninguna variable resultó significativa.

Asimismo, en el planteamiento de la cuarta hipótesis **H₄**, se expresó lo siguiente: *los aspectos favorables de las Empresas Familiares de Mérida medidos en términos de su buen desempeño en la **Dimensión Tecnológica y de Innovación** (introducción de cambios e innovaciones en sus procesos, productos, servicios o estructura organizativa, tipos de cambios o innovaciones, recursos tecnológicos disponibles, estrategias para competir en el mercado) hacen que contribuyan más con el desarrollo local del Estado: mientras mayor sea la contribución o buen desempeño en relación con estos aspectos, mayor será la contribución al desarrollo local en su Dimensión Tecnológica y de Innovación.* No obstante, al realizar el Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM) a las variables relacionadas con **la dimensión tecnológica y de innovación de las empresas**, se puede concluir que las Empresas Familiares son poco propensas a introducir cambios e innovaciones para apoyar sus operaciones cotidianas, al tiempo que el uso de recursos tecnológicos es escaso o inexistente y únicamente emplean las estrategias de precios inferiores y de enfoque para competir en el mercado.

Sin embargo, dado que la dimensión tecnológica y de innovación es esencial para la implementación exitosa de un modelo de desarrollo local; considerando que la innovación ha sido tratada a lo largo de esta investigación como una variable fundamental para desarrollar ventajas competitivas en las Empresas Familiares, es necesario enfatizar que el Estado Mérida cuenta con toda una plataforma institucional de orientación tecnológica disponible para ser puesta al servicio de las empresas y estimular la innovación y la competitividad. De allí que, como ya se ha mencionado, sea necesario estimularlas a través del uso de servicios y productos de base tecnológica.

De igual modo, en esta dimensión es necesario considerar que algunas veces la incorporación de una pequeña mejora (innovación) en los productos o servicios o en la forma de hacer las cosas (innovación en gestión empresarial) produce cambios significativos en la productividad y rentabilidad de la empresa, así como en la percepción de los clientes o usuarios sobre la imagen del negocio. Algo tan elemental como lo que Pérez (1996) llama *sentido común gerencial*, en este caso se traduce en algo simple como usar las TIC's (internet, correo electrónico, página web) para potenciar los intercambios, agilizar los procesos, acercar la empresa a los clientes en situaciones donde el uso del tiempo es un factor estratégico y además, mejorar la imagen de los negocios.

En relación con los resultados referidos a la dimensión institucional de las empresas: estos muestran que las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran acudir al financiamiento público como fuente de recursos para financiar sus operaciones. Sin embargo, sería conveniente reconsiderar esta práctica gerencial, pues como se ha podido constatar en las

fuentes revisadas, quizás el acceso al financiamiento no sea un problema básico para las empresas en Venezuela (a diferencia de lo que ocurre comúnmente en el mundo), dada la red de instituciones privadas y públicas que ofrecen créditos para el segmento.

También se pudo conocer, a través de las estadísticas descriptivas, que las Empresas Familiares de Mérida no acostumbran mantener convenios de cooperación ni recibir servicios empresariales o educativos de instituciones como la Universidad de Los Andes, FUNDACITE, CPTM, la ZOLCCYT u otras instituciones que brindan apoyo, asesoría u otros servicios a las empresas en el Estado. Para esta dimensión, al estimar el Modelo Logit Binario a los datos muestrales tampoco se identificaron variables significativas.

En esta parte de la investigación el planteamiento de la quinta hipótesis H_5 , se formuló de la siguiente manera: *los aspectos favorables de las Empresas Familiares de Mérida medidos en términos de su buen desempeño en la **Dimensión Institucional** (financiamiento público o privado, convenios de cooperación con otras instituciones, servicios empresariales o educativos recibidos de otras instituciones, tipo de servicios empresariales o educativos recibidos) hacen que contribuyan más con el desarrollo local del Estado: mientras mayor sea la contribución o buen desempeño en relación con estos aspectos, mayor será la contribución al desarrollo local en su Dimensión Institucional.* Al efectuar el Análisis de Correspondencias Múltiples (ACM) a las variables relacionadas con **la dimensión institucional de las empresas**, se puede concluir que las Empresas Familiares estudiadas no acostumbran utilizar el financiamiento público para apalancar sus operaciones cotidianas y se apoyan sólo en el financiamiento privado. Esta práctica limita su expansión y crecimiento, al tiempo que incrementa su estructura de costes, pues el financiamiento privado utilizado suele ser más costoso que el proveniente de fuentes públicas. Asimismo, su vinculación con sus interlocutores (gobierno, universidades y otras empresas) exhibe un desempeño poco favorable como expresión de sus relaciones con otros agentes de la localidad, pues no se establecen convenios de cooperación ni se reciben servicios empresariales o educativos desde otras instituciones.

Estos resultados evidencian la pérdida de una valiosa oportunidad, en el sentido que si bien en Mérida está ausente un conjunto de factores materiales asociados al territorio (infraestructura física, técnica, industrial, urbana, etc.), existen en contraposición otro conjunto de factores inmateriales presentes y potenciales (herencia cultural, *know how*, gente joven y centros educativos). De allí que, para el caso de las Empresas Familiares, es necesario revertir la tendencia a desaprovechar las relaciones con otros agentes de la localidad, a no utilizar los recursos disponibles (instituciones privadas y públicas que ofrecen créditos para el segmento) y los factores inmateriales presentes y potenciales. De lograrlo, permitiría que estas empresas

desarrollen su *propio capital social* o red de relaciones, para potenciar ventajas competitivas basadas en la disponibilidad de estos recursos y en la cercanía espacial.

En este estudio se ha pretendido demostrar que a pesar de que existen factores desfavorables para las Empresas Familiares estudiadas, que pueden representar un obstáculo para *mejorar el rol que desempeña este tipo de negocio a través de su gestión empresarial* (tal como se plantea en el objetivo general), es imperativo y estratégico conocer estos factores; esto permite gestionarlos a favor de las empresas y, de forma extensiva, a favor del territorio y de su gente. En este caso y de acuerdo con estos resultados, habría que considerar que algunas veces haciendo cosas simples y de bajo coste –que están dispuestas casi a la espera de una visión estratégica y de conjunto para ponerlas en acción–, todos estos factores negativos se podrían transformar en ventajas competitivas para el éxito.

Por ello, al final de esta investigación se afirma que el potencial de las Empresas Familiares resulta atractivo y prácticamente ilimitado. A lo largo de ella se ha puesto en evidencia que las Empresas Familiares tienen un potencial subyacente en uno de sus aspectos característicos más destacados, que es la capacidad para generar capital social de forma casi natural. Este rasgo les confiere una ventaja competitiva que no representa costes adicionales para este tipo de negocio.

Se trata de su *capital relacional* o conjunto de relaciones basadas en la confianza que pueden fomentar y desarrollar a lo largo de su ciclo de vida, producto de su trayectoria, antigüedad y continuidad a través de distintas generaciones a cargo del negocio de familia, en una misma localidad o territorio. Si la localidad es pequeña, como se ha visto en este estudio, existe la posibilidad de potenciar lazos de solidaridad y buena convivencia, lo que a su vez puede potenciar la cooperación y el desarrollo de alianzas estratégicas.

En síntesis, esto es tal y como se ha definido a lo largo de este trabajo como *factor clave*: éste se materializa gracias a la aparición *de un insumo particular de bajo coste y suministro ilimitado que cambia cualitativamente los productos o servicios*. Todo lo cual puede lograrse a través de adecuada gestión de las Empresas Familiares de Mérida, sobre la base de buena convivencia con los otros agentes de desarrollo que hacen vida en la localidad.

Para finalizar, a continuación se presenta una serie de *recomendaciones*, que resultan de combinar factores favorables y desfavorables de las empresas que han sido objeto de estudio y del territorio donde operan. Con ello se da cumplimiento al objetivo específico 6, que plantea: *Enunciar los elementos clave en la gestión de las Empresas Familiares merideñas para lograr que éstas contribuyan al desarrollo local del Estado*.

8.2. Recomendaciones

En este apartado final se esbozan algunas recomendaciones para el sector de las Empresas Familiares de Mérida. Su propósito es servir de base para futuras investigaciones de mayor alcance y amplitud sobre esta línea de investigación. No obstante es necesario advertir que todos los resultados aquí presentados, incluidas las siguientes sugerencias, se derivan del estudio de una realidad que corresponde a un lugar y tiempo con rasgos muy particulares. Dado que en Venezuela en años recientes se acelera la velocidad con que ocurren los cambios económicos, políticos y sociales (el entorno de la Empresa Familiar), los aportes deben ser considerados con mesura; ello además, porque este trabajo constituye apenas una primera aproximación al estudio de este importante sector empresarial en la citada región. Las recomendaciones para las Empresas Familiares de Mérida son las siguientes:

1. Incrementar el número de propietarios y/o gerentes con formación universitaria y hacerlo extensivo al resto del personal de las Empresas Familiares. Para ello puede aprovecharse la variada oferta de estudios en instituciones de educación superior e instituciones de educación/formación para el trabajo, cuyas ofertas de servicios en muchos casos son de muy bajo coste (e incluso, gratuitas) y están disponibles en Mérida.
2. Solicitar a la Corporación Parque Tecnológico de Mérida (CPTM), a través de Incubadoras de Empresas y Centros de Innovación Empresarial, la capacitación o asesoría para mejorar sus recursos tecnológicos y de comunicación.
3. Alternativamente, solicitar a la institución señalada en el punto anterior el albergue de proyectos de base tecnológica como estrategia de emprendimiento e innovación en negocios nuevos o mejorados.
4. Promover acercamientos entre las Empresas Familiares y los centros de capacitación, tales como la Corporación Parque Tecnológico de Mérida (CPTM), a través del Centro de Innovación y Modernización Empresarial (CIME), el Proyecto Incubadora de Empresas y el Centro de Tecnologías (CET); FUNDACITE-Mérida; la Universidad de Los Andes y otras instituciones de educación superior, para establecer convenios de cooperación y de prestación de servicios empresariales o educativos con el propósito de mejorar la capacidad productiva y competitividad de las EF.
5. Promover convenios, acuerdos o acercamientos con estas instituciones para mejorar los productos o servicios de las Empresas Familiares, así como introducir mejoras basadas en innovaciones tecnológicas que les permitan mejorar su capacidad

productiva y su competitividad.

6. Solicitar el respaldo financiero del Fondo Intergubernamental para la Descentralización (FIDES) para financiar proyectos y actividades de inversión productiva que promuevan el desarrollo sustentable **de la comunidad**, a través de obras de infraestructura enmarcadas dentro de los planes nacionales de desarrollo, servicios propios de la vida local, actividades de prevención de riesgos o catástrofes, proyectos orientados a la conservación defensa y mantenimiento, saneamiento, recuperación y vigilancia del ambiente y de los recursos naturales, formulación de proyectos o estudios de preinversión, proyectos destinados al financiamiento de las áreas de ciencia e innovación tecnológica, entre otros, los cuales son el objeto del FIDES.
7. Aumentar su disponibilidad financiera para apalancar proyectos de inversión **de las propias Empresas Familiares**, ampliación o mejoras a través del financiamiento público, aprovechando los instrumentos financieros de apoyo a empresas y PYME o productos innovadores a través del FIDES, la Ley para el fomento y desarrollo de la economía popular, la Ley para la promoción y desarrollo de la pequeña y mediana industria y unidades de propiedad social, entre otros.
8. Ejercer presión ante los organismos gubernamentales o llegar a acuerdos en los que, de manera conjunta, se puedan alcanzar beneficios y mejoras sustanciales frente a problemas como: inadecuada infraestructura de transporte, carencia de buenas vías de acceso al Estado desde otras entidades federales del país, prestación de servicios básicos (agua potable, electricidad, gas doméstico, recolección de basura, sistemas de dragado y alcantarillado, inseguridad, entre otros). En estas acciones las Empresas Familiares actuarían como agentes impulsores del desarrollo y sus resultados se traducirían en beneficios significativos tanto para ellas como para la población local.
9. Incorporar innovaciones en los procesos de compra, mediante el establecimiento de alianzas con los proveedores o con otras empresas e instituciones, que les permitan mantener un nivel competitivo de inventarios de productos o mejoras de sus servicios; esto a su vez podría contribuir a la disminución o solución de los problemas de infraestructura referidos en el punto anterior.
10. Iniciar acciones para el cuidado medioambiental en común acuerdo con los organismos competentes en Mérida, aspecto que beneficiaría a las Empresas Familiares al mejorar su imagen empresarial, al tiempo que les convertiría en pioneras

en la práctica de actividades de conservación y preservación de su entorno natural en beneficio del Estado Mérida.

11. Apoyar sus operaciones comerciales en la ZOLCCYT-Mérida como instrumento estratégico de política fiscal y de comercio exterior, para estimular y promover la producción de bienes culturales, científicos y tecnológicos.
12. Incrementar el uso de tecnologías de información para potenciar sus operaciones de compra y venta a través de internet. Su adopción progresiva puede atenuar la amenaza referida a la infraestructura de transporte y a la comercialización por vía terrestre, así como mejorar la comunicación e intercambios con sus proveedores, tanto con sus clientes locales como con los foráneos.
13. Aprovechar las oportunidades ya previstas en el *Modelo de desarrollo endógeno y soberano* de Venezuela (MPPPD, 2000). Este instrumento contempla los distintos niveles de participación de las comunidades organizadas, que van desde el Consejo Federal de Gobierno, Consejo Estatal de Planificación y Coordinación de Políticas Públicas, Consejo Local de Planificación Pública, Consejo Parroquial de Planificación, Consejo Comunal de Participación y Planificación, hasta los Ciudadanos y organizaciones civiles. Estos niveles serían mecanismos que permitirían **usar eficientemente los factores productivos y alcanzar los niveles de productividad necesarios para ser competitivos en los mercados, empleando como línea de acción estratégica el Desarrollo Socioempresarial que consiste en la creación de cooperativas, microempresas, Empresas Familiares, desarrollo de cadenas productivas, incentivos financieros, asistencia técnica, desarrollo de mercado financiero.**

Esto último justamente apuntala el objetivo específico final de esta tesis, en el sentido de encauzar la actividad de las Empresas Familiares merideñas como uno de los motores del desarrollo local del Estado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Referencias bibliográficas

- Aghón, G., Albuquerque, F. & Cortés, P. (2001). *Desarrollo económico local y descentralización en América Latina: un análisis comparativo*. Santiago de Chile: CEPAL, LC/L. 1549.
- Albuquerque, F. (1999). Manual del Agente de Desarrollo Local. Servei de Promoció Económica, Diputació de Barcelona y el Instituto Nacional de Empleo-Inem. Colección de Manuales. Ediciones SUR. Santiago de Chile.
- Albuquerque, F. (2003). *Curso sobre desarrollo local*. Instituto de Economía y Geografía. Madrid: Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- Albuquerque, F. (2004). Construyendo el enfoque de desarrollo económico local. *Revista de la CEPAL*, 82, 157-171.
- Alkhafaji, A. (1989). *A stakeholder approach to corporate governance: Managing in a dynamic environment*. New York: Quorum Books.
- Amat, J. M. (1998). *La continuidad de la empresa familiar*. Barcelona (España): Editorial Gestión 2000.
- Amat, J. M. (2000). *Protocolo familiar en la sucesión. Empresa familiar: anotaciones para su desarrollo*. Salamanca: Universidad de Salamanca.
- Amat, J. M., Martínez, J. & Roure, J. (2008). *Transformarse o desaparecer: estrategias de la empresa familiar para competir en el siglo XXI*. Barcelona (España): Ediciones Deusto.
- Anderson, R. C, Mansi, S.A. & Reeb, D. M. (2003). Founding family ownership and the agency cost of debt. *Journal of Financial Economics*, 68, 263-285.
- Anido R., J. D. (2015). Demanda de energía alimentaria, abastecimiento e ingesta de nutrientes en Venezuela: principales cambios e implicaciones nutricionales. *Revista Española de Estudios Agrosociales y Pesqueros*, 240, 109-158. Recuperado de http://www.magrama.gob.es/es/ministerio/servicios/publicaciones/articulo1661_tcm7-379216.pdf
- Ariza, J. A., Molina, H. & Ramírez, J. (2005). El concepto de empresa familiar. *XIII Congreso de AECA*. Oviedo, España.
- Arocena, J. (1995). *El desarrollo local: un desafío contemporáneo*. Editorial Nueva Sociedad. Caracas, Venezuela.

- Arocena, J. (1997). Lo local y lo global en la transición contemporánea. *Cuadernos del CLAEH*, 78-79.
- Arocena, J. (2013). El desarrollo local, una aproximación conceptual. Programa Desarrollo Local del Centro Latinoamérica de Economía Humana (CLAEH). Universidad de Uruguay. Recuperado de <http://www.dx.doi.org/10.14409/extension.v1i3.466>
- Arrow, K. J. (1974). *The limits of organization*. New York: Norton, Vol. 1.
- Asociación para el Desarrollo de la Empresa Familiar de Madrid, ADEFAM. (2015). Cifras de la empresa familiar. Recuperado de <http://www.edefam.com/empresa/cifras.html>
- Astrachan, J. & Carey, M. (1994). Family Business in the United States Economy. Centro de Estudios de Tributación. Washington, D.C.
- Aydalot, P. (1985). *Économie régionale et urbaine*. Paris: Economica.
- Aydalot, P. (1986). *Milieus innovateurs en Europe*. Paris: GREMI.
- Ayres, G. R. (1990). Rough family justice: Equity in family business succession planning. *Family Business Review*, 3, 3-22.
- Ayres, G. R. (1998). Rough corporate justice. *Family Business Review*, 11(2), 91-106.
- Baechle, T. & Earle, R. (2007). *Principios de la fuerza y del acondicionamiento físico*. Madrid: Editorial Médica Panamericana.
- Banco Central de Venezuela, BCV. (2007). *Encuesta industrial: encuesta a las empresas y sus establecimientos. Sector Privado No Financiero*. Caracas: BCV, Gerencia de Estadísticas Económicas.
- Banco Central de Venezuela, BCV. (2011). *Medición del sector hogares en Venezuela*. Caracas: BCV, Gerencia de Estadísticas Económicas. Recuperado de <http://www.bcv.org.ve/2011-05-economiaiinformal/2011.pdf>
- Banco Interamericano de Desarrollo, BID. (2002). Guía operativa para programas de competitividad para la pequeña y mediana empresa. Serie de buenas prácticas del Departamento de Desarrollo Sostenible. Washington, D. C. Recuperado de <http://www.iadb.org/sds/msm>
- Bañegil, T., Barroso, A. & Sanguino, R. (2013). Gestión del conocimiento, espíritu emprendedor e innovación en las empresas familiares. *Revista Economía Industrial*, 388, 129-136. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4368257>

- Bañegil, T., Barroso, A. & Tato, J. (2011). Profesionalizarse, emprender y aliarse para que la empresa familiar continúe. *Revista de Empresa Familiar*, 1(2), 27-41.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17, 395-410.
- Barón, R. (2002). *Manejo de los conflictos de las Empresas Familiares en función de su sustentabilidad: un desafío educativo*. (Tesis doctoral inédita). Universidad de Panamá, Panamá.
- Barroso, A. (2014). ¿Por qué desaparecen las empresas familiares extremeñas? *Revista GeoGraphos*, 5(60), 98-132. Recuperado de <http://web.ua.es/revista-geographos-giecryal>
- Barroso, A., Sanguino, R. & Bañegil, T. (2012). Diferentes criterios del concepto de empresa familiar. Una aportación desde Extremadura, España. *Ide@s Concyteg*, 7(83), 611-622.
- Becattini, G. (1979). Dal settore industriale al distreto industriale: alcuna considerazioni sull'unità di indagine dell'economia industriale. *Rivista di Economia e Politica Industriale*, 1, 7-21.
- Benavides, C., Guzmán, V. & Quintana, C. (2011). Evolución de la literatura sobre empresa familiar como disciplina científica. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 14, 79-90. Recuperado de <http://www.elsevier.es/cede>
- Bernadich, M. & Urbano, D. (2013). *Creación y desarrollo de empresas familiares: una revisión de literatura desde el enfoque institucional*. En Fernández, V. (Ed.), *Nuevas investigaciones sobre la gestión de la empresa familiar en España (pp. 11-44)*. Barcelona (España): OmniaScience.
- Bernales, O. (2000): El Programa Red de Equipos Municipales de Gestión Estratégica (EMGES): una experiencia de asociatividad para el desarrollo de las comunas de Angol, Renaico, Collipulli y Ercilla. IX Región de la Araucanía, Chile. LC/R.1945, Santiago de Chile. *Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)*.
- Berumen, S. (2007). El legado de Schumpeter al estudio de la Administración de Empresas. Real Academia de Ciencias Morales y Políticas. *Cuad. Difus.* 12 (22).
- Bervejillo, F. (1996). *Territorios en la globalización. Cambio global y estrategias de desarrollo territorial*. Montevideo: Instituto latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES), Serie Ensayos. Documento 96/34.

- Bingham, J., Dyer, W., Smith, I. & Adams, G. (2011). A stakeholder identity orientation approach to corporate social performance in family firms. *Journal of Business Ethics*, 99(4), 565–585.
- Biosca, D. (2003). *Empresa y familia: problemas y soluciones*. Barcelona (España): Editorial Gestión 2000.
- Boisier, S. (1999a). El desarrollo territorial a partir de la construcción de capital sinérgico. *Revista Estudios Sociales*, 99, 39-53.
- Boisier, S. (1999b). *Desarrollo local: ¿De qué estamos hablando?* Documento comisionado por la Cámara de Comercio de Manizales, Colombia. Recuperado de <http://www.franciscohuertas.com.ar/wp-content/uploads/2011/04/boisier.pdf>
- Boisier, S. (2003). *El desarrollo en su lugar*. Santiago: Universidad Católica de Chile.
- Boisier, S. (2015). Bioregionalismo: Una ventana hacia el desarrollo territorial, endógeno y sustentable. *Terra Revista de Desarrollo Local*, 1, 42-66. DOI 10.7203/terra.1.4589. Recuperado de <https://ojs.uv.es/index.php/TERRA/article/view/4589/4490>
- Boisier, S., Cepeda, F., Hilhorst, J., Riffka, S. & Uribe-Echeverría, F. (1981). *Planificación Regional en América Latina: una teoría en busca de una práctica*. Santiago de Chile: ILPES, Serie Ensayos, Documento 97/37.
- Boutros-Ghali, B. (1995). *An agenda for development*. New York: ONU. Report of the Secretary General A/49/665, 11 Nov.
- Boyer, R. (1988). Technical change and the theory of regulation. En Dosi, G., Freeman, C., Nelson, R., Silverberg, G. & Soete, L. (Comp.), *Technical change and economic theory*. Londres y Nueva York: Pinter Publishers, 3ª edición.
- Boyer, R. (1992). *La teoría de la regulación: un análisis crítico*. Valencia (España): Edicions Alfons El Magnanim.
- Briceño, M. (2006). *Gestión de empresas familiares y su importancia en la economía local*. (Tesina inédita de Diploma de Estudios Avanzados). Universidad de La Laguna, Tenerife, Programa de Doctorado Formación, Empleo y Desarrollo Regional.
- Brugué, Q., Gomá, R. & Subirats, J. (2002). *Gobierno y territorio: del Estado a las Redes. Redes, territorios y gobierno. Nuevas respuestas locales a los retos de la globalización*. Barcelona (España): Ediciones B.
- Bustillo, J. A. (1999). Los problemas de la empresa familiar. *Debates IESA*, V(1), 20-24.

- Bustillo, J. A. (2006). Encuentro de dos mundos: las familias y las empresas. *Debates IESA*, XI(2), 22-26.
- Caballero, M. (2000). Políticas empresariales de conciliación vida familiar y laboral: buenas prácticas. Vitoria: Gobierno Vasco-Fondo Social Europeo, Infopolis, S.L.
- Cabeza, L., Sacristán, M. & Gómez, S. (2014). Propiedad familiar, control y efecto generación y RSC. *Revista de Empresa Familiar*, 4(1), 9-20. Recuperado de <http://www.revistadeempresafamiliar.uma.es>
- Cabrera, M. K. (2012). La influencia de la familia en la empresa familiar: objetivos socioemocionales, stewardship y familiness. *Revista de Empresa Familiar*, 2(2), 93-96.
- Cabrera, M. K., De Saá, P. & García, D. (2001). The succession process from a resource and knowledge based view of the family firm. *Family Business Review*, 14, 37-46.
- Cabrera, M. K. & García, J. M. (1999). La empresa familiar: dimensiones conceptuales y perspectivas teóricas. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(1), 7-30.
- Cabrera, M. K. & Olivares, A. (2012). Family firms' resources and the timing of the export development process. *Atlantic Review of Economics*, 1(1), 1-25.
- Cabrera, M. K. & Santana, D. J. (2002). El gobierno de la empresa familiar. *Boletín de Estudios Económicos*. Universidad Comercial de Deusto, LVII(177), 467-481.
- Cadbury, A. (2000). *Family firms and their governance: Creating tomorrow's company from today's*. London: Egon Zehnder International.
- Cámara de Comercio e Industria del Estado Mérida, CACOIME. (2014). *Listado de afiliados a la Cámara de Industria y Comercio del Estado Mérida*. Mérida (Venezuela): CACOIME (mimeografiado).
- Caravaca, I., González, G., García, A., Fernández, V. & Mendoza, A. (2014). Conocimiento, innovación y estrategias públicas de desarrollo: análisis comparado de tres ciudades medias de Andalucía (España). *EURE*, 40(119), 49-74.
- Cárdenas, N. (2002). El desarrollo local su conceptualización y procesos. *Revista Provincia*, 8, 53-76.
- Carrasco, A., Sánchez, G. & Meroño, A. (2014). Prácticas de Recursos Humanos en la Empresa Familiar: profesionalización y efecto sobre el desempeño. *Revista de Empresa Familiar*, 4(2), 9-24. Recuperado de <http://www.revistadeempresafamiliar.uma.es>

- Casado, F. & Rodríguez, M. (2009). La RSE en la gran empresa familiar española. Madrid: Instituto de la Empresa Familiar.
- Casillas, J., Barbero, J. & Moreno, A. (2013). Reestructuración y tipo de propiedad en empresas en crisis. Diferencias entre empresas familiares y no familiares. *Revista de Empresa Familiar*, 3(1), 7-20.
- Casillas, J., Díaz, C. & Vásquez, A. (2005). *La gestión de la empresa familiar*. Madrid: Thomson Editores.
- Chauca, P. (2014). Micro y pequeña empresa, actores sociales y contextos desde la perspectiva del desarrollo local. *Revista Acta Universitaria*, 24(NE-1), 13-25. doi: 10.1517/au.2014.704
- Chirico, F. & Nordqvist, M. (2010). Dynamic capabilities and trans-generational value creation in family firms: The role of organizational culture. *International Small Business Journal*, 28 (5), 487-504.
- Chrisman, J., Chua, J. & Steier, L. (2003). An introduction to theories of family business. *Journal of Business Venturing*, 18, 441-448.
- Chua, J., Chrisman, J. & Sharma, P. (1999). Defining the family business by behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23, 19-39.
- Churchill, N.C. & Hatten, K. J. (1987). Non – market – based transfers of wealth and power: A research framework of family businesses. *Journal of Small Business*, 11(3), 51-64.
- Ciampa, D. & Watkins, M. (1999). The successor's dilemma. *Harvard Business Review*, 77(6), 161-168.
- Coase, R. H. (1991). La naturaleza de la empresa. Reproducido en Williamson, O. E. y Winter, S. G. (Eds.). *The Nature of the Firm. Origins, Evolution and Development*, 29-48. Oxford University Press. Traducción española en Fondo de Cultura Económica, 1996.
- Cobo, F. B., Hervé, A. & Aparicio, M. S. (2011). La Europa de los clusters: el apoyo institucional a los clusters en la Unión Europea. *Anuario Jurídico y Económico Escorialense*, XLIV, 471-488.
- Coccosis, H., Janssen, H., Kiers, M. & Nijkamp, P. (1991). *Tourism and strategic development*. Amsterdam: Free University (Research Memorandum).
- Cochran, W. G. (1980). *Técnicas de muestreo*. México: Editorial CECSA.

- Coleman, J. (1990). *Social capital. Foundations of social theory*. Cambridge & Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Collao, F. (2011). Políticas e instituciones de apoyo a las micro y pequeñas empresas en Bolivia. *Apoyando a las PYMES: Políticas de Fomento en América Latina y el Caribe* (pp. 17-73). Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina-Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, CEPAL/AECID, LC/R. 2180.
- Comblé, K. & Colot, O. (2006). L'entreprise familiale: Concept et importance en Belgique. *Reflets et Perspectives*, XLV (2), 91-108.
- Comisión Económica Para América Latina, CEPAL. (1995). *Balance Preliminar de la economía de América Latina y el Caribe 1994*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Comisión Económica Para América Latina, CEPAL. (2010). *Objetivos de desarrollo del milenio. Avance regional. Hojas informativas*. Recuperado de <http://www.eclac.cl/mdg/reporteavances/>
- Comisión Económica Para América Latina-Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, CEPAL/AECID. (2011). *Apoyando a las PYME: Políticas de Fomento en América Latina y el Caribe*. Documento de la Comisión Económica para América Latina y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Compilador: Carlo Ferraro. LC/R. 2180. Santiago de Chile: CEPAL.
- Comisión Económica Para América Latina-Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo-Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, CEPAL/PNUD/IPEA. (2003). *Hacia el objetivo del milenio: reducir la pobreza en América Latina y El Caribe*. *Libros de la CEPAL*, Nº 70. Santiago de Chile: CEPAL.
- Comisión Europea. (1999). *Guía de los pactos territoriales en favor del empleo 2000-2006*. Bruselas: Comisión Europea.
- Comisión Europea. (2001). *Libro Verde: fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Bruselas: Oficina de Publicaciones Oficiales de la Comisión Europea.
- Comisión Europea. (2009). *Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre la "Comunicación de la Comisión al Consejo Europeo, al Parlamento Europeo, al Comité de las Regiones y al Comité Económico y Social Europeo-Libro verde sobre cohesión territorial: convertir la diversidad en un punto fuerte*. Bruselas: Comisión Europea, Diario Oficial de la Unión Europea, 22/09/2009, B2009/C 228/24.

- Comisión Europea. (2012). *Dictamen del Comité Económico y Social Europeo sobre la "Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo Europeo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones-Hoja de ruta hacia una Europa eficiente en el uso de los recursos"*. Bruselas: Comisión Europea, Diario Oficial de la Unión Europea, 21/06/2012, 2012/ C 181/29.
- Comisión Europea. (2013). *Comprender las políticas de la Unión Europea. Empresa. Una Nueva Revolución Industrial*. Bruselas: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, UNCTAD. (2003). *A manual for the preparers and users of Eco-Efficiency Indicators*. ITE/IPC/2003/7.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, UNCTAD. (2005). *Orientaciones sobre los indicadores de la responsabilidad de las empresas en los informes anuales*. Nueva York y Ginebra: Naciones Unidas, Grupo de Trabajo Intergubernamental de Expertos en Normas Internacionales de Contabilidad y Presentación de Informes (ISAR), TD/B/COM.2/ISAR/29.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, UNCTAD. (2006). *Orientaciones sobre los indicadores de la responsabilidad de las empresas en los informes anuales*. Nueva York y Ginebra: Naciones Unidas, Grupo de Trabajo Intergubernamental de Expertos en Normas Internacionales de Contabilidad y Presentación de Informes (ISAR), TD/B/COM.2/ISAR/34.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, UNCTAD. (2007). *Orientaciones sobre los Indicadores de la Responsabilidad de las Empresas en los Informes Anuales*. Grupo de Trabajo Intergubernamental de Expertos en Normas Internacionales de Contabilidad y Presentación de Informes (ISAR). TD/B/COM.2/ISAR/42.
- Consejo de la Unión Europea. (2007). *Tratado de Lisboa por el que se modifican el Tratado de la Unión Europea y el Tratado Constitutivo de la Comunidad Europea*. CIG 14/07. Bruselas. Recuperado de <http://www.diplomatie.gouv.fr/es/IMG/pdf/Tratado.pdf>
- Consejo Nacional de Promoción de Inversiones, CONAPRI. (2005). *Ciudades más atractivas para invertir*. IV edición. Caracas: CONAPRI.
- Consejo Nacional de Promoción de Inversiones, CONAPRI. (2010). *Ciudades más atractivas para invertir*. IX edición. Caracas: CONAPRI.

- Cooper, R. (2005). A half century of development. *CID Working Paper*, Nº 118. Cambridge: Harvard University, Center for International Development-CID.
- Corporación Parque Tecnológico de Mérida, CPTM. (2006). *CPTM. Visión y estrategia*. Recuperado de <http://www.cptm.ula.ve>
- COTEC-Fundación para la Innovación Tecnológica. (1996). Innovación en las PYMES: factores de éxito y relación con su supervivencia. Madrid: COTEC, Estudio bibliográfico 1987-1995, Estudio Nº 7.
- Cruz, C. & Nordqvist, M. (2012). Entrepreneurial orientation in family firms: A generational perspective. *Small Business Economics*, 38, 33-49.
- Cuervo-Cazurra, A. (1998). La reforma del consejo de administración en España: límites a la aplicación de los modelos anglosajones. *Información Comercial Española*, 769, 9-22.
- Cuervo, L. M. (1999). Desarrollo económico local: leyendas y realidades. *Revista Territorios*, 1, 9-24. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=35700102>
- Dahl, M. S. (2001). What is the essence of geographic clustering. *DRUID Nelson & Winter Conference*, June 12-15, Aalborg, Denmark.
- Daily, C. & Dollinger, M. (1992). An empirical examination of ownership structure in family and professionally managed firms. *Family Business Review*, 5(2), 117-136.
- Daily, C. M. & Dollinger, M.J. (1993). Alternative methodologies for identifying family – versus nonfamily – managed business. *Journal of Small Business Management*, 31(2), 79-90.
- Danco, L. (1975). *Beyond survival: A guide for the business owner and his family*. Cleveland, OH: The University Press.
- David, F. R. (1997). *Administración estratégica*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Davis, J. A. & Tagiuri, R. (1989). The Influence of life – stage on father – son work relationships in family companies. *Family Business Review*, 2(1), 47-76.
- Davis, P. (1983). Realizing the potential of the family business. *Organizational Dynamics*, 11(summer), 47-56.
- De La Torre, A. & Juanes, R. (2002). La naturaleza de la empresa familiar y su continuidad. *Boletín de Estudios Económicos*, LVII(177), 451-466.
- De Nadal, J. (2013). Análisis del comportamiento de las empresas familiares y no familiares del IBEX 35. *Revista de Empresa Familiar*, 3(2), 53-69.

- Del Castillo, J. (1994). *Manual de desarrollo local*. Bilbao: Departamento de Economía y Hacienda del País Vasco.
- Delaunay, J. C. (1986). Questions posées à la théorie dite de la régulation monopoliste. *Économies et Sociétés-Cahiers de l'ISMÉA, Serie Régulation*, 2, 209-231.
- Díez de Castro, L. T. & López, T. (2001). *Dirección financiera. Planificación, gestión y control*. Madrid: Editorial Prentice Hall.
- Dólar Today (2015). *Dólar paralelo hoy jueves Bs. 288,16 y Euro Bs. 322,30*. Recuperado de <https://dolartoday.com/dolar-paralelo-786/>
- Donnelly, R. G. (1964). The family business. *Harvard Business Review*, 1, 427-445.
- Dreux, D. (1990). Financing family business: Alternatives to selling out or going public. *Family Business Review*, 3(3), 225-244.
- Dyer, W. G. (1986). *Culture change in family firms: Anticipating and managing business and family transitions*. San Francisco: Jossey-Bass.
- El Mundo. (2013). Grupo de economistas exigen al BCV informar inflación de noviembre. *El Mundo*, edición 18/12/2013. Recuperado de <http://www.elmundo.com.ve/noticias/actualidad/noticias/grupo-de-economistas-exigen-al-bcv-informar-inflac.aspx>
- El Universal. (2015). BCV cumple cinco meses sin publicar datos oficiales. En *El Universal*, edición 11/06/2015. Recuperado de <http://m.eluniversal.com/economia/150610/bcv-cumple-cinco-meses-sin-publicar-datos-oficiales>
- Emmerij, L. (2005). Turning points in development thinking. *WIDER Jubilee Conference on WIDER Thinking Ahead: the future of development economics*, Helsinki.
- Enríquez, A. (2003). Desarrollo local: hacia una nueva forma de desarrollo nacional y centroamericano. *Revista Alternativas para el Desarrollo*, 80, 18-24.
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D. & Meyer-Stamer, J. (1996). *Systemic competitiveness. New governance patterns for industrial development*. London: Frank Cass & Co. Ltd.
- Fahed-Sreih, J. & Djoundourian, S. (2006). Determinants of Longevity and Success in Lebanese Family Business: an exploratory study. *Family Business Review*, 19(3), 225-234.
- Fama, E. & Jensen, M. (1983). Separation of ownership and control. *Journal of Law of Economics*, 26, 301-325.

- FEDECÁMARAS. (2013). *Fedecámaras regionales-Mérida*. Recuperado de <http://www.fedecamaras.org.ve>
- Feria Internacional del Sol, Ferisol (2007). *Feria Internacional del Sol de Mérida*. Recuperado de <http://www.ferisol.org/feria/>
- Fernández, A. (2013). Diagnóstico del desarrollo regional de la ciudad de Encarnación y su área de influencia. *Revista sobre Estudios e Investigaciones del Saber Académico*, 7(7), 54-58. Recuperado de <http://uni.edu.py/wp-content/uploads/2013/08/Enero-Febrero.pdf>
- Fernández, P. (2011). El rostro familiar de los nuevos global players: la gran empresa familiar en México, Brasil y China en el siglo XXI. *Revista de Ciencias Sociales*, XXXVIII(68), 267-277.
- Fernández, Z. & Suárez, I. (1996). La estrategia de la empresa desde una perspectiva basada en los recursos. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 5(3), 73-92.
- Ferraro, C. (2011). Introducción. En Ferraro, C. (Comp.), *Apoyando a las PYMES: políticas de fomento en América Latina y el Caribe* (pp. 13-16). Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina-Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, CEPAL/AECID, LC/R. 2180.
- Ferraro, C. & Stumpo, G. (2010). *Políticas de apoyo a las PYME en América Latina. Entre avances innovadores y desafíos institucionales*. Santiago de Chile: CEPAL (LC/G.2421-P).
- Ferreira, C. (2011). Políticas e Instituciones de apoyo a las MYPIME en Uruguay. En Ferraro, C. (Comp.), *Apoyando a las PYMES: políticas de fomento en América Latina y el Caribe* (pp. 283-349). Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina-Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, CEPAL/AECID, LC/R. 2180.
- Francés, A. (2001). *Estrategia para la empresa en América Latina*. Caracas: Ediciones IESA.
- Francés, A. (2002). La corporación venezolana en el tránsito entre dos siglos. *Debates IESA*, VIII(1), 64-70.
- Freeman, C. (1974). *The economics of industrial innovation*. Harmondsworth/Middlesex: Penguin Books.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman/Ballinger (Harper Collins).
- Freeman, R. E. (1997). Stakeholder theory. En Werhane, P. H. & Freeman, R. E. (Eds.), *Encyclopedic dictionary of business ethics*. Malden, MA: Blackwell Publishers Ltd.

- Freeman, R. E. (2012). La gestión empresarial basada en los stakeholders y la reputación. Valores y ética para el siglo XXI. Recuperado de <http://www.bbvaopenmind.com>
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L. & De Colle, S. (2010). Stakeholder Theory: The State of the Art. Cambridge: Cambridge University Press.
- Freeman, C. & Perez, C. (1988). Structural crises of adjustment: Business cycles and investment behaviour. En Dosi, G., Freeman, C., Nelson, R., Silverberg, G. & Soete, L. (Comp.), *Technical change and economic theory*. Londres y Nueva York: Pinter Publishers, 3ª edición.
- Freeman, C. & Soete, I. (1997). The Economics of Industrial Innovation, The MIT Press, 65 a 70.
- Fuentes, L. & Anido, D. (2009). *Crédito agrícola en Venezuela, 1970-1999*. Mérida (Venezuela): Universidad Nacional Experimental "Jesús María Semprum", Sur del Lago de Maracaibo, Serie Ciencias Económicas y Sociales.
- Fukuyama, F. (2003). Capital social y desarrollo: la agenda venidera. En Atria, R. & Siles, M. (Comp.), *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma* (pp. 33-47). Santiago de Chile: CEPAL.
- Fundación para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología del Estado Mérida, FUNDACITE-Mérida. (2008). *FUNDACITE-Mérida. Nosotros*. Recuperado de www.fundacite-merida.gob.ve
- Furio, E. (1996). Desarrollo territorial y procesos de innovación: los milieux innovateurs. *Ciudad y Territorio. Estudios Territoriales*, XXVIII (110), 639-649.
- Galindo, M. A. (2012). La corriente de pensamiento neoschumpeteriana. *Revista Nuevas Corrientes de Pensamiento Económico*. ICE, 865, 23-30.
- Gallicchio, E. (2004). El desarrollo local en América Latina. Estrategia política basada en la construcción de Capital Social. *Seminario Desarrollo con inclusión y equidad: sus implicancias desde lo local*, Córdoba (Argentina), 1-24.
- Gallo, M. A. (1995). *Empresa familiar. Textos y casos*. Barcelona (España): Editorial Praxis.
- Gallo, M. A. (2002). *El futuro de la empresa familiar: de la unidad familiar a la continuidad empresarial*. Barcelona (España): Editorial Profit.
- Gallo, M. A. (2011). *El futuro de la empresa familiar. De la unidad familiar a la continuidad empresarial*. Barcelona (España): Editorial Profit.

- Gallo, M. A. & García, C. (1989). La empresa familiar en la economía española. *Papeles de Economía Española*, 39, 67-85.
- Garbi de R., E. (1985). *Líneas de productos*. (Mimeografiado). Caracas: IESA, Programa Máster del IESA.
- Garofoli, G. (1986). Áreas de especialización productiva y pequeñas empresas en Europa. *Documents d'Análisi Geogràfica*, 8-9, 143-172.
- Garofoli, G. (1992). Industrial districts: Structure and transformation. En Garofoli, G. (Ed.), *Endogenous development and Southern Europe* (pp. 49-60). Avebury: Aldershot.
- Garofoli, G. (1995). Desarrollo económico, organización de la producción y territorio. En Vázquez Barquero, A. & Garofoli, G. (Eds.), *Desarrollo económico local en Europa*. Madrid: Colegio de Economistas de Madrid. Recuperado de http://scholar.google.com/scholar?q=garofoli+g&hl=es&as_sdt=0%2C5&as_ylo=1995&as_yhi=1995
- Garofoli, G. (2009). *Las experiencias de desarrollo económico local en Europa: las enseñanzas para América Latina*. Bruselas: Unión Europea, Oficina de Coordinación y Orientación del Programa URB-AL III.
- Gersick, K. E. (1994). Introduction to the handbook of family business research, 1969-1964. *Family Business Review*, 7, 103-107.
- Gersick, K. E., Davis, J. A, Hampton, M., McCollom, M. & Lansberg, I. (1997). *Generation to generation*. Boston: Harvard Business School Press.
- Gersick, K. E., Lansberg, I., Desjardins, M. & Dunn, B. (1999). Stages and transitions: Managing change in the family business. *Family Business Review*, XII(4), 287-297.
- Giaoutzi, M., Nijkamp, P. & Storey, D. (1988). *Small and medium-size enterprises and regional development*. London: Routledge.
- Giménez, J. (2002). Riesgo y eficiencia en la empresa familiar. *Boletín de Estudios Económicos*, LVII(177), 395-432.
- Ginebra, J. (1997). *Las empresas familiares. Su dirección y su continuidad*. México: Panorama.
- Goldstein, E. & Kulfas, M. (2011). Alcances y limitaciones de las políticas de apoyo a las PYMES en América Latina. Debates para un nuevo marco conceptual y de implementación. En Ferraro, C. (Comp.), *Apoyando a las PYMES: políticas de fomento en América Latina y el Caribe* (pp. 429-489). Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina-

Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, CEPAL/AECID. LC/R. 2180.

González, M. J. & García, J. C. (1998). Fuentes documentales sobre desarrollo local. *Revista Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 18, 337-353.

González M, O. (2009). Evolución del empleo autónomo en las regiones españolas y su relación con el crecimiento económico y empleo. *Revista de Estudios Regionales*, 88, 203-221.

Graterol, A. & Rondón, L. (2011). Políticas e Instituciones de apoyo a las PYME en Venezuela. En Ferraro, C. (Comp.), *Apoyando a las PYMES: políticas de fomento en América Latina y el Caribe* (pp. 361-423). Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina-Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, CEPAL/AECID, LC/R. 2180.

Guerra, J. (2014). BCV genera desconfianza por retraso en publicación de cifras económicas. *El Diario de Caracas*, 02/09/2014. Recuperado de <http://diariodecaracas.com/dinero/bcv-genera-desconfianza-retraso-en-publicacion-cifras-economicas>

Guerra, J. (2015). Inflación acumula 21% entre enero y febrero. *La Nación*, 02/09/2014. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ve/nacional/inflacion-acumula-21-entre-enero-y-febrero>

Gutiérrez, A. (1995). *La agricultura venezolana durante el período de ajustes*. Sistema Alimentario Venezolano. Caracas: Fundación Polar.

Gutiérrez, A. (1997). Venezuela: crisis, reformas económicas y reestructuración del Sector Agrícola. *Agroalimentaria*, 3(4), 11.29.

Gutiérrez, A. (2007). El estado Mérida: Estrategias de desarrollo económico y humano para el futuro. En Lobo, W. (Comp.), *Mérida sostenible. Una ciudad para la gente* (pp. 271-295). Mérida (Venezuela): Vicerrectorado Académico de la Universidad de Los Andes-Academia de Mérida.

Guzmán, J., Liñán, F., Romero, I. & Santos, F. (2000). Las PYMES y la calidad del tejido productivo andaluz. *Boletín Económico de Andalucía*, 27(28), 43-56.

Guimarães, R. (2015). Desarrollo sustentable: ¿todavía esperando a Godot? *Terra Revista de Desarrollo Local*, 1, 67-98. doi: 10.7203/terra.1.4590. Recuperado de <https://ojs.uv.es/index.php/TERRA/article/view/4590/4491>

- Habbershon, T. & Williams, M. (1999). A resource-based framework for assessing the strategic advantages of family firms. *Family Business Review*, 12, 1-25.
- Habbershon, T., Williams, M. & MacMillan, I. (2003). A unified systems perspective of family firm performance. *Journal of Business Venturing*, 18, 451-465.
- Hanusch, H. & Pyka, A. (2005). Principles of NeoSchumpeterian Economics. Documento número 278. Universität Augsburg, Augsburg.
- Hernández, R., Fernández-Collado, C. & Baptista, L. (2006). *Metodología de la investigación*. México: McGraw Hill.
- Herrera, J., Larrán, M., Lechuga, M. & Martínez-Martínez, D. (2014). Responsabilidad social en las Pymes: análisis exploratorio de factores explicativos. *Revista de Contabilidad - Spanish Accounting Review*. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1016/j.rcsar.2014.10.003>
- Hirschman, A. (1977). *A generalized linkage approach to development with especial reference to staples. Economic development and cultural change*. Chicago: University of Chicago Press.
- Hirschman, A. (1987). Linkages. En Eatwell, J. et al., *New Palgrave: A dictionary of economics*. London: MacMillan Press Limited.
- Hudson, J. (2004). Introduction: Aid and development. *Economic Journal*, 496, 185-190.
- Humphrey, A. (2005). SWOT analysis for management consulting. *SRI Alumni Association Newsletter*, December, 7-8.
- Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales, IIES-FACES-ULA. (1999). *Plan Estratégico a Largo Plazo. Mérida estado competitivo 2020. Diagnóstico económico del estado*. Mérida (Venezuela): Universidad de Los Andes, Convenio ULA-PDVSA.
- Instituto Nacional de Estadística, INE. (2000). *Clasificación de las empresas en Venezuela según su tamaño*. Recuperado de <http://www.ine.gob.ve>
- Instituto Nacional de Estadística, INE. (2004). *Encuesta Industrial. CIU3*. Caracas: INE.
- Instituto Nacional de Estadística, INE. (2007). *IV Censo Económico (IVCE). Resultados preliminares*. Recuperado de <http://www.ine.gob.ve>
- Instituto Nacional de Estadística, INE. (2011). *XIV Censo Nacional de Población y Vivienda. Síntesis estadística estatal*. Recuperado de <http://www.ine.gob.ve/sintesisestadistica/estados/merida/index.htm>

- Instituto Nacional de Estadística, INE. (2012). *XIV Censo Nacional de Población y Vivienda. Síntesis estadística estatal*. Recuperado de <http://www.ine.gob.ve/sintesisestadistica/estados/merida/index.htm>
- Instituto Nacional de Estadística, INE. (2013). *XIV Censo Nacional de Población y Vivienda. Síntesis estadística estatal*. Recuperado de <http://www.ine.gob.ve/sintesisestadistica/estados/merida/index.htm>
- Izquierdo, G. & Pampillón, R. (1998). El funcionamiento de los consejos de administración y la creación de valor: el problema de la agencia. *Información Comercial Española*, 769, 57-65.
- Jaramillo, C. (2006). Las finanzas de los negocios familiares: el tamaño sí importa. *Debates IESA*, XI(2), 28-33.
- Jensen, M. C. & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.
- Kajihara, K. (2004). *La realidad empresarial mexicana*. México: Instituto Tecnológico Autónomo de México.
- Kets de Vries, M. F. (1993). The dynamics of family controlled firms: The good and the bad news. *Organizational Dynamics*, 21, 59-71.
- Kliksberg, B. & Tomassini, L. (2000). *Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Kliksberg, B. (2002). *Hacia una economía con rostro humano*. Maracaibo: Ediciones Astro Data. S.A.
- Kondratieff, N. D. (1979). The long waves in economic life. *Review of Fernand Braudel Center*, 2(4), 519-562.
- Lansberg, I. S. (1983). Managing human resources in family firms: The problem of institutional overlap. *Organizational Dynamics*, 12(1), 39-46.
- Lansberg, I. S., Perrow, E. L. & Rogolsky, S. (1988). Family business as an emerging field. *Family Business Review*, 1(1), 1-8.
- Lazarra, M., Wiseman, R., Gómez-Mejía, L. & Welbourne, T. (2007). Disentangling compensation and employment risks using the behavioral agency model. *Strategic Management Journal*, 28(10), 1001-1019.
- Leach, P. (2010). *La empresa familiar*. Buenos Aires: Granica.

- León, L. V. (1996). *Historia de la experiencia empresarial de la Corporación Venezolana de Guayana (CVG)*. Puerto Ordaz: CVG, Documentos (mimeografiado).
- Levering, R. & Moskowitz, M. (1993). *The 100 Best Companies to work for in America*. New York: Plume, V edition.
- Litz, R. (1995). The family business: Toward definitional clarity. *Family Business Review*, 8(2), 71-81.
- López, M., Serrano, A., Gómez, R. & García, G. (2012). El efecto del familiness en la performance innovadora de las empresas familiares: un análisis exploratorio. *Revista de Empresa Familiar*, 2(2), 7-21.
- Lorenzo, J. & Núñez-Cacho, P. (2012). Inercia e innovación en la empresa familiar: una primera aproximación. *Revista de Empresa Familiar*, 2(2), 23-40. Recuperado de <http://www.catedraempresafamiliar.uma.es/ojs223/index.php/revistaempresafamiliar/article/viewArticle/32>
- Mandl, I. (2008). *Overview of family business relevant issues. Final report*. Vienna: Austrian Institute for SME-Research European Commission, Enterprise and Industry Directorate-General. Recuperado de http://familienunternehmen.de/media/public/pdf/veranstaltungen/expertengruppe/abschlussbericht_eu_expertgroup_family_business.pdf
- Manzano, G. & Ayala, J. C. (2002). Sucesión en la empresa familiar: algunas claves del éxito. *Boletín de Estudios Económicos*, LVII(177), 433-449.
- Marcano, A. V. (1999). *El organigrama y la organización*. Caracas: Fondo Editorial Tropykos.
- Marshall, A. (1982). *Principles of economics: An introductory volume*. London: The Mc Millan Press Ltd., 8th edition.
- Martínez, J. (2010). *Empresas familiares: reto al destino. Claves para perdurar con éxito*. Buenos Aires: Granica.
- Maseda, A., Iturralde, T. & Arosa, B. (2009). Situación de la empresa familiar en el territorio histórico de Bizkaia. *XIII Congreso Nacional de AEDEM*. Sevilla, España.
- Max-Neef, M., Elizalde, A. & Hopehayn, M. (2010). *Desarrollo a escala humana. Opciones para el futuro*. Madrid: ETSAM-UPM, Departamento de Urbanística y Ordenación del Territorio. Recuperado de <http://habitat.aq.upm.es>

- Maxwell, D. L. & Stake, E. (2006). *Research and statistical methods in communication sciences and disorders*. Michigan: Thomson/Delmar Learning.
- Mayntz, R. (2001). El Estado y la sociedad civil en la gobernanza moderna. *Revista del CLAD Reforma y Democracia*, 21. Recuperado de <http://cgpp.app.jalisco.gob.mx/images/El%20Estado%20y%20la%20sociedad%20civil%20en%20la%20gobernanza%20moderna.pdf>
- Melinkoff, R. V. (1986). *La estructura de la organización. Los organigramas*. Caracas: Contexto-Editores.
- Méndez, C. (2003). *Responsabilidad Social de empresarios y empresas en Venezuela durante el siglo XX*. Caracas: Editorial Gráficas Acea.
- Méndez, C. (2012). *Propuesta de un modelo de gestión financiera. Caso de estudio: Empresas Familiares del Municipio Libertador del Estado Mérida*. (Proyecto de tesis de maestría, inédito). Universidad de Los Andes, Mérida (Venezuela).
- Mercado Principal de Mérida, MPM. (2011). *Mercado Principal de Mérida. General*. Recuperado de Mercado Principal de Mérida
- Messner, D. (1996). *Latinoamérica hacia la economía mundial: condiciones para el desarrollo de la Competitividad Sistémica*. Santiago de Chile: Fundación Friedrich Ebert-Publicaciones Aportes ProSur-CEPAL.
- Meza, L. (2011). *Propuesta de un modelo de gestión financiera. Caso de estudio: Empresas Familiares del Municipio Libertador del Estado Mérida*. (Tesis inédita de maestría). Universidad de Los Andes, Mérida (Venezuela).
- Ministerio del Poder Popular de Economía, Finanzas y Banca Pública, MPPEFBP. (2014). *Providencia mediante la cual se reajusta la Unidad Tributaria de Ciento Siete Bolívares (Bs. 107,00) a Ciento Veintisiete Bolívares (Bs. 127,00)*. Gaceta Oficial N° 43.359, de fecha 19/02/2014. Recuperado de <http://www.tsj.gov.ve/gaceta/febrero/1922014/1922014-3918.pdf>
- Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información, MINCI. (2004). *Desarrollo endógeno: desde adentro, desde la Venezuela profunda. Folletos 1 y 2. Venezuela*. Recuperado de http://www.gobiernoenlínea.ve/miscview/sharedfiles/Folletos_Desarrollo_Endogeno.pdf

- Ministerio del Poder Popular para la Comunicación y la Información, MINCI. (2011). *Venezuela: cumplimiento de Metas del Milenio*. Caracas: Imprenta Nacional. Recuperado de <http://www.minci.gob.ve/publicaciones@minci.gob.ve>
- Ministerio del Poder Popular para la Planificación y el Desarrollo, MPPPD (2000). *Núcleos de Desarrollo Endógeno. Venezuela*. Caracas: MPPPD.
- Ministerio del Poder Popular para la Planificación y el Desarrollo, MPPPD (2001). *Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2001-2007*. Caracas: MPPPD.
- Ministerio del Poder Popular para la Planificación y el Desarrollo, MPPPD. (2006). *Plan de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2007-2013*. Caracas: MPPPD.
- Ministerio del Poder Popular para la Planificación y el Desarrollo CORPOANDES. (2005). *Plan de desarrollo Región Andina. Estados: Mérida, Táchira y Trujillo*. Mérida (Venezuela): CORPOANDES.
- Moguel, M., Laguna, H., Camacho, J. & Gordillo, R. (2013). El enfoque de metáforas para una mejor comprensión de la responsabilidad social de las empresas. *Congreso Internacional de Investigación Academia Journals Chiapas 2014*, 5(3). Recuperado de http://consorcioacademico.com/ponencias/54_60/58.congreso%20academia%20journals_2013.pdf
- Molina, C. (2014). La empresa familiar como enfoque metodológico. *Revista de Derecho Comercial, del Consumidor y de la Empresa*, 2, 149-164.
- Mora C., J. (2002). El derecho de propiedad de los hidrocarburos en Venezuela: origen y tradición legal. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 8(2), 219-235.
- Muñoz, F., Nava, R. & Rangel, J. (2013). El clima familiar como factor determinante en la conformación de la empresa familiar. *Revista de Empresa Familiar*, 3(2), 29-41.
- Muñoz, M. (2011). *Venezuela: Empresas familiares aportan hasta el 85% de la producción nacional*. Recuperado de <http://jcvalda.wordpress.com/2011/05/11/venezuela-empresas-familiares-aportan-hasta-85-de-la-produccion-nacional/#more-15883>
- Naím, M. (1989). *Las empresas venezolanas: su gerencia*. Caracas: Ediciones IESA.
- Naím, M. & Piñango, R. (1984). *El caso Venezuela: una ilusión de armonía*. Caracas: Ediciones IESA.
- Navarro A., M. (2001). *El análisis y la política de los clusters*. Bilbao: Universidad de Deusto.

- Navarro, M. S. (2002). La dirección estratégica de empresas familiares como proyecto de investigación. *Boletín de Estudios Económicos*, LVII(177), 517-542.
- Neubauer, F. & Lank, A. (2003). *La empresa familiar. Cómo dirigirla para que perdure*. Bilbao: Ediciones Deusto.
- Nieto, M., Fernández, Z., Casasola, M. & Usero, B. (2009). Impacto de la implicación familiar y de otros accionistas de referencia en la creación de valor. *Revista de Estudios Empresariales* (segunda época), 2, 5-20.
- North, D. C. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- North, D. C. (2007). *Para entender el proceso de cambio económico*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Nuñez-Cacho, P. & Grande, F. (2012). Family businesses: How to measure their performance. *African Journal of Business Management*, 6(7), 4612-4621.
- Nuñez-Cacho, P., Grande, F. & Muñoz, A. (2012). Rendimiento en las empresas familiares desde las teorías de los recursos y capacidades y de agencia. *Revista de Empresa Familiar*, 2(1), 7-20. Recuperado de <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/3927046.pdf>
- Observatorio Económico Legislativo de Centro de Divulgación del Conocimiento Económico, OEL-CEDICE. (2013). *Presión tributaria y parafiscal en Venezuela. Proyecto: mejorando el diálogo democrático a través del análisis costo-beneficio*. Documento 3, 1-35. Recuperado de <http://cedice.org.ve/wp-content/uploads/2013/12/presion-tributaria-y-parafiscal-en-Venezuela-OEL.pdf>
- Omaña, L. (2010). *Análisis comparativo de la gestión de empresas familiares y empresas no familiares del municipio Libertador del estado Mérida*. (Tesis inédita de maestría). Universidad de Los Andes, Mérida (Venezuela).
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, UNESCO. (2014). *América Latina y el Caribe*. Recuperado de <http://www.unesco.org/new/es/unesco/worldwide/latin-america-and-the-caribbean/>
- Organización de las Naciones Unidas, ONU. (2009). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades económicas (CIIU)*. Nueva York: ONU, Departamento de Asuntos Económicos y Sociales, División de Estadística. Informes estadísticos, Serie M, No. 4/Rev. 4.

- Organization for Cooperation and Economic Development, OCED. (1992). *Technology and the economy. The key relationship*. Paris: OCED.
- Organisation par la Coopération et le Développement Économique, OCDE. (1995). *Économies locales et globalisation*. Cahiers Leed, 20, 17-18.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE. (1997). *Manual de Oslo*. Paris: OCDE.
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico, OCDE. (2005). *Manual de Oslo*. Paris: OCDE.
- Ortega, M. (2013). Gestión de recursos como parte del desarrollo local. *IX Concurso internacional de buenas prácticas del comité hábitat en el área temática de recursos naturales, ciudad y entorno natural*. Recuperado de <http://habitat.aq.upm.es/boletin/n55/amort.html>
- Ortiz, P. & Olaz, A. (2014). La mujer en la empresa familiar española desde la perspectiva del *familiness*. *Revista Política y Sociedad*, 51, Núm. 2: 481-506 Recuperado de http://dx.doi.org/10.5209/rev_POSO.2014.v51.n2.43647
- Ottati, G. D. (1994). Trust, interlinking, transactions and credit in the industrial districts. *Cambridge Journal of Economics*, 18, 529-546. Recuperado de <http://ideas.repec.org/a/oup/cambje/v18y1994i6p529-46.htm>
- Palacios, O. (2005). Los evolucionistas o neoschumpeterianos. *Revista Mundo Siglo XXI*, 87-113. Instituto Politécnico Nacional. Escuela Superior de Economía. México, Distrito Federal. México. Recuperado de <http://132.248.9.34/hevila/MundosisgloXXI/2005/no1/7.pdf>
- Pearl, J. & Leah, K. (2008). The world's largest family businesses. *Family Business Magazine*, 3.
- Pérez, C. (1986). Las nuevas tecnologías: una visión de conjunto. En Ominami, C. (Ed.), *La tercera revolución industrial. Impactos internacionales del actual viraje tecnológico* (pp. 43-89). Buenos Aires: Grupo Editor Latinoamericano.
- Pérez, C. (1993). Cambio Técnico, Reestructuración Competitiva y Reforma Institucional en los Países en Desarrollo. Fondo de Cultura Económica. *El Trimestre Económico*, 233, 23-64.
- Pérez, C. (1996). La modernización industrial en América Latina y la herencia de la sustitución de importaciones. *Revista Comercio Exterior*, 46(5), 347-363.

- Pérez, C. (2001). Cambio tecnológico y oportunidades de desarrollo como blanco móvil. *Revista de la CEPAL*, 75, 115-136.
- Pérez, C. (2002). Cambio estructural y asimilación de nuevas tecnologías en el sistema económico y social. *Futures*, 15(5), 357-375. Recuperado de http://ipes.anep.edu.uy/documentos/noticias_portada/vinculo_abajo/hist_ec/mater
- Pérez M., F. (2014). Economistas incluyendo Felipe Pérez Martí reclaman al BCV retraso en publicación de cifras oficiales. *Noticiero Digital*, 08/06/2014. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ve/nacional/inflacion-acumula-21-entre-enero-y-febrero>
- Pernía, A. J. (2011). La hora de la verdad. Editorial. *Revista Gerente*, 275 (Número especial sobre empresas familiares). Caracas, Venezuela.
- Pessoa de Matos, M. & Arroio, A. (2011). Políticas e Instituciones de apoyo a las PYME en Brasil. En Ferraro, C. (Comp.), *Apoyando a las PYMES: políticas de fomento en América Latina y el Caribe* (pp. 77-158). Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina-Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, CEPAL/AECID, LC/R. 2180.
- Pierre, J. (2000). *Debating governance: Authority, steering and democracy*. New York: Oxford University Press Inc.
- Pike, A., Rodríguez-Pose, A. & Tomaney, J. (2011). *Desarrollo local y regional*. Valencia (España): Universitat de València, Cátedra de Geografía Humana. Colección Desarrollo Territorial, 8 (traducción de la primera edición 2006).
- Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD. (1978). *Declaración en la 606ª sesión del Consejo de Administración del PNUD*. Washington: Naciones Unidas.
- Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo, PNUD. (1996). *Informe sobre Desarrollo Humano*. Madrid: Mundi-Prensa Libros S.A.
- Porter, M. E. (1980). *Estrategia competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia*. México: Editorial.
- Porter, M. E. (1990). ¿Dónde radica la ventaja competitiva de las naciones? *Harvard-Deusto Business Review*, 44, 3-26.
- Porter, M. E. (2006). *Estrategia y ventaja competitiva*. Barcelona (España): Ediciones Deusto.
- Poza, E. J. (2005). *Empresas familiares*. México: Thomson International.

- Programa Andes Tropicales, PAT. (2012). *Turismo rural de base comunitaria*. Recuperado de <http://www.andestropicales.org/planificacion.html>
- Purroy, M. I. (1986). *Estado e industrialización en Venezuela*. Valencia (Venezuela): Vadell Hermanos Editores.
- Putnam, R. (1993). La Tradizione Cívica nelle Regioni Italiane. *Oscar Saggi Mondadori, Milano*.
- Quijano, R., Argüelles, L., Sahuí, J. & Magaña, D. (2015). Experiencia generacional y transmisión de poder como elementos de la cultura organizacional en empresas familiares de Campeche, México. *Revista Internacional Administración & Finanzas*, 8(3), 53-67.
- Ramos, J. (1998). *Una estrategia de desarrollo a partir de los complejos productivos (clusters) en torno a los recursos naturales*. Santiago de Chile: CEPAL, LC/R. 1743/Rev. 1.
- Rangel, M. (2012). *Plan Local de Desarrollo Sustentable de la ciudad de Mérida*. Mérida (Venezuela): Universidad de Los Andes, Facultad de Arquitectura y Diseño, Grupo de Investigación sobre el Espacio Público (GISEP).
- Ranis, G. (2004). The evolution of development thinking: theory and policy. *Paper prepared for the Annual World Bank Conference of Development Economics*. Washington, D.C.
- República Bolivariana de Venezuela, RBV. (1997). *Ley orgánica del trabajo (LOT)*. (1997). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.152, (Extraordinario), del 19/06/1997.
- República Bolivariana de Venezuela, RBV. (2000). *Constitución Nacional de la República Bolivariana de Venezuela*. Gaceta Oficial N° 5.453 (Extraordinario), del 12/03/2000. Caracas: Imprenta Nacional.
- República Bolivariana de Venezuela, RBV. (2001). *Ley para la promoción y desarrollo de la pequeña y mediana industria*. Decreto 1.547, Gaceta Oficial N° 5.552, del 09/11/2001.
- República Bolivariana de Venezuela, RBV. (2002). *Ley de los consejos locales de planificación pública*. Gaceta Oficial N° 37.463, del 12/06/2002.
- República Bolivariana de Venezuela, RBV. (2005a). *Ley orgánica de prevención, condiciones y medio ambiente de trabajo (LOPCYMAT)*. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 38.236, del 26/07/2005.
- República Bolivariana de Venezuela, RBV. (2005b). *Ley de ciencia, tecnología e innovación*. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 38.242, del 03/08/2005.

- República Bolivariana de Venezuela, RBV. (2006). *Ley para personas con discapacidad*. Gaceta Oficial N° 38.598, del 15/11/2006.
- República Bolivariana de Venezuela, RBV. (2007). *Ley de impuesto sobre la renta*. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela, N° 38.628.
- República Bolivariana de Venezuela, RBV. (2008a). *Decreto N° 6.130, con rango, valor y fuerza de Ley para el fomento y desarrollo de la economía popular*. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 5.890 (Extraordinario), del 31/07/2008.
- República Bolivariana de Venezuela, RBV. (2008b). Decreto con rango, valor y fuerza de *Ley para la promoción y desarrollo de la pequeña y mediana industria y unidades de propiedad social*. Decreto 6.215, Gaceta Oficial N° 5.890 (extraordinario), del 31/08/2008.
- República Bolivariana de Venezuela, RBV. (2009). *Ley orgánica de los consejos comunales*. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.335, del 28/12/2009.
- República Bolivariana de Venezuela, RBV. (2010a). *Ley Orgánica de Ciencia, Tecnología e Innovación*. Gaceta Oficial N° 39.575, del 16/12/2010. Caracas: Imprenta Nacional.
- República Bolivariana de Venezuela, RBV. (2010b). *Ley orgánica de planificación pública y popular*. Gaceta Oficial N° 6.011, (Extraordinario), del 21/12/2010.
- República Bolivariana de Venezuela, RBV. (2010c). *Ley de reforma parcial a la Ley de los consejos locales de planificación pública*. Gaceta Oficial N° 6.017, (Extraordinario), del 30/12/2010.
- República Bolivariana de Venezuela, RBV. (2011). *Ley de alimentación de los trabajadores y trabajadoras*. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 39.666, Decreto N° 8.189, del 04/05/2011.
- República Bolivariana de Venezuela, RBV. (2012). *Ley orgánica del trabajo, los trabajadores y las trabajadoras (LOTTT)*. Decreto N° 8.938 del 30/04/2012.
- República Bolivariana de Venezuela, RBV. (2013). *Ley del Plan de la Patria. Segundo Plan Socialista de Desarrollo Económico y Social de la Nación 2013-2019*. Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela N° 6.118 (Extraordinario), de fecha 04/12/2013.
- República Bolivariana de Venezuela-Asamblea Nacional, RBV. (1993). *Ley de creación del Fondo Intergubernamental para la Descentralización (FIDES)*. Gaceta N° 35.539 Extraordinaria,

de fecha 13/12/1993. Recuperado de tesis.ula.ve/postgrado/tde_busca/archivo.php?codArchivo=6164

República Bolivariana de Venezuela-Asamblea Nacional, RBV. (2006). *Ley de reforma parcial de la Ley que crea el Fondo Intergubernamental para la Descentralización (FIDES)*. Gaceta N° 5.805 Extraordinaria, de fecha 22/03/2006. Recuperado de <http://virtualurbe.edu/gacetas/05805.pdf>

República Bolivariana de Venezuela-Ministerio del Poder Popular de Economía, Finanzas y Banca Pública-SENIAT, RBV-MPPEFBP-SENIAT. (2015). *Providencia mediante la cual se ajustan la Unidad Tributaria de ciento siete bolívares (Bs. 107,00) a ciento veintisiete bolívares (Bs. 127,00)*. Gaceta Oficial No. 40.359 de fecha 19/02/2015. Recuperado de <http://www.tsj.gob.ve/es/web/tsj/gaceta-oficial#>

República Bolivariana de Venezuela-Presidencia de la República, RBV. (1994). *Decreto N° 310 mediante el cual se crea el Servicio Nacional Integrado de Administración Tributaria (SENIAT), servicio autónomo sin personalidad jurídica, con autonomía funcional y financiera, el cual se organizará como una entidad de carácter técnico, dependiente del Ministerio de hacienda, cuyo objeto es la administración del sistema de ingresos tributarios nacionales*. Gaceta N° 35.525, de fecha 16/10/1994. Caracas: Imprenta Nacional.

República Bolivariana de Venezuela-Presidencia de la República, RBV (2015a). *Decreto No. 1.599, mediante el cual se fija un aumento del quince por ciento (15%) del salario mínimo nacional mensual, obligatorio en todo el territorio de la República Bolivariana de Venezuela para los trabajadores y las trabajadoras que presten sus servicios en los sectores públicos y privados*. Gaceta Oficial N° 40.597, de fecha 06/02/2015. Recuperado de <http://historico.tsj.gob.ve/gaceta/febrero/622015/622015-4200.pdf#page=2>

República Bolivariana de Venezuela-Presidencia de la República, RBV. (2015b). *Decreto No. 1.737, mediante el cual se fija un aumento del salario mínimo nacional mensual obligatorio en todo el territorio de la República Bolivariana de Venezuela para los trabajadores y las trabajadoras que presten sus servicios en los sectores públicos y privados, del veinte por ciento (20%) a partir del 01/05/2015 y diez por ciento (10%) a partir del 01/07/2015*. Gaceta Oficial No. 40.657 de fecha 11/05/2015. Recuperado de <http://www.tsj.gob.ve/es/web/tsj/gaceta-oficial#>

República de Venezuela. (1955). *Código de comercio de Venezuela*. Gaceta N° 475, del 21/12/1955.

- República de Venezuela. (1982). Código civil de Venezuela. Gaceta N° 2.990 Extraordinaria, del 26/07/1982.*
- Reyes, G. (2009). Teorías de desarrollo económico y social: Articulación con el planteamiento de desarrollo humano. *Revista Tendencias*, X(1), 117-142.
- Richer, M. (2008). Políticas públicas y economía social en Venezuela. *Revista Sociedade em Debate*, 14(1), 103-118. Recuperado de <http://revistas.ucpel.tche.br/index.php/rsd>
- Rienda, L. & Pertusa, E. M. (2002). Una aproximación teórica a la estructura organizativa de las empresas familiares. *Boletín de Estudios Económicos*, LVII(177), 483-499.
- Robbins, S. & Coulter, M. (2000). *Administración*. México: Prentice Hall, 6ª edición.
- Robinson, L., Siles, M. & Schmid, A. (2003). El capital social y la reducción de la pobreza: hacia un paradigma maduro. En Atria, R. & Siles, M. (Comp.), *Capital social y reducción de la pobreza en América Latina y el Caribe: en busca de un nuevo paradigma* (pp. 51-113). Santiago de Chile: CEPAL.
- Rodríguez C., J. (2009). Los procesos de desarrollo local desde la perspectiva europea: génesis y transformación. *Revista Semestre Económico*, 12(24), 37-55.
- Rodríguez M., A. (2006). *Desarrollo económico territorial endógeno. Teoría y aplicación al caso Uruguay*. Montevideo: Universidad de la República de Uruguay, Instituto de Economía, Serie Documentos de Trabajo, DT 02/06.
- Rodríguez, P. L., Morales, J. R. & Monaldi, F. (2012). *Distribución Directa de los Ingresos Petroleros: ¿una alternativa Viable?* Center for Global Development, Papel de trabajo #306 (septiembre).
- Rodríguez-Pose, A. (2001). *El papel de la OIT en la puesta en práctica de estrategias de Desarrollo Económico Local en un mundo globalizado*. Londres: London School of Economics, Local Economic Development Programme (LED). Recuperado de <http://www.hegoa.ehu.es/dossierra/DHL/RodriguezPoseElpapeldelaOIT.pdf>
- Rodríguez Z., M., Rodríguez A., J. & Rodríguez J., M. (2012a). Posicionamiento de la pequeña y mediana empresa familiar sobre la responsabilidad social. *Cuadernos de Investigación de la Cátedra PRASA de Empresa Familiar*, 15, 4-20.
- Rodríguez Z., M., Rodríguez A., J. & Rodríguez J., M. (2012b). La crisis económica actual y la empresa familiar. *Cuadernos de Investigación de la Cátedra PRASA de Empresa Familiar*, 16, 4-30.

- Rojo, A., Diéguez, J. & López, P. (2011). Importancia del concepto de empresa familiar: utilización de la base de datos SABI para su clasificación. *Revista de Empresa Familiar*, 1(1), 53-67.
- Romero, I. (2005). PYME, grandes empresa y desarrollo Local. Reflexiones desde una perspectiva de desarrollo endógeno. *Encuentros Virtuales de Economía. Segundo Encuentro Internacional: desarrollo local en un Mundo Global*. Recuperado de <http://www.eumed.net/eve/>
- Rosales, L. R. (2000). *Estrategias gerenciales para la pequeña y mediana empresa*. Caracas: Ediciones IESA.
- Rottenberg, D. (Ed.) (2002). The older family businesses. *Family Business Magazine*, 13(1), 44.
- Ruiz, M., Sessarego, A. & Guzmán-Sanza, R. (2010). *A research about of family firm definition*. Recuperado de <http://ssrn.com/abstract=1551410>
- Rumelt, R. (1995). Inertia and transformation. En Montgomery, C. A. (Ed.), *Resource-based and evolutionary theories of the firm: Towards a synthesis* (pp.101-132). Norwell, Mass.: Kluwer Academic Publishers.
- Sachs, J. & Larraín, F. (1994). *Macroeconomía en la economía global*. México: Prentice Hall Hispanoamericana.
- Salinas, J. (2000). Desarrollo turístico en el municipio de Buena Vista, Santa Cruz, Bolivia. LC/R.2036, Santiago de Chile, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Sanchís, J. R. (2010). Las estrategias de desarrollo local: aproximación metodológica desde una perspectiva socio-económica e integral. *Revista Dirección y Organización*, 21, 147-160. Recuperado de <http://revistadyo.com/index.php/dyo/article/view/301>
- Santana, D. & Cabrera, K. (2001). Comportamiento y resultados de las empresas cotizadas familiares versus no familiares. *XI Congreso Nacional de ACEDE*, Zaragoza.
- Schulze, W., Lubatkin, M., Dino, R. & Buchholtz, A. (2001). Agency relationships in family firms. *Organization Science*, 12(2), 99-116.
- Schumpeter, J. A. (1976). *Teoría del desenvolvimiento económico. Una investigación sobre ganancias, capital, crédito, interés y ciclo económico*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Schumpeter, J. A. (1983). *Capitalismo, socialismo y democracia. Tomos I y II*. Barcelona (España): Orbis.
- Seers, D. (1970). The meaning of development. *Revista Brasileira de Economia*, 24(3), 11-25.
- Seijo, E. & Menéndez, S. (2007). Eficiencia de las empresas familiares en España: importancia de las estructuras de propiedad y control. *Actas del XIX Congreso anual de AEDEM y XV Congreso Hispano Francés de AEDEM*, Vitoria-Gazteiz.
- Seisdedos, C. N. (2004). *Cambios: test de flexibilidad cognitiva*. Madrid: TEA Ediciones.
- Serna, H. & Suárez, E. (2005). *La empresa familiar. Estrategias y herramientas para su sostenibilidad y crecimiento*. Bogotá: Editorial Temis.
- Sharma, P., Chrisman, J. & Chua, J. (1997). Strategic management of the family business: Past research and future challenges. *Family Business Review*, 10, 1-35.
- Sharma, P., Hoy, F., Astracan, J. & Koiranen, M. (2007). The practice-driven evolution of family business education. *Journal of Business Research*, 60, 1012-1021.
- Sharma, P., Chrisman, J. & Gersick, K. (2012). 25 years of family business review. Reflections on the past and perspectives for the future. *Family Business Review*, 25(1), 5-15. Recuperado de http://www.ffi.org/resource/collection/CD92673C-1A90-47F3-9EE1-4BD1486EA689/2012_March_editorial.pdf
- Sirmon, D. & Hitt, M. (2003). Managing resources: Linking unique resources, management and wealth creation in family firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27, 339-358.
- Sierra, G. & Benítez, M. (2014). Lo que son y no son las empresas de tipo familiar en Colombia. *Puente Revista Científica*. Universidad Pontificia Bolivariana, 5, 105-110.
- Siso, J. M. (1967). *Historia de Venezuela*. México: Yocoima.
- Smith, M. (2007). Real managerial differences between family and non-family firms. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 13(5), 278-295.
- Sonntag, H. R. & Valecillos, H. (1999). *El Estado en el capitalismo contemporáneo*. México: Siglo Veintiuno Editores, 10ª edición.
- Stiglitz, J. (2002). *El malestar de globalización*. Buenos Aires: Taurus.
- Stöhr, W. (1990). *Global challenge and local response: Initiatives for economics regeneration in contemporary Europe*. London and New York: The United Nations University-Mansell.

- Strange, T. & Bayley, A. (2012). *Desarrollo sostenible: integrar la economía, la sociedad y el medio ambiente*. México: OCDE Publishing-Instituto de Investigaciones Económicas, UNAM. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.1787/9789264175617-es>
- Suárez-Villa, L. (1986). El empresario, factor estratégico en las transformaciones territoriales. *Revista Estudios Territoriales*, 20, 55-86.
- Tagiuri, R. & Davis, J. (1996). Bivalent attributes of family business. *Family Business Review*, 9(2), 199-208.
- Toro H., J. (2003). *Fundamentos de teoría económica: un análisis de la política económica venezolana*. Caracas: Editorial Panapo.
- Treacy, M. & Wiersema, F. (1995). *The discipline of marketleaders*. London: Harper Collins.
- Trolebús de Mérida C.A., Tromerca (2013). *Empresa. ¿Quiénes somos?* Recuperado de <http://www.tromerca.gob.ve>
- Uhlener, L., van Goor-Balk, H. & Masurel, E. (2004). Family business and corporate social responsibility in a sample of Dutch firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 11(2), 186–194.
- Universidad de Los Andes, ULA (2015). *¿Qué es la ULA?* Recuperado de <http://www.ula.ve/institucion/la-universidad/la-universidad-de-los-andes>
- Vairub, R. & Rodríguez, A. (2005). Empresas familiares: hallazgos obtenidos en un estudio realizado en 12 empresas familiares venezolanas. *Memorias del Segundo Seminario Anual de Investigación*. Caracas: Instituto de Estudios Superiores en Administración (IESA) y Banco Central de Venezuela (BCV).
- Vázquez Barquero, A. (1988). *Desarrollo local: una estrategia de creación de empleo*. Madrid: Editorial Pirámide.
- Vázquez Barquero, A. (1999). *Desarrollo, redes e innovación: lecciones sobre desarrollo endógeno*. Editorial Pirámide. Madrid, España.
- Vázquez Barquero, A. (2002). *Endogenous development*. London: Routledge.
- Vázquez Barquero, A. (2004). Desarrollo endógeno: interacción de las fuerzas que gobiernan los procesos de crecimiento económico. En Vergara, P. & von Baer, H. (Eds.), *En la frontera del desarrollo endógeno*. Temuco: Ediciones Universidad de la Frontera.
- Vázquez Barquero, A. (2005). *Las nuevas fuerzas del desarrollo*. Barcelona (España): Antoni Bosch Editor.

- Vázquez Barquero, A. (2007). Desarrollo endógeno. Teorías y políticas de desarrollo territorial. *Revista Investigaciones Regionales*, 11, 183-210.
- Veciana, J. M. (1999). Creación de empresas como programa de investigación científica. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 8(3), 11-36.
- Ward, J. L. (1987). *Keeping the family business healthy: how to plan for continuing growth, profitability, and family leadership*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Ward, J. L. (1998). Growing the family business: Special challenges and best practices. *Family Business Review*, 10, 323-337.
- Ward, J. L. (2004). *Cómo crear un consejo de administración en empresas familiares*. Barcelona (España): Ediciones Deusto.
- Wehrich, H. (1982). The TOWS matrix – a tool for situational analysis. *Journal of Long Range Planning*, 15(2), 54-66.
- Weitz, R. (2014). Un marco conceptual para el desarrollo regional. *Revista EURE*, 18, 25-33. Recuperado de www.eure.equipu.cl/index.php/eure/article/viewFile/888/3
- Williamson, O. E. (1985). *The economic institutions of capitalism: Firms, markets, relational contracting*. New York: The Free Press.
- Williamson, O. E. (1989). Transaction Cost Economics. En Scmalensee y Willig (eds.), vol. I, 135-182.
- Winter, M., Fitzgerald, M., Heck, R., Haynes, G. & Danes, S. (1998). Revisiting the study of family business: Methodological challenges, dilemmas and alternative approaches. *Family Business Review*, XI(3), 239-251.
- Ybarra, J. (2006). La experiencia española en distritos industriales. Realidad de un concepto para la pyme y el territorio. *Revista Economía Industrial*, 359, 89-94.
- Yin, R. (2009). *Case study research: Design and methods*. California: SAGE Inc., 4th edition.
- Zellweger, T. & Nason, R. (2008). A stakeholder perspective on family firm performance. *Family Business Review*, 21, 203–216.
- Zevallos, E. (2011). Políticas e Instituciones de apoyo a las PYME en República Dominicana. En Ferraro, C. (Comp.), *Apoyando a las PYMES: políticas de fomento en América Latina y el Caribe* (pp. 223-279). Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina-Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, CEPAL/AECID, LC/R. 2180.

Zona Libre Científica Cultural y Tecnológica de Mérida, ZOLCCYT. (2010). *Zona Libre Científica Cultural y Tecnológica de Mérida*. Recuperado de <http://zolccyt.gob.ve>

Zuleta, L. (2011). Políticas e Instituciones de apoyo a las PYME en Colombia. En Ferraro, C. (Comp.), *Apoyando a las PYMES: políticas de fomento en América Latina y el Caribe* (pp. 165-219). Santiago de Chile: Comisión Económica para América Latina-Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, CEPAL/AECID, LC/R. 2180.

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta modelo



Municipio
Parroquia
Act. Econo
Tamaño
N° Encuesta

CÓDIGO DE ENCUESTA:

--	--	--	--	--

CONTRIBUCIÓN DE LA EMPRESA MERIDEÑA AL DESARROLLO LOCAL

NOMBRE DEL ENCUESTADOR: _____	FECHA DE LA ENTREVISTA:	<table border="1"> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td>DÍA</td> <td>MES</td> <td>AÑO</td> </tr> </table>				DÍA	MES	AÑO
DÍA	MES	AÑO						
NOMBRE DEL INFORMANTE: _____								
CARGO QUE DESEMPEÑA: _____								
TELÉFONO: _____								
CONTROL DE CALIDAD Y CODIFICACIÓN								
NOMBRE DEL SUPERVISOR: _____	FECHA:	<table border="1"> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td>DÍA</td> <td>MES</td> <td>AÑO</td> </tr> </table>				DÍA	MES	AÑO
DÍA	MES	AÑO						
TRANSCRIPCIÓN								
NOMBRE DEL TRANSCRIPTOR: _____	FECHA:	<table border="1"> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> <tr> <td>DÍA</td> <td>MES</td> <td>AÑO</td> </tr> </table>				DÍA	MES	AÑO
DÍA	MES	AÑO						

LLENADO CORRECTO a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

SECCIÓN I: CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

1. ¿ACTUALMENTE EXISTE UN GRUPO FAMILIAR QUE POSEA MÁS DEL 50% DE LAS ACCIONES DE LA EMPRESA?

- 1.- Sí.....
2.- No.....

PASE A LA PREGUNTA Nº 6

2. DESDE SU INICIO ¿LA PROPIEDAD DE LA EMPRESA SE HA MANTENIDO EN MANOS DE UN MISMO GRUPO FAMILIAR?

- 1.- Sí.....
2.- No.....

3. ¿CONSIDERA USTED QUE LA INTENCIÓN DE LOS PROPIETARIOS O SOCIOS SEA MANTENER LA PROPIEDAD DE LA EMPRESA EN MANOS DEL MISMO GRUPO FAMILIAR?

- 1.- Sí.....
2.- No.....

4. ¿LAS FUNCIONES DIRECTIVAS DE LA EMPRESA ESTÁN A CARGO PRINCIPALMENTE DE LOS MIEMBROS DE ESTE GRUPO FAMILIAR?

- 1.- Sí.....
2.- No.....

5. ¿DESDE EL COMIENZO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA, ESTE GRUPO HA EJERCIDO SU DIRECCIÓN?

- 1.- Sí.....
2.- No.....

6. INDIQUE LA CONDICIÓN JURÍDICA DE LA EMPRESA:

- 1.- Empresa Unipersonal.....
2.- Compañía Anónima (C.A.).....
3.- Sociedad Anónima (S.A.).....
4.- Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.R.L.).....
5.- Cooperativa.....
6.- Asociación Civil.....
7.- Ninguna.....

7. INDIQUE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA: <i>Mostrar Ficha N° 1</i>		
---	--	--

8. INDIQUE EL TIEMPO EN AÑOS QUE TIENE LA EMPRESA DESDE EL INICIO DE SUS ACTIVIDADES:		
---	--	--

9. ¿CUÁL ES EL NÚMERO DE EMPLEADOS CON LOS QUE CUENTA LA EMPRESA ACTUALMENTE?		
---	--	--

10. INDIQUE EL TIPO DE VARIACIÓN EN EL NÚMERO DE EMPLEADOS RESPECTO AL AÑO ANTERIOR		
1.- Mayor.....		<input type="checkbox"/>
2.- Menor.....		<input type="checkbox"/>
3.- Igual.....		<input type="checkbox"/>

11. INDIQUE EL NIVEL EDUCATIVO DE LOS PROPIETARIOS Y/O GERENTES DE LA EMPRESA.		
1.- Con formación universitaria.....	<input type="checkbox"/>	
2.- Sin formación universitaria.....	<input type="checkbox"/>	

12. INDIQUE EL NÚMERO DE TRABAJADORES PARA CADA UNA DE LAS SIGUIENTES CATEGORÍAS		
	TOTAL	
Propietarios y Socios Activos.....		
Personal Permanente Empleado.....		
Personal Permanente Obrero.....		
Personal <i>outsourcing</i>		
Personal Eventual (Estacionario).....		
TOTAL DE TRABAJADORES DE LA EMPRESA.....	 	

13. ¿LA EMPRESA CUENTA CON TRABAJADORES QUE PRESENTEN LAS SIGUIENTES CONDICIONES?		
	1. Sí	2. No
Adolescentes.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Discapacitados.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Desfavorecidos.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Extranjeros.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

22. INDIQUE CUÁLES DE LOS SIGUIENTES BENEFICIOS LABORALES EN DINERO O ESPECIE Y APORTES PATRONALES, RELACIONADOS CON LA SEGURIDAD SOCIAL, OTORGA LA EMPRESA A SUS TRABAJADORES.

	1. Sí	2. No
01. Sueldos y Salarios Básicos.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
02. Pago de Horas Extras.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
03. Bono de Transporte.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
04. Bono de Productividad.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
05. Utilidades.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
06. Aguinaldos.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
07. Bono Vacacional.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
08. Comisiones.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
09. Aporte Patronal al Ahorro Habitacional.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Aporte Patronal a la Caja de Ahorro.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Otras Bonificaciones en Dinero.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Alimentos.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Bebidas.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Viviendas y Servicios para uso del Trabajador y su Familia.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. Vestido, Calzado que los trabajadores puedan usar fuera del trabajo.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Otras Bonificaciones en Especie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17. Seguro Social Obligatorio.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. Ley de Política Habitacional.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. INCES.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Paro Forzoso.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21. Regímenes de Pensiones.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22. Apartados Patronales para pago de prestaciones sociales.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. Fondo de Contingencias (para enfermedades, accidentes y despidos de los trabajadores	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Otras Contribuciones Patronales Obligatorias.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Becas Escolares.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Comedores.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Asistencia Médica.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Programas de Apoyo a la Mujer.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29. Suministro de Medicamentos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. Guarderías.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31. Crédito para el Financiamiento de Viviendas.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32. Programa de Adiestramiento y Capacitación.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33. Otros Beneficios Voluntarios.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

23. INDIQUE CUÁLES DE LAS SIGUIENTES PRÁCTICAS ECOLÓGICAS SON LLEVADAS A CABO EN LA EMPRESA.

	1. Sí	2. No
Utilización de materia prima o productos biodegradables.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Recolección y clasificación de la basura.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Manejo y recolección de desechos tóxicos.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Estrategias de ahorro energético (Electricidad, agua, etc.).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros (Especifique): _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

24. INDIQUE EN CUÁLES DE LAS SIGUIENTES ACCIONES PARA EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE PARTICIPA LA EMPRESA:		
	1. Sí	2. No
Cuidado y/o reforestación de parques y/o espacios naturales.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Patrocinio de campañas informativas para el cuidado medio ambiental.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Membresía en organizaciones dedicadas al cuidado medio ambiental.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros (Especifique): _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SECCIÓN IV: ASPECTOS DE LA EMPRESA RELACIONADOS CON LA TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

25. ¿EN EL ÚLTIMO AÑO HA INTRODUCIDO CAMBIOS O INNOVACIONES EN SUS PROCESOS, PRODUCTOS, SERVICIOS O ESTRUCTURA ORGANIZATIVA?	
1.- Sí.....	<input type="checkbox"/>
2.- No.....	<input type="checkbox"/> → <u>PASE A LA PREGUNTA Nº 27</u>

26. ¿EN CUÁLES DE LAS SIGUIENTES CATEGORÍAS HAN SIDO INTRODUCIDOS DICHS CAMBIOS?		
	1. Sí	2. No
Productos nuevos o mejorados.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servicios nuevos o mejorados.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Métodos de fabricación nuevos o mejorados	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sistemas de distribución nuevos o mejorados.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Sistemas de gestión nuevos o mejorados.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cambios en la organización del trabajo.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cambios en las relaciones con otras empresas.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Modificaciones en el diseño o presentación de productos o servicios.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Métodos de venta nuevos o mejorados.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

27. INDIQUE SI LA EMPRESA DISPONE DE:		
	1. Sí	2. No
Conexión a Internet.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Correo Electrónico.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Página Web.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Intranet Corporativa.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Realiza Compras a través de Internet.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Realiza Ventas a través de Internet.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

28. INDIQUE CUÁLES DE LAS SIGUIENTES ESTRATEGIAS UTILIZA SU EMPRESA PARA COMPETIR EN EL MERCADO:		
	1. Sí	2. No
Precios Inferiores a la Competencia.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Productos Distintos a los de la Competencia.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Productos Dirigidos a un determinado tipo de Consumidores.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros (Especifique):_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SECCIÓN V: ASPECTOS DE LA EMPRESA RELACIONADOS CON OTRAS INSTITUCIONES (GOBIERNO, UNIVERSIDAD, OTRAS EMPRESAS)

29. ¿LA EMPRESA HA RECIBIDO FINANCIAMIENTO POR PARTE DE INSTITUCIONES DE CARÁCTER PRIVADO?	
1.- Sí.....	<input type="checkbox"/>
2.- No.....	<input type="checkbox"/>

30. ¿LA EMPRESA HA RECIBIDO FINANCIAMIENTO POR PARTE DE INSTITUCIONES DE CARÁCTER PÚBLICO?	
1.- Sí.....	<input type="checkbox"/>
2.- No.....	<input type="checkbox"/>

31. LA EMPRESA MANTIENE CONVENIOS DE COOPERACIÓN (CC) CON INSTITUCIONES EDUCATIVAS O DE SERVICIOS PÚBLICOS TALES COMO:		
	1. Sí	2. No
Universidad de Los Andes.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FUNDACITE-Mérida.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Corporación Parque Tecnológico de Mérida (CPTM).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ZOLCCYT-Mérida.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros (Especifique):_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

32. LA EMPRESA RECIBE SERVICIOS EMPRESARIALES O EDUCATIVOS (SEE) DE INSTITUCIONES TALES COMO:		
	1. Sí	2. No
Universidad de Los Andes.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
FUNDACITE-Mérida.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Corporación Parque Tecnológico de Mérida (CPTM).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ZOLCCYT-Mérida.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros (especifique):_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

33. ¿QUÉ TIPO DE CONVENIOS O SERVICIOS MANTIENE O RECIBE DE ESTAS INSTITUCIONES?		
	1. Sí	2. No
Información Empresarial.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacitación en Gestión Empresarial.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Capacitación en Gestión Tecnológica.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Consultoría de Empresas.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apoyo a la Innovación.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apoyo a la Comercialización Nacional, Regional o Local.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Apoyo a la Comercialización Internacional (Exportación / Importación).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Asesoramiento Financiero.....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros (Especifique):_____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SÓLO PARA EL ENCUESTADOR

34. DURACIÓN DE LA ENTREVISTAS: <input type="text"/> MINUTOS
35. ¿CUÁL ES EL ESTADO DE LA ENCUESTA?
ACEPTACIÓN TOTAL..... <input type="checkbox"/> 1 ACEPTACIÓN PARCIAL..... <input type="checkbox"/> 2 NO ACEPTADA..... <input type="checkbox"/> 3 OTRO: _____

36. INDIQUE SU PERCEPCIÓN SOBRE LA PERSONA ENTREVISTADA, EN LOS SIGUIENTES ASPECTOS:					
	<i>Escala: 1.- Muy bajo 2.-Bajo 3.-Ni bajo ni alto 4.-Alto 5.-Muy alto</i>				
	1	2	3	4	5
ACEPTACIÓN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SINCERIDAD	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

OBSERVACIONES DE CAMPO Y OFICINA.

OBSERVACIONES DEL ENCUESTADOR:

OBSERVACIONES DEL SUPERVISOR:

OBSERVACIONES DEL CODIFICADOR:

OBSERVACIONES DEL TRANSCRIPTOR:

Ficha Nº 1
(Pregunta Nº 7)

ACTIVIDAD ECONÓMICA DE LA EMPRESA

Sección	Descripción
A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca
B	Explotación de minas y canteras
C	Industrias manufactureras
D	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado
E	Suministro de agua; evacuación de aguas residuales, gestión de desechos y descontaminación
F	Construcción
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas
H	Transporte y almacenamiento
I	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas
J	Información y comunicaciones
K	Actividades financieras y de seguros
L	Actividades inmobiliarias
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo
O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria
P	Enseñanza
Q	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social
R	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas
S	Otras actividades de servicios
T	Actividades de los hogares como empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio
U	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales

Anexo 2. Código CIU, Revisión 4

Sección	Divisiones	Descripción
A	01-03	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca
B	05-09	Explotación de minas y canteras
C	10-33	Industrias manufactureras
D	35	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado
E	36-39	Suministro de agua; evacuación de aguas residuales, gestión de desechos y descontaminación
F	41-43	Construcción
G	45-47	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas
H	49-53	Transporte y almacenamiento
I	55-56	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas
J	58-63	Información y comunicaciones
K	64-66	Actividades financieras y de seguros
L	68	Actividades inmobiliarias
M	69-75	Actividades profesionales, científicas y técnicas
N	77-82	Actividades de servicios administrativos y de apoyo
O	84	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria
P	85	Enseñanza
Q	86-88	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social
R	90-93	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas
S	94-96	Otras actividades de servicios
T	97-98	Actividades de los hogares como empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio
U	99	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales

Fuente: ONU (2009, p.43)

Anexo 3. Tablas descriptivas de las respuestas al cuestionario: todas las variables por total de empresas. SECCIÓN I: CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

Grupo	Variable principal	Variable secundaria (opciones de respuesta)	Total empresas
Propiedad	Grupo familiar que posee más del 50% de las acciones de la empresa (propiedad actual)	Sí (193)	81,4%
		No	18,6%
		Total	100,0%
	Desde el inicio de las operaciones la propiedad se ha mantenido en manos de un mismo grupo familiar (propiedad inicial)	Sí (187)	78,9%
		No	21,1%
		Total	100,0%
Propiedad y Continuidad	Intención de mantener la propiedad de la empresa en manos del mismo grupo familiar (propiedad futura)	Sí (182)	76,8%
		No	23,2%
		Total	100,0%
Dirección	Funciones directivas a cargo de miembros de un grupo familiar (dirección actual)	Sí (188)	79,3%
		No	20,7%
		Total	100,0%
	Desde el inicio de las operaciones la dirección se ha mantenido en manos de un mismo grupo familiar (dirección futura)	Sí (190)	80,2%
		No	19,8%
		Total	100,0%
Características de la Empresa	Condición Jurídica de la Empresa	Unipersonal	51,9%
		C. A.	38,4%
		S.A.	1,3%
		S.R.L.	1,3%
		Cooperativa	0,8%
		Asociación Civil	2,5%
		Ninguna	3,8%
		Total	100,0%
	Actividad Económica de la Empresa	Industria Manufacturera	4,2%
		Comercio	61,6%
		Construcción	2,1%
		Servicios	32,1%
		Total	100,0%
	Antigüedad de la Empresa (edad)	Menores o iguales a 10 años	68,4%
		Mayores de 10 años	31,6%
Total		100,0%	
Categorías de	Número Total de Empleados (tamaño)	Microempresa (0-5)	78,9%
		Pequeña (6-20)	17,7%
		Mediana y Grande (>21)	3,4%
		Total	100,0%
	Contribución al empleo (variación en el número de empleados respecto al año anterior)	empl<	17,7%
		empl=	58,2%
		empl>	24,1%
		Total	100,0%
	Nivel Educativo de los propietarios y/o gerentes de la Empresa	Sin formación universitaria	55,7%
		Con formación universitaria	44,3%
Total		100,0%	
Categorías de	Propietarios y Socios Activos	(0-5)	98,3%

Trabajadores		(6-20)	1,3%
		(>21)	0,4%
		Total	100,0%
	Empleados	(0-5)	80,6%
		(6-20)	16,0%
		(>21)	3,4%
		Total	100,0%
	Obreros	(0-5)	98,7%
		(6-20)	0,4%
		(>21)	0,8%
		Total	100,0%
	Outsourcing	(0-5)	100,0%
		(6-20)	0%
		(>21)	0%
		Total	100,0%
	Eventual	(0-5)	99,6%
(6-20)		0,4%	
(>21)		0%	
Total		100,0%	
Total Trabajadores	(0-5)	66,2%	
	(6-20)	29,1%	
	(>21)	4,6%	
	Total	100,0%	
Trabajadores en condiciones especiales	Adolescentes	No	91,1%
		Sí	8,9%
		Total	100,0%
	Discapacitados	No	99,2%
		Sí	0,8%
		Total	100,0%
	Desfavorecidos	No	99,2%
		Sí	0,8%
		Total	100,0%
	Extranjeros	No	94,9%
		Sí	5,1%
		Total	100,0%

Fuente: elaboración propia

SECCIÓN II: ASPECTOS DE LA EMPRESA RELACIONADOS CON LA ECONOMÍA LOCAL

Grupo	Variable principal	Variable secundaria (opciones de respuesta)	Total empresas
Impuestos Municipales	Impuesto a la actividad económica	No	21,1%
		Sí	78,9%
		Total	100,0%
	Patente de industria y comercio	No	16,9%
		Sí	83,1%
		Total	100,0%
	Impuesto a inmuebles urbanos	No	70,9%
		Sí	29,1%

		Total	100,0%
	Impuesto a Inmuebles Rurales	No	93,7%
		Sí	6,3%
		Total	100,0%
	Patente vehicular	No	67,1%
		Sí	32,9%
		Total	100,0%
	Propaganda comercial e industrial	No	67,5%
		Sí	32,5%
		Total	100,0%
	Aseo	No	81,0%
		Sí	19,0%
		Total	100,0%
	Otros impuestos municipales	No	96,6%
		Sí	3,4%
		Total	100,0%
Impuestos Nacionales	Impuesto Sobre La Renta	No	26,2%
		Sí	73,8%
		Total	100,0%
	Impuesto al Valor Agregado	No	19,8%
		Sí	80,2%
		Total	100,0%
	Impuesto a los Activos Empresariales	No	85,2%
		Sí	14,8%
		Total	100,0%
	Impuesto sobre sucesiones y donaciones	No	95,8%
		Sí	4,2%
		Total	100,0%
	Impuesto sobre actividades de juego, envite y azar	No	99,2%
		Sí	0,8%
		Total	100,0%
	Impuesto sobre Alcohol y Bebidas Alcohólicas	No	96,2%
		Sí	3,8%
		Total	100,0%
	Impuesto sobre el cigarrillo y manufactura de tabaco	No	96,6%
		Sí	3,4%
		Total	100,0%
	Impuesto a servicios de telecomunicaciones	No	77,2%
		Sí	22,8%
		Total	100,0%
Impuestos aduaneros	No	93,7%	
	Sí	6,3%	
	Total	100,0%	
Otros impuestos nacionales	No	97,9%	
	Sí	2,1%	
	Total	100,0%	

Fuente: elaboración propia

Grupo	Variable principal	Variable secundaria (opciones de respuesta)	Total empresas
Monto de las ventas, pagado por ISLR y por remuneración a mano de obra	Monto pagado por concepto de ISLR	<=100.000 Bs.	89,0%
		>100.000 Bs.	11,0%
		Total	100,0%
	Monto de ventas brutas según declaración de ISLR	<=10.000.000 Bs.	85,4%
		>10.000.000 Bs.	14,6%
		Total	100,0%
	Monto de remuneración a mano de obra según declaración de ISLR	<=4.000.000 Bs.	84,9%
		>4.000.000 Bs.	15,1%
		Total	100,0%

Fuente: elaboración propia

Grupo	Variable principal	Variable secundaria (opciones de respuesta)	Total empresas
Destino de las ventas	Destino de las ventas (%) de la empresa en los mercados locales	<=25%	9,3%
		26-50%	7,2%
		51-75%	9,3%
		76-100%	74,3%
		Total	100,0%
	Destino de las ventas (%) de la empresa en los mercados regionales	<=25%	87,8%
		26-50%	8,9%
		51-75%	2,5%
		76-100%	0,8%
		Total	100,0%
	Destino de las ventas (%) de la empresa en los mercados nacionales	<=25%	92,0%
		26-50%	4,6%
		51-75%	0,8%
		76-100%	2,5%
		Total	100,0%
	Destino de las ventas (%) de la empresa en los mercados internacionales	<=25%	99,2%
26-50%		0,8%	
Total		100,0%	
Origen de las compras	Origen de las compras (%) de la empresa en los mercados locales	<=25%	55,7%
		26-50%	5,9%
		51-75%	6,8%
		76-100%	31,6%
		Total	100,0%
	Origen de las compras (%) de la empresa en los mercados regionales	<=25%	76,8%
		26-50%	13,1%
		51-75%	3,0%
		76-100%	7,2%
		Total	100,0%
	Origen de las compras (%) de la empresa en los mercados nacionales	<=25%	52,7%
		26-50%	14,3%
		51-75%	8,4%
		76-100%	24,5%
		Total	100,0%
	Origen de las compras (%) de la empresa	<=25%	91,1%

	en los mercados internacionales	26-50%	3,4%
		51-75%	2,1%
		76-100%	3,4%
		Total	100,0%

Fuente: elaboración propia

SECCIÓN III: ASPECTOS DE LA EMPRESA RELACIONADOS CON LO SOCIO-AMBIENTAL

Grupo	Variable principal	Variable secundaria (opciones de respuesta)	Total empresas
Contribuciones que otorga la empresa a la comunidad	Deportivos	No	74,3%
		Sí	25,7%
		Total	100,0%
	Educativos	No	86,9%
		Sí	13,1%
		Total	100,0%
	Recreativos	No	13,5%
		Sí	86,5%
		Total	100,0%
	Culturales	No	81,4%
		Sí	18,6%
		Total	100,0%
	Otros	No	92,4%
		Sí	7,6%
		Total	100,0%
Beneficios laborales que otorga la empresa a sus trabajadores en dinero	Sueldos y Salarios	No	20,3%
		Sí	79,7%
		Total	100,0%
	Pago de Horas Extras	No	57,8%
		Sí	42,2%
		Total	100,0%
	Bono de Transporte	No	14,3%
		Sí	85,7%
		Total	100,0%
	Bono de Productividad	No	84,4%
		Sí	15,6%
		Total	100,0%
	Utilidades	No	51,9%
		Sí	48,1%
		Total	100,0%
	Aguinaldos	No	48,9%
		Sí	51,1%
		Total	100,0%
	Bono Vacacional	No	46,0%
		Sí	54,0%
		Total	100,0%
	Comisiones	No	71,7%
		Sí	28,3%
		Total	100,0%

	Aporte Patronal al Ahorro Habitacional	No	80,2%	
		Sí	19,8%	
		Total	100,0%	
	Aporte Patronal a la Caja de Ahorro	No	98,3%	
		Sí	1,7%	
		Total	100,0%	
	Otros beneficios laborales en dinero	No	92,4%	
		Sí	7,6%	
		Total	100,0%	
Beneficios laborales que otorga la empresa a sus trabajadores en especie	Alimentos	No	83,1%	
		Sí	16,9%	
		Total	100,0%	
	Bebidas	No	89,5%	
		Sí	10,5%	
		Total	100,0%	
	Viviendas y servicios	No	97,9%	
		Sí	2,1%	
		Total	100,0%	
	Vestido y calzado	No	97,9%	
		Sí	2,1%	
		Total	100,0%	
	Otros beneficios laborales en especie	No	97,5%	
		Sí	2,5%	
		Total	100,0%	
	Otros beneficios laborales obligatorios que otorga la empresa a sus trabajadores	Seguro Social Obligatorio (S.S.O.)	No	62,0%
			Sí	38,0%
			Total	100,0%
Ley de Política Habitacional (LPH)		No	72,2%	
		Sí	27,8%	
		Total	100,0%	
Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista (INCES)		No	82,3%	
		Sí	17,7%	
		Total	100,0%	
Paso forzoso		No	81,4%	
		Sí	18,6%	
		Total	100,0%	
Regímenes de pensiones		No	98,3%	
		Sí	1,7%	
		Total	100,0%	
Apartados para pago de prestaciones sociales		No	89,5%	
		Sí	10,5%	
		Total	100,0%	
Fondo de contingencias		No	97,0%	
		Sí	3,0%	
		Total	100,0%	
Otros beneficios laborales obligatorios		No	98,3%	
		Sí	1,7%	

		Total	100,0%
Otros beneficios laborales voluntarios que otorga la empresa a sus trabajadores	Becas escolares	No	97,9%
		Sí	2,1%
		Total	100,0%
	Comedores	No	98,3%
		Sí	1,7%
		Total	100,0%
	Asistencia médica	No	92,4%
		Sí	7,6%
		Total	100,0%
	Programas de apoyo a la mujer	No	98,7%
		Sí	1,3%
		Total	100,0%
	Suministro de medicamentos	No	94,5%
		Sí	5,5%
		Total	100,0%
	Guarderías	No	96,2%
		Sí	3,8%
		Total	100,0%
	Crédito para el financiamiento de viviendas	No	98,7%
		Sí	1,3%
		Total	100,0%
Programa de adiestramiento y capacitación	No	90,3%	
	Sí	9,7%	
	Total	100,0%	
Otros beneficios laborales voluntarios	No	97,0%	
	Sí	3,0%	
	Total	100,0%	
Prácticas ecológicas llevadas a cabo en la empresa	Utilización de materia prima o productos biodegradables	No	92,4%
		Sí	7,6%
		Total	100,0%
	Recolección y clasificación de basura	No	81,0%
		Sí	19,0%
		Total	100,0%
	Manejo y recolección de desechos tóxicos	No	3,0%
		Sí	97,0%
		Total	100,0%
	Estrategias de ahorro energético (electricidad, agua, etc.)	No	86,5%
		Sí	13,5%
		Total	100,0%
	Otras prácticas ecológicas	No	99,2%
		Sí	0,8%
		Total	100,0%
Acciones para el cuidado del medio ambiente en que participa la empresa	Cuidado y/o reforestación de parques y/o espacios naturales	No	96,6%
		Sí	3,4%
		Total	100,0%
	Patrocinio de campañas informativas para	No	3,0%

	el cuidado medio ambiental	Sí	97,0%
		Total	100,0%
	Membresía en organizaciones dedicadas al cuidado medio ambiental	No	99,2%
		Sí	0,8%
	Total	100,0%	
	Otras acciones para el cuidado medio ambiental	No	99,6%
		Sí	0,4%
		Total	100,0%

Fuente: elaboración propia

SECCIÓN IV: ASPECTOS DE LA EMPRESA RELACIONADOS CON LA TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

Grupo	Variable principal	Variable secundaria (opciones de respuesta)	Total empresas
Cambios o innovaciones (de las 237 empresas consultadas, sólo respondieron Sí 72 empresas)	Cambios o innovaciones introducidos en sus procesos, productos, servicios o estructura organizativa	No	69,6%
		Sí	30,4%
		Total	100,0%
Tipos de cambios o innovaciones introducidos en procesos, productos, servicios o estructura organizativa (estos resultados son con base en las 72 empresas que respondieron Sí a los cambios)	Productos nuevos o mejorados	No	50,0%
		Sí	50,0%
		Total	100,0%
	Servicios nuevos o mejorados	No	25,0%
		Sí	75,0%
		Total	100,0%
	Métodos de fabricación nuevos o mejorados	No	84,7%
		Sí	15,3%
		Total	100,0%
	Sistemas de distribución nuevos o mejorados	No	79,2%
		Sí	20,8%
		Total	100,0%
	Sistemas de gestión nuevos o mejorados	No	58,3%
		Sí	41,7%
		Total	100,0%
	Cambios en la organización del trabajo	No	41,7%
		Sí	58,3%
		Total	100,0%
	Cambios en las relaciones con otras empresas	No	69,4%
		Sí	30,6%
		Total	100,0%
	Modificaciones en el diseño y presentación de productos o servicios	No	52,8%
		Sí	47,2%
		Total	100,0%
Métodos de venta nuevos o mejorados	No	50,0%	
	Sí	50,0%	
	Total	100,0%	
Recursos Tecnológicos de que dispone la empresa	Conexión a Internet	No	58,6%
		Sí	41,4%
		Total	100,0%
	Correo electrónico	No	62,9%

		Sí	37,1%
		Total	100,0%
	Página web	No	86,9%
		Sí	13,1%
		Total	100,0%
	Intranet Corporativa	No	95,8%
		Sí	4,2%
		Total	100,0%
	Compras por Internet	No	90,3%
		Sí	9,7%
		Total	100,0%
Ventas por Internet	No	97,0%	
	Sí	3,0%	
	Total	100,0%	
Estrategias utilizadas por las empresas para competir en el mercado	Precios inferiores a la competencia	No	49,4%
		Sí	50,6%
		Total	100,0%
	Productos distintos a los de la competencia	No	59,9%
		Sí	40,1%
		Total	100,0%
	Productos dirigidos a un determinado tipo de consumidores	No	64,1%
		Sí	35,9%
		Total	100,0%
	Otras estrategias	No	99,2%
		Sí	0,8%
		Total	100,0%

Fuente: elaboración propia

SECCIÓN V: ASPECTOS DE LA EMPRESA RELACIONADOS CON OTRAS INSTITUCIONES (GOBIERNO, UNIVERSIDAD, OTRAS EMPRESAS)

Grupo	Variable principal	Variable secundaria (opciones de respuesta)	Total empresas
Relaciones que mantiene con sus interlocutores (gobierno, universidad, otras empresas o instituciones)	Financiamiento recibido por parte de instituciones de carácter privado	No	15,6%
		Sí	84,4%
		Total	100,0%
	Financiamiento recibido por parte de instituciones de carácter público	No	95,4%
		Sí	4,6%
		Total	100,0%
Convenios de cooperación	ULA	No	98,7%
		Sí	1,3%
		Total	100,0%
	FUNDACITE-Mérida	No	100,0%
		Sí	0%
		Total	100,0%
	CPTM	No	99,6%
		Sí	0,4%
		Total	100,0%
	ZOLCCYT	No	99,6%

		Sí	0,4%
		Total	100,0%
		No	98,7%
		Sí	1,3%
	Otros	Total	100,0%
		No	98,3%
		Sí	1,7%
		Total	100,0%
Servicios empresariales o educativos	ULA	No	99,6%
		Sí	0,4%
		Total	100,0%
	FUNDACITE-Mérida	No	98,7%
		Sí	1,3%
		Total	100,0%
	CPTM	No	99,6%
		Sí	0,4%
		Total	100,0%
	ZOLCCYT	No	99,2%
		Sí	0,8%
		Total	100,0%
Otros	No	98,7%	
	Sí	1,3%	
	Total	100,0%	
Tipos de convenios o servicios	Información empresarial	No	98,3%
		Sí	1,7%
		Total	100,0%
	Capacitación en gestión empresarial	No	99,2%
		Sí	0,8%
		Total	100,0%
	Capacitación en gestión tecnológica	No	98,7%
		Sí	1,3%
		Total	100,0%
	Consultoría	No	98,7%
		Sí	1,3%
		Total	100,0%
	Apoyo a la innovación	No	98,3%
		Sí	1,7%
		Total	100,0%
	Apoyo a la comercialización	No	100,0%
		Sí	0%
		Total	100,0%
	Apoyo a la importación/exportación	No	99,6%
		Sí	0,4%
		Total	100,0%
	Asesoría financiera	No	99,6%
		Sí	0,4%
		Total	100,0%
Otros	No	99,6%	
	Sí	0,4%	
	Total	100,0%	

Fuente: elaboración propia

Anexo 4. Tablas de contingencia: todas las variables por EF y ENF

SECCIÓN I: CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

Grupo	Variable principal	Variable secundaria (opciones de respuesta)	Empresa No Familiar	Empresa Familiar
Características de la Empresa	Condición jurídica de la empresa	Unipersonal	31,1%	59,1%
		C. A.	52,5%	33,5%
		S.A.	1,6%	1,1%
		S.R.L.	0,0%	1,7%
		Cooperativa	3,3%	0%
		Asociación Civil	6,6%	1,1%
		Ninguna	4,9%	3,4%
		Total	100,0%	100,0%
	Actividad económica de la empresa	Industria Manufacturera	6,6%	3,4%
		Comercio	63,9%	60,8%
		Construcción	0%	2,8%
		Servicios	29,5%	33,0%
		Total	100,0%	100,0%
	Antigüedad de la empresa (edad)	Menores o iguales a 10 años	62,3%	70,5%
		Mayores de 10 años	37,7%	29,5%
Total		100,0%	100,0%	
Número total de empleados (tamaño)	Microempresa (0-5)	Microempresa (0-5)	68,9%	82,4%
		Pequeña (6-20)	27,9%	14,2%
		Mediana y Grande (>21)	3,2%	3,4%
		Total	100,0%	100,0%
	Contribución al empleo (variación en el número de empleados respecto al año anterior)	empl<	23,0%	15,9%
		empl=	67,2%	55,1%
		empl>	9,8%	29,0%
		Total	100,0%	100,0%
	Nivel educativo de los propietarios y/o gerentes de la Empresa	Sin formación Universitaria	44,3%	59,7%
		Con formación Universitaria	55,7%	40,3%
		Total	100,0%	100,0%
Categorías de Trabajadores	Propietarios y socios activos	(0-5)	93,4%	100,0%
		(6-20)	4,9%	0%
		(>21)	1,6%	0%
		Total	100,0%	100,0%
	Empleados	(0-5)	70,5%	84,1%
		(6-20)	24,6%	13,1%
		(>21)	4,9%	2,8%
		Total	100,0%	100,0%
	Obreros	(0-5)	100,0%	98,3%
		(6-20)	0%	0,6%
		(>21)	0%	1,1%
		Total	100,0%	100,0%
	Outsourcing	(0-5)	100,0%	100,0%
		(6-20)	0%	0%
		(>21)	0%	0%
		Total	100,0%	100,0%

	Eventual	(0-5)	100,0%	99,4%
		(6-20)	0%	0,6%
		(>21)	0%	0%
		Total	100,0%	100,0%
	Total Trabajadores	(0-5)	44,3%	73,9%
		(6-20)	49,2%	22,2%
		(>21)	6,6%	4,0%
		Total	100,0%	100,0%
Trabajadores en condiciones especiales	Adolescentes	No	91,8%	90,9%
		Sí	8,2%	9,1%
		Total	100,0%	100,0%
	Discapacitados	No	98,4%	99,4%
		Sí	1,6%	0,6%
		Total	100,0%	100,0%
	Desfavorecidos	No	100,0%	98,9%
		Sí	0%	1,1%
		Total	100,0%	100,0%
	Extranjeros	No	93,4%	95,5%
		Sí	6,6%	4,5%
		Total	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia

SECCIÓN II: ASPECTOS DE LA EMPRESA RELACIONADOS CON LA ECONOMÍA LOCAL

Grupo	Variable principal	Variable secundaria (opciones de respuesta)	Empresa No Familiar	Empresa Familiar
Impuestos Municipales	Impuesto a la actividad económica	No	23,0%	20,5%
		Sí	77,0%	79,5%
		Total	100,0%	100,0%
	Patente de industria y comercio	No	14,8%	17,6%
		Sí	85,2%	82,4%
		Total	100,0%	100,0%
	Impuesto a inmuebles urbanos	No	68,9%	71,6%
		Sí	31,1%	28,4%
		Total	100,0%	100,0%
	Impuesto a inmuebles rurales	No	85,2%	96,6%
		Sí	14,8%	3,4%
		Total	100,0%	100,0%
	Patente vehicular	No	67,2%	67,0%
		Sí	32,8%	33,0%
		Total	100,0%	100,0%
	Propaganda comercial e industrial	No	60,7%	69,9%
		Sí	39,3%	30,1%
		Total	100,0%	100,0%
	Aseo domiciliario	No	85,2%	79,5%
		Sí	14,8%	20,5%
		Total	100,0%	100,0%
	Otros impuestos municipales	No	98,4%	96,0%

		Sí	1,6%	4,0%
		Total	100,0%	100,0%
Impuestos Nacionales	Impuesto Sobre La Renta	No	21,3%	27,8%
		Sí	78,7%	72,2%
		Total	100,0%	100,0%
	Impuesto al Valor Agregado	No	19,7%	19,9%
		Sí	80,3%	80,1%
		Total	100,0%	100,0%
	Impuesto a los Activos Empresariales	No	80,3%	86,9%
		Sí	19,7%	13,1%
		Total	100,0%	100,0%
	Impuesto sobre sucesiones y donaciones	No	88,5%	98,3%
		Sí	11,5%	1,7%
		Total	100,0%	100,0%
	Impuesto sobre actividades de juego, envite y azar	No	98,4%	99,4%
		Sí	1,6%	0,6%
		Total	100,0%	100,0%
	Impuesto sobre Alcohol y Bebidas Alcohólicas	No	95,1%	96,6%
		Sí	4,9%	3,4%
		Total	100,0%	100,0%
	Impuesto sobre el cigarrillo y manufactura de tabaco	No	95,1%	97,2%
		Sí	4,9%	2,8%
		Total	100,0%	100,0%
	Impuesto a servicios de telecomunicaciones	No	75,4%	77,8%
		Sí	24,6%	22,2%
		Total	100,0%	100,0%
Impuestos aduaneros	No	91,8%	94,3%	
	Sí	8,2%	5,7%	
	Total	100,0%	100,0%	
Otros impuestos nacionales	No	96,7%	98,3%	
	Sí	3,3%	1,7%	
	Total	100,0%	100,0%	

Fuente: elaboración propia

Grupo	Variable principal	Variable secundaria (opciones de respuesta)	Empresa No Familiar	Empresa Familiar
Monto de las ventas, pagado por ISLR y por remuneración a mano de obra	Monto pagado por concepto de ISLR	<=100.000Bs.	91,7%	87,8%
		>100.000Bs.	8,3%	12,2%
		Total	100,0%	100,0%
	Monto de ventas brutas según declaración de ISLR	<=10.000.000Bs.	84,6%	85,7%
		>10.000.000Bs.	15,4%	14,3%
		Total	100,0%	100,0%
	Monto de remuneración a mano de obra según declaración de ISLR	<=4.000.000Bs.	88,5%	83,6%
		>4.000.000Bs.	11,5%	16,4%
		Total	100,0%	100,0%

Grupo	Variable principal	Variable secundaria (opciones de respuesta)	Empresa No Familiar	Empresa Familiar
-------	--------------------	---	---------------------	------------------

Destino de las ventas	Destino de las ventas (%) de la empresa en los mercados locales	<=25%	11,5%	8,5%
		26-50%	9,8%	6,3%
		51-75%	8,2%	9,7%
		76-100%	70,5%	75,6%
		Total	100,0%	100,0%
	Destino de las ventas (%) de la empresa en los mercados regionales	<=25%	83,6%	89,2%
		26-50%	11,5%	8,0%
		51-75%	1,6%	2,8%
		76-100%	3,3%	0%
		Total	100,0%	100,0%
	Destino de las ventas (%) de la empresa en los mercados nacionales	<=25%	91,8%	92,0%
		26-50%	4,9%	4,5%
		51-75%	1,6%	0,6%
		76-100%	1,6%	2,8%
		Total	100,0%	100,0%
	Destino de las ventas (%) de la empresa en los mercados internacionales	<=25%	98,4%	99,4%
26-50%		1,6%	0,6%	
Total		100,0%	100,0%	
Origen de las compras	Origen de las compras (%) de la empresa en los mercados locales	<=25%	55,7%	55,7%
		26-50%	4,9%	6,3%
		51-75%	6,6%	6,8%
		76-100%	32,8%	31,3%
		Total	100,0%	100,0%
	Origen de las compras (%) de la empresa en los mercados regionales	<=25%	80,3%	75,6%
		26-50%	6,6%	15,3%
		51-75%	3,3%	2,8%
		76-100%	9,8%	6,3%
		Total	100,0%	100,0%
	Origen de las compras (%) de la empresa en los mercados nacionales	<=25%	57,4%	51,1%
		26-50%	8,2%	16,5%
		51-75%	9,8%	8,0%
		76-100%	24,6%	24,4%
		Total	100,0%	100,0%
	Origen de las compras (%) de la empresa en los mercados internacionales	<=25%	93,4%	90,3%
		26-50%	0%	4,5%
		51-75%	1,6%	2,3%
		76-100%	4,9%	2,8%
		Total	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia

SECCIÓN III: ASPECTOS DE LA EMPRESA RELACIONADOS CON LO SOCIO-AMBIENTAL

Grupo	Variable principal	Variable secundaria (opciones de respuesta)	Empresa No Familiar	Empresa Familiar
Contribuciones que entrega la empresa a la comunidad	Deportivos	No	59,0%	79,5%
		Sí	41,0%	20,5%
		Total	100,0%	100,0%
	Educativos	No	78,7%	89,8%

		Sí	21,3%	10,2%	
		Total	100,0%	100,0%	
		No	23,0%	10,2%	
	Recreativos	Sí	77,0%	89,8%	
		Total	100,0%	100,0%	
		No	75,4%	83,5%	
	Culturales	Sí	24,6%	16,5%	
		Total	100,0%	100,0%	
		No	90,2%	93,2%	
	Otros	Sí	9,8%	6,8%	
		Total	100,0%	100,0%	
		No	11,5%	23,3%	
Beneficios laborales que otorga la empresa a sus trabajadores en dinero	Sueldos y salarios	Sí	88,5%	76,7%	
		Total	100,0%	100,0%	
		No	47,5%	61,4%	
	Pago de horas extras	Sí	52,5%	38,6%	
		Total	100,0%	100,0%	
		No	18,0%	13,1%	
	Bono de transporte	Sí	82,0%	86,9%	
		Total	100,0%	100,0%	
		No	72,1%	88,6%	
	Bono de productividad	Sí	27,9%	11,4%	
		Total	100,0%	100,0%	
		No	39,3%	56,3%	
	Utilidades	Sí	60,7%	43,8%	
		Total	100,0%	100,0%	
		No	36,1%	53,4%	
	Aguinaldos	Sí	63,9%	46,6%	
		Total	100,0%	100,0%	
		No	32,8%	50,6%	
	Bono vacacional	Sí	67,2%	49,4%	
		Total	100,0%	100,0%	
		No	65,6%	73,9%	
	Comisiones	Sí	34,4%	26,1%	
		Total	100,0%	100,0%	
		No	75,4%	81,8%	
	Aporte patronal al ahorro habitacional	Sí	24,6%	18,2%	
		Total	100,0%	100,0%	
		No	98,4%	98,3%	
	Aporte patronal a la caja de ahorro	Sí	1,6%	1,7%	
		Total	100,0%	100,0%	
		No	91,8%	92,6%	
	Otros beneficios laborales en dinero	Sí	8,2%	7,4%	
		Total	100,0%	100,0%	
		No	78,7%	84,7%	
	Beneficios laborales que otorga la empresa a sus	Alimentos	Sí	21,3%	15,3%
			Total	100,0%	100,0%

trabajadores en especie	Bebidas	No	86,9%	90,3%
		Sí	13,1%	9,7%
		Total	100,0%	100,0%
	Viviendas y servicios	No	98,4%	97,7%
		Sí	1,6%	2,3%
		Total	100,0%	100,0%
	Vestido y calzado	No	98,4%	97,7%
		Sí	1,6%	2,3%
		Total	100,0%	100,0%
	Otros beneficios laborales en especie	No	98,4%	97,2%
		Sí	1,6%	2,8%
		Total	100,0%	100,0%
Otros beneficios laborales obligatorios que otorga la empresa a sus trabajadores	Seguro Social Obligatorio (S.S.O.)	No	52,5%	65,3%
		Sí	47,5%	34,7%
		Total	100,0%	100,0%
	Ley de Política Habitacional (LPH)	No	68,9%	73,3%
		Sí	31,1%	26,7%
		Total	100,0%	100,0%
	Instituto Nacional de Capacitación y Educación Socialista (INCES)	No	82,0%	82,4%
		Sí	18,0%	17,6%
		Total	100,0%	100,0%
	Paso forzoso	No	82,0%	81,3%
		Sí	18,0%	18,8%
		Total	100,0%	100,0%
	Regímenes de pensiones	No	98,4%	98,3%
		Sí	1,6%	1,7%
		Total	100,0%	100,0%
	Apartados para pago de prestaciones sociales	No	83,6%	91,5%
		Sí	16,4%	8,5%
		Total	100,0%	100,0%
	Fondo de contingencias	No	95,1%	97,7%
		Sí	4,9%	2,3%
		Total	100,0%	100,0%
	Otros beneficios laborales obligatorios	No	96,7%	98,9%
		Sí	3,3%	1,1%
		Total	100,0%	100,0%
Otros beneficios laborales voluntarios que otorga la empresa a sus trabajadores	Becas escolares	No	96,7%	98,3%
		Sí	3,3%	1,7%
		Total	100,0%	100,0%
	Comedores	No	100,0%	97,7%
		Sí	0%	2,3%
		Total	100,0%	100,0%
	Asistencia médica	No	93,4%	92,0%
		Sí	6,6%	8,0%
		Total	100,0%	100,0%
	Programas de apoyo a la mujer	No	100,0%	98,3%
		Sí	0%	1,7%

		Total	100,0%	100,0%
	Suministro de medicamentos	No	90,2%	96,0%
		Sí	9,8%	4,0%
		Total	100,0%	100,0%
	Guarderías	No	95,1%	96,6%
		Sí	4,9%	3,4%
		Total	100,0%	100,0%
	Crédito para el financiamiento de viviendas	No	98,4%	98,9%
		Sí	1,6%	1,1%
		Total	100,0%	100,0%
	Programa de adiestramiento y capacitación	No	88,5%	90,9%
		Sí	11,5%	9,1%
		Total	100,0%	100,0%
	Otros beneficios laborales voluntarios	No	95,1%	97,7%
		Sí	4,9%	2,3%
		Total	100,0%	100,0%
Prácticas ecológicas llevadas a cabo en la empresa	Utilización de materia prima o productos biodegradables	No	93,4%	92,0%
		Sí	6,6%	8,0%
		Total	100,0%	100,0%
	Recolección y clasificación de basura	No	78,7%	81,8%
		Sí	21,3%	18,2%
		Total	100,0%	100,0%
	Manejo y recolección de desechos tóxicos	No	1,6%	3,4%
		Sí	98,4%	96,6%
		Total	100,0%	100,0%
	Estrategias de ahorro energético (electricidad, agua, etc.)	No	90,2%	85,2%
		Sí	9,8%	14,8%
		Total	100,0%	100,0%
	Otras prácticas ecológicas	No	96,7%	100,0%
		Sí	3,3%	0%
		Total	100,0%	100,0%
Acciones para el cuidado del medio ambiente en que participa la empresa	Cuidado y/o reforestación de parques y/o espacios naturales	No	98,4%	96,0%
		Sí	1,6%	4,0%
		Total	100,0%	100,0%
	Patrocinio de campañas informativas para el cuidado medio ambiental	No	3,3%	2,8%
		Sí	96,7%	97,2%
		Total	100,0%	100,0%
	Membresía en organizaciones dedicadas al cuidado medio ambiental	No	100,0%	98,9%
		Sí	0%	1,1%
		Total	100,0%	100,0%
Otras acciones para el cuidado medio ambiental	No	98,4%	100,0%	
	Sí	1,6%	0%	
	Total	100,0%	100,0%	

Fuente: elaboración propia

SECCIÓN IV: ASPECTOS DE LA EMPRESA RELACIONADOS CON LA TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

Grupo	Variable principal	Variable secundaria (opciones de respuesta)	Empresa No Familiar	Empresa Familiar
Cambios o innovaciones (de las 237 empresas consultadas, sólo respondieron Sí 72 empresas)	Cambios o innovaciones introducidos en sus procesos, productos, servicios o estructura organizativa	No	68,9%	69,9%
		Sí	31,1%	30,1%
		Total	100,0%	100,0%
Tipos de cambios o innovaciones introducidos en procesos, productos, servicios o estructura organizativa (estos resultados son con base en las 72 empresas que respondieron Sí a los cambios)	Productos nuevos o mejorados	No	31,6%	56,6%
		Sí	68,4%	43,4%
		Total	100,0%	100,0%
	Servicios nuevos o mejorados	No	15,8%	28,3%
		Sí	84,2%	71,7%
		Total	100,0%	100,0%
	Métodos de fabricación nuevos o mejorados	No	84,2%	84,9%
		Sí	15,8%	15,1%
		Total	100,0%	100,0%
	Sistemas de distribución nuevos o mejorados	No	73,7%	81,1%
		Sí	26,3%	18,9%
		Total	100,0%	100,0%
	Sistemas de gestión nuevos o mejorados	No	73,7%	52,8%
		Sí	26,3%	47,2%
		Total	100,0%	100,0%
	Cambios en la organización del trabajo	No	52,6%	37,7%
		Sí	47,4%	62,3%
		Total	100,0%	100,0%
	Cambios en las relaciones con otras empresas	No	68,4%	69,8%
		Sí	31,6%	30,2%
		Total	100,0%	100,0%
	Modificaciones en el diseño y presentación de productos o servicios	No	63,2%	49,1%
		Sí	36,8%	50,9%
		Total	100,0%	100,0%
	Métodos de venta nuevos o mejorados	No	63,2%	45,3%
		Sí	36,8%	54,7%
		Total	100,0%	100,0%
Recursos Tecnológicos de que dispone la empresa	Conexión a Internet	No	54,1%	60,2%
		Sí	45,9%	39,8%
		Total	100,0%	100,0%
	Correo electrónico	No	60,7%	63,6%
		Sí	39,3%	36,4%
		Total	100,0%	100,0%
	Página web	No	86,9%	86,9%
		Sí	13,1%	13,1%
		Total	100,0%	100,0%
	Intranet corporativa	No	96,7%	95,5%
		Sí	3,3%	4,5%
		Total	100,0%	100,0%
	Compras por Internet	No	95,1%	88,6%
		Sí	4,9%	11,4%

		Total	100,0%	100,0%
	Ventas por Internet	No	100,0%	96,0%
		Sí	0%	4,0%
		Total	100,0%	100,0%
Estrategias utilizadas por las empresas para competir en el mercado	Precios inferiores a la competencia	No	52,5%	48,3%
		Sí	47,5%	51,7%
		Total	100,0%	100,0%
	Productos distintos a los de la competencia	No	54,1%	61,9%
		Sí	45,9%	38,1%
		Total	100,0%	100,0%
	Productos dirigidos a un determinado tipo de consumidores	No	70,5%	61,9%
		Sí	29,5%	38,1%
		Total	100,0%	100,0%
	Otras estrategias	No	98,4%	99,4%
		Sí	1,6%	0,6%
		Total	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia

SECCIÓN V: ASPECTOS DE LA EMPRESA RELACIONADOS CON OTRAS INSTITUCIONES (GOBIERNO, UNIVERSIDAD, OTRAS EMPRESAS)

Grupo	Variable principal	Variable secundaria (opciones de respuesta)	Empresa No Familiar	Empresa Familiar
Relaciones que mantiene con sus interlocutores (gobierno, universidad, otras empresas o instituciones)	Financiamiento recibido por parte de instituciones de carácter privado	No	9,8%	17,6%
		Sí	90,2%	82,4%
		Total	100,0%	100,0%
	Financiamiento recibido por parte de instituciones de carácter público	No	93,4%	96,0%
		Sí	6,6%	4,0%
	Total	100,0%	100,0%	
Convenios de cooperación	ULA	No	98,4%	98,9%
		Sí	1,6%	1,1%
		Total	100,0%	100,0%
	FUNDACITE-Mérida	No	100,0%	100,0%
		Sí	0%	0%
		Total	100,0%	100,0%
	CPTM	No	98,4%	100,0%
		Sí	1,6%	0%
		Total	100,0%	100,0%
	ZOLCCYT	No	98,4%	100,0%
		Sí	1,6%	0%
		Total	100,0%	100,0%
	Otros	No	96,7%	99,4%
		Sí	3,3%	0,6%
		Total	100,0%	100,0%
Servicios empresariales o educativos	ULA	No	98,4%	98,3%
		Sí	1,6%	1,7%
		Total	100,0%	100,0%
	FUNDACITE-Mérida	No	100,0%	99,4%

		Sí	0%	0,6%
		Total	100,0%	100,0%
		No	98,4%	98,9%
	CPTM	Sí	1,6%	1,1%
		Total	100,0%	100,0%
		No	100,0%	99,4%
	ZOLCCYT	Sí	0%	0,6%
		Total	100,0%	100,0%
		No	98,4%	99,4%
	Otros	Sí	1,6%	0,6%
		Total	100,0%	100,0%
		No	98,4%	99,4%
Tipos de convenios o servicios	Información empresarial	No	98,4%	98,9%
		Sí	1,6%	1,1%
		Total	100,0%	100,0%
	Capacitación en gestión empresarial	No	95,1%	99,4%
		Sí	4,9%	0,6%
		Total	100,0%	100,0%
	Capacitación en gestión tecnológica	No	98,4%	99,4%
		Sí	1,6%	0,6%
		Total	100,0%	100,0%
	Consultoría	No	96,7%	99,4%
		Sí	3,3%	0,6%
		Total	100,0%	100,0%
	Apoyo a la innovación	No	96,7%	99,4%
		Sí	3,3%	0,6%
		Total	100,0%	100,0%
	Apoyo a la comercialización	No	98,4%	98,3%
		Sí	1,6%	1,7%
		Total	100,0%	100,0%
	Apoyo a la importación/exportación	No	100,0%	100,0%
		Sí	0%	0%
		Total	100,0%	100,0%
	Asesoría financiera	No	100,0%	99,4%
		Sí	0%	0,6%
		Total	100,0%	100,0%
	Otros	No	100,0%	99,4%
		Sí	0%	0,6%
		Total	100,0%	100,0%

Fuente: elaboración propia

Anexo 5. Prueba de significancia Chi-cuadrado para todas las variables
Prueba de Significancia Chi-cuadrado. Sección I: características de la empresa

Variable	Pruebas de Chi-cuadrado	Valor	g.l.	Sig. Asintótica (2 caras)	Sig. Exacta (2 caras)	Sig. Exacta (1 cara)	Prob. En el punto
Propiedad (propiedad actual)	Chi-cuadrado de Pearson	155,893	1	0,000	0,000	0,000	
	Razón de verosimilitud	155,265	1	0,000	0,000	0,000	
	Prueba exacta de Fisher				0,000	0,000	
	Asociación lineal por lineal	155,235	1	0,000	0,000	0,000	0,000
	N de casos válidos	237					
Propiedad (propiedad inicial)	Chi-cuadrado de Pearson	182,835	1	0,000	0,000	0,000	
	Razón de verosimilitud	186,653	1	0,000	0,000	0,000	
	Prueba exacta de Fisher				0,000	0,000	
	Asociación lineal por lineal	182,064	1	0,000	0,000	0,000	0,000
	N de casos válidos	237					
Propiedad y Continuidad (propiedad futura)	Chi-cuadrado de Pearson	206,644	1	0,000	0,000	0,000	
	Razón de verosimilitud	217,577	1	0,000	0,000	0,000	
	Prueba exacta de Fisher				0,000	0,000	
	Asociación lineal por lineal	205,772	1	0,000	0,000	0,000	0,000
	N de casos válidos	237					
Dirección (dirección actual)	Chi-cuadrado de Pearson	178,225	1	0,000	0,000	0,000	
	Razón de verosimilitud	181,069	1	0,000	0,000	0,000	
	Prueba exacta de Fisher				0,000	0,000	
	Asociación lineal por lineal	177,473	1	0,000	0,000	0,000	0,000
	N de casos válidos	237					
Dirección (dirección futura)	Chi-cuadrado de Pearson	169,151	1	0,000	0,000	0,000	
	Razón de verosimilitud	170,358	1	0,000	0,000	0,000	
	Prueba exacta de Fisher				0,000	0,000	
	Asociación lineal por lineal	168,438	1	0,000	0,000	0,000	0,000
	N de casos válidos	237					
Condición Jurídica	Chi-cuadrado de Pearson	23,477	6	0,001	0,001		
	Razón de verosimilitud	23,514	6	0,001	0,001		
	Prueba exacta de Fisher	21,966			0,000		
	Asociación lineal por lineal	9,335	1	0,002	0,002	0,002	0,001
	N de casos válidos	237					
Actividad Económica	Chi-cuadrado de Pearson	3,037	3	0,386	0,408		
	Razón de verosimilitud	4,187	3	0,242	0,288		

	Prueba exacta de Fisher	2,654			0,431		
	Asociación lineal por lineal	,779	1	0,378	0,406	0,211	0,041
	N de casos válidos	237					
Antigüedad de la Empresa (edad)	Chi-cuadrado de Pearson	1,394	1	0,238	0,265	0,154	
	Razón de verosimilitud	1,368	1	0,242	0,265	0,154	
	Prueba exacta de Fisher				0,265	0,154	
	Asociación lineal por lineal	1,388	1	0,239	0,265	0,154	0,063
	N de casos válidos	237					
Número Total de Empleados (tamaño)	Chi-cuadrado de Pearson	6,200	3	0,102	0,085		
	Razón de verosimilitud	6,039	3	0,110	0,122		
	Prueba exacta de Fisher	6,166			0,070		
	Asociación lineal por lineal	2,739	1	0,098	0,116	0,069	0,029
	N de casos válidos	237					
Contribución al empleo (variación en el número de empleados respecto al año anterior)	Chi-cuadrado de Pearson	9,307	2	0,010	0,009		
	Razón de verosimilitud	10,581	2	0,005	0,005		
	Prueba exacta de Fisher	10,156			0,006		
	Asociación lineal por lineal	7,475	1	0,006	0,008	0,004	0,002
	N de casos válidos	237					
Nivel Educativo de los propietarios y/o gerentes de la Empresa	Chi-cuadrado de Pearson	4,352	1	0,037	0,051	0,027	
	Razón de verosimilitud	4,332	1	0,037	0,051	0,027	
	Prueba exacta de Fisher				0,051	0,027	
	Asociación lineal por lineal	4,334	1	0,037	0,051	0,027	0,014
	N de casos válidos	237					
Propietarios y Socios	Chi-cuadrado de Pearson	11,739	2	0,003	0,004		
	Razón de verosimilitud	11,058	2	0,004	0,004		
	Prueba exacta de Fisher	9,559			0,004		
	Asociación lineal por lineal	10,418	1	0,001	0,004	0,004	0,004
	N de casos válidos	237					
Empleados	Chi-cuadrado de Pearson	5,369	2	0,068	0,070		
	Razón de verosimilitud	5,026	2	0,081	0,123		
	Prueba exacta de Fisher	5,444			0,055		
	Asociación lineal por lineal	4,553	1	0,033	0,036	0,027	0,013
	N de casos válidos	237					
Obreros	Chi-cuadrado de Pearson	1,053	2	0,591	0,714		
	Razón de	1,799	2	0,407	0,714		

	verosimilitud						
	Prueba exacta de Fisher	0,748			1,000		
	Asociación lineal por lineal	0,970	1	0,325	0,571	0,408	0,408
	N de casos válidos	237					
Outsourcing	Chi-cuadrado de Pearson	0,348	1	0,555	1,000	0,743	
	Razón de verosimilitud	0,597	1	0,440	1,000	0,743	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,743	
	Asociación lineal por lineal	0,347	1	0,556	1,000	0,743	0,743
	N de casos válidos	237					
Eventual	Chi-cuadrado de Pearson	0,348	1	0,555	1,000	0,743	
	Razón de verosimilitud	0,597	1	0,440	1,000	0,743	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,743	
	Asociación lineal por lineal	0,347	1	0,556	1,000	0,743	0,743
	N de casos válidos	237					
Total trabajadores	Chi-cuadrado de Pearson	18,002	2	0,000	0,000		
	Razón de verosimilitud	17,299	2	0,000	0,000		
	Prueba exacta de Fisher	17,508			0,000		
	Asociación lineal por lineal	14,184	1	0,000	0,000	0,000	0,000
	N de casos válidos	237					
Adolescentes	Chi-cuadrado de Pearson	,045	1	,832	1,000	0,534	
	Razón de verosimilitud	,046	1	,831	1,000	0,534	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,534	
	Asociación lineal por lineal	,045	1	,833	1,000	0,534	0,205
	N de casos válidos	237					
Discapacitados	Chi-cuadrado de Pearson	0,621	1	0,431	1,000	0,449	
	Razón de verosimilitud	0,542	1	0,462	1,000	0,449	
	Prueba exacta de Fisher				0,449	0,449	
	Asociación lineal por lineal	0,619	1	0,432	1,000	0,449	0,384
	N de casos válidos	237					
Desfavorecidos	Chi-cuadrado de Pearson	0,699	1	0,403	0,616	0,551	
	Razón de verosimilitud	1,196	1	0,274	0,616	0,551	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,551	
	Asociación lineal por lineal	0,696	1	0,404	0,616	0,551	0,551
	N de casos válidos	237					
Extranjeros	Chi-cuadrado de Pearson	0,381	1	0,537	0,736	0,373	

	Razón de verosimilitud	0,362	1	0,548	0,736	0,373	
	Prueba exacta de Fisher				0,511	0,373	
	Asociación lineal por lineal	0,380	1	0,538	0,736	0,373	0,205
	N de casos válidos	237					

Fuente: elaboración propia

Prueba de Significancia Chi-cuadrado. Sección II: aspectos de la empresa relacionados con la economía local

Variable	Pruebas de Chi-cuadrado	Valor	g.l.	Sig. Asintótica (2 caras)	Sig. Exacta (2 caras)	Sig. Exacta (1 cara)	Prob. en el punto
Impuesto a la actividad económica	Chi-cuadrado de Pearson	0,170	1	0,680	0,717	0,403	
	Razón de verosimilitud	0,167	1	0,682	0,717	0,403	
	Prueba exacta de Fisher				0,717	0,403	
	Asociación lineal por lineal	0,169	1	0,681	0,717	0,403	0,130
	N de casos válidos	237					
Patente industria y comercio	Chi-cuadrado de Pearson	0,264	1	0,607	0,695	0,384	
	Razón de verosimilitud	0,270	1	0,603	0,695	0,384	
	Prueba exacta de Fisher				0,695	0,384	
	Asociación lineal por lineal	0,263	1	0,608	0,695	0,384	0,142
	N de casos válidos	237					
Impuesto a inmuebles urbanos	Chi-cuadrado de Pearson	0,165	1	0,685	0,744	0,400	
	Razón de verosimilitud	0,163	1	0,686	0,744	0,400	
	Prueba exacta de Fisher				0,744	0,400	
	Asociación lineal por lineal	0,164	1	0,686	0,744	0,400	0,118
	N de casos válidos	237					
Impuesto a inmuebles rurales	Chi-cuadrado de Pearson	9,835	1	0,002	0,004	0,004	
	Razón de verosimilitud	8,445	1	0,004	0,014	0,004	
	Prueba exacta de Fisher				0,004	0,004	
	Asociación lineal por lineal	9,793	1	0,002	0,004	0,004	0,003
	N de casos válidos	237					
Patente vehicular	Chi-cuadrado de Pearson	0,001	1	0,981	1,000	0,557	
	Razón de verosimilitud	0,001	1	0,981	1,000	0,557	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,557	
	Asociación lineal por lineal	0,001	1	0,981	1,000	0,557	0,126
	N de casos válidos	237					
Propaganda comercial e	Chi-cuadrado de Pearson	1,760	1	0,185	0,206	0,122	

industrial	Razón de verosimilitud	1,725	1	0,189	0,206	0,122	
	Prueba exacta de Fisher				0,206	0,122	
	Asociación lineal por lineal	1,752	1	0,186	0,206	0,122	0,052
	N de casos válidos	237					
Aseo domiciliario	Chi-cuadrado de Pearson	0,957	1	0,328	0,353	0,217	
	Razón de verosimilitud	0,998	1	0,318	0,353	0,217	
	Prueba exacta de Fisher				0,449	0,217	
	Asociación lineal por lineal	0,953	1	0,329	0,353	0,217	0,098
	N de casos válidos	237					
Otros impuestos municipales	Chi-cuadrado de Pearson	0,759	1	0,384	0,465	0,345	
	Razón de verosimilitud	0,878	1	0,349	0,465	0,345	
	Prueba exacta de Fisher				0,684	0,345	
	Asociación lineal por lineal	0,756	1	0,385	0,465	0,345	0,256
	N de casos válidos	237					
ISLR	Chi-cuadrado de Pearson	1,234	2	0,540	0,553		
	Razón de verosimilitud	1,505	2	0,471	0,553		
	Prueba exacta de Fisher	1,246			0,553		
	Asociación lineal por lineal	1,116	1	0,291	0,327	0,187	0,078
	N de casos válidos	237					
IVA	Chi-cuadrado de Pearson	0,001	1	0,971	1,000	0,567	
	Razón de verosimilitud	0,001	1	0,971	1,000	0,567	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,567	
	Asociación lineal por lineal	0,001	1	0,971	1,000	0,567	0,148
	N de casos válidos	237					
Impuesto a los Activos Empresariales	Chi-cuadrado de Pearson	1,570	1	0,210	0,295	0,149	
	Razón de verosimilitud	1,492	1	0,222	0,295	0,149	
	Prueba exacta de Fisher				0,215	0,149	
	Asociación lineal por lineal	1,563	1	0,211	0,295	0,149	0,074
	N de casos válidos	237					
Impuesto sucesiones y donaciones	Chi-cuadrado de Pearson	10,701	1	0,001	0,003	0,003	
	Razón de verosimilitud	9,028	1	0,003	0,003	0,003	
	Prueba exacta de Fisher				0,003	0,003	
	Asociación lineal por lineal	10,656	1	0,001	0,003	0,003	0,003
	N de casos válidos	237					
Impuesto juego,	Chi-cuadrado de	0,621	1	0,431	1,000	0,449	

envite, azar	Pearson						
	Razón de verosimilitud	0,542	1	0,462	1,000	0,449	
	Prueba exacta de Fisher				0,449	0,449	
	Asociación lineal por lineal	0,619	1	0,432	1,000	0,449	0,384
	N de casos válidos	237					
Impuesto bebidas alcohólicas	Chi-cuadrado de Pearson	0,282	1	0,595	0,698	0,420	
	Razón de verosimilitud	0,268	1	0,605	0,698	0,420	
	Prueba exacta de Fisher				0,698	0,420	
	Asociación lineal por lineal	0,281	1	0,596	0,698	0,420	0,245
	N de casos válidos	237					
Impuesto cigarrillo y tabaco	Chi-cuadrado de Pearson	0,599	1	0,439	0,684	0,339	
	Razón de verosimilitud	0,554	1	0,457	0,684	0,339	
	Prueba exacta de Fisher				0,428	0,339	
	Asociación lineal por lineal	0,597	1	0,440	0,684	0,339	0,218
	N de casos válidos	237					
Impuesto telecomunicaciones	Chi-cuadrado de Pearson	0,152	1	0,696	0,725	0,410	
	Razón de verosimilitud	0,150	1	0,698	0,725	0,410	
	Prueba exacta de Fisher				0,725	0,410	
	Asociación lineal por lineal	0,152	1	0,697	0,725	0,410	0,128
	N de casos válidos	237					
Impuesto aduanero	Chi-cuadrado de Pearson	0,483	1	0,487	0,543	0,335	
	Razón de verosimilitud	0,459	1	0,498	0,543	0,335	
	Prueba exacta de Fisher				0,543	0,335	
	Asociación lineal por lineal	0,481	1	0,488	0,543	0,335	0,177
	N de casos válidos	237					
Otros impuestos nacionales	Chi-cuadrado de Pearson	0,544	1	0,461	0,605	0,383	
	Razón de verosimilitud	0,496	1	0,481	0,605	0,383	
	Prueba exacta de Fisher				0,605	0,383	
	Asociación lineal por lineal	0,541	1	0,462	0,605	0,383	0,274
	N de casos válidos	237					
Monto pagado por concepto de ISLR	Chi-cuadrado de Pearson	0,253	1	0,615	0,713	0,474	
	Razón de verosimilitud	0,263	1	0,608	0,713	0,474	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,474	
	Asociación lineal por lineal	0,249	1	0,618	0,713	0,474	0,287
	N de casos válidos	237					

Monto de ventas brutas según declaración de ISLR	Chi-cuadrado de Pearson	0,018	1	0,892	1,000	0,561	
	Razón de verosimilitud	0,018	1	0,893	1,000	0,561	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,561	
	Asociación lineal por lineal	0,018	1	0,893	1,000	0,561	0,248
	N de casos válidos	237					
Monto de remuneración a mano de obra según declaración de ISLR	Chi-cuadrado de Pearson	0,349	1	0,555	0,750	0,408	
	Razón de verosimilitud	0,365	1	0,546	0,750	0,408	
	Prueba exacta de Fisher				0,750	0,408	
	Asociación lineal por lineal	0,345	1	0,557	0,750	0,408	0,225
	N de casos válidos	237					
Destino de las ventas (%) de la empresa en los mercados locales	Chi-cuadrado de Pearson	1,499	3	0,682	0,704		
	Razón de verosimilitud	1,431	3	0,698	0,719		
	Prueba exacta de Fisher	1,713			0,650		
	Asociación lineal por lineal	1,007	1	0,316	0,324	0,177	0,035
	N de casos válidos	237					
Destino de las ventas (%) de la empresa en los mercados regionales	Chi-cuadrado de Pearson	6,824	3	0,078	0,074		
	Razón de verosimilitud	6,475	3	0,091	0,105		
	Prueba exacta de Fisher	5,594			0,108		
	Asociación lineal por lineal	2,267	1	0,132	0,171	0,094	0,038
	N de casos válidos	237					
Destino de las ventas (%) de la empresa en los mercados nacionales	Chi-cuadrado de Pearson	0,888	3	0,828	0,969		
	Razón de verosimilitud	0,834	3	0,841	0,969		
	Prueba exacta de Fisher	1,289			0,813		
	Asociación lineal por lineal	0,019	1	0,892	1,000	0,522	0,108
	N de casos válidos	237					
Destino de las ventas (%) de la empresa en los mercados internacionales	Chi-cuadrado de Pearson	0,621	1	0,431	1,000	0,449	
	Razón de verosimilitud	0,542	1	0,462	1,000	0,449	
	Prueba exacta de Fisher				,449	0,449	
	Asociación lineal por lineal	0,619	1	0,432	1,000	0,449	0,384
	N de casos válidos	237					
Origen de las compras (%) de la empresa en los mercados locales	Chi-cuadrado de Pearson	0,174	3	0,982	0,986		
	Razón de verosimilitud	0,180	3	0,981	0,986		
	Prueba exacta de Fisher	0,172			1,000		
	Asociación lineal por lineal	0,018	1	0,892	0,914	0,465	0,043
	N de casos válidos	237					

	válidos						
Origen de las compras (%) de la empresa en los mercados regionales	Chi-cuadrado de Pearson	3,647	3	0,302	0,307		
	Razón de verosimilitud	4,004	3	0,261	0,324		
	Prueba exacta de Fisher	3,914			0,256		
	Asociación lineal por lineal	0,050	1	0,823	0,863	0,436	0,066
	N de casos válidos	237					
Origen de las compras (%) de la empresa en los mercados nacionales	Chi-cuadrado de Pearson	2,690	3	0,442	0,449		
	Razón de verosimilitud	2,949	3	0,400	0,417		
	Prueba exacta de Fisher	2,758			0,436		
	Asociación lineal por lineal	0,046	1	0,829	0,860	0,441	0,046
	N de casos válidos	237					
Origen de las compras (%) de la empresa en los mercados internacionales	Chi-cuadrado de Pearson	3,486	3	0,323	0,323		
	Razón de verosimilitud	5,434	3	0,143	0,220		
	Prueba exacta de Fisher	3,452			0,353		
	Asociación lineal por lineal	0,002	1	0,964	1,000	0,511	0,092
	N de casos válidos	237					

Fuente: elaboración propia

Prueba de Significancia Chi-cuadrado. Sección III: aspectos de la empresa relacionados con lo socio-ambiental

Variable	Pruebas de Chi-cuadrado	Valor	g.l.	Sig. Asintótica (2 caras)	Sig. Exacta (2 caras)	Sig. Exacta (1 cara)	Prob. en el punto
Contribuciones que otorga la empresa a la comunidad: Programas Deportivos	Chi-cuadrado de Pearson	9,988	1	0,002	0,002	0,002	
	Razón de verosimilitud	9,417	1	0,002	0,004	0,002	
	Prueba exacta de Fisher				0,002	0,002	
	Asociación lineal por lineal	9,946	1	0,002	0,002	0,002	0,001
	N de casos válidos	237					
Contribuciones que otorga la empresa a la comunidad: Programas Educativos	Chi-cuadrado de Pearson	4,895	1	0,027	0,031	0,026	
	Razón de verosimilitud	4,489	1	0,034	0,045	0,026	
	Prueba exacta de Fisher				0,045	0,026	
	Asociación lineal por lineal	4,875	1	0,027	0,031	0,026	0,017
	N de casos válidos	237					
Contribuciones que otorga la empresa a la comunidad: Programas Recreativos	Chi-cuadrado de Pearson	6,279	1	0,012	0,017	0,014	
	Razón de verosimilitud	5,723	1	0,017	0,028	0,014	
	Prueba exacta de Fisher				0,017	0,014	
	Asociación lineal por lineal	6,253	1	0,012	0,017	0,014	0,009
	N de casos válidos	237					

	válidos						
Contribuciones que otorga la empresa a la comunidad: Programas Culturales	Chi-cuadrado de Pearson	1,972	1	0,160	0,182	0,114	
	Razón de verosimilitud	1,883	1	0,170	0,182	0,114	
	Prueba exacta de Fisher				0,182	0,114	
	Asociación lineal por lineal	1,964	1	0,161	0,182	0,114	0,056
	N de casos válidos	237					
Contribuciones que otorga la empresa a la comunidad: Otros Programas	Chi-cuadrado de Pearson	0,588	1	0,443	0,575	0,303	
	Razón de verosimilitud	0,558	1	0,455	0,575	0,303	
	Prueba exacta de Fisher				0,415	0,303	
	Asociación lineal por lineal	0,585	1	0,444	0,575	0,303	0,156
	N de casos válidos	237					
Sueldos y salarios	Chi-cuadrado de Pearson	3,919	1	0,048	0,063	0,032	
	Razón de verosimilitud	4,298	1	0,038	0,046	0,032	
	Prueba exacta de Fisher				0,063	0,032	
	Asociación lineal por lineal	3,902	1	0,048	0,063	0,032	0,020
	N de casos válidos	237					
Pago de horas extras	Chi-cuadrado de Pearson	3,549	1	0,060	0,071	0,042	
	Razón de verosimilitud	3,518	1	0,061	0,071	0,042	
	Prueba exacta de Fisher				0,071	0,042	
	Asociación lineal por lineal	3,534	1	0,060	0,071	0,042	0,021
	N de casos válidos	237					
Bono de transporte	Chi-cuadrado de Pearson	0,909	1	0,340	0,397	0,226	
	Razón de verosimilitud	0,872	1	0,350	0,397	0,226	
	Prueba exacta de Fisher				0,397	0,226	
	Asociación lineal por lineal	0,905	1	0,341	0,397	0,226	0,103
	N de casos válidos	237					
Bono de productividad	Chi-cuadrado de Pearson	9,367	1	0,002	0,004	0,003	
	Razón de verosimilitud	8,511	1	0,004	0,007	0,003	
	Prueba exacta de Fisher				0,004	0,003	
	Asociación lineal por lineal	9,327	1	0,002	0,004	0,003	0,002
	N de casos válidos	237					
Utilidades	Chi-cuadrado de Pearson	5,186	1	0,023	0,026	0,017	
	Razón de verosimilitud	5,207	1	0,022	0,026	0,017	
	Prueba exacta de Fisher				0,026	0,017	
	Asociación lineal por lineal	5,164	1	0,023	0,026	0,017	0,009

	N de casos válidos	237					
Aguinaldos	Chi-cuadrado de Pearson	5,453	1	0,020	0,025	0,014	
	Razón de verosimilitud	5,514	1	0,019	0,025	0,014	
	Prueba exacta de Fisher				0,025	0,014	
	Asociación lineal por lineal	5,430	1	0,020	0,025	0,014	0,008
	N de casos válidos	237					
Bono vacacional	Chi-cuadrado de Pearson	5,766	1	0,016	0,018	0,012	
	Razón de verosimilitud	5,877	1	0,015	0,018	0,012	
	Prueba exacta de Fisher				0,018	0,012	
	Asociación lineal por lineal	5,742	1	0,017	0,018	0,012	0,007
	N de casos válidos	237					
Comisiones	Chi-cuadrado de Pearson	1,535	1	0,215	0,249	0,142	
	Razón de verosimilitud	1,498	1	0,221	0,249	0,142	
	Prueba exacta de Fisher				0,249	0,142	
	Asociación lineal por lineal	1,529	1	0,216	0,249	0,142	0,060
	N de casos válidos	237					
Aporte ahorro habitacional	Chi-cuadrado de Pearson	1,170	1	0,279	0,351	0,184	
	Razón de verosimilitud	1,130	1	0,288	0,351	0,184	
	Prueba exacta de Fisher				0,351	0,184	
	Asociación lineal por lineal	1,165	1	0,280	0,351	0,184	0,080
	N de casos válidos	237					
Aporte caja de ahorro	Chi-cuadrado de Pearson	0,001	1	0,973	1,000	0,727	
	Razón de verosimilitud	0,001	1	0,973	1,000	0,727	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,727	
	Asociación lineal por lineal	0,001	1	0,973	1,000	0,727	0,425
	N de casos válidos	237					
Otras bonificaciones en dinero	Chi-cuadrado de Pearson	0,042	1	0,837	1,000	0,514	
	Razón de verosimilitud	0,042	1	0,838	1,000	0,514	
	Prueba exacta de Fisher				0,785	0,514	
	Asociación lineal por lineal	0,042	1	0,837	1,000	0,514	0,210
	N de casos válidos	237					
Alimentos	Chi-cuadrado de Pearson	1,151	1	0,283	0,322	0,190	
	Razón de verosimilitud	1,106	1	0,293	0,322	0,190	
	Prueba exacta de Fisher				0,322	0,190	
	Asociación lineal	1,146	1	0,284	0,322	0,190	0,086

	por lineal						
	N de casos válidos	237					
Bebidas	Chi-cuadrado de Pearson	0,573	1	0,449	0,471	0,296	
	Razón de verosimilitud	0,550	1	0,458	0,471	0,296	
	Prueba exacta de Fisher				0,471	0,296	
	Asociación lineal por lineal	0,571	1	0,450	0,471	0,296	0,137
	N de casos válidos	237					
Viviendas y servicios	Chi-cuadrado de Pearson	0,088	1	0,767	1,000	0,617	
	Razón de verosimilitud	0,093	1	0,761	1,000	0,617	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,617	
	Asociación lineal por lineal	0,088	1	0,767	1,000	0,617	0,395
	N de casos válidos	237					
Vestido y calzado	Chi-cuadrado de Pearson	0,088	1	0,767	1,000	0,617	
	Razón de verosimilitud	0,093	1	0,761	1,000	0,617	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,617	
	Asociación lineal por lineal	0,088	1	0,767	1,000	0,617	0,395
	N de casos válidos	237					
Otras bonificaciones en especie	Chi-cuadrado de Pearson	0,265	1	0,607	0,694	0,515	
	Razón de verosimilitud	0,290	1	0,590	0,694	0,515	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,515	
	Asociación lineal por lineal	0,264	1	0,607	0,694	0,515	0,351
	N de casos válidos	237					
Seguro Social Obligatorio (S.S.O.)	Chi-cuadrado de Pearson	3,191	1	0,074	0,092	0,052	
	Razón de verosimilitud	3,142	1	0,076	0,092	0,052	
	Prueba exacta de Fisher				0,092	0,052	
	Asociación lineal por lineal	3,178	1	0,075	0,092	0,052	0,025
	N de casos válidos	237					
Ley de Política Habitacional (LPH)	Chi-cuadrado de Pearson	0,445	1	0,505	0,511	0,305	
	Razón de verosimilitud	0,439	1	0,508	0,619	0,305	
	Prueba exacta de Fisher				0,511	0,305	
	Asociación lineal por lineal	0,443	1	0,506	0,511	0,305	0,104
	N de casos válidos	237					
INCES	Chi-cuadrado de Pearson	0,005	1	0,941	1,000	0,540	
	Razón de verosimilitud	0,005	1	0,941	1,000	0,540	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,540	

	Asociación lineal por lineal	0,005	1	0,941	1,000	0,540	0,153
	N de casos válidos	237					
Paro forzoso	Chi-cuadrado de Pearson	0,015	1	0,901	1,000	0,534	
	Razón de verosimilitud	0,015	1	0,901	1,000	0,534	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,534	
	Asociación lineal por lineal	0,015	1	0,901	1,000	0,534	0,151
	N de casos válidos	237					
Regímenes de pensiones	Chi-cuadrado de Pearson	0,001	1	0,973	1,000	0,727	
	Razón de verosimilitud	0,001	1	0,973	1,000	0,727	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,727	
	Asociación lineal por lineal	0,001	1	0,973	1,000	0,727	0,425
	N de casos válidos	237					
Apartados para pago de prestaciones sociales	Chi-cuadrado de Pearson	2,974	1	0,085	0,094	0,073	
	Razón de verosimilitud	2,739	1	0,098	0,145	0,073	
	Prueba exacta de Fisher				0,094	0,073	
	Asociación lineal por lineal	2,961	1	0,085	0,094	0,073	0,044
	N de casos válidos	237					
Fondo de contingencia	Chi-cuadrado de Pearson	1,106	1	0,293	0,378	0,257	
	Razón de verosimilitud	0,996	1	0,318	0,378	0,257	
	Prueba exacta de Fisher				0,378	0,257	
	Asociación lineal por lineal	1,101	1	0,294	0,378	0,257	0,182
	N de casos válidos	237					
Otros beneficios laborales obligatorios	Chi-cuadrado de Pearson	1,253	1	0,263	0,575	0,273	
	Razón de verosimilitud	1,095	1	0,295	0,575	0,273	
	Prueba exacta de Fisher				0,273	0,273	
	Asociación lineal por lineal	1,248	1	0,264	0,575	0,273	0,220
	N de casos válidos	237					
Becas escolares	Chi-cuadrado de Pearson	0,544	1	0,461	0,605	0,383	
	Razón de verosimilitud	0,496	1	0,481	0,605	0,383	
	Prueba exacta de Fisher				0,605	0,383	
	Asociación lineal por lineal	0,541	1	0,462	0,605	0,383	0,274
	N de casos válidos	237					
Comedores	Chi-cuadrado de Pearson	1,410	1	0,235	0,355	0,301	
	Razón de verosimilitud	2,404	1	0,121	0,355	0,301	
	Prueba exacta				0,575	0,301	

	de Fisher						
	Asociación lineal por lineal	1,404	1	0,236	0,355	0,301	0,301
	N de casos válidos	237					
Asistencia médica	Chi-cuadrado de Pearson	0,126	1	0,723	0,790	0,486	
	Razón de verosimilitud	0,130	1	0,719	0,790	0,486	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,486	
	Asociación lineal por lineal	0,125	1	0,723	0,790	0,486	0,215
	N de casos válidos	237					
Programas de apoyo a la mujer	Chi-cuadrado de Pearson	1,053	1	0,305	0,571	0,408	
	Razón de verosimilitud	1,799	1	0,180	0,571	0,408	
	Prueba exacta de Fisher				0,571	0,408	
	Asociación lineal por lineal	1,049	1	0,306	0,571	0,408	0,408
	N de casos válidos	237					
Suministro de medicamentos	Chi-cuadrado de Pearson	2,999	1	0,083	0,103	0,085	
	Razón de verosimilitud	2,674	1	0,102	0,193	0,085	
	Prueba exacta de Fisher				0,103	0,085	
	Asociación lineal por lineal	2,987	1	0,084	0,103	0,085	0,060
	N de casos válidos	237					
Guarderías	Chi-cuadrado de Pearson	0,282	1	0,595	0,698	0,420	
	Razón de verosimilitud	0,268	1	0,605	0,698	0,420	
	Prueba exacta de Fisher				0,698	0,420	
	Asociación lineal por lineal	0,281	1	0,596	0,698	0,420	0,245
	N de casos válidos	237					
Crédito para financiamiento de viviendas	Chi-cuadrado de Pearson	0,092	1	0,762	1,000	0,592	
	Razón de verosimilitud	0,087	1	0,768	1,000	0,592	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,592	
	Asociación lineal por lineal	0,091	1	0,763	1,000	0,592	0,429
	N de casos válidos	237					
Programa de adiestramiento y capacitación	Chi-cuadrado de Pearson	0,294	1	0,588	0,618	0,374	
	Razón de verosimilitud	0,285	1	0,594	0,618	0,374	
	Prueba exacta de Fisher				0,618	0,374	
	Asociación lineal por lineal	0,293	1	0,589	0,618	0,374	0,164
	N de casos válidos	237					
Otros beneficios laborales voluntarios	Chi-cuadrado de Pearson	1,106	1	0,293	0,378	0,257	
	Razón de verosimilitud	0,996	1	0,318	0,378	0,257	

	Prueba exacta de Fisher				0,378	0,257	
	Asociación lineal por lineal	1,101	1	0,294	0,378	0,257	0,182
	N de casos válidos	237					
Utilización de materia prima o productos biodegradables	Chi-cuadrado de Pearson	0,126	1	0,723	0,790	0,486	
	Razón de verosimilitud	0,130	1	0,719	0,790	0,486	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,486	
	Asociación lineal por lineal	0,125	1	0,723	0,790	0,486	0,215
	N de casos válidos	237					
Recolección y clasificación de basura	Chi-cuadrado de Pearson	0,288	1	0,591	0,705	0,358	
	Razón de verosimilitud	0,283	1	0,595	0,705	0,358	
	Prueba exacta de Fisher				0,575	0,358	
	Asociación lineal por lineal	0,287	1	0,592	0,705	0,358	0,127
	N de casos válidos	237					
Manejo y recolección de desechos tóxicos	Chi-cuadrado de Pearson	0,495	1	0,482	0,681	0,424	
	Razón de verosimilitud	0,558	1	0,455	0,681	0,424	
	Prueba exacta de Fisher				0,681	0,424	
	Asociación lineal por lineal	0,493	1	0,483	0,681	0,424	0,303
	N de casos válidos	237					
Estrategias de ahorro energético (electricidad, agua, etc.)	Chi-cuadrado de Pearson	0,945	1	0,331	0,391	0,229	
	Razón de verosimilitud	1,002	1	0,317	0,391	0,229	
	Prueba exacta de Fisher				0,391	0,229	
	Asociación lineal por lineal	0,941	1	0,332	0,391	0,229	0,114
	N de casos válidos	237					
Otras prácticas ecológicas	Chi-cuadrado de Pearson	5,820	1	0,016	0,065	0,065	
	Razón de verosimilitud	5,478	1	0,019	0,065	0,065	
	Prueba exacta de Fisher				0,065	0,065	
	Asociación lineal por lineal	5,795	1	0,016	0,065	0,065	0,065
	N de casos válidos	237					
Cuidado y/o reforestación de parques y/o espacios naturales	Chi-cuadrado de Pearson	0,759	1	0,384	0,465	0,345	
	Razón de verosimilitud	0,878	1	0,349	0,465	0,345	
	Prueba exacta de Fisher				0,684	0,345	
	Asociación lineal por lineal	0,756	1	0,385	0,465	0,345	0,256
	N de casos válidos	237					
Patrocinio de campañas informativas para	Chi-cuadrado de Pearson	0,030	1	0,862	1,000	0,576	
	Razón de	0,030	1	0,863	1,000	0,576	

el cuidado medio ambiental	verosimilitud						
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,576	
	Asociación lineal por lineal	0,030	1	0,862	1,000	0,576	0,319
	N de casos válidos	237					
Membresía en organizaciones dedicadas al cuidado medio ambiental	Chi-cuadrado de Pearson	0,699	1	0,403	0,616	0,551	
	Razón de verosimilitud	1,196	1	0,274	0,616	0,551	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,551	
	Asociación lineal por lineal	0,696	1	0,404	0,616	0,551	0,551
	N de casos válidos	237					
Otras acciones para el cuidado medio ambiental	Chi-cuadrado de Pearson	2,897	1	0,089	0,257	0,257	
	Razón de verosimilitud	2,727	1	0,099	0,257	0,257	
	Prueba exacta de Fisher				0,257	0,257	
	Asociación lineal por lineal	2,885	1	0,089	0,257	0,257	0,257
	N de casos válidos	237					

Fuente: elaboración propia

Prueba de Significancia Chi-cuadrado. Sección IV: aspectos de la empresa relacionados con la tecnología e innovación

Variable	Pruebas de Chi-cuadrado	Valor	g.l.	Sig. Asintótica (2 caras)	Sig. Exacta (2 caras)	Sig. Exacta (1 cara)	Prob. en el punto
Cambios o innovaciones introducidos en sus procesos, productos, servicios o estructura organizativa	Chi-cuadrado de Pearson	0,023	1	0,880	1,000	0,500	
	Razón de verosimilitud	0,023	1	0,880	1,000	0,500	
	Prueba exacta de Fisher				0,873	0,500	
	Asociación lineal por lineal	0,023	1	0,880	1,000	0,500	0,126
	N de casos válidos	237					
Productos nuevos o mejorados	Chi-cuadrado de Pearson	3,503	1	0,061	0,107	0,054	
	Razón de verosimilitud	3,568	1	0,059	0,107	0,054	
	Prueba exacta de Fisher				0,107	0,054	
	Asociación lineal por lineal	3,455	1	0,063	0,107	0,054	0,038
	N de casos válidos	237					
Servicios nuevos o mejorados	Chi-cuadrado de Pearson	1,168	1	0,280	0,364	0,224	
	Razón de verosimilitud	1,249	1	0,264	0,364	0,224	
	Prueba exacta de Fisher				0,364	0,224	
	Asociación lineal por lineal	1,152	1	0,283	0,364	0,224	0,146
	N de casos válidos	237					
Métodos de fabricación nuevos o	Chi-cuadrado de Pearson	0,005	1	0,942	1,000	0,601	
	Razón de	0,005	1	0,943	1,000	0,601	

mejorados	verosimilitud						
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,601	
	Asociación lineal por lineal	0,005	1	0,943	1,000	0,601	0,284
	N de casos válidos	237					
Sistemas de distribución nuevos o mejorados	Chi-cuadrado de Pearson	0,470	1	0,493	0,521	0,351	
	Razón de verosimilitud	0,454	1	0,501	0,521	0,351	
	Prueba exacta de Fisher				0,521	0,351	
	Asociación lineal por lineal	0,464	1	0,496	0,521	0,351	0,196
	N de casos válidos	237					
Sistemas de gestión nuevos o mejorados	Chi-cuadrado de Pearson	2,502	1	0,114	0,175	0,094	
	Razón de verosimilitud	2,599	1	0,107	0,175	0,094	
	Prueba exacta de Fisher				0,175	0,094	
	Asociación lineal por lineal	2,468	1	0,116	0,175	0,094	0,064
	N de casos válidos	237					
Cambios en la organización del trabajo	Chi-cuadrado de Pearson	1,277	1	0,258	0,289	0,195	
	Razón de verosimilitud	1,265	1	0,261	0,289	0,195	
	Prueba exacta de Fisher				0,289	0,195	
	Asociación lineal por lineal	1,259	1	0,262	0,289	0,195	0,114
	N de casos válidos	237					
Cambios en las relaciones con otras empresas	Chi-cuadrado de Pearson	0,013	1	0,910	1,000	0,563	
	Razón de verosimilitud	0,013	1	0,910	1,000	0,563	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,563	
	Asociación lineal por lineal	0,013	1	0,911	1,000	0,563	0,225
	N de casos válidos	237					
Modificaciones en el diseño y presentación de productos o servicios	Chi-cuadrado de Pearson	1,116	1	0,291	0,422	0,216	
	Razón de verosimilitud	1,128	1	0,288	0,422	0,216	
	Prueba exacta de Fisher				0,422	0,216	
	Asociación lineal por lineal	1,100	1	0,294	0,422	0,216	0,124
	N de casos válidos	237					
Métodos de venta nuevos o mejorados	Chi-cuadrado de Pearson	1,787	1	0,181	0,285	0,142	
	Razón de verosimilitud	1,804	1	0,179	0,285	0,142	
	Prueba exacta de Fisher				0,285	0,142	
	Asociación lineal por lineal	1,763	1	0,184	0,285	0,142	0,089
	N de casos válidos	237					
Conexión a internet	Chi-cuadrado de Pearson	0,702	1	0,402	0,452	0,245	

	Razón de verosimilitud	0,698	1	0,404	0,452	0,245	
	Prueba exacta de Fisher				0,452	0,245	
	Asociación lineal por lineal	0,699	1	0,403	0,452	0,245	0,084
	N de casos válidos	237					
Correo electrónico	Chi-cuadrado de Pearson	0,172	1	0,678	0,759	0,395	
	Razón de verosimilitud	0,172	1	0,679	0,759	0,395	
	Prueba exacta de Fisher				0,759	0,395	
	Asociación lineal por lineal	0,172	1	0,679	0,759	0,395	0,111
	N de casos válidos	237					
Página web	Chi-cuadrado de Pearson	0,000	1	0,993	1,000	0,573	
	Razón de verosimilitud	0,000	1	0,993	1,000	0,573	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,573	
	Asociación lineal por lineal	0,000	1	0,993	1,000	0,573	0,174
	N de casos válidos	237					
Intranet corporativa	Chi-cuadrado de Pearson	0,180	1	0,671	0,740	0,502	
	Razón de verosimilitud	0,189	1	0,663	0,740	0,502	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,502	
	Asociación lineal por lineal	0,179	1	0,672	0,740	0,502	0,280
	N de casos válidos	237					
Compras por Internet	Chi-cuadrado de Pearson	2,148	1	0,143	0,209	0,108	
	Razón de verosimilitud	2,440	1	0,118	0,149	0,108	
	Prueba exacta de Fisher				0,209	0,108	
	Asociación lineal por lineal	2,139	1	0,144	0,209	0,108	0,073
	N de casos válidos	237					
Ventas por Internet	Chi-cuadrado de Pearson	2,500	1	0,114	0,195	0,121	
	Razón de verosimilitud	4,239	1	0,039	0,134	0,121	
	Prueba exacta de Fisher				0,195	0,121	
	Asociación lineal por lineal	2,489	1	0,115	0,195	0,121	0,121
	N de casos válidos	237					
Precios inferiores a la competencia	Chi-cuadrado de Pearson	0,314	1	0,575	0,656	0,340	
	Razón de verosimilitud	0,314	1	0,575	0,656	0,340	
	Prueba exacta de Fisher				0,656	0,340	
	Asociación lineal por lineal	0,313	1	0,576	0,656	0,340	0,101
	N de casos válidos	237					
Productos	Chi-cuadrado de	1,157	1	0,282	0,292	0,178	

distintos a los de la competencia	Pearson						
	Razón de verosimilitud	1,148	1	0,284	0,292	0,178	
	Prueba exacta de Fisher				0,292	0,178	
	Asociación lineal por lineal	1,153	1	0,283	0,292	0,178	0,067
	N de casos válidos	237					
Productos dirigidos a un determinado tipo de consumidores	Chi-cuadrado de Pearson	1,443	1	0,230	0,279	0,148	
	Razón de verosimilitud	1,472	1	0,225	0,279	0,148	
	Prueba exacta de Fisher				0,279	0,148	
	Asociación lineal por lineal	1,437	1	0,231	0,279	0,148	0,061
	N de casos válidos	237					
Otras estrategias	Chi-cuadrado de Pearson	0,621	1	0,431	1,000	0,449	
	Razón de verosimilitud	0,542	1	0,462	1,000	0,449	
	Prueba exacta de Fisher				0,449	0,449	
	Asociación lineal por lineal	0,619	1	0,432	1,000	0,449	0,384
	N de casos válidos	237					

Fuente: elaboración propia

Prueba de Significancia Chi-cuadrado. Sección V: aspectos de la empresa relacionados con sus interlocutores (gobierno, universidad y otras empresas)

Variable	Pruebas de Chi-cuadrado	Valor	g.l.	Sig. Asintótica (2 caras)	Sig. Exacta (2 caras)	Sig. Exacta (1 cara)	Prob. en el punto
Financiamiento recibido de instituciones de carácter privado	Chi-cuadrado de Pearson	2,080	1	0,149	0,160	0,105	
	Razón de verosimilitud	2,256	1	0,133	0,160	0,105	
	Prueba exacta de Fisher				0,218	0,105	
	Asociación lineal por lineal	2,071	1	0,150	0,160	0,105	0,060
	N de casos válidos	237					
Financiamiento recibido de instituciones de carácter público	Chi-cuadrado de Pearson	0,681	1	0,409	0,480	0,305	
	Razón de verosimilitud	0,635	1	0,426	0,480	0,305	
	Prueba exacta de Fisher				0,480	0,305	
	Asociación lineal por lineal	0,678	1	0,410	0,480	0,305	0,183
	N de casos válidos	237					
Convenios de cooperación con ULA	Chi-cuadrado de Pearson	0,092	1	0,762	1,000	0,592	
	Razón de verosimilitud	0,087	1	0,768	1,000	0,592	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,592	
	Asociación lineal por lineal	0,091	1	0,763	1,000	0,592	0,429
	N de casos válidos	237					

Convenios de cooperación con FUNDACITE-Mérida	Chi-cuadrado de Pearson	Mensaje del SPSS: No se han calculado estadísticos porque: La empresa mantiene convenios de cooperación con: FUNDACITE -Mérida es una constante					
	Razón de verosimilitud						
	Prueba exacta de Fisher						
	Asociación lineal por lineal						
	N de casos válidos	237					
Convenios de cooperación con CPTM	Chi-cuadrado de Pearson	2,897	1	0,089	0,257	0,257	
	Razón de verosimilitud	2,727	1	0,099	0,257	0,257	
	Prueba exacta de Fisher				0,257	0,257	
	Asociación lineal por lineal	2,885	1	0,089	0,257	0,257	0,257
	N de casos válidos	237					
Convenios de cooperación con ZOLCCYT	Chi-cuadrado de Pearson	2,897	1	0,089	0,257	0,257	
	Razón de verosimilitud	2,727	1	0,099	0,257	0,257	
	Prueba exacta de Fisher				0,257	0,257	
	Asociación lineal por lineal	2,885	1	0,089	0,257	0,257	0,257
	N de casos válidos	237					
Convenios de cooperación con Otros	Chi-cuadrado de Pearson	2,663	1	0,103	0,163	0,163	
	Razón de verosimilitud	2,239	1	0,135	0,163	0,163	
	Prueba exacta de Fisher				0,163	0,163	
	Asociación lineal por lineal	2,652	1	0,103	0,163	0,163	0,147
	N de casos válidos	237					
Servicios empresariales o educativos de ULA	Chi-cuadrado de Pearson	0,001	1	0,973	1,000	0,727	
	Razón de verosimilitud	0,001	1	0,973	1,000	0,727	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,727	
	Asociación lineal por lineal	0,001	1	0,973	1,000	0,727	0,425
	N de casos válidos	237					
Servicios empresariales o educativos de FUNDACITE-Mérida	Chi-cuadrado de Pearson	0,348	1	0,555	1,000	0,743	
	Razón de verosimilitud	0,597	1	0,440	1,000	0,743	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,743	
	Asociación lineal por lineal	0,347	1	0,556	1,000	0,743	0,743
	N de casos válidos	237					
Servicios empresariales o educativos de CPTM	Chi-cuadrado de Pearson	0,092	1	0,762	1,000	0,592	
	Razón de verosimilitud	0,087	1	0,768	1,000	0,592	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,592	
	Asociación lineal por lineal	0,091	1	0,763	1,000	0,592	0,429

	N de casos válidos	237					
Servicios empresariales o Educativos de ZOLCCYT	Chi-cuadrado de Pearson	0,348	1	0,555	1,000	0,743	
	Razón de verosimilitud	0,597	1	0,440	1,000	0,743	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,743	
	Asociación lineal por lineal	0,347	1	0,556	1,000	0,743	0,743
	N de casos válidos	237					
Servicios empresariales o educativos de otros	Chi-cuadrado de Pearson	0,621	1	0,431	1,000	0,449	
	Razón de verosimilitud	0,542	1	0,462	1,000	0,449	
	Prueba exacta de Fisher				0,449	0,449	
	Asociación lineal por lineal	0,619	1	0,432	1,000	0,449	0,384
	N de casos válidos	237					
Información empresarial	Chi-cuadrado de Pearson	0,092	1	0,762	1,000	0,592	
	Razón de verosimilitud	0,087	1	0,768	1,000	0,592	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,592	
	Asociación lineal por lineal	0,091	1	0,763	1,000	0,592	0,429
	N de casos válidos	237					
Capacitación en gestión empresarial	Chi-cuadrado de Pearson	5,166	1	0,023	0,053	0,053	
	Razón de verosimilitud	4,327	1	0,038	0,053	0,053	
	Prueba exacta de Fisher				0,053	0,053	
	Asociación lineal por lineal	5,144	1	0,023	0,053	0,053	0,049
	N de casos válidos	237					
Capacitación en Gestión Tecnológica	Chi-cuadrado de Pearson	0,621	1	0,431	1,000	0,449	
	Razón de verosimilitud	0,542	1	0,462	1,000	0,449	
	Prueba exacta de Fisher				0,449	0,449	
	Asociación lineal por lineal	0,619	1	0,432	1,000	0,449	0,384
	N de casos válidos	237					
Consultoría	Chi-cuadrado de Pearson	2,663	1	0,103	0,163	0,163	
	Razón de verosimilitud	2,239	1	0,135	0,163	0,163	
	Prueba exacta de Fisher				0,163	0,163	
	Asociación lineal por lineal	2,652	1	0,103	0,163	0,163	0,147
	N de casos válidos	237					
Apoyo a la innovación	Chi-cuadrado de Pearson	2,663	1	0,103	0,163	0,163	
	Razón de verosimilitud	2,239	1	0,135	0,163	0,163	
	Prueba exacta de Fisher				0,163	0,163	
	Asociación lineal	2,652	1	0,103	0,163	0,163	0,147

	por lineal						
	N de casos válidos	237					
Apoyo a la comercialización	Chi-cuadrado de Pearson	0,001	1	0,973	1,000	0,727	
	Razón de verosimilitud	0,001	1	0,973	1,000	0,727	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,727	
	Asociación lineal por lineal	0,001	1	0,973	1,000	0,727	0,425
	N de casos válidos	237					
Apoyo a la importación/ exportación	Chi-cuadrado de Pearson	Mensaje del SPSS: No se han calculado estadísticos porque: Tipo de convenio o servicio que mantiene o recibe de estas instituciones: Apoyo a la comercialización internacional (exportación / importación) es una constante.					
	Razón de verosimilitud						
	Prueba exacta de Fisher						
	Asociación lineal por lineal						
	N de casos válidos	237					
Asesoría financiera	Chi-cuadrado de Pearson	0,348	1	0,555	1,000	0,743	
	Razón de verosimilitud	0,597	1	0,440	1,000	0,743	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,743	
	Asociación lineal por lineal	0,347	1	0,556	1,000	0,743	0,743
	N de casos válidos	237					
Otros	Chi-cuadrado de Pearson	0,348	1	0,555	1,000	0,743	
	Razón de verosimilitud	0,597	1	0,440	1,000	0,743	
	Prueba exacta de Fisher				1,000	0,743	
	Asociación lineal por lineal	0,347	1	0,556	1,000	0,743	0,743
	N de casos válidos	237					

Fuente: elaboración propia

Anexo 6. Tabla de clasificación de las variables, según regresión logística (análisis de sensibilidad y especificidad)

Tabla de clasificación									
Nivel de prob.	Correcto		Incorrecto		Porcentajes				
	Evento	Sin evento	Evento	Sin evento	Correcto	Sensibilidad	Especificidad	Falso positivo	Falso negativo
0,000	50	0	17	0	74,6	100,0	0,0	25,4	---
0,020	49	0	17	1	73,1	98,0	0,0	25,8	100,0
0,040	49	2	15	1	76,1	98,0	11,8	23,4	33,3
0,060	49	2	15	1	76,1	98,0	11,8	23,4	33,3
0,080	49	2	15	1	76,1	98,0	11,8	23,4	33,3
0,100	49	2	15	1	76,1	98,0	11,8	23,4	33,3
0,120	49	2	15	1	76,1	98,0	11,8	23,4	33,3
0,140	49	2	15	1	76,1	98,0	11,8	23,4	33,3
0,160	48	2	15	2	74,6	96,0	11,8	23,8	50,0
0,180	48	2	15	2	74,6	96,0	11,8	23,8	50,0
0,200	48	2	15	2	74,6	96,0	11,8	23,8	50,0
0,220	48	2	15	2	74,6	96,0	11,8	23,8	50,0
0,240	48	4	13	2	77,6	96,0	23,5	21,3	33,3
0,260	48	4	13	2	77,6	96,0	23,5	21,3	33,3
0,280	48	4	13	2	77,6	96,0	23,5	21,3	33,3
0,300	48	4	13	2	77,6	96,0	23,5	21,3	33,3
0,320	48	5	12	2	79,1	96,0	29,4	20,0	28,6
0,340	47	5	12	3	77,6	94,0	29,4	20,3	37,5
0,360	47	5	12	3	77,6	94,0	29,4	20,3	37,5
0,380	47	7	10	3	80,6	94,0	41,2	17,5	30,0
0,400	47	7	10	3	80,6	94,0	41,2	17,5	30,0
0,420	47	7	10	3	80,6	94,0	41,2	17,5	30,0
0,440	47	7	10	3	80,6	94,0	41,2	17,5	30,0
0,460	47	7	10	3	80,6	94,0	41,2	17,5	30,0
0,480	47	7	10	3	80,6	94,0	41,2	17,5	30,0
0,500	47	7	10	3	80,6	94,0	41,2	17,5	30,0
0,520	47	7	10	3	80,6	94,0	41,2	17,5	30,0
0,540	47	7	10	3	80,6	94,0	41,2	17,5	30,0
0,560	47	9	8	3	83,6	94,0	52,9	14,5	25,0
0,580	47	9	8	3	83,6	94,0	52,9	14,5	25,0
0,600	47	9	8	3	83,6	94,0	52,9	14,5	25,0
0,620	47	9	8	3	83,6	94,0	52,9	14,5	25,0
0,640	47	9	8	3	83,6	94,0	52,9	14,5	25,0
0,660	47	9	8	3	83,6	94,0	52,9	14,5	25,0
0,680	47	9	8	3	83,6	94,0	52,9	14,5	25,0
0,700	47	9	8	3	83,6	94,0	52,9	14,5	25,0
0,720	33	9	8	17	62,7	66,0	52,9	19,5	65,4
0,740	33	10	7	17	64,2	66,0	58,8	17,5	63,0
0,760	33	10	7	17	64,2	66,0	58,8	17,5	63,0

0,780	33	14	3	17	70,1	66,0	82,4	8,3	54,8
0,800	33	14	3	17	70,1	66,0	82,4	8,3	54,8
0,820	33	15	2	17	71,6	66,0	88,2	5,7	53,1
0,840	32	15	2	18	70,1	64,0	88,2	5,9	54,5
0,860	29	15	2	21	65,7	58,0	88,2	6,5	58,3
0,880	28	15	2	22	64,2	56,0	88,2	6,7	59,5
0,900	24	15	2	26	58,2	48,0	88,2	7,7	63,4
0,920	21	15	2	29	53,7	42,0	88,2	8,7	65,9
0,940	20	15	2	30	52,2	40,0	88,2	9,1	66,7
0,960	17	16	1	33	49,3	34,0	94,1	5,6	67,3
0,980	11	17	0	39	41,8	22,0	100,0	0,0	69,6
1,000	0	17	0	50	25,4	0,0	100,0	---	74,6

Fuente: elaboración propia

Prueba Global. Hipótesis nula: $\beta=0$

Tipo de Test	Chi-cuadrado	Grados de libertad	p-valor
Prueba de Hosmer y Lemeshow	6,191	6	0,402

Fuente: elaboración propia

Anexo 7. Objetivos y metas del milenio para América Latina / Venezuela al 2010

Objetivos	Metas	Indicadores	América Latina 2010	Venezuela 2010	Meta 2015	N° de países con datos disponibles
1.- Erradicar la pobreza extrema y el hambre	1A.- Reducir a la mitad el porcentaje de personas cuyos ingresos sean menores a 1 US\$		13,7% personas con ingresos menores a 1 US\$	7,2% personas con ingresos menores a 1 US\$	50% personas con ingresos menores a 1 US\$	18
	1B.- Lograr empleo pleno y productivo para todos incluyendo mujeres y jóvenes	Crecimiento PIB / persona empleada	3,9%	Datos no disponibles	No se fijaron plazos ni valores para el cumplimiento de los cuatro indicadores sugeridos en esta meta	26
		Relación empleo población	61,4%			18
		Proporción población ocupada	11,3% (indigentes)			13
			26,3% (pobres no indigentes)			
	Porcentaje ocupados por cuenta propia o en Empresa Familiar	30,8%	13			
1C.- Reducir a la mitad el porcentaje de personas que padecen de hambre		56% (reducción del porcentaje de personas que padecen de hambre por encima de lo esperado)	-40% (aumento del porcentaje de personas que padecen de hambre)	50% personas que padecen de hambre	30	
2.- Lograr la enseñanza primaria universal. (Jóvenes entre 15 y 19 años)			89,6%	93,5%	100,0%	18
3.- Promover la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer	Acceso paritario a la educación en todos los niveles como condición para la autonomía económica de las mujeres	Educación Primaria	1,0 (Niña por cada Niño)	1,09 (Niñas por cada Niño)	Paridad 2/2	30
		Educación Secundaria	1,10 (Niñas por cada Niño)	0,97 (Niñas por cada Niño)	Paridad 2/2	25
		Educación Terciaria	Datos no disponibles	Datos no disponibles	Paridad 2/2	14
4.- Reducir la mortalidad de los niños menores de 5 años	Reducir en dos terceras partes la mortalidad infantil		20,6%	15,98%	33,33%	37
5.- Mejorar la salud materna	Reducir en tres cuartas partes la		No se dispone de datos agregados para la región	54,92% (de mortalidad materna)	25% de mortalidad materna	1

	mortalidad materna			con tendencia descendente)		
6.- Combatir el VIH/SIDA, el paludismo y otras enfermedades			50% recibe tratamiento VIH Tendencia decreciente de casos de paludismo y otras enfermedades	92,29% reciben tratamiento VIH Tendencia decreciente de casos de paludismo y otras enfermedades	Haber detenido y comenzado a reducir la propagación de VIH/SIDA y la incidencia de paludismo y otras enfermedades	No se especifica
7.- Garantizar la sostenibilidad del medio ambiente	7A.- Incorporar los principios de desarrollo sostenible en programas y políticas nacionales		La mayoría de los países de América latina (23) se encuentra por debajo del promedio regional (3,3% tm per cápita) de emisiones de CO ₂ per cápita pero muestran una tendencia al ascenso	Venezuela se encuentra por encima del promedio regional de emisiones de CO ₂ per cápita (6,7% tm per cápita)	Ubicarse por debajo del promedio regional (3,3% tm per cápita) de emisiones de CO ₂ per cápita e ir en descenso	33
	7B y 7C.- Reducir la pérdida de biodiversidad y el porcentaje de personas sin acceso a agua potable y servicios básicos		78% (Población con cobertura de agua potable)	83,9% (Población con cobertura de agua potable)	84% (Población con cobertura de agua potable)	33
8.- Fomentar una alianza mundial para el desarrollo		AOD Acceso a los mercados Acceso a TIC's	Asistencia Oficial para el Desarrollo (AOD): los países desarrollados han destinado el 0,22% de su INB como ayuda a los países más pobres (tendencia decreciente)	Datos no disponibles	Fomentar una alianza mundial a través de los tres indicadores sugeridos en este objetivo	No se especifica
			Acceso a los mercados: en los países desarrollados persisten elevados niveles de protección arancelaria para la comercialización de productos de la región			
			Acceso a TIC's: en la región el crecimiento es lento a ritmo 8 veces menor al registrado en regiones desarrolladas			

Fuente: CEPAL (2010); MINCI (2011)