

Gestión Económica Relacionada con la Inversión y el Mercado de los Emprendimientos Emergentes de Negocio Tipo PYME

María Alexandra Alizo¹, Ángela Graterol¹, Andreína Rodríguez¹

¹ *Instituto de Investigaciones de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad del Zulia (LUZ), Venezuela*

Resumen La presente investigación tiene como objetivo analizar los factores de la Gestión Económica vinculadas a las variables de Inversión y Mercado que son de relevancia en la toma de decisiones de los negocios emprendedores (NE) tipo PYME, ubicados en el Municipio Maracaibo del Estado Zulia, en Venezuela, durante el período 1999 – 2006. La metodología utilizada, fue de campo, descriptiva y exploratoria, fundamentada en el instrumento de recolección de información denominado Gestión Económica de los Emprendimientos Emergentes de Negocios (**GESECON-ENN**). Los resultados denotaron algunas características en los EEN tipo PYMES bien significativas, tales como: la imposibilidad de revalorización de los activos, la necesidad constante de reinyección de capital a objeto de continuar en el mercado, la dificultad de crecer en un mercado muy controlado por el estado, la limitadas oportunidades de implementar estrategias de expansión hacia mercados foráneos, capacidad instalada insuficiente, entre otros, lo cual, aunado al impulso del cooperativismo como política de estado, ha provocado la merma de este sector en Venezuela. Asimismo, la investigación

Correspondencia a: María Alexandra Alizo (e-mail: malizo@luz.edu.ve)

permitió conocer cuales de los factores vinculados a la inversión y al mercado tienen relevancia para el inversor emergente de este municipio.

Palabras clave Inversión, Producción, Emprendimiento Emergente Tipo PYME, Municipio Maracaibo.

Clasificación JEL R11, D10, E22.

1. Introducción

Durante décadas en Venezuela la inversión privada se ha dirigido anárquicamente sobre una gran cantidad de negocios y actividades agropecuarias, industriales y comerciales que han generado relaciones intersectoriales desequilibradas, las cuales han ido estrangulando gradualmente a la estructura productiva del sistema económico interno (Toro, 1993).

Se ha debido a que evolutivamente se ha evidenciado una concentración secular de los flujos nominales de inversión hacia los sectores con más rentabilidad, mayor grado de retorno y menor temporalidad. En vez de direccionar dichos flujos hacia aquellos sectores que tengan la capacidad de ejercer el efecto multiplicador de la inversión, retribuyendo dicho efecto sobre la capacidad productiva de la economía, y así conseguir un incremento del ingreso nacional productivo que sea secuencial y reaplicable en la economía (Toro, 1993).

Por otro lado, un país donde la fuga de capitales en los últimos 25 años es un tercio de la deuda externa de la región, es decir, cercana a los doscientos cuarenta (240) miles de dólares, es un indicador de que si se puede producir riqueza, siempre y cuando se produzcan las condiciones de confianza interna necesarias para redireccionar esos capitales hacia una inversión productiva, que genere los bienes y servicios que actualmente se requieren, pero paradójicamente, a pesar de las políticas económicas de estímulos a las cooperativas y PYMEs, se importan (Concha, 2001).

Considerando estos hechos y ante los cambios que acomete el actual gobierno venezolano, junto con las tendencias mundiales de esgrimir los esfuerzos gubernamentales para dar apoyo a los emprendimientos emergentes de negocios (ENN) de los diferentes países, surge y se encamina la inquietud del grupo investigador en este trabajo en concreto, indagar utilizando métodos de investigación de mercados y otras herramientas de análisis, los factores clave de gestión económica en las inversiones emergentes, previamente clasificadas por sector de actividad económica y segmentadas según la naturaleza jurídica que adopte la PYME dentro del municipio Maracaibo, del estado Zulia, durante el período 1999 – 2006.

Entendiéndose que la expresión “gestión” y sus sinónimos (dirección, gobierno y administración) puede definirse como *el proceso que logra que las actividades, dentro de un sistema dado, puedan realizarse con eficiencia y eficacia involucrando un equipo determinado de trabajadores*, de allí la sintonía que tiene esta expresión con la dirección, ya que denota guiar, encaminar hacia un determinado objetivo (Mauri *et al.* 2005).

La gestión económica en los EEN, se define como *un proceso complejo de administración de los componentes del contexto económico que busca optimizar las relaciones internas y externas de la nueva unidad productiva, de manera que se obtenga la efectividad en la toma de decisiones y, que contribuya, no sólo al mantenimiento en el mercado de esta nueva unidad, sino que ésta genere los efectos dinamizadores sobre el entorno que favorezcan el desarrollo del modelo endógeno de producción social* (Hisrich *et al.* 2006).

De esta manera, la concepción de gestión económica contiene los procesos administrativos de forma muy explícita pero, adicionalmente, busca aproximar al análisis del entorno económico, cuyos factores, por inferencia, constituyen los componentes externos e internos de las unidades empresariales vinculados a esta área del saber, caso concreto, se han seleccionado las variables inversión y mercado, elementos éstos presentes implícitamente dentro del contexto y el proceso de toma de decisiones de cualquier nuevo EEN.

De modo para los fines de esta investigación el objetivo principal del trabajo es el “*Analizar los factores de la gestión económica vinculados a las variables de inversión y mercado que son de relevancia en la toma de decisiones de los Emprendimientos Emergentes de Negocios (ENN) tipo PYME, ubicados en el Municipio Maracaibo del Estado Zulia, en Venezuela, durante el período 1999 – 2006*”. El propósito es descubrir qué factores son significativos para el EEN, en cuanto a las variables propuestas, para luego caracterizar y obtener criterios sobre su comportamiento y servir como insumo, en una segunda fase a desarrollar en el futuro, que consistiría en aplicar el análisis prospectivo (método MIC-MAC) de la escuela francesa al modelo de *gestión económica propuesto*¹, el cual se explicará en las bases teóricas.

La investigación se justifica en cuanto que pretende facilitar la toma de decisiones gerenciales, de manera que se logre impulsar y desarrollar la producción de bienes y servicios con programas y proyectos bien fundados para que se pueda crear un *sistema de gestión económica estratégica* autónomo, que permita orientar a las nuevas generaciones de emprendedores y crear fuentes alternativas de empleo, para así poder hacer un mejor uso de los recursos públicos orientados a programas de incentivos a la inversión privada, tomando decisiones atinadas, de acuerdo a la nueva realidad social y a las prácticas de gestión modernas.

Adicionalmente, el trabajo de investigación generará como producto final el “Manual del Sistema de Factores Estratégicos de Gestión Económica para el municipio Maracaibo, por sectores productivos y según la naturaleza de la organización (Manual GESECON-EEN)”. Con ello se busca proveer a los nuevos inversores de un manual de orientación que permita darle precisión, coherencia y apoyo a los emprendimientos emergentes de negocios a la hora de tomar decisiones vinculadas a los factores económicos del entorno.

¹ Más adelante se precisa el modelo de gestión económica propuesto.

2. Bases Teóricas

2.1. Definición del Emprendimiento Emergente de Negocio

Hacia la década de los noventa, a las iniciativas emergentes de negocio se les identificaba con las siglas de PYMEs o Pequeñas y Medianas Empresas, donde no existía una unidad de criterio con respecto a su denominación, ya que las conceptualizaciones que se adoptaban variaban según el tipo de enfoque que se utilizaba.

Es así, como algunos especialistas destacaban que la importancia del volumen en las ventas, del capital social, el número de personas ocupadas, el valor de la producción o de los activos podrían ser utilizados como criterios de discriminación entre una u otra forma de categorización. Otros tomaban como referencia el criterio económico – tecnológico, establecían una taxonomía diferenciando entre la pequeña empresa precaria de subsistencia, pequeña empresa productiva más consolidada y orientada hacia el mercado formal o la pequeña unidad productiva con altos niveles de tecnología.

Por su parte, también existían y todavía se presentan otros criterios como el de utilizar la densidad de capital para definir los diferentes tamaños de la micro, pequeña y mediana empresa. La densidad de capital relaciona el valor de los activos fijos, con el número de trabajadores del establecimiento.

En Venezuela, de acuerdo al Instituto de Investigaciones Estadísticas (INE, 2003), una microempresa tiene menos de cinco (5) trabajadores, una pequeña tiene entre cinco (5) y veinte (20) trabajadores, una mediana entre veintiuno (21) y cien (100) trabajadores y una grande tiene más de cien (100) trabajadores.

En la actualidad, el criterio jurídico se basa en dos instrumentos legales: en el Artículo 2º del Real Decreto con Fuerza de Ley de Creación, Estímulo, Promoción y Desarrollo del Sistema de Micro-Financiamiento, el cual define al *Microempresario* como aquel que tenga un número no mayor de diez (10) trabajadores y genere ventas anuales hasta de 9.000 unidades tributarias (UT) y, en el Artícu-

lo N° 3, del mismo Real Decreto con Fuerza de Ley, el cual establece que son *Pequeños Industriales* aquellos que “llegaren a tener entre once (11) y cincuenta (50) trabajadores al año, así como ventas anuales entre 9.001 a 100.000 unidades tributarias (UT)”.

Igualmente, el mencionado Real Decreto indica los criterios para distinguir a la *Mediana Industria*, catalogando a la misma como aquella unidad de explotación económica que tenga anualmente una planta de entre cincuenta y un (51) y cien (100) trabajadores, así como ventas anuales entre 100.001 y 250.000 unidades tributarias (UT).

Sin embargo, una estela de transformación ha transformado la conceptualización tradicional de las PYMES desde finales del siglo XIX y el XXI, por una envolvente, genérica y para algunos imprecisa como es “*Emprendedores de Negocios*”. Sin embargo, tal como se mostrará no es fácil tratar de precisar el término emprendimiento en el mundo de las organizaciones, ya que son muy versátiles las definiciones e interpretaciones que en los últimos años se le han dado a esta connotación lingüística, hoy tan en boga.

De tal forma que Hisrish *et al.* (2006) definen el emprendimiento como una “*iniciativa empresarial que tiene por objetivo un proceso de creación de algo nuevo con valor, dedicando tiempo y el esfuerzo necesario, asumiendo los correspondientes riesgos financieros, psicológicos y sociales. Obteniendo las recompensas resultantes de satisfacción e independencia económica y personal*”.

Por otra parte, Vainrub (2005) conceptualiza el emprendimiento como la combinación de tres factores básicos: “*la idea o la oportunidad, los recursos para llevar a cabo la idea, y el empresario que promueve y transforma en realidad la oportunidad. Estos tres elementos se consolidan en un plan, informal o estructurado, dando por resultado una nueva iniciativa empresarial*”.

Espinoza (1995), expone que el emprendimiento consiste en todas aquellas “*iniciativas individuales y/o colectivas con capacidad para identificar oportunidades, ubicar y organizar medios y recursos para aplicarlos al desarrollo económico*”.

y social sostenible en el ámbito local y regional, el cual implica la disposición de las cualidades del ingenio y de la creatividad por un número significativo del componente humano calificado o no” (Espinoza, ponencia, 1995).

El analizar a los autores citados lleva a concluir que existen ciertos componentes comunes en las definiciones de emprendimiento, tales como: la creación de valor, el dedicar tiempo y esfuerzo, el asumir riesgo, organizar asertivamente los recursos disponibles con el propósito de lograr un fin práctico y la combinación de la innovación como un garante de logro y permanencia dentro de un sector productivo determinado.

De lo anterior, se puede deducir que para la presente investigación el concepto de *Emprendimiento Emergente de Negocio* se enmarcará dentro del marco jurídico de las Leyes de la República Bolivariana de Venezuela, que en su Artículo 2º del Decreto con Fuerza de Ley de Creación, Estímulo, Promoción y Desarrollo del Sistema de Micro-Financiamiento, el cual establece como pequeñas y medianas empresas a todas aquellas organizaciones con un número inferior a 100 trabajadores directos y con ventas anuales menores a 250.000 unidades tributarias (UT) creadas en los últimos diez (10) años.

Además, éstos deban reunir a una o un grupo de personas que hayan decidido iniciar una inversión o algún emprendimiento emergente en el mundo de los negocios, lo que incentiva a desarrollar una serie de cualidades intrínsecas para asumir la nueva aventura empresarial, tales como: *la innovación, capacidad perceptiva de oportunidades, gerencia proactiva, disposición a asumir riesgos, adopción de sistemas y tecnologías de comunicación vanguardista, visión prospectiva para la gestación de productos y/o bienes y servicios de comercialización exitosa en cualquier lugar del mundo, por parte de iniciativas particulares o colectivas para mantenerse en un mercado cambiante y globalizado.*

2.2. *Gestión en la Empresa*

La expresión “gestión” y sus sinónimos (dirección, gobierno y administración) puede definirse como *el proceso que logra que las actividades, dentro de un sistema dado, puedan realizarse con eficiencia y eficacia involucrando un equipo determinado de trabajadores*, de allí la sintonía que tiene esta expresión con la dirección, ya que denota guiar, encaminar hacia un determinado objetivo (Mauri, 2005).

De este modo, el concepto anterior de forma explícita vincula la gestión con la eficiencia y la eficacia, ya que uno de los propósitos de la misma es el logro de la efectividad, la cual se puede alcanzar al fusionar los conceptos citados, es decir, mediante la plena y óptima articulación de los recursos disponibles dentro de una empresa y el logro del resultado organizacional.

De ésta manera, se podría definir la *gestión empresarial* como el proceso de fijación y posterior logro de los objetivos dentro de una unidad de sistema técnico-social abierto, cuya función es la creación de bienes y servicios (Mauri, 2005).

2.3. *Gestión Económica en los Emprendimientos Emergentes de Negocio* (GESECON-EEN)

En la era de la Economía del Conocimiento, las empresas decisiones empresariales cada vez más desafiantes y complejas, y no es extraño que los EEN del nuevo siglo deban considerar factores diversos como el pensamiento estratégico, la visión prospectiva o futurística sobre el negocio y la realidad que lo rodea, la inteligencia emocional, la constitución de equipos de trabajo proactivos y autodirigidos dentro del proceso de toma de decisiones vinculadas con la organización.

La gestión económica implica adaptarse al entorno económico, cuyos componentes son: mano de obra, tasa de interés, tipo de cambio, disponibilidad de recursos de la zona, adquisición tecnológica, financiamiento público, producción,

inversión, innovación y mercado, elementos éstos presentes implícitamente dentro del contexto y proceso de toma de decisiones de cualquier nuevo EEN.

Por lo tanto, la existencia de ambientes económicos adversos o favorables a los nuevos EEN y la forma como los emprendedores manejen o gestionen esos recursos, será un elemento básico para determinar lo efectivo que es el proceso de optimización de los recursos, para lograr los objetivos del negocio dentro de un contexto geográfico, económico-social y con la presencia de un marco jurídico-legal determinado.

De este modo, la gestión económica de esos nuevos emprendedores podrá variar de acuerdo al conocimiento e importancia que estos gerentes asuman respecto a estos factores y, seguramente, tomen decisiones económicas las cuales incidirán en los resultados a largo plazo de la efectividad del emprendimiento en el país. Son estas diferencias lo que se denomina *sistemas de gestión económica*, cuya versatilidad será determinante de los resultados. La presente investigación organiza y sistematiza parcialmente la importancia que los EEN le dan a estos factores.

La Figura 1 muestra gráficamente la concepción preliminar del modelo de gestión económica propuesto y se aprecia como éste presenta un doble direccionamiento. Por un lado se visualiza como los EEN reaccionan ante los factores externos de su entorno económico, en cuanto a los procesos de organizar, planificar, dirigir y controlar las actividades vinculadas con sus unidades productivas, es precisamente esta parte lo que se denomina como la gestión de los EEN. Por otro lado, denota como esos factores vinculados a la gestión económica inciden y afectan la toma de decisiones empresariales (sombreado) estableciendo una influencia en la forma de gestión del emprendedor, en consecuencia, en configuración que adopte las toma de decisiones de los inversores. Como el entorno presenta muchas aristas y su generalidad es difícilmente capaz de medirse y establecer estándares de comportamiento, la investigación se centra en la forma como los EEN gestionan internamente los factores del entorno económico (para el caso específico de este artículo, los factores son la inversión y el mercado).

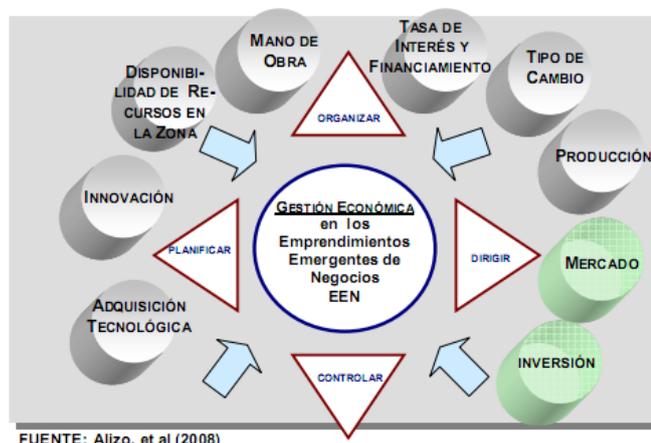


Figura 1: Sistema propuesto de gestión económica de los emprendimientos emergentes de negocios.

Con los resultados de esta investigación, se desarrollará una planificación prospectiva que permitirá obtener las *variables clave* para los emprendedores según el modelo citado, para que se constituya en base de selección, caracterización y creación de un sistema de gestión económica que oriente al emprendimiento en el país (Venezuela).

Es importante hacer hincapié que para el caso particular de este artículo, se han analizado sólo dos de estos de estos factores o componentes: la *inversión* y el *mercado* (ver Figura 1). Además contiene sólo la parte preliminar de la investigación donde se analiza la relevancia o no de las variables vinculadas a la gestión económica. Asimismo, cabe hacer la salvedad que el modelo de gestión propuesto en la Figura 1 es inédito.

2.4. Gestión Económica Relacionada con la Inversión

La inversión se puede definir como el proceso mediante el cual se adquieren o compran nuevos bienes de capital o bien, cuando se decide mejorar los bienes de

capital existentes por parte de las empresas o los emprendimientos de iniciativas emergentes de negocios (Begg *et al.* 2006).

De este modo, representa la utilización de una parte de la producción corriente para aumentar el stock de capital (fábricas, máquinas y existencias), esperando tener un beneficio de dicho esfuerzo mas adelante. Por tanto, una inversión es el compromiso real de un dinero o de otros recursos en espera de cosechar rendimientos futuros (Bodie *et al.* 2004).

Otros autores definen a la inversión como la actividad económica por la que se renuncia al consumo hoy, con la idea de aumentar el producto en el futuro. De forma que comprende: el capital tangible como las viviendas, maquinarias, equipos, herramientas, otros y, el capital intangible, como la educación, capacitación, experiencia acumulada, entre otros (Nordhaus, 2006).

La inversión viene definida por la corriente de cobros y pagos que genera. En la economía moderna, la realización del proceso de producción, forzosamente, está acompañada de una corriente de pagos invertidos en compras de medios de producción. A esta corriente de pagos se la designa como procesos de inversión pertinente para desarrollar la producción de bienes y servicios (Caballero *et al.* 2003).

De esta manera, cuando una sociedad se preocupa solo en la producción de bienes de consumo inmediato, difícilmente progresará, porque destinará pocos recursos a la obtención de bienes capaces de producir otros bienes de forma más eficiente. Pero, la capacidad de ahorrar está altamente vinculada a la posibilidad de disponer de bienes excedentarios y, en las economías del bloque en vías de desarrollo, donde los niveles de consumo presente son bajos, resulta muy difícil reducir aún más el consumo actual.

A este nivel, es importante entender que la inversión o la formación bruta de capital pueden clasificarse de muchas maneras diferentes. No obstante según el propósito de la actual investigación, lo que interesa es conocer si los EEN incurren en un gasto actual de efectivo para beneficios que se obtendrán en el

futuro y si estos son suficientes para mantenerse en el mercado. De este modo, resulta tácito que se debe juzgar una inversión propuesta según el rendimiento que genere la misma y la capacidad que esos dividendo permitan reinvertir en un negocio exitoso.

Asimismo, el objetivo de un EEN debe ser crear valor para sus accionistas. El valor se representa por el precio en el mercado de las acciones comunes de una empresa. Sin embargo, al enmarcar la investigación dentro del contexto del mercado venezolano, caracterizado por un casi inexistente mercado de valores desarrollado, entonces la rentabilidad del EEN, respecto a la inversión, está en función de la precisión de la inversión neta inicial para iniciar sus actividades operativas, el retorno de capital para reinvertir en el negocio y rentabilidad de la actividad productiva.

La inversión bruta se refiere a los gastos en bienes de inversión, tales como: plantas, equipos o herramientas de trabajo, pero adicionalmente se le sumarán las variaciones de existencias que se produzcan durante el ejercicio económico. La inversión neta estará conformada por la inversión bruta menos la depreciación o amortización que haya sufrido los bienes de capital durante el periodo referencial (Mochón, 1992).

Por su parte, el retorno del capital para la reinversión se conoce como la capacidad que tiene la organización para generar un rendimiento operativo superior, que le permita cumplir sus compromisos de corto y largo plazo (costo de capital), a la vez de generar un flujo de efectivo acorde a las necesidades de crecimiento y reposiciones de la empresa. En consecuencia, el retorno del capital y la rentabilidad operativa del negocio, son variables vinculantes que proporcionan información valiosa sobre las características del EEN en Venezuela.

Es importante hacer la salvedad que la inversión es una variable dinamizadora del aparato productivo de una economía dada, ya que gracias a ella se genera el *efecto multiplicador* introducido originalmente por Kahn (1931) en el artículo sobre "The Relation of Home Investment to Unemployment", en el cual se es-

tablece que un aumento de la inversión eleva la producción y el empleo, y un descenso los reduce, ya que los incrementos en la producción nacional de un país son superiores, en forma multiplicada, al monto inicial invertido.

Keynes (Dillard, 1980), perfecciona el *modelo del multiplicador de la inversión* y precisa cómo calcular el número por el cual debe multiplicarse la variación de la inversión para determinar el cambio total a que dará lugar en la producción total de una economía, o lo que es lo mismo, el coeficiente numérico que indica la magnitud del aumento de la producción, como consecuencia de un incremento en los niveles de inversión.

Son precisamente estos hechos vinculados con las bondades de la inversión, lo que ha estimulado el desarrollo de la presente investigación, ya que es por todos conocida la importancia de la inversión empresarial, como componente básico para colaborar en la generación de empleo, producto, autonomía productiva y crecimiento endógeno dentro de un sistema. Sin embargo, si las características de EEN indican rentabilidades deficientes, el efecto será nulo sobre el sistema, por lo cual el sistema de gestión económica propuesto deberá revelar la situación.

2.5. *Gestión Económica Relacionada con el Mercado*

En todo sistema económico la actividad económica se ejecuta a través de un conjunto de leyes y regulaciones que rigen la *producción, distribución el intercambio y el consumo* de los bienes y servicios producidos. En los sistemas de economías de mercado, donde existe y se respeta la propiedad de los medios de producción, el intercambio se ejecuta a través del mercado. A su vez, el intercambio es facilitado mediante el uso del dinero, medio de pago aceptado que sirve para posibilitar el intercambio de bienes y servicios y utilizarse para saldar deudas.

Existen muchos usos del término mercado; en teoría económica, en los negocios y, en general, en mercadotecnia. Sin embargo, un mercado puede ser definido como el *lugar* donde se reúnen compradores y vendedores, se ofrecen a la venta

bienes y servicios y ocurre transferencia de propiedad. El mercado también puede ser definido como la demanda de un producto o servicio, por parte de cierto grupo de compradores posibles (Stanton, 1987).

De este modo, se denomina mercado a *cualquier conjunto de transacciones o acuerdos de negocios entre compradores y vendedores*. En contraposición con una simple venta, el mercado implica el comercio regular y regulado, donde existe cierta competencia entre los participantes.

La mano invisible del mercado no solo asigna las tareas, sino que también dirige a las personas en su elección de ocupación y hace que tengan en cuenta las necesidades de la sociedad. Pero para que el libre juego pueda darse se deben reconocer ciertos principios institucionales básicos, tales como: el derecho a la propiedad individual, derecho a contratar e intercambiar libremente, libertad a la prestación de trabajo y libertad de emprender y correr riesgos.

En conclusión, en las economías de libre mercado el funcionamiento de los precios de los mercados, de bienes, servicios y factores productivos resuelve los problemas fundamentales de sistema económico.

Sin embargo, las economías de mercado, aún cuando permiten dar respuesta a interrogantes tales como: ¿Qué producir?, ¿Cuánto producir?, ¿Para quién producir?, ¿Dónde?, ¿Cómo?, entre otras; también han generado una serie de desequilibrios y efectos negativos que se estudiarán a continuación. Se dará comienzo a la exposición de las ventajas atribuidas al mercado, para luego precisar las desventajas de este sistema económico.

De este modo, entre las principales ventajas que suelen manifestarse dentro de una economía de mercado pura se enumeran las siguientes (Cuadrado *et al.* 1995):

- ⇒ **Eficiencia:** el mercado implica especialización y, por tanto, cada uno producirá aquello para lo cual está más dotado o en lo que tiene una ventaja comparativa.

- ⇒ **Solución más adecuada:** en cada sector de la vida económica, los mercados aseguran, en principio, la coordinación entre las decisiones independientes de los agentes individuales.
- ⇒ **Reducidos costes de información y de transacción:** el sistema de toma de decisiones de carácter descentralizado por parte de los productores y de los consumidores, por vía mercado, reduce claramente los costes de información y de transacción, cosa que no sucede en cualquier otro sistema.
- ⇒ **Respeto la libertad:** el comportamiento de cada agente o unidad no se encuentra regulado directamente por nadie en particular, cada quien toma sus propias decisiones de acuerdo a sus recursos, preferencias y disponibilidad.
- ⇒ **Rápida introducción de innovaciones y cambios tecnológicos:** los cambios en los precios relativos y la competencia estimulan los cambios necesarios en la producción e inducen a reformar lo que sea necesario en la organización de la unidad productiva, para poder sustituir en unos mercados que por principio son concurridos y competitivos.
- ⇒ **Desequilibrios temporales:** el funcionamiento de un mercado concurrencial tiene la ventaja de eliminar automáticamente, o con un desfase de tiempo relativamente corto, cualquier desequilibrio que sea consecuencia de un choque que haya afectado a la oferta y la demanda.

En definitiva, quienes defienden la economía de mercado (clásicos y neoclásicos) comparten las siguientes afirmaciones: los mecanismos de una economía basada en el mercado son eficaces, los desequilibrios que puedan presentarse son transitorios y la mayor parte de las políticas macroeconómicas de carácter discrecional y las regulatorias no son necesarias ni efectivas para corregir los desequilibrios suscitados dentro del sistema.

Sin embargo, se conoce hoy día los fallos que se presentan dentro de las economías de libre mercado. La literatura y la crítica sobre el mercado y sus desequilibrios son muy extensos y variados. Esto ha conllevado a razonar sobre la

creciente necesidad de la intervención de las autoridades para regular el funcionamiento del mercado. La consecuencia natural de muchas críticas de este tipo ha derivado en la necesidad de sustituir este sistema por otro, generalmente el socialismo, bien fuese con un sistema de decisiones centralizadas o con una cierta combinación de planificación central y de mercado.

Entre los fallos más frecuentes que pueden presentarse dentro de las economías de mercado, los más destacados son los siguientes (Cuadrado *et al.* 1995):

- ⇒ Desarrollo de mercados no competitivos
- ⇒ Existencia de efectos externos
- ⇒ Deficiente o nula valoración de los bienes públicos
- ⇒ Existencia de rendimientos a escala crecientes
- ⇒ Deficiente distribución de los fallos en solucionar los desequilibrios y el crecimiento de la economía
- ⇒ Necesidades preferentes e indeseables
- ⇒ La publicidad puede utilizarse para manipular a los consumidores

Los problemas con los que se han tenido que enfrentar las naciones que optaron por un sistema de economía de libre mercado han justificado que los gobiernos hayan ido asumiendo un papel muy importante en el funcionamiento de sus economías. Es así como se ha llegado a un tipo de economías mixtas, es decir, economías cuyo funcionamiento se basa en el mercado, pero en las que el sector público asume también un rol o papel muy importante.

No obstante, el objeto de esta investigación respecto al mercado es conocer los elementos que son relevantes dentro de él en los emprendimientos tipo PYMES, de forma que hayan afectado el proceso de toma de decisiones y que puedan modificar significativamente su desenvolvimiento futuro, ya que de ser así, se constituyen en componentes claves a considerar en las inversiones que se hagan a posterior.

De este modo, el comportamiento que adopten los EEN ante las circunstancias presentes en el mercado, permite detectar características y factores de relevancia

del inversor en este contexto. Según Porter (1980) las estrategias *genéricas* que adopten las organizaciones les permiten obtener ventajas competitivas, por tres motivos: el liderazgo en coste, la diferenciación y el enfoque.

El *liderazgo en coste* gira en torno a la producción de productos estandarizados a precios unitarios muy bajos. La *diferenciación* es una estrategia que busca la producción de productos y servicios que se consideran únicos en la industria y están dirigidos a consumidores que son relativamente insensibles a los precios. Por último, el *enfoque* significa producir productos y servicios que satisfacen las necesidades de grupos pequeños de consumidores. Según esta teoría, las empresas grandes, con mayor acceso a recursos, suelen competir con base a un liderazgo en costos y/o diferenciación, mientras que las pequeñas suelen competir en función al enfoque en nichos desabastecidos (David, 1997).

Asimismo, los EEN podrían asumir diferentes tipos de estrategias intensivas que requieren un gran esfuerzo para mejorar su posición competitiva en un mercado dado. Estas estrategias son: la *penetración* que busca aumentar la participación en el mercado con los productos presentes; el *desarrollo del mercado* el cual requiere introducir los productos y servicios actuales en otras zonas geográficas; el *desarrollo del producto* que pretende incrementar las ventas mediante una modificación en los productos y servicios existentes y, la *diversificación* que es la adición de productos y servicios nuevos en otros mercados diferentes (David, 1997).

Los EEN deben determinar que estrategias pueden aplicar, según las capacidades internas que posean sus negocios, sus posibilidades de financiación, rentabilidad lograda y otros aspectos vinculados con el entorno. Determinar estas características y su relevancia en la toma de decisiones, permitirá al lector conocer como funciona el sistema de gestión económica de los EEN en el municipio, sirviendo de componente de análisis y contrastación con otros contextos, así como, elemento de reflexión sobre la forma como operan las PYMES en ciertos países del denominado *tercer mundo*.

3. Metodología

Metodológicamente, la investigación fue exploratoria y descriptiva, se aplicó el instrumento denominado GESECON-ENN el cual cuenta con un total de 97 ítems (ver Anexo 1), a una población de PYMES compuestas por 52.791 gerentes ubicados en los tres sectores productivos, de la cual se extrajo una tipificación de muestra de 2.112 gerentes que permitió determinar los factores de gestión económica relevantes para los EEN en el Municipio Maracaibo, durante el período de estudio, respecto a la inversión y al mercado, lo que permitió lograr identificar los componentes de carácter económicos que son *importantes* en la gestión y toma de decisiones empresariales para estas dos variables.

Cabe señalar, que para el diseño del instrumento GESECON-ENN se operacionalizaron las variables por dimensión, subdimensión e indicadores mediante las siguientes técnicas: contacto con expertos, mesas de trabajo y la revisión teórica conceptual a través de autores que le dieron sustento a este estudio, tales como: Fischer *et al.* (1989), Stanton (1987), Stoner *et al.* (1994), Dillard (1980), Chandler (1977), Cyert y March (1963), Porter (1990), Schumpeter (1949), Stanton (1987), Mochón (1992), Polanyi (1983), Pride y Ferrel (1990), Godet (1991), Kuczarski (1997), Granoetter ((1985), Toro (1993), Maza (1976), Gonod (1996), Batista (1983), Begg *et al.* (2006), Caballero (2003), López (1998), Cuadrado (1995), Fabozzi (1996), Dornbusch (2006), Santandreu (2000), Gonet *et al.* (2000), Espinoza (1995), David (1997), Chang y Negrón (2004), entre otros, y analizando las cualidades de la experiencia en el campo, en la esencia misma del fenómeno, en este caso, la gestión económica en los EEN del municipio Maracaibo.

Asimismo, para obtener la población total de PYMES en el municipio Maracaibo se utilizaron directorios provenientes de diferentes fuentes, entre ellas: del Instituto Nacional de Estadísticas de la República Bolivariana de Venezuela (INE), la Cámara de Industriales del Zulia, Cámara de Comercio del Zulia, Cámara de Construcción del Zulia, Unión de Contratistas del Zulia, Unión de

transportistas de Maracaibo, Ministerio para la Economía Popular, Corporación para el desarrollo de la Región Zuliana (CORPOZULIA) y otros directorios proporcionados por organizaciones de otorgamiento de financiamiento, tales como: el Fondo de Crédito Industrial, Instituto Nacional de Desarrollo de la Pequeña y Mediana Industria en Venezuela (INAPYMI), Sociedad de Garantías Recíprocas para la Pequeña y Mediana Empresa (FONPYME), Banco de la Mujer (BANMUJER) y el Banco Industrial de Venezuela (BIV).

Dado lo heterogéneo de la base de datos, se necesitó hacer un estudio preliminar exhaustivo para eliminar a las organizaciones cuyo inicio de actividades no fuese en el período citado (1999 – 2006) y anexar aquellas otras empresas que, aún cuando estaban ubicadas en las adyacencias a este municipio, su mercado meta y la comercialización lo constituía la ciudad de Maracaibo del estado Zulia, cuyos habitantes supera el número de 2.600.000 personas (es la segunda ciudad de Venezuela y base de la actividad petrolera del país). De este modo, durante esta parte preliminar, se segmentó la muestra sectorialmente por actividad económica, para luego hacer un muestreo aleatorio simple utilizando las tablas de números aleatorios, conforme al porcentaje establecidos a cada sector y previa identificación de la actividad productiva del negocio y enumeración del directorio. La fiabilidad de la muestra para que tuviese las mismas características que la población total, fue del 99 por ciento.

Por su parte, para el cumplimiento del presente nivel de objetivos, se dividió el proceso de investigación en dos fases, en las cuales se ordenaron técnicas de estudio descriptivo- exploratorio en base a la observación documental y al trabajo de campo:

- Análisis documental } Fase N° 1
 - Encuestas
 - Juicio de expertos
 - Análisis Descriptivo
- } Fase N° 2

En la **fase N° 1**, la observación fue la herramienta fundamental para obtener información en este estudio y que sirvió como sustento a la planificación sistemática del registro y control de la revisión conceptual vinculada con el estudio. De acuerdo a lo antes expuesto, la primera tarea fue la de realizar una selección exhaustiva de las teorías de soporte, cuya medición fuera posible, validando los supuestos que involucran dichos conceptos y cuyo producto fue el instrumento GESECON-EEN.

Dicho cuestionario fue revisado en la **fase N° 2** por cinco expertos: cuatro en el área de gestión y uno en metodología; con la finalidad de ser luego suministrada a la población en dos momentos, el primero para obtener el grado de confiabilidad del instrumento, para lo cual se llevó a cabo una prueba piloto a 107 personas integrantes del universo de población pero que no formen parte de la muestra de PYMES seleccionadas, obteniendo como resultado un Coeficiente de Alfa - Cronbach de 0.91, valor éste que indica que hay consistencia en la confiabilidad del instrumento, ya que se considera que los ítems miden los indicadores y las dimensiones de las variables. El segundo momento de aplicación del cuestionario a 2.112 gerentes para la obtención de los datos objeto del análisis de este estudio.

Para garantizar la participación intersectorial de todos los EEN, y conocer a ciencia cierta los factores relevantes de gestión económica en cada una de estas actividades productivas, se procedió a extraer en forma igualitaria e intencional los emprendimientos intersectoriales, por lo cual la muestra presentó una distribución porcentual equivalente al treinta y tres por ciento (33,33 %) por cada sector de PYMES en el municipio Maracaibo de Venezuela.

Al final de la **fase N° 2**, se hicieron los análisis descriptivos del instrumento GESECON-ENN, donde se exponen las tendencias porcentuales descriptivas de cada pregunta, según dos escalas: la dicotómica que explora el “sí” o el “no” de los componentes posibles de gestión económica de las PYMES y, la escala múltiple tipo Licker que aborda la importancia de la sub-dimensión para el emprendedor.

4. Resultados

4.1. Características de la Muestra

Respecto a las características de la muestra utilizada para aplicar el instrumento GESECON-ENN, tal como se aprecia en la Tabla 1, que trata sobre el año de creación de la empresa, es posible visualizar cómo se ha ido reduciendo la creación de empresas de naturaleza PYMES.

Es importante resaltar que la muestra recogió al azar a estas empresas y se pudo constatar que ha ido disminuyendo la creación de empresas tipo PYMES, esto debido al auge y apoyo por parte del gobierno venezolano al movimiento actual cooperativista.

Tabla 1: Año de creación de la empresa según rece en acta constitutiva. *Fuente: elaboración propia.*

Años	Frecuencia	Porcentaje
1999	589	27.9 %
2000	211	10.0 %
2001	387	18.3 %
2002	123	5.8 %
2003	205	9.7 %
2004	300	14.2 %
2005	107	5.1 %
2006	190	9.0 %
TOTAL	2112	100 %

Respecto a la figura jurídica que asumen los emprendimientos emergentes tipo PYMES en la muestra, se pudo evidenciar que la mayoría son sociedades anónimas (40 %) y compañías anónimas (34,5 %), mientras que sólo un diez por ciento (9,9 %) y aproximadamente dieciséis por ciento (15,5 %) está formado por sociedades sin fines de lucro y de responsabilidad limitada respectivamente (ver Tabla 2).

Tabla 2: Figura jurídica que asume la institución. *Fuente: elaboración propia.*

Opción de respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Compañía Anónima	729	34.5 %
Sociedad Anónima	845	40 %
Sociedad sin Fines de Lucro	211	10 %
Sociedad de Responsabilidad Limitada	327	15.5 %
TOTAL	2112	100 %

4.2. Variable - Inversión (Ítems: GESECON-ENN 77-78-79-80-81-82)

El primer ítem respecto a la inversión, el número 77, se les pregunta a los emprendedores si se ha revalorizado su organización y/o empresa, por encima de la tasa de inflación y los pasivos u obligaciones que todavía no han cancelado, para lo cual el cuarenta y nueve por ciento (48.7%) de los empresarios manifestó que sí, pero más de la mitad de los emprendedores, el cincuenta y uno por ciento (51.3%) expresó que sus activos no se habían revalorizado por encima de la tasa inflacionaria y de las obligaciones y pasivos que presenta la organización. Por otra parte, el setenta y seis por ciento (75,4%) acumulado de nuestros informantes claves, reveló que es un factor “fuerte” y “muy fuerte” dentro de la escala múltiple para el inversor (Ver ítem 77, Tablas 3 y 4).

En relación a los planes de reinversión de las organizaciones (ítem 78), el ochenta y nueve por ciento (89,4%) indicó que han tenido que incrementar la inversión inicial durante el período que lleva operando la organización, mas un catorce por ciento (13.6%) expresó que no. El ochenta y seis por ciento (85.5%) de los encuestados afirmó que este factor es un componente “fuerte” para el emprendimiento (Ver Tablas 3 y 4, ítem 78).

En este mismo orden de ideas, el sesenta y ocho por ciento (67.8%) de la población estudiada, planteó que los cálculos iniciales sobre el monto de inversión total requerido para iniciar las operaciones productivas, fueron certeros respecto

a las necesidades de recursos, mientras que un treinta y dos por ciento (32.2%) dijo que no (ver Tabla 3, ítem 79). Por otra parte, los encuestados manifestaron que el factor era mayoritariamente “fuerte” para estos sectores productivos según el ítem 79 de la escala múltiple (ver Tabla 4).

El análisis del ítem 80 revela que un cincuenta y cuatro por ciento (53.8%) de los emprendedores consideran que han logrado crecer su inversión a lo largo del periodo operativo en el cual se ha mantenido la organización dentro del mercado, mientras que un muy significativo cuarenta y seis por ciento (46.2%) opinó que no (ver Tabla 3, ítem 80), esto denota un cierto estado de estancamiento de las PYMES en estos sectores productivos en Venezuela. Respecto a la importancia asignada a este factor de gestión, el cien por cien (100%) de los entrevistados expresaron que era un componente “muy fuerte” para el emprendimiento emergente (Ver ítem 80; Tabla 4 de escala múltiple).

En relación al ítem 81, que trata sobre los planes de expansión estratégicos con recursos, propios o extranjeros, el cincuenta y cuatro por ciento (53.8%) de los emprendedores manifestó disponer de los recursos para poder desarrollarlos y, un cuarenta y seis por ciento (46.2%) indicó no tenerlos. Es decir, aquellos emprendedores que no han expandido sus negocios, tampoco han contado con recursos para desarrollar los planes estratégicos. Asimismo, todos consideraron a este factor como “muy fuerte” para el nuevo inversor (Ver ítem 81; Tablas 3 y 4).

Para finalizar con esta variable de gestión económica de las PYMES, cuando se indagó sobre si les había sido fácil invertir en su sector productivo, el cincuenta y cuatro por ciento (53,8%) expresó que sí y, un cuarenta y seis por ciento (46.2%) dijo que no. Por su parte, todos expresaron que es un factor “fuerte” y “muy fuerte” a la hora de acometer la inversión (Ver ítem 82; Tablas 3 y 4).

4.3. Variable - Mercado (Ítems: GESECON-ENN 42-43-44-57-90-91-92-93-94-95-96-97)

Para analizar la colocación de la producción de los bienes y servicios en los mercados únicamente nacionales o extranjeros y mixtos (producción destinada a los

mercados nacionales, pero también extranjeros), ítems 42, 43 y 44, con el objetivo de conocer sus fuentes alternativas de obtención de divisas, los resultados arrojaron lo siguiente: el setenta y cinco por ciento (74,5%) manifestó que sus productos eran colocados únicamente en los mercados de carácter nacional, el veintiséis por ciento (25,5%) expresó que su colocación era internacional y, ese mismo porcentaje (25,5%), no solamente los coloca nacionalmente, sino en los mercados extranjeros (Ver Tabla 5, escala dicotómica, ítems 42, 43 y 44). Estos resultados indican que no hay emprendimientos tipo PYMES con presencia únicamente en mercados extranjeros en el municipio Maracaibo del estado Zulia.

Contradictoriamente a lo esperado, al analizar la importancia del factor en la escala de medición múltiple, los emprendedores desvalorizaron el factor de colocación de productos en el extranjero y se asume que esto es debido a que según sus criterios, la producción presenta un valor real cuando es destinada al mercado nacional y/o mixto (nacional y extranjero). Esta afirmación se confirma cuando se analizan las respuestas dadas por los emprendedores en los ítems 42, 43, y 44 de la escala múltiple, en las cuales manifiestan que se califica como un factor “fuerte” (17,6%) y “muy fuerte” (82,4%) cuando se produce para el mercado únicamente nacional (ítem 42), cuando se destina a un mercado mixto, al nacional y extranjero, como un factor “muy importante” en un cien por ciento (ítem 44) y, sólo al extranjero, se considera “muy importante” sólo para un cuarenta y tres por ciento de los encuestados (ver Tabla 6).

Asimismo, en el ítem 57 se les pregunta a los empresarios si la capacidad tecnológica instalada es adecuada al tamaño real del mercado, el treinta y siete por ciento (37,4%) de los encuestados planteó que sí, pero un significativo sesenta y tres por ciento (62,6%) contestó no contar con un volumen de capacidad tecnológica acorde a su mercado (Ver Tabla 5).

Con respecto a la importancia asignada a este factor, los emprendedores son concientes de su relevancia y, esto se hace evidente cuando asignan, acumulativamente, el cien por ciento (100%) a establecer a este factor como un componente

“fuerte” y “muy fuerte”, en la escala múltiple, para el movimiento de tipo PYMES (ver Tabla 6, ítem 57).

En el ítem 90, se les pregunta a las PYMES si los productos generados por su organización compiten en los mercados por la innovación incorporada en los bienes y/o servicios generados, para lo cual el cincuenta y cuatro por ciento (53.8 %) expone que sí, mientras que el restante cuarenta y seis por ciento (46.2 %) indica que no, en la escala dicotómica de medición (ver Tabla 5).

Con respecto a la puntuación de la importancia de la dimensión, el treinta y ocho por ciento de (38,2 %) de los encuestados plantea que tiene un valor “medio” y el restante sesenta y dos por ciento (61,8 %) restante indica que es un factor “fuerte” y “muy fuerte” para el emprendedor (ver Tabla 6, ítem 90). Esta situación indica que no todos los emprendimientos emergentes han incorporado en sus haberes el elemento innovador, lo cual contrasta con el verdadero espíritu de un auténtico emprendedor.

En relación al cuestionamiento sobre si los productos de esos emprendedores competían dentro del mercado debido al bajo precio de los mismos (ítem 91), el cincuenta y seis por ciento (56 %) planteó que sí y, el restante cuarenta y cuatro por ciento (44 %) dijo que no (ver Tabla 6). Respecto a esta dimensión, la mayor parte de emprendedores, el setenta y cuatro por ciento acumulado (72,4 %), expresó ser un factor “fuertemente” y “muy fuertemente” relevante para el desarrollo emprendedor (Ver ítem 91, Tabla 6).

En el ítem 92 se les pregunta a la muestra poblacional estudiada si la empresa destina la producción hacia un mercado muy particular, nunca antes explotado o nicho potencial de mercado desasistido, para lo cual sólo el diez por ciento (9,9 %) expresa que sí, y la gran mayoría, el noventa por ciento (90,1 %) expone que no (ver Tabla 5). Esto permite deducir que la estrategia genérica de concentración de mercado de Porter (1980), no es la usual para las PYMES de este municipio. Por otra parte, el noventa por ciento (90,1 %) de los entrevistados consideró a

este factor como “fuerte” para el fortalecimiento del inversor (Ver ítem 92, Tabla 6).

Ahora bien, cuando se interrogó a la población emprendedores sobre si sus productos eran altamente demandados por el mercado debido a la excelente calidad y rigurosidad del proceso productivo (ítem 93, Tabla 5), el noventa por ciento (89,7%) respondió que sí, y sólo un diez por ciento indicó que no (10,3%). Esto permite advertir que la mayoría de empresas busca la diferenciación mediante la incorporación de calidad de procesos. Contradictoriamente, el factor fue evaluado, respecto a la relevancia, entre “medio” por un treinta y seis por ciento (36%) de los encuestados y, “muy fuerte” por el 44 por ciento (ver ítem 93, Tabla 6).

Al investigar las características del mercado, es decir, si el mismo es de competencia perfecta, oligopolio o monopolio y, se les pregunta a los emprendedores si existe o no mucha competencia en el mercado donde colocan la producción de los bienes y/o servicios (ver ítem 94, Tabla 5), el ochenta y seis por ciento (86,4%) expresó que sí hay competencia y, el catorce por ciento (13,6%) dijo que no. Esto permitió deducir que los mercados de las PYMES son en su mayoría muy competitivos. Por otra parte, para el ochenta y seis por ciento (86,3%) de los encuestados este componente es “muy fuerte” para las PYMES (ver ítem 94, Tabla 6).

Según el análisis del ítem 95, en el cual se les interroga sobre si los productos generados por el emprendedor para el mercado son de características únicas, es decir, poseen el monopolio u oligopolio de la producción de los bienes y/o servicios que colocan en el mercado, apenas el siete por ciento (6,5%) respondió que sí. Muy a pesar de ello, la mayor parte de las PYMES (el 68,1%) respondió que este es un factor “fuerte” y relevante para este sector (ver Tabla 6, ítem 95).

En relación al ítem 96, en el que se les pregunta si poseen planes para colocar a futuro la producción en el mercado extranjero, el ochenta cinco por ciento (84,5%) manifestó que sí y un quince por ciento (15,5%) expresó que no (ver Tabla 5).

Este factor fue evaluado como mayoritariamente “fuerte” y “muy fuerte” por el emprendedor con un valor acumulativo del ochenta y siete por ciento de los encuestados (ver Tabla 6, ítem 96).

Finalmente al cuestionar al emprendedor sobre si les afectaba el control de precios impuesto por el gobierno a la producción del bien o servicio generado por su organización, el cuarenta y seis por ciento (46,2 %) indicó que sí, sin embargo, al contrario a lo que se esperaba, un elevado número de empresarios de PYMES, el cincuenta y cuatro por ciento (el 53.8 %) expresó que no (ver ítem 97, Tabla 5). Respecto a la importancia real del factor, todos, el cien por cien indicó que éste es “fuerte” y “muy fuerte” para el desarrollo emprendedor (ver Tabla 6, ítem 97).

5. Conclusiones y Recomendaciones

Las PYMES del municipio Maracaibo, estado Zulia, Venezuela, han ido disminuyendo en los últimos 8 años producto del apoyo gubernamental al movimiento cooperativista, lo cual ha provocado un desplazamiento de PYMES hacia ese sector. Por otra parte, muchos capitales se han fugado del país y otros han temido a los cambios políticos, por lo cual han decidido clausurar sus empresas.

La figura jurídica que mayoritariamente adopta la PYME es la de Sociedades y Compañías Anónimas. La mayor parte de los emprendimientos de este tipo no han podido revalorizar sus activos, lo cual significa un riesgo eminente para la permanencia del emprendimiento en el mercado, así como para que éstos generen un efecto dinamizador en el sistema.

Asimismo, resulta alarmante que la mayor parte de las PYMES no solo deben constantemente incrementar sus montos de inversión inicial, si no que en un mercado donde hay controles de precios, estos emprendedores manifiestan que sus cálculos sobre la cuantía inicial de inversión no fueron certeros y que deben reinyectar constantemente capital para seguir operando en el sector. Este factor fue considerado como un componente “fuerte” y “muy fuerte” para el inversor.

Solo la mitad de los emprendimientos afirma que han logrado hacer crecer su inversión y, en consecuencia, solo para este cincuenta por ciento existen oportunidades de desarrollar planes de expansión estratégica, factor este considerado por ellos como un elemento “muy fuerte” para el crecimiento emprendedor emergente de tipo PYMES.

La mayoría de los emprendimientos colocan sus productos en el mercado local (nacional), lo cual significa que la estrategia de *desarrollo de mercado* solamente es aplicada por un 25 % de los EEN, es decir, los que comercializan sus productos en mercados nacionales y extranjeros (producción para mercados mixtos). Estos resultados indican que no hay emprendimientos tipo PYMES con presencia única en mercados extranjeros en el municipio Maracaibo del estado Zulia. Sin embargo, al preguntar sobre si tenían planes de colocación de sus productos en el extranjero, la mayor parte contestó que sí.

En concordancia a lo anterior, estos emprendedores manifestaron en su mayoría que su capacidad tecnológica instalada no era adecuada a su mercado, lo cual explica en cierto modo los resultados anteriores y se constituye en un punto débil que se debe tratar de abordar.

En este tipo de emprendimiento para este municipio, solo la mitad de los emprendedores manifestó que se compite por el componente innovador (estrategia de diferenciación) incorporado en los bienes y servicios generados y, es precisamente esto, lo que hace cuestionar el que un porcentaje relevante de PYMES no sea innovador, lo cual es un contraste con la definiciones que se hacen sobre lo que representa el verdadero espíritu emprendedor. Todo esto hace deducir que la baja rentabilidad del capital limitan las posibilidades de los EEN de aplicar estrategias *desarrollo del producto*.

Respecto a las estrategias genéricas de mercado incorporadas por los informantes claves, el cincuenta y seis por ciento manifiesta que es el bajo precio, diez por ciento que es dirigir sus productos hacia un nicho de mercado desasistido y, para el noventa por ciento de los emprendedores de este tipo, sus productos han

incorporado calidad y rigurosidad en la generación de los mismos. Esto contrasta con la aseveración de Porter (1980) quien plantea que las medianas y pequeñas empresas compiten mediante la concentración en nichos de mercado desasistido y no con bajo costo. Es importante hacer la salvedad que en Venezuela el poder adquisitivo es muy bajo, gran parte de los precios de los productos están regulados y los costos de producción tienden a incrementarse debido a la cantidad de componente importado que requiere la producción nacional y al control en la asignación y el precio de la divisa.

Los mercados de PYMES son mayoritariamente muy competitivos, ya que sólo un 7% generan productos únicos o exclusivos. Esto indica que las estrategias de diferenciación son poco comunes en los EEN del municipio, lo cual confirma lo expresado por Porter (1980).

Finalmente, con el objeto de lograr un estudio más amplio y contundente en sus resultados, así como para reforzar y profundizar en el objetivo que se ha planteado la presente investigación, se exhorta lo siguiente:

1. Aplicar el modelo de la escuela francesa de análisis estratégico prospectivo (método MIC-MAC) con los datos desagregados por sectores productivos y naturaleza de la organización y, conjuntamente con los criterios de los expertos, reconocer los factores “clave” de gestión económica del emprendimiento, desagregados según la naturaleza del emprendimiento y proyectado a veinte años (20), para cada una de las variables del modelo de gestión económica.
2. Con la información anterior, desarrollar el Manual GESECON-ENN, el cual sería la síntesis de todo el esfuerzo investigador, al generar un documento bien sistematizado de los factores clave de gestión económica por tipo de emprendimiento, es decir, según la naturaleza del emprendimiento y actividad productiva. Cabe señalar, que la investigación como se presenta en este primer avance, solo pone en evidencia ciertas tendencias muy impor-

tantes para alimentar la aplicación práctica (programación) del método MIC-MAC, pero de modo alguno, presenta resultados definitivos.

Agradecimientos Se agradece el apoyo financiero aportado por el Consejo de Desarrollo Científico y Humanístico de la Universidad del Zulia (CONDES), al Centro de Enseñanza Mateo López por la logística prestada y al Doctor Azcoul Nasser, profesor de la Universidad de los Llanos por su asesoría.

Referencias

1. Asamblea Nacional De La República Bolivariana De Venezuela, (2002): *Ley para la promoción y desarrollo de la pequeña y mediana industria*. Martes 3 de Diciembre de 2002. Gaceta Oficial N° 37.583.
2. Asamblea Nacional De La República Bolivariana De Venezuela, (2001): *Ley de creación, Estímulo, promoción y desarrollo del sistema microfinanciero*. Marzo de 2001. Gaceta Oficial N° 37.164.
3. Baptista, A., (1983): Más allá del optimismo y del pesimismo. Las transformaciones fundamentales del país. El caso de Venezuela: una ilusión de armonía. Ediciones IESA. Caracas.
4. Begg, D., S. Fischer, R. Dornbusch y A. Fernández, (2006): *Economía*. Editorial Mc Graw Hill. Octava Edición. Madrid.
5. Bodie, Z.; Kane y A. Marcus, (2004): *Principios de inversiones*. Editorial Mc-Graw Hill Interamericana Editores S,A de C.V.. Quinta Edición. España.
6. Caballero, J., C. Lopez y A. De La Torre, (2003): *Gestión financiera de la empresa*. Ediciones Pirámide. Madrid.
7. Chandler, A. D., (1997): *The visible hand. The managerial revolution in American Business*. Cambridge, Mass., Belnap Press.
8. Chang, K. y E. Negrón, (2000): *Instituciones financieras*, segunda edición. Vadell hermanos editores. Valencia – Venezuela.
9. Concha, V. y H. Mario, (2001): *Microempresas y microempresarios – una visión total*. Primera Edición. Vadell Hermanos Editores C.A. Valencia –Venezuela.

10. Cuadrado, J. R. (coordinador), T. Mancha, J. Villena, J. Casares y M. González, (1995): *Introducción a la política económica*. Editorial Mc Graw Hill. Madrid.
11. Cyert, R. M. and J. G. March, (1963): *A behavioral theory of the firm*. Prentice Hall. New Jersey.
12. David, F., (1997): *Conceptos de administración estratégica*, quinta edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana. Naucalpan de Juárez - México.
13. Dillard, D., (1980): *La teoría económica de John Maynard Keynes*. Editorial AGUILAR. Madrid.
14. Dornbusch, R., S. Fischer y R. Startz, (2006): *Macroeconomía*, 12 edición. McGraw-Hill. Madrid.
15. Espinoza, L., (1995): *Política social dirigida a jóvenes*. Ponencia Evento: Gestión Pública Empresarial. UCM – Madrid.
16. Fabozzi, F., (1996): *Mercados e instituciones financieras*, primera edición. Prentice Hall. México.
17. Fischer, S., R. Dornbusch y R. Schmalensee, (1989): *Economía*, Segunda Edición. Editorial McGrawHill/Interamericana de España, S.A. Madrid.
18. Godet, M., (1991): *De l'anticipation a l'action*. Dunod, Francia.
19. Gonet, M., R. Monti y F. Roubelat (2000): La caja de herramientas de la propectiva estratégica. Cuaderno publicado por Serpa con la colaboración de la Electricité de France y participación de Prospektiker - España. Cuaderno N° 5.
20. Gonod, P., (1996): Dynamique des systèmes et méthodes prospectives. *Travaux et Recherche de Prospective*, 2, Futuribles international. Paris.
21. Granoetter, M., (1985): Acción económica y estructura social: el problema de la integración. *Diario Americano de la Sociología*, 91, 481-510.
22. Hardy, J. T., (1993): *Fundamentos de teoría económica – Un análisis de la política económica venezolana*. Editorial PANAPO. Caracas.
23. Hisrich, R. D.; M. P. Peters y D. A. Shepherrd, (2006): *Emprendedores*. Editorial Mc Graw Hill. Sexta Edición. Madrid.
24. Kahn, R. F., (1931): The relation of home investment to unemployment. *The Economic Journal*, 41, 173-198.
25. Kuczarski, T., (1997): *Innovación*, primera edición. Editorial McGraw Hill. México.

26. López, J., (1998): *Gestión Bancaria. Los nuevos retos en un entorno global*, primera edición. Mc Graw Hill de Management. España.
27. Mauri Castelló, M. y J. Jordi, (2005): *Introducción a la organización y gestión de empresas*. Editorial de la Universidad Politécnica de Valencia. España. Disponible en: <http://site.ebrary.com/lid/bibliotecasebiluzsp/Biblio?%3Fnosr=1&id=10074195layout=document>
Consulta: 04/12/07.
28. Maza Zabala, D. F. y A. J. González, (1976): *Tratado de economía moderna general*. Editorial South - Western Publishing CO. Ohio.
29. Mochón, F., (1992): *Economía básica*, segunda edición. Mc Graw Hill. Madrid.
30. Nordhaus, S., (2006): *Economía*. Editorial McGrawHill. 18Va Edición. México.
31. Polanyi, K. (1983): *La grande transformation; aux origines politiques et économiques de notre temps*. Gallimard. Paris.
32. Porter, M., (1990): *La ventaja competitiva de naciones*. Editorial CECOSA. México.
33. Pride, W. y O. Ferrell, (1990): *Marketing. Decisiones y conceptos básicos*. Editorial Interamericana. México.
34. República Bolivariana De Venezuela. Instituto Nacional De Estadísticas – INE. Disponible en: <http://www.ine.gov.ve/ine/venezuelaenmapas/mapasmunicipios.asp?>
Consulta: 09/12/2007.
35. Santandreu, E. y P. Santandreu, (2000): *Manual de finanzas*. Ediciones Gestión. Barcelona.
36. Schumpeter, J., (1949): *Teoría del desenvolvimiento económico*. Fondo de Cultura Económica. México.
37. Stanton, W., (1987): *Fundamentos de mercadotecnia*, séptima edición. Editorial McGraw Hill. México.
38. Stoner, J., E. Fredman y D. Gilbert, (1994): *Administración*, sexta edición. Editorial Prentice Hall Hispanoamericana. México.
39. Toro Hardy, J., (1993): *Fundamentos de Teoría Económica - Un análisis de la política económica venezolana*. Editorial PANAPO. Caracas.
40. Vainrub, R., (2005): *Convertir sueños en realidades – una guía para Emprendedores*. Ediciones IESA. Tercera edición. Caracas.
CHANG DE NEGRON, Kimlem et al. *INSTITUCIONES FINANCIERAS*". Editores VADELL. II Edición. Valencia - Caracas. 2004.

ANEXO I: Encuesta

Formulario de preguntas para las empresas emergentes de Negocio:

A continuación se le harán una serie de preguntas para que usted las responda con la mayor sinceridad posible. En caso de no entenderla expréselo que nosotros con todo el gusto se la explicaremos. La fuente de información es totalmente confidencial y los resultados de esta encuesta tienen un propósito académico y de diagnóstico sobre los factores clave de éxito en la gestión económica para el emprendimiento emergente de Negocio en el Municipio Maracaibo. Agradecemos de antemano su presta colaboración.

La dinámica es sencilla, solamente debe contestar o seleccionar por cada pregunta que se le realiza, una de las dos opciones, la opción SI, si está de acuerdo con la aseveración y la opción NO, si no lo está. Adicionalmente, debe indicarnos que tan importante es esa pregunta para la gestión económica que desarrolla su empresa, cooperativa o emprendimiento.

N°	Cuestionario: Preguntas	SI	NO	Nivel de Importancia de la pregunta para el Entrevistado respecto a la Gestión Económica en la organización o el emprendimiento.				
				Muy Débil	Débil	Medio	Fuerte	Muy fuerte
1	¿En esta empresa los cargos directivos y gerenciales son asumidos por familiares consanguíneos?							
2	¿En la estructura organizativa los cargos están ocupados por personal seleccionado de acuerdo a su perfil profesional y capacidades técnicas mostradas en su fichas curriculares?							
3	¿Existen miembros de un mismo grupo familiar trabajando dentro de esta organización?							
4	¿Considera usted importante colocar miembros familiares dentro de la organización para garantizar que los intereses de la empresa estén protegidos y sean más rentables?							
5	¿Recibe su recurso humano cursos permanentes de capacitación y entrenamiento para el manejo de los procesos de producción?							
6	¿Recibe su recurso humano estratégico cursos de capacitación y entrenamiento gerencial en el manejo de pequeñas y medianas empresas gratuitos, por parte de algún ente gubernamental público o a través de algún convenio con las universidades de la zona?							
7	¿Adquieren la capacitación de sus empleados a través de la contratación a empresas privadas especializadas en proveer entrenamiento?							
8	¿Es la mano de obra de su organización altamente calificada en su gran mayoría?							
9	¿Es la mano de obra de su organización muy poco calificada en su gran mayoría?							

