

# Contribución de la empresa familiar al desarrollo local del estado Mérida<sup>1\*</sup>

Briceño Barrios, María Auxiliadora<sup>2\*\*</sup>

Recibido: 05/04/2012

Revisado: 05/05/2011

Aceptado: 18/05/2011

## Resumen >>>

En este trabajo se intenta justificar por qué las empresas familiares pueden ser el elemento dinamizador de la economía de una localidad como Mérida pues los negocios de familia son entidades económicas conocidas a lo largo de muchos años, forman parte de la historia de una localidad y contribuyen a fortalecer los vínculos o relaciones que estos agentes fomentan como resultado de su actividad productiva. Por su parte, el modelo de desarrollo local que tiene como propósito el bienestar y la calidad de vida de la población, encuentra en las empresas un agente dinamizador de este objetivo, que se logra no solo con apoyo del hecho "económico", sino también mediante la consideración e inclusión de aspectos de tipo social, ambiental, cultural, tecnológico, entre otros. Por ello, se pueden emplear las dimensiones teóricas del desarrollo local: económica y socio-ambiental, para medir la contribución de las empresas a este proceso de desarrollo. En esta investigación se usó como estrategia metodológica el muestreo aleatorio simple estratificado para consultar a un grupo de empresas de la localidad sobre estos aspectos. Los resultados aquí obtenidos muestran que estos negocios de familia tienen elementos desfavorables en sus procesos de gestión, susceptibles de ser mejorados. Pero también presentan elementos propios naturales de las empresas familiares, tales como el número de estas empresas respecto al total y la trayectoria y continuidad de estos negocios, que supone una especie de "capital intangible o sinérgico" por las relaciones y encadenamientos productivos que estos elementos generan, lo cual merece ser potenciado.

**Palabras claves:** empresas familiares, desarrollo local, dimensiones del desarrollo local: económica y socio-ambiental.

## Abstract >>>

### CONTRIBUTION OF THE FAMILY BUSINESS TO THE LOCAL DEVELOPMENT OF MERIDA STATE.

*In this work, we try to justify why family business can be a development agent in the economy of a town like Mérida, because the family business has been for years a well known economic body which is also part of the history of a town and it contributes to strengthen the bonds or relationships that these agents promote as a result of its productive activity. Meanwhile, the local development pattern, whose aim is the welfare and the people's quality of life, has found in the family business an agent that helps to develop the previously mentioned aims. This can be fulfilled not only by the support from the 'economic' factor, but also by the consideration and inclusion of the social, environmental, cultural and technological aspects, among others. Therefore, the theoretical dimensions of the local development can be used: economic and socio-environmental dimensions, in order to measure the contribution of the business to this development process. In this research a stratified random sampling was used as a methodological strategy in order to consult a group of companies from this town about these aspects. The results obtained show that the family business has negative elements in its management process, which can be improved. But they also have natural elements characteristic of family business, such as the number of these companies in comparison with the total number and the trajectory and continuity of these companies, which suppose a kind of 'intangible or synergistic capital' because of the relationships and productive chains that these elements create, which deserves to be boosted.*

**Key words:** family business, local development, local development dimensions, economic and socio-environmental

1 \* La autora agradece el apoyo financiero recibido del Consejo de Desarrollo Científico, Humanístico, Tecnológico y de las Artes de la Universidad de Los Andes, a través del proyecto identificado con el código: E-289-08-09-B, el cual constituyó una importante ayuda para llevar a cabo esta investigación. También se agradece el apoyo en la asesoría estadística recibida del CEAPE-FACES-ULA, bajo la coordinación del Profesor Segundo Quiroz y la colaboración del Profesor Néstor Díaz.

2 \*\* Doctoranda del Programa en Formación Empleo y Desarrollo Regional, Universidad de La Laguna, España. Magister Scientiae en Administración. Universidad de Los Andes, Venezuela. Profesora Agregado de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales (FACES) de la Universidad de Los Andes. Grupo de Investigación de las Organizaciones. Email: auxiliadorab@ula.ve, mariaauxib@hotmail.com

## 1. Introducción

El argumento aquí sostenido es que las empresas familiares pueden constituirse en un factor determinante para el desarrollo local del estado Mérida. En este trabajo se intenta justificar por qué 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 ubicación 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.

Esta idea se apoya en experiencias documentadas, las cuales tienen como elemento común el hecho de que 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 le suma las potencialidades de un territorio: localización, recursos naturales y ambientales, capacidad tecnológica e instituciones educativas, se puede obtener una combinación de factores aprovechables para estimular la productividad y competitividad.

Actualmente nuestras 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 desiguales 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.

Ante esta problemática, resalta el papel de la empresa en el desarrollo de las comunidades que las albergan y específicamente el aporte de un tipo especial de negocio que constituye más del 70% del entramado empresarial: la empresa familiar. Estas empresas tienen potencial para lograr combinar sus ventajas distintivas con los elementos que ofrece el contexto en el cual se encuentran y apostar al desarrollo local. En este sentido, el objetivo de este estudio está orientado a describir los elementos clave en la gestión de las empresas familiares merideñas que apuntan al desarrollo local del estado Mérida, Venezuela.

El abordaje del aporte de las empresas familiares al desarrollo local, se realiza a través de dos de las dimensiones propuestas por Vásquez (1988), a saber: económica y socio-ambiental. Asimismo, la selección de las empresas familiares responde a los criterios de propiedad, dirección y continuidad. En esta investigación se usó como estrategia metodológica el muestreo aleatorio simple estratificado para consultar a un grupo de empresas de la localidad sobre estos aspectos. De la muestra de 237 empresas, cumplieron con estos criterios 176 empresas, a las cuales se les aplicó el instrumento de recolección que permitió evaluar dichas dimensiones.

## 2. Desarrollo local

En algunas regiones del mundo, como es el caso de los países latinoamericanos, los problemas básicos de las comunidades 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 por ejemplo, la protección del medio ambiente y el mejoramiento de los sistemas educativos. No obstante, estas materias constituyen una tendencia de atención mundial, especialmente en los países desarrollados. En los países en vías de desarrollo las situaciones de inseguridad, delincuencia, falta de vivienda, problemas de salud y alimentación, empleo, entre otros, constituyen necesidades básicas no resueltas que reclaman todo tiempo y dedicación de sus gobernantes.

De esta manera, ha surgido el desarrollo local como la “posible solución” (Boisier, 1999a; Cuervo, 1998) para aliviar un poco estas inequidades, consolidándose como una forma de abordar tales situaciones de una manera distinta. En este sentido, en algunos países desarrollados funciona 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, lo cual se logra no solo con apoyo del hecho “económico”, sino también mediante la consideración e inclusión de aspectos de tipo social, ambiental, cultural, tecnológico, entre otros.

En consecuencia y según lo planteado por Vázquez (1988), el desarrollo local 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 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.

Por ello, cuando las comunidades organizadas logran elevar mediante su trabajo su nivel de vida (mejores vías comunicación, servicios públicos, viviendas, empleo, colegios, universidades, escuelas, centros de salud, abastecimiento, entre otros) 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. En palabras de Gutiérrez (2006), la visión

de desarrollo basado en crecimiento económico ha sido superada, dado que el ingreso per cápita de un país no dice nada si no se traduce en bienestar y calidad de vida para la gente.

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, por lo que se requieren 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 municipalidades, centros de capacitación, instituciones de enseñanza media y de formación profesional, universidades, asociaciones o cámaras empresariales, sindicatos, organizaciones civiles, entre otros) 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 toma un importante papel el desempeño de las empresas como unidades dinamizadoras de la actividad económica. En este modelo de desarrollo local se supera el viejo estilo tradicional de acción pública dirigida a ofrecer subvenciones a las empresas, por otro modelo caracterizado por la creación de condiciones favorables a los emprendimientos productivos. Esto se logra 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, convenios de cooperación interinstitucionales o servicios de apoyo financiero.

Particularmente, 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 (Amat, 1998; Gallo, 2002; Gallo y García, 1989; Dyer, 1986; Litz, 1995). Su importancia radica en la contribución que este tipo de negocios ha hecho a la dinámica de la economía mundial, evidenciándose en el hecho de que 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 pymes.

Además de la propiedad y dirección en manos de un grupo familiar, los estudios sobre este tipo de empresas han destacado, entre sus rasgos distintivos, la continuidad, la cual se determina por las generaciones familiares que han sido propietarias del negocio. 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. Esto último es difícil de cuantificar económicamente, pero constituye un factor determinante del éxito en el mundo de los negocios, convirtiéndose en una especie de capital relacional al que algunos autores han denominado “capital intangible o sinérgico” (Boisier, 1999b; Kliksberg y Tomassini, 2000).

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 que generan eslabonamientos productivos que pueden contribuir al fomento de la competitividad y la productividad en un territorio declarado zona libre cultural, científica y tecnológica y donde convergen universidades, un parque tecnológico y un conjunto de empresas que en su mayoría, son familiares.

Con esta investigación se intenta mostrar que estas empresas tienen potencial para lograr combinar sus ventajas distintivas con los elementos

que ofrece el contexto en el cual se encuentran. Por ello, es importante distinguir los elementos característicos de estas empresas relacionados con el desarrollo local, con el objeto de fortalecer aquellos que resultan desfavorables y potenciar aquellos que resulten favorables.

### 3. Metodología

En este trabajo se desarrolló lo relacionado con las dimensiones teóricas del desarrollo local referidas a las variables: económica y socio-ambiental propuestas por Vásquez (1988). En este contexto, se propuso como objetivo de investigación: describir los elementos clave en la gestión de las empresas familiares merideñas que apuntan al desarrollo local del estado Mérida, Venezuela. Para tal cometido, se diseñó un instrumento de recolección de datos teniendo en cuenta los objetivos y las variables del estudio. En el cuadro 1, puede observarse la sistematización de dichas variables.

Cuadro 1 >>>  
Sistematización de variables

VARIABLES PRINCIPALES	VARIABLES SECUNDARIAS
<b>Empresa Familiar</b>	Propiedad, dirección, continuidad
<b>Desarrollo local</b>	<p><b>Dimensión económica:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribución al empleo</li> <li>• Pago de impuestos municipales y nacionales</li> <li>• Ventas brutas</li> <li>• Remuneración a la mano de obra</li> <li>• Destino de las ventas</li> <li>• Origen de las compras</li> </ul> <p><b>Dimensión socio-ambiental:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribuciones otorgadas por la empresa a la comunidad</li> <li>• Beneficios laborales obligatorios y voluntarios otorgados a los trabajadores</li> <li>• Prácticas ecológicas</li> <li>• Acciones para el cuidado medio-ambiental</li> <li>•</li> </ul>

Fuente: elaboración propia.

Como puede observarse, se abordan específicamente a las empresas familiares utilizando el criterio de variables teóricas tales como: propiedad, dirección y continuidad. Seguidamente se emplearon las dimensiones teóricas del desarrollo local propuestas por Vázquez (1988) para medir cómo contribuyen las empresas estudiadas a incorporar en su gestión estas premisas del desarrollo local resumidas en estas dimensiones.

Para la aplicación de la encuesta y el tratamiento de datos cuantitativos se procedió de la siguiente manera:

•**Selección de la población:** se trabajó con datos provenientes del sector empresarial merideño cuya consecución se llevó a cabo aplicando a un grupo de empresas seleccionadas, el instrumento de recolección de datos antes mencionado. Estas empresas fueron escogidas utilizando muestreo aleatorio simple estratificado con afijación, empleando como marco muestral el directorio de empresas del estado Mérida del IV Censo Económico realizado en el año 2007 por el Instituto Nacional de Estadística (INE). De este directorio se seleccionaron 5 municipios (Libertador, Alberto Adriani, Campo Elías, Sucre y Tovar) de un total de 23, por ser estos los que concentran el 77,85% del total de unidades empresariales de todo el estado (16 511 empresas). El criterio de estratificación utilizado fue el sector o actividad económica de las empresas, según el IV Censo Económico

**Selección de la muestra:** de las empresas que constituyen la población objeto de estudio, se seleccionó a su vez una muestra cuyo cálculo se realizó según el procedimiento expuesto en el cuadro 2.

Cuadro 2 >>>  
Cálculo de la muestra

Afijación	$w_i$	$n_i = n w_i$	
Proporcional	$N_i/N$	$n * N_i/N$	$n_i = \frac{\sum_{i=1}^k N_i p_i q_i}{ND + \frac{1}{N} \sum_{i=1}^k N_i p_i q_i} * \frac{N_i}{N}$
Óptima	$\frac{N_i \sqrt{p_i q_i}}{\sum_{i=1}^k N_i \sqrt{p_i q_i}}$	$n * \frac{N_i \sqrt{p_i q_i}}{\sum_{i=1}^k N_i \sqrt{p_i q_i}}$	$n_i = \frac{\left( \sum_{i=1}^k N_i \sqrt{p_i q_i} \right)^2}{N^2 D + \sum_{i=1}^k N_i p_i q_i} * \frac{N_i \sqrt{p_i q_i}}{\sum_{i=1}^k N_i \sqrt{p_i q_i}}$

Fuente: elaboración propia.

Al aplicar las respectivas fórmulas, los resultados se pueden apreciar en el cuadro 3.

Cuadro 3 >>>

Sectores	Afijación		
	Proporcional	Óptima	Óptima ajustada
Comercio	206	170	146
Servicios	94	58	46
Industria	8	4	10
Médico Asistencial	8	4	10
Educativo	2	1	8
Construcción	1	0	5
Recreativo	1	0	4
Cultural	0	0	4
Deportivo	0	0	4
<b>Total</b>	320	237	237
Error estimación	0,049	0,049	0,053

Fuente: elaboración propia.

Para un máximo error de estimación del 5%, la afijación óptima consigue un tamaño de muestra cercano a las 200 unidades. Sin embargo, con la afijación óptima ajustada, aunque el error de estimación es mayor, el tamaño de muestra es también cercano a 200 y se asegura la representatividad de todos los sectores.

Por tanto el tamaño de la muestra es  $n = 237$  empresas.

#### 4. Resultados

Como puede observarse en el cuadro 4, del total de empresas de la muestra el 74,26% resultaron empresas familiares. Es conveniente hacer énfasis en este número, pues estudios anteriores realizados con diferentes marco poblacionales y en tiempos distintos, han mostrado resultados similares ubicando el porcentaje de empresas familiares en Mérida en un porcentaje que supera el 70% (Briceño, 2006; Omaña, 2010). Esto es significativo para avalar los resultados que a continuación se presentan, dada la importancia de estas empresas por el número que representan.

Cuadro 4 >>>  
Tipos de empresas de la muestra

Empresa	Continuidad		Propiedad		Dirección		Familiaridad	
	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%	Frec.	%
No familiar	52	21,9	58	24,47	50	21,10	61	25,74
Familiar	185	78,1	179	75,53	187	78,90	176	74,26
<b>Total</b>	<b>237</b>	<b>100%</b>	<b>237</b>	<b>100%</b>	<b>237</b>	<b>100%</b>	<b>237</b>	<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

En consecuencia, los comentarios que a continuación se hacen solo están referidos a este grupo de empresas que conforman el objeto de estudio, siendo las empresas familiares 176 de un total de 237 empresas consultadas en los municipios con mayor concentración de unidades empresariales de todo el estado Mérida.

A tenor de las dimensiones teóricas del desarrollo local consideradas en este estudio (económica y socio-ambiental), el cuadro 5 muestra lo obtenido en relación a la **dimensión económica** de las empresas familiares merideñas.

Cuadro 5 >>>

**Dimensión económica de las empresas familiares merideñas**

	VARIABLES	INDICADORES	N° EMPRESAS	PORCENTAJE
DIMENSIÓN ECONÓMICA	Contribución al empleo	Mayor	25	8,5
		Menor	35	19,9
		Igual	126	71,6
	Pago de impuestos municipales	Actividad económica	140	79,5
		Patente de industria y comercio	145	82,4
		Inmuebles urbanos	50	28,4
		Inmuebles rurales	6	3,4
		Patente vehicular	58	33,0
		Propaganda comercial	53	30,1
		Aseo domiciliario	140	79,5
		Otros impuestos	7	4,0
	Pago de impuestos nacionales	ISLR	127	72,2
		IVA	141	80,1
		Transacciones financieras	23	13,1
		Sucesiones y donaciones	3	1,7
		Actividades de juego, envite y azar	1	0,6
		Alcohol y bebidas alcohólicas	6	3,4
		Cigarrillos y manufactura de tabaco	5	2,8
		Servicio de telecomunicaciones	39	22,2
		Aduaneros	10	5,7
		Otros impuestos	3	1,7
	Ventas brutas	Bajo porcentaje de respuesta	-	-
		Bajo porcentaje de respuesta	-	-
	Destino de las ventas	Local (100%)	105	59,7
		Regional (0%)	114	64,8
		Nacional (0%)	142	80,7
		Internacional (0%)	169	96,0
Origen de las compras	Local (0%)	75	42,6	
	Regional (0%)	108	61,4	
	Nacional (0%)	75	42,6	
	Internacional (0%)	153	86,9	

Fuente: elaboración propia.

Como puede observarse, en la dimensión económica la variable contribución al empleo muestra que el 71,6% de las empresas mantuvo igual el número de empleados desde el momento de aplicación de la encuesta respecto al año anterior. El 19,9% redujo el número de empleados en el mismo período y solo el 8,5% lo incrementó.

En cuanto al pago de impuestos municipales, se observa que el 79,5% de las empresas familiares de Mérida pagan impuesto por su actividad económica; el 82,4% paga la patente de industria y comercio y el 79,5% paga aseo domiciliario. En cuanto al resto de los impuestos se observa poca contribución al pago de estos tributos. En lo relativo al pago de

impuestos nacionales, los de mayor contribución resultaron ser el impuesto sobre la renta con el 72,2% y el impuesto al valor agregado con el 80,1%.

En relación a las variables ventas brutas y remuneración a la mano de obra, se intentó comparar qué porcentaje de los ingresos por vía de ventas es destinado al pago de mano de obra, sin embargo, los porcentajes de no respuesta resultaron elevados (60,2% y 61,9% respectivamente). Esto es comprensible debido a que los empresarios no suelen dar información relacionada con estos indicadores por considerarlos datos confidenciales.

Para el siguiente grupo de variables conformado por destino de las ventas y origen de las compras, se muestran solo los resultados que obtuvieron mayor número de respuestas en las tres categorías medidas: mercados locales, regionales, nacionales e internacionales. Las respuestas permitían ubicarse en más de una categoría, por tanto los porcentajes no suman 100%.

Respecto a la variable destino de las ventas, es interesante observar que un 59,7% de las empresas familiares de Mérida venden el 100% de sus productos en el mercado local; 64,8% no realiza ventas en el mercado regional; 80,7% no realiza ventas en el mercado nacional y 96,0% no realiza ventas en el mercado internacional. Como puede observarse, las empresas en estudio son locales en sus ventas.

La variable origen de las compras también muestra importantes resultados. El 42,6% de las empresas familiares merideñas no realiza las compras de sus productos o materia prima en los mercados locales; el 61,4% no realiza esta práctica en los mercados regionales; el 42,6% no compra en los mercados nacionales y el 86,9% no adquiere sus productos o materia prima en los mercados internacionales. Es probable que esto último se deba a las políticas impositivas arancelarias y restricciones para la adquisición de divisas existente en el país.

Al considerar la dimensión **socio-ambiental** del desarrollo local, el cuadro 6, recoge los resultados obtenidos de las empresas familiares merideñas:

Cuadro 6 >>>  
**Dimensión socio-ambiental de las empresas familiares merideñas**

	VARIABLES	INDICADORES	VALOR	PORCENTAJE
DIMENSIÓN SOCIOAMBIENTAL	Contribuciones otorgadas a la comunidad	Programas deportivos	36	20,5
		Programas educativos	18	10,2
		Programas recreativos	15	8,5
		Programas culturales	29	16,5
		Otros programas	12	6,8
	Beneficios laborales obligatorios otorgados a los trabajadores	Sueldos y salarios	135	76,7
		Aguinaldo	82	46,6
		Bono vacacional	87	49,4
	Beneficios laborales voluntarios otorgados a los trabajadores	Asistencia médica	14	8,0
		Adiestramiento y capacitación	16	9,1
	Prácticas ecológicas	Uso de materia prima o productos biodegradables	18	7,6
		Recolección y clasificación de basura	45	19,0
		Manejo y recolección de desechos tóxicos	6	2,5
		Ahorro energético	32	13,5
		Otras prácticas	2	0,8
	Acciones para el cuidado medioambiental	Cuidado y/o reforestación de espacios naturales	8	3,4
		Campañas informativas	6	2,5
Membresía		2	0,8	

Fuente: elaboración propia.

En esta dimensión se consultó acerca de la contribución de las empresas familiares del estado Mérida a los diferentes programas de apoyo voluntario a las comunidades donde estas empresas desempeñan su actividad económica. Como se observa, solo el 20,5% de las empresas estudiadas contribuye voluntariamente con programas deportivos; 10,2% contribuye con programas educativos; 8,5% colabora con programas recreativos; 16,5% colabora con programas culturales y solo el 6,8% apoya otros programas.

En cuanto a los beneficios obligatorios otorgados a los trabajadores, se consultaron los siguientes conceptos: sueldos y salarios, pago de horas extras, bono de transporte, bono de productividad, utilidades, aguinaldos, bono vacacional, comisiones, aporte patronal al ahorro habitacional, aporte patronal a la caja de ahorro, otras bonificaciones

en dinero, alimentos, bebidas, viviendas y servicios, vestido y calzado, otras bonificaciones en especie, seguro social obligatorio, ley de política habitacional, INCES, paro forzoso, regímenes de pensiones, apartados para prestaciones sociales, fondo de contingencia y otras contribuciones patronales obligatorias.

Los resultados más destacados en cuanto al cumplimiento laboral de las empresas familiares fueron los relacionados con el pago de sueldos y salarios (76,7% de las empresas familiares), pago de aguinaldos (46,6%) y pago de bono vacacional (49,4%). El resto de los beneficios obligatorios mostró resultados por debajo del 30%, es decir, que estas empresas no suelen tener entre sus prácticas laborales el pago de estos beneficios.

En cuanto a los beneficios voluntarios otorgados a los trabajadores, se consultaron los siguientes conceptos: becas escolares, comedores, asistencia médica programas de apoyo a la mujer, suministro de medicamentos, guarderías, crédito para financiamiento de vivienda, programas de adiestramiento y capacitación, otros beneficios voluntarios.

Los resultados más destacados fueron los relacionados con el aporte a asistencia médica con un 8,0% y aporte a adiestramiento y capacitación con 9,1%, resultando porcentajes muy bajos respecto al total. El resto de los aportes voluntarios se encuentra por debajo del 8%.

En cuanto a las prácticas ecológicas se consultó sobre el uso de materias primas o productos biodegradables en sus operaciones cotidianas, obteniéndose que solo el 7,6% de las empresas familiares consultadas realiza esta práctica ecológica; el 19,0% recolecta y clasifica la basura; el 2,5% maneja y recolecta desechos tóxicos; el 13,5% practica el ahorro energético de recursos como el agua y la electricidad; otras prácticas ecológicas son realizadas solo por el 0,8%.

Respecto a las acciones para el cuidado medioambiental llevadas a cabo por estas empresas, solo el 3,4% se preocupa por el cuidado y

reforestación de los espacios naturales; el 2,5% realiza campañas informativas de cuidado medio-ambiental y solo el 0,8% tiene alguna membresía en organizaciones dedicadas al cuidado del medio ambiente.

## 5. Conclusiones

Para concluir es necesario destacar en primer lugar, los aspectos favorables de las empresas familiares estudiadas. Entre ellos se puede mencionar el número de empresas de este tipo respecto al total. Por otro lado, también conviene destacar que por su naturaleza familiar tienen a favor la continuidad de las mismas, entendida como la intención manifiesta de los dueños familiares de perpetuar el negocio en manos del mismo grupo de familia. A esto se añade el elemento de la antigüedad, pues muchas de estas empresas se mantienen por largo período, a través de su trascendencia de una segunda y tercera generación de familiares a cargo del negocio.

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.

Esto último es difícil de cuantificar económicamente, pero constituye un factor determinante del éxito en el mundo de los negocios, convirtiéndose en una especie de capital relacional al que algunos autores han denominado “capital intangible o sinérgico”, como ya se ha mencionado.

Otros elementos que sí son susceptibles de medición pueden contribuir a mejorar las prácticas de estos negocios cuya presencia es inminente en el ámbito económico estudiado. Los resultados obtenidos muestran que las empresas familiares de Mérida deben mejorar sus

procesos internos y sus modos de gestión o convertir sus elementos desfavorables en ventajas competitivas.

Sin embargo, es conveniente reflexionar acerca del contexto en el que se desenvuelven estas empresas, pues muchos de los factores externos las condicionan. Por ejemplo, los resultados muestran la timidez de las empresas para incursionar en mercados diferentes a los locales, bien sea por la vía de compras o de ventas. No obstante, no debe dejar de considerarse las imposiciones, regulaciones y demás exigencias externas que constituyen una barrera que poco estimula la productividad y la competitividad. Sería conveniente estudiar la responsabilidad de las partes involucradas o los roles de los actores en los procesos de desarrollo, donde las empresas son partes de los eslabonamientos productivos.

Asimismo, el desarrollo local como modelo de desarrollo muestra alternativas que tienden a la innovación no solo en tecnología sino también en procesos de gestión. Este modelo señala la conformación de redes interempresariales (con otras empresas) e interorganizacionales (con organismos, gubernamentales, universidades, organizaciones comunitarias, otros agentes vinculados a los intereses de la localidad) como mecanismo para superar las dificultades que las empresas en su actuación individual puedan tener. Hay mucho por hacer, pero con esto se espera el beneficio de todos los involucrados y se propende a la mejora en la calidad de vida de los ciudadanos en el ámbito local.

## Bibliografía >>

- Amat, J. M. (1998). *La continuidad de la empresa familiar*. Barcelona, España: Editorial Gestión 2000.
- Boisier, S. (1999a). *Desarrollo local: ¿De qué estamos hablando?* Documento comisionado por la Cámara de Comercio de Manizales, Colombia. Disponible: <http://www.franciscohuertas.com.ar/wp-content/uploads/2011/04/boisier.pdf>
- Boisier, S. (1999b, enero-marzo). El desarrollo territorial a partir de la construcción de capital sinérgico. *Revista Estudios Sociales*, 99, 59-80.
- Briceño, M. A. (2006). Gestión de empresas familiares: factor calve para el desarrollo local. *Revista Visión Gerencial*, 5 (2), julio-diciembre, 122-139.
- Cuervo, L.M. (1998). Desarrollo económico local: leyendas y realidades. *Territorios, Revista de Estudios Regionales y Urbanos*, 1, 9-24.
- Dyer, W.G. (1986). *Culture Change in Family Firms: Anticipating and Managing Business and Family Transitions*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Gallo, M. A. y García, C. (1989). La empresa familiar en la economía española. *Papeles de Economía Española*. 39, 67-85.
- Gallo, M.A. (2002). *Evolución hacia una empresa familiar y multinacional*. España: Universidad de Alicante, Departamento de Organización de Empresas.
- Gutiérrez, A. (2006). *Mérida sostenible. Una ciudad para la gente*. Mérida, Venezuela: Universidad de Los Andes, Vice-rectorado Académico.
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2007). *IV Censo Económico. Resultados preliminares*. Disponible en: [www.ine.gov.ve](http://www.ine.gov.ve).
- Kliksberg, B. and Tomassini, L. (2000). *Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo*. Buenos Aires, Argentina: Fondo de Cultura Económica.
- Litz, R. (1995). The family business: toward definitional clarity. *Family Business Review*, 8 (2), 71-81.
- Omaña, L. (2010). *Análisis comparativo de la gerencia de las empresas familiares y no familiares del municipio Libertador adscritas a la Cámara de Industria y Comercio del estado Mérida*. Tesis de Maestría con mención publicación. Universidad de Los Andes. Centro de Investigaciones y Desarrollo Empresarial. Maestría en Administración. Mérida, Venezuela.
- Vázquez, A. (1988). *Desarrollo local: una estrategia de creación de empleo*. Madrid, España: Editorial Pirámide.