Negocios urbanos en un contexto de crisis socioeconómica:

Análisis descriptivo de los casos de Catia y Petare en 2021

equilibrium
CenDE

Negocios urbanos en un contexto de crisis socioeconómica:
Análisis descriptivo de los casos de Catia y Petare en 2021

Equilibrium - Centro para el Desarrollo Económico (CenDE)
www.equilibriumcende.com

Primera edición, agosto 2021

Autores: Jesús Marcano y Javier Rodríguez
Corrección de estilo: Doris Perla Chunga
Diagramación: Regina Pajares Romero

Esta investigación fue desarrollada con el apoyo del Observatorio Venezolano de Finanzas:

OVF
OBSERVATORIO VENEZOLANO DE FINANZAS

1 Introducción

Venezuela se encuentra atravesando una de las más profundas crisis económicas y sociales de su historia republicana. Según datos del Fondo Monetario Internacional, el producto interno bruto (PIB) del país disminuyó en aproximadamente 74,7% durante el período 2010-2020 y se espera que disminuya en un 10% anual a finales de 2021 (IMF 2021).

En línea con la crítica caída de la actividad económica local, cifras de la Encuesta Nacional de Condiciones de Vida (ENCOVI) muestran un significativo incremento de la pobreza en ingresos, que pasó del 32,5% de hogares pobres en 2010 al 96,2% de hogares pobres en 2019; así como de la pobreza multidimensional, que pasó del 39,3% de hogares pobres en 2014 al 64,8% de hogares pobres en 2019 (UCAB 2020b).

Todo esto ha ocurrido en un contexto de profundo deterioro de las instituciones públicas y de un significativo incremento de la conflictividad política en el país, lo que se refleja en las empinadas caídas de los indicadores de libertad de expresión y asociación, elecciones limpias, libertad individual e igualdad ante la ley, control del poder ejecutivo por parte de los poderes judicial y legislativo, efectividad del gobierno, estabilidad política, etc., los cuales ubican a Venezuela como uno de los peores países de la región en materia de institucionalidad democrática (véase Coppedge et al. 2021; Kaufmann y Kraay 2020).

Considerando este difícil contexto, surge la pregunta: ¿qué han hecho los venezolanos para sobrevivir a los dramáticos cambios de entorno que se han observado en los últimos años? El presente trabajo busca abordar esta pregunta, enfocándola hacia el ámbito de los negocios urbanos existentes en las actuales circunstancias socioeconómicas. Para ello, se propone realizar un análisis descriptivo de las dos principales zonas comerciales de clase baja del Área Metropolitana de Caracas: el Boulevard de Catia, ubicado en el extremo oeste de la ciudad; y la Redoma de Petare, ubicada en el extremo este de la ciudad. La relevancia del análisis de estas dos ubicaciones se sustenta en un enfoque rawlsiano del bienestar social, el cual señala que el nivel de bienestar de un colectivo queda determinado por la situación de aquellos miembros menos favorecidos (Jehle y Reny 2001).

Por tanto, la descripción del estatus de los negocios en estas zonas representa una útil alternativa para conocer cómo los ciudadanos de Caracas han enfrentado las dificultades económicas recientes y en qué condiciones generales se encuentran los negocios dentro de la ciudad.
Para la realización del análisis descriptivo propuesto, se diseñó un cuestionario para caracterizar los negocios de las zonas urbanas, el cual fue aplicado en las referidas ubicaciones dentro de Catia y Petare en mayo de 2020.

El cuestionario se compuso de 57 preguntas, distribuidas en cinco dimensiones temáticas: características básicas, supervivencia, desempeño, innovación y financiamiento. La aplicación del instrumento se realizó sobre una muestra no aleatoria en las zonas indicadas. Como se detallará más adelante, los resultados de la encuesta muestran la existencia mayoritaria de micro y pequeños negocios, cuya propiedad reside en una persona, los cuales se dedican fundamentalmente a la actividad comercial, emplean moderadamente los medios de comunicación digitales para sus

ventas, usan principalmente el dólar norteamericano en efectivo como medio de pago y unidad de cuenta, perciben niveles de ingreso relativamente bajos y se enfrentan a fuertes restricciones de financiamiento.

Dado lo indicado hasta este punto, el contenido del resto de este documento se presenta de la siguiente manera. Primero, se muestra con mayor detalle los criterios de selección de la muestra, el diseño del cuestionario aplicado y el procedimiento de encuestado utilizado. Luego, se exponen los principales resultados de la encuesta realizada y se presentan algunos comentarios sobre los factores explicativos e implicaciones de los indicadores observados. Por último, se ofrecen algunas ideas concluyentes.

2 Muestra, cuestionario y procedimiento de encuestado

Para la realización del estudio se estableció como meta el levantamiento de dos muestras de máximo 300 negocios en las zonas comerciales del Boulevard de Catia y la Redoma de Petare, respectivamente. La escogencia de estas zonas se realizó siguiendo un criterio rawlsiano de bienestar social, el cual indica que nivel de bienestar colectivo queda determinado por el estatus de aquellos miembros menos favorecidos (Jehle y Reny 2001). En consecuencia, el análisis de las condiciones en estos dos puntos de la ciudad puede ser una útil aproximación a cómo los negocios de Caracas han enfrentado las circunstancias adversas observadas en años recientes.
Por su parte, la determinación del tamaño muestral se realizó en función de los recursos disponibles para el proceso de encuestado y la extensión de las zonas a estudiar. Si bien no se realizaron ejercicios de simulación estadística para la determinación de la muestra de negocios, se puede evaluar la idoneidad del tamaño muestral escogido comparándolo con el que debería obtenerse para una muestra aleatoria de habitantes.

En este sentido, considerando que, según el último censo de población y vivienda, los tamaños poblacionales de Catia (Parroquia Sucre) y Petare (Parroquia Petare) fueron de 345.944 y 372.616 habitantes, respectivamente (INE 2014a; 2014b); el levantamiento de muestras aleatorias con un margen de error del 5% y un nivel de confianza estadística del 95% requeriría de dos muestras de 384 habitantes cada una. Si se considera el hecho de que el número de negocios tiende a ser menor al número de habitantes[1], se puede afirmar que el tamaño muestral escogido para este estudio resulta apropiado.

En cuanto a la determinación de las unidades que conformaron la muestra, esta se realizó en función del área geográfica a cubrir y la disponibilidad de los negocios para contestar el cuestionario. En este sentido, se definió que los encuestadores simplemente debían cubrir la mayor cantidad de territorio posible y proceder a entrevistar a los dueños o encargados de los negocios que accedieran a participar en el estudio, hasta lograr un volumen de encuestas realizadas cercano al tamaño muestral definido. Por su parte, conviene señalar que los negocios considerados como válidos para el proceso de encuestado comprendieron tanto aquellos con establecimiento comercial como aquellos oferentes ambulantes de bienes y servicios.

En lo referente al contenido del cuestionario, se diseñó un instrumento de 57 preguntas agrupadas en cinco dimensiones temáticas relativas al estado y las actividades de los negocios. En concreto, las dimensiones consideradas fueron: características básicas del negocio, prácticas de negocio, desempeño, innovación y financiamiento.

En el ámbito de las características básicas, se buscó indagar sobre aspectos como la naturaleza jurídica del negocio, la actividad económica desarrollada, el tamaño de la empresa, etc. En materia de prácticas de negocio, se plantearon preguntas relativas a los mecanismos de comercialización, los medios de pago aceptados, la denominación monetaria de precios, etc.; y a las acciones tomadas por los negocios en respuesta a la actual pandemia de la enfermedad

1 Por ejemplo, en Miranda y Distrito Capital (entidades federales a las cuales pertenecen las zonas de Catia y Petare) se observó la existencia del equivalente de 5.704 y 3.507 empresas por cada 100.000 habitantes, respectivamente (véase Páez 2001).

por coronavirus (COVID-19), lo que incluye aspectos como el empleo de servicios de entrega a domicilio, la implementación de medidas de seguridad y la apertura en semanas en las cuales se ha instaurado cuarentena.

En cuanto al desempeño, se indagó sobre aspectos como los niveles de ventas durante el año pasado y lo que va del año 2021, la compra de insumos, la percepción de los resultados de negocio durante 2020, las expectativas de negocio para 2021, etc. En lo que respecta a innovación, se preguntó sobre la realización de mejoras al negocio, los resultados de las innovaciones y las necesidades de mejora del negocio. En materia de financiamiento, se buscó indagar sobre las fuentes de financiamiento empleadas, los usos de los fondos disponibles, el grado de dificultad para la obtención de recursos, etc.

Para realizar las encuestas a los negocios se contó con el apoyo de un grupo de ciudadanos residentes en las cercanías del Boulevard de Catia y la Redoma de Petare. El proceso de contacto y reclutamiento de estos encuestadores se realizó a través de líderes sociales comunitarios, los cuales sirvieron de interlocutores y organizadores del trabajo de campo en todo momento.

Luego del reclutamiento, los líderes comunitarios procedieron a asignarlos en grupos de encuestadores, a cada uno de los cuales se les encomendó la cobertura de un área específica dentro de las zonas definidas para el estudio, para así garantizar la mayor representatividad posible de los negocios existentes. Posteriormente, los encuestadores recibieron el cuestionario y las instrucciones para las entrevistas en formato PDF a través de WhatsApp durante la semana del 3 al 9 de mayo. La salida a campo se efectuó simultáneamente en ambas zonas entre el 10 y el 13 de mayo, lográndose encuestar 287 y 298 negocios en Catia y Petare, respectivamente.

3 Descripción de los negocios

En la presente sección se exponen los principales resultados de las encuestas realizadas. Los resultados se muestran agrupados por dimensiones temáticas, a los fines de que se identifiquen fácilmente los aspectos fundamentales de los negocios estudiados. En este sentido, la exposición arranca con las características básicas de los emprendimientos, en donde se destacan aspectos diferenciadores primordiales de los negocios, como su naturaleza jurídica/mercantil, su tamaño y la actividad económica desarrollada. Luego, se analizan las prácticas del negocio, las cuáles plasman cómo los emprendimientos responden a las demandas de su entorno. En este ámbito se estudian prácticas relativamente genéricas, como el empleo de redes sociales para la comercialización, el uso de servicios de banca electrónica y aplicaciones móviles bancarias, la aceptación de determinados medios de pago y el marcaje de precios en ciertas unidades monetarias; y prácticas resultantes de la actual pandemia de la COVID-19, como la oferta de servicios de entrega a domicilio, la apertura en semanas de cuarentena y la adopción de medidas de bioseguridad.

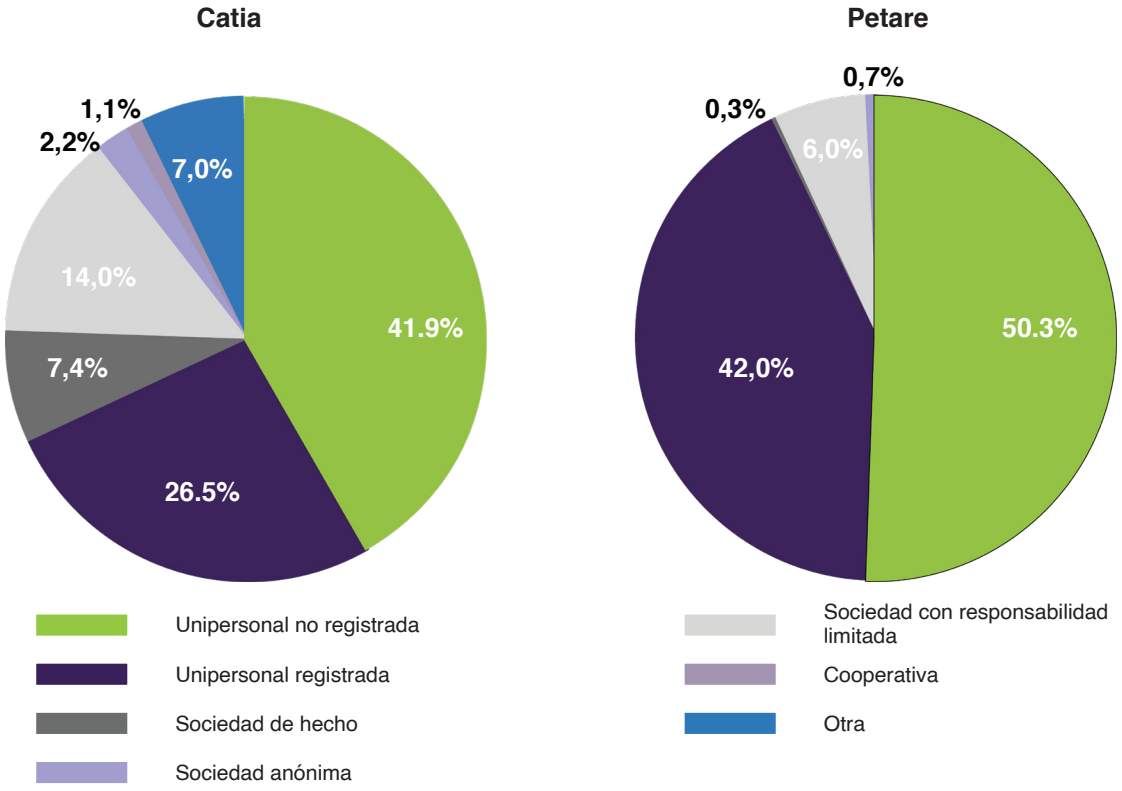
Posteriormente, se analiza el desempeño general de los negocios, dimensión que resulta de particular importancia tanto para la supervivencia como para la mejora de los estándares de vida de los propietarios y empleados de los emprendimientos. En particular, se muestran los niveles de ingreso por ventas promedio mensuales correspondientes a 2020 y desde enero a mayo de 2021, así como la percepción de los propietarios/encargados de los negocios sobre su desempeño general durante el año pasado y las expectativas para este año.

Por último, se analizan las fuentes de financiamiento y los usos de los recursos disponibles, elementos que plasman las posibilidades de crecimiento de los negocios estudiados y las necesidades de financiamiento que tienen en las circunstancias actuales. Conviene comentar que, si bien se consideraron algunas preguntas sobre innovación en el cuestionario aplicado, no se reportan resultados respecto a esta dimensión debido a la identificación de problemas de registro de datos que impiden obtener patrones relevantes para los fines de este estudio.

3.1. Características básicas

Los negocios encuestados en Catia y Petare, en la mayoría de los casos, se caracterizan por ser de propiedad de una sola persona. Como se muestra en la Figura 1, el 82,3% de los negocios de Petare son de propiedad unipersonal, cifra que se ubica en un 68,4% en el caso de los negocios de Catia. Por su parte, dentro de los negocios de propiedad unipersonal destacan aquellos de propiedad unipersonal no registrada legalmente, los cuales representan la mayoría de los casos de propiedad unipersonal en Catia y Petare, con proporciones del 61,3% y 54,5%, respectivamente. A pesar de la presencia mayoritaria de emprendimiento unipersonales tanto en Petare como en Catia, esta última zona refleja una mayor presencia de negocios con naturalezas mercantiles más complejas, lo cual apunta hacia la existencia de emprendimientos con un mayor grado de formalización.

Figura 1. Distribución porcentual de negocios por naturaleza mercantil

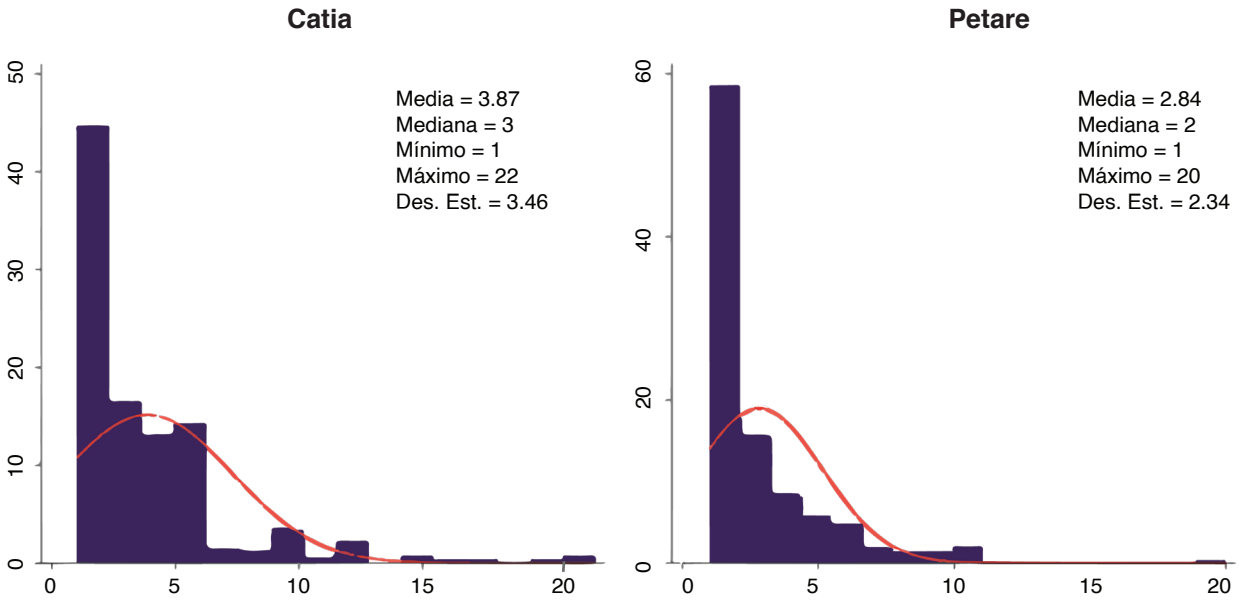


Fuente: Elaboración propia

En cuanto al tamaño de los emprendimientos, los negocios de estas zonas son típicamente de tamaño pequeño o micro[2]. Como se refleja en la Figura 2, los emprendimientos encuestados se componen, en promedio, de 3,87 y 2,84 empleados, respectivamente; con volúmenes de empleo máximo de 22 y 20 empleados. Por su parte, el 58,62% de los negocios de Petare poseen hasta dos empleados, cifra significativamente superior a la proporción de negocios de Catia con a lo sumo dos empleados (44,73%). Esto da cuenta de que, si bien los emprendimientos de ambas zonas son de tipo micro o pequeño, los negocios de Catia tienden a ser más grandes que los existentes en Petare, tendencia que resulta congruente con un menor grado de formalización empresarial en esta última zona.

2 Según las definiciones establecidas por el Mercosur (1998), se consideran micros, pequeñas y medianas empresas a aquellas con volumen de personal ocupado en los rangos de 1 - 10, 11 - 40 y 41 - 200 personas, respectivamente; y con ventas anuales por el orden de USD 1 - 400.000, USD 400.001 - 3.500.000 y USD 3.500.001 - 20.000.000, respectivamente. Si bien en este punto no se han examinado las ventas, más adelante se verá que los montos anuales de estas se hallan dentro de los rangos establecidos.

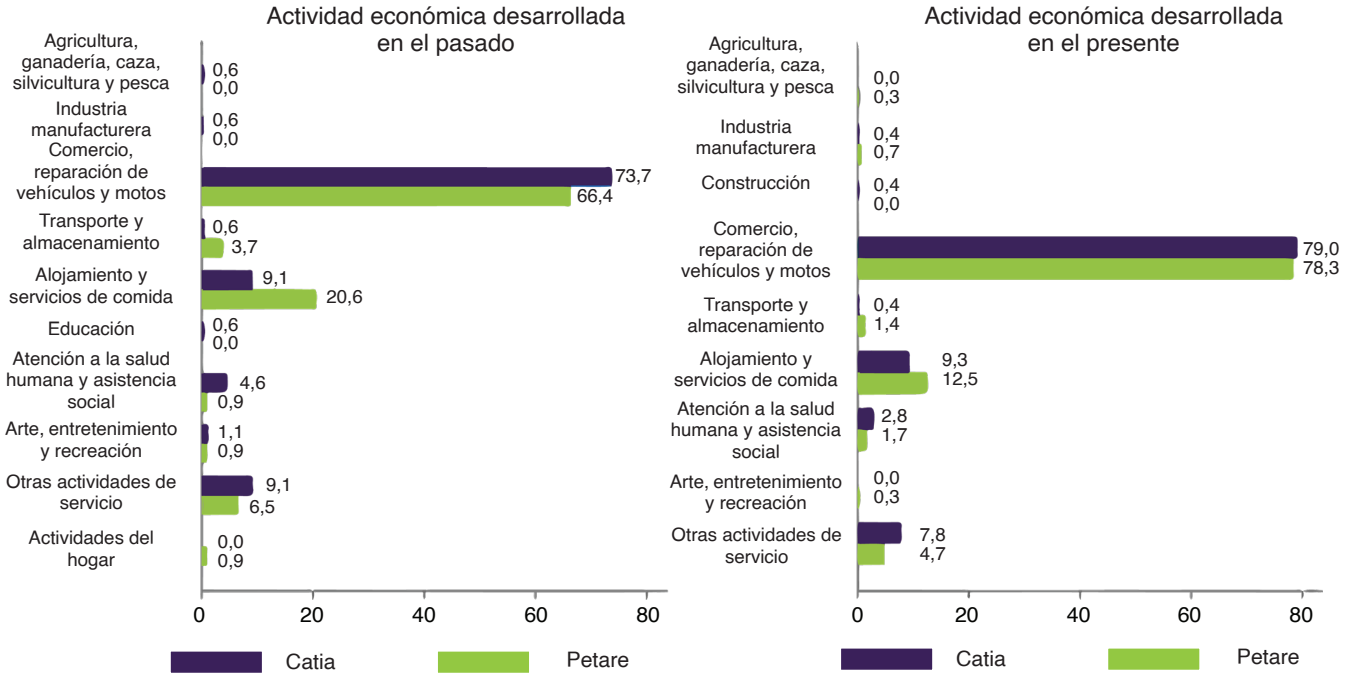
Figura 2. Distribución porcentual del número de empleados de los negocios



Fuente: Elaboración propia

En lo que respecta al tipo de actividad económica, los emprendimientos de ambas zonas desarrollan mayoritariamente la actividad comercial. Como indica la Figura 3, el 79% de los negocios de Catia se ubican en el sector comercio, cifra que se ubica en un 78,3% en los negocios de Petare. Por su parte, al compararse la distribución de los negocios por actividad económica en la actualidad con la distribución por actividades realizadas en el pasado, se observa una profundización de la actividad comercial como principal actividad económica desarrollada en las zonas estudiadas. Estas características generales resultan congruentes con resultados presentados en investigaciones previas, los cuales apuntan hacia la configuración de una economía concentrada en el comercio, con un bajo grado de sofisticación productiva, donde el empleo por cuenta propia ocupa un rol protagónico como mecanismo de supervivencia frente a las circunstancias adversas del país en los últimos años (véase Marcano 2020; Anova 2020).

Figura 3. Distribución porcentual de negocios por actividad económica desarrollada en el pasado y actividad económica desarrollada en el presente

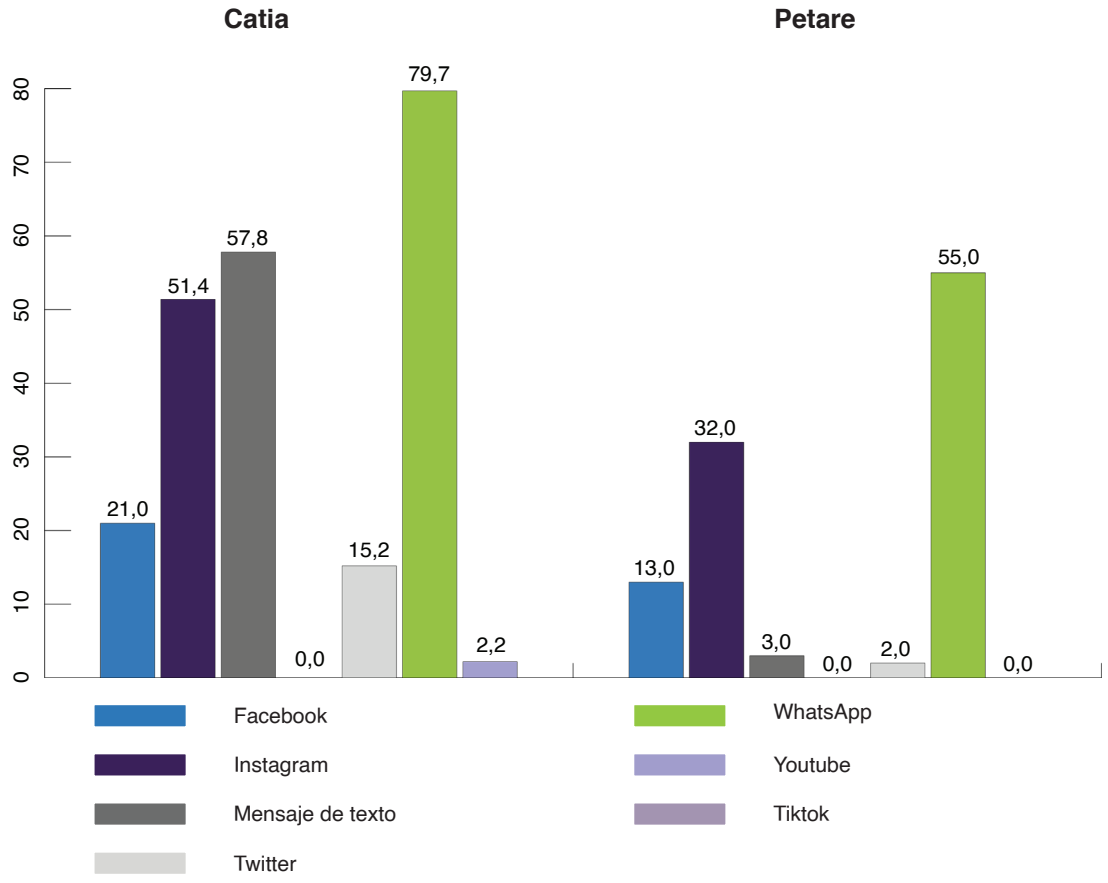


Fuente: Elaboración propia

3.2. Prácticas de negocio

Dada la primacía de la actividad comercial y la menor escala de los negocios en las zonas encuestadas, junto con la existencia de diversos medios digitales que pueden ser empleados para la comercialización de bienes y servicios, resulta interesante indagar sobre el uso de redes sociales y aplicaciones de mensajería para conectar con potenciales clientes, así como el empleo de los servicios de banca electrónica y móvil para la gestión financiera de los emprendimientos. En este sentido, los resultados de la encuesta destacan a WhatsApp e Instagram como los medios digitales más usados para la comercialización, aunque existen heterogeneidades entre las zonas estudiadas. Tal como se observa en la Figura 4, la mayoría de los negocios de Catia emplean WhatsApp e Instagram como mecanismos digitales para comercializar sus productos y servicios, con proporciones de uso del 79,7% y 51,4%, respectivamente. En cambio, el 55% de los negocios de Petare manifiestan usar WhatsApp, mientras que sólo un 32% de los emprendimientos manifiestan usar Instagram como medio digital de comercialización.

Figura 4. Proporción de negocios que afirman usar cada una de las redes sociales listadas con propósitos comerciales

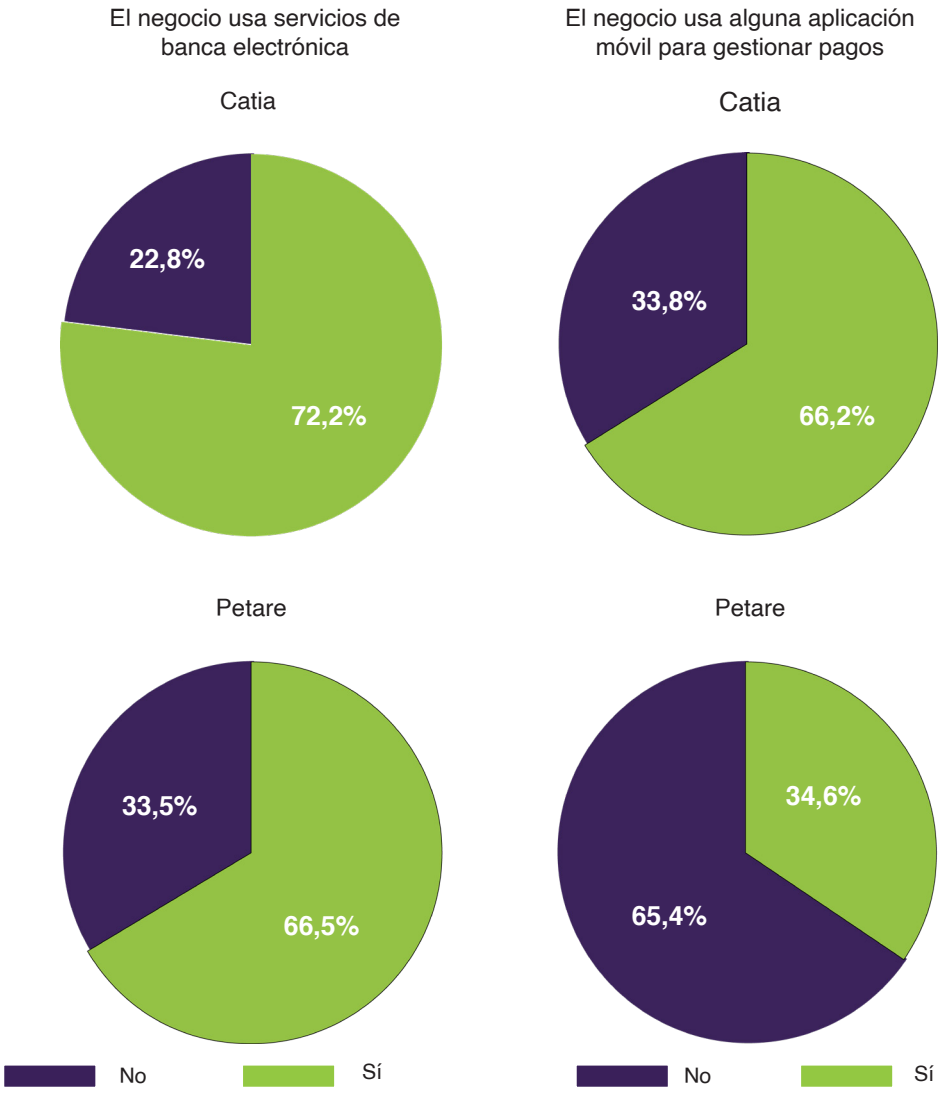


Fuente: Elaboración propia

Por su parte, la mayoría de los negocios encuestados manifiestan usar los servicios de banca electrónica existentes, aunque con algunas diferencias entre ambas zonas estudiadas. Tal como se observa en la Figura 5, el 77,2% y 66,5% de las empresas de Catia y Petare, respectivamente, afirman usar algún servicio de banca electrónica en sus operaciones, como el chequeo de los balances bancarios a través de la web, la recepción y envío de transferencias bancarias, el pago de servicios domiciliados, etc. En cambio, aunque el 66,2% de los emprendimientos de Catia afirman emplear alguna aplicación móvil para gestionar pagos, sólo el 34,6% de los negocios de Petare indicaron utilizar este tipo de aplicaciones para llevar a cabo sus transacciones. Tanto

estos indicadores como los correspondientes a uso de redes sociales para la comercialización reflejan un mayor grado de uso general de medios digitales por parte de los negocios en Catia, lo que pudiera deberse a factores tan diversos como una posible menor conectividad a Internet en Petare o una relativa mayor posesión de equipos móviles en Catia.

Figura 5. Proporción de negocios que usan servicios de banca electrónica y aplicaciones móviles bancarias



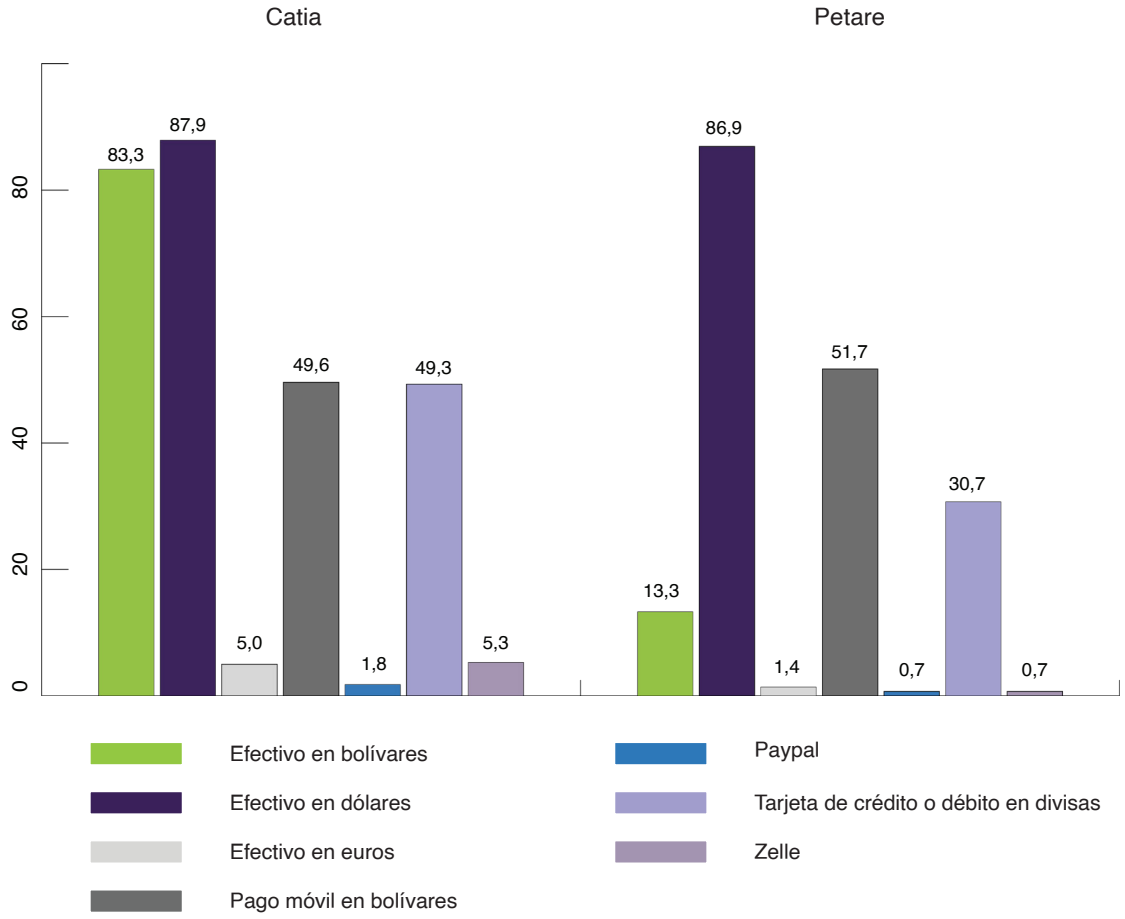
Fuente: Elaboración propia

Otras de las prácticas de negocio relevantes para el tipo de emprendimientos estudiado, dado el contexto hiperinflacionario del país, se encuentra en los medios de pago aceptados y en la unidad de cuenta empleada para el marcaje de precios. En este sentido, los resultados de la encuesta resaltan el uso del dólar norteamericano en efectivo como principal medio de pago de los negocios en las zonas estudiadas.

Como se muestran en la Figura 6, el 87,9% de los negocios de Catia y 86,9% de los negocios de Petare emplean el dólar en efectivo como medio de pago para las transacciones comerciales, siendo estas proporciones superiores a las observadas para otros medios de pago existentes. Por su parte, resulta curioso el hecho de que el 83,3% los emprendimientos de Catia hayan reportado emplear el bolívar en efectivo como medio de pago, mientras que el 13,3% de los negocios de Petare haya manifestado el uso de esta moneda para sus transacciones.

La diferencia observada respecto al uso del bolívar en efectivo pudiera deberse a la posible confusión de esta opción con otros medios de pago en bolívares (p. ej., transferencias, pago móvil, tarjetas de débito) o a la existencia de un mercado de compraventa de bolívares en efectivo, el cual pudiera ser usado por la población local para la cancelación de servicios de transporte público, a pesar del contexto hiperinflacionario.

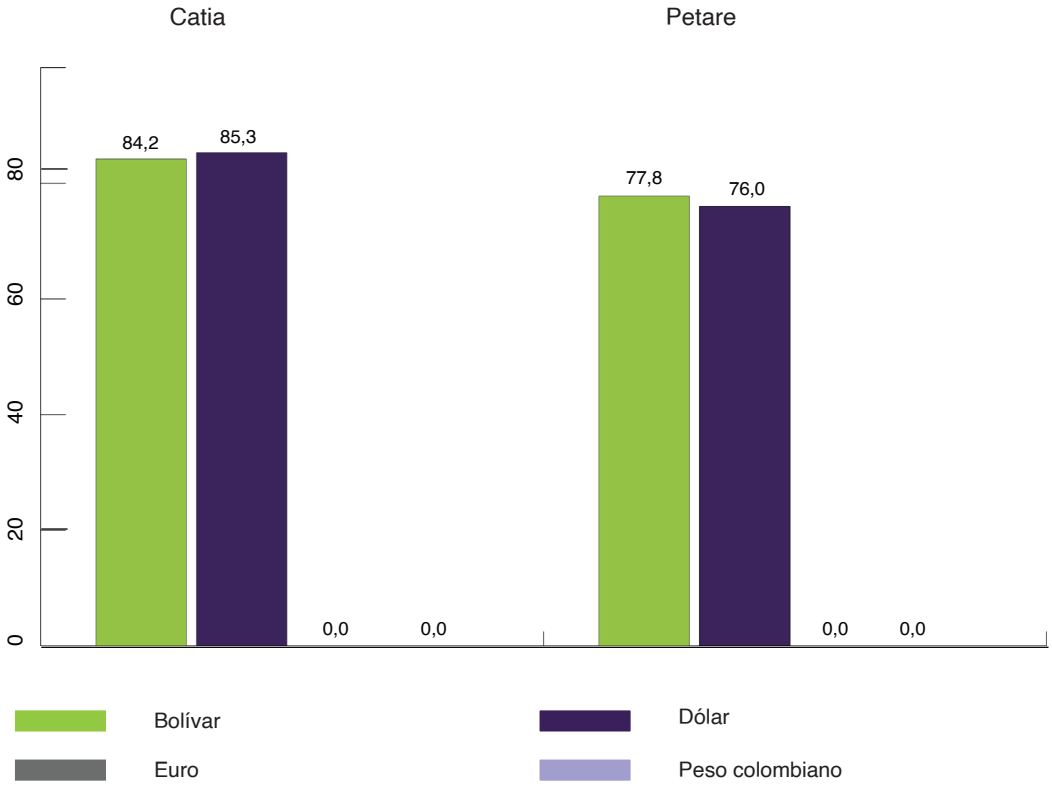
Figura 6. Proporción de negocios que afirman usar cada uno de los medios de pago listados



Fuente: Elaboración propia

Por su parte, la encuesta realizada revela que la gran mayoría de los negocios en Catia y Petare expresan sus precios tanto en bolívares como en dólares norteamericanos. Como se destaca en la Figura 7, el 85,3% y 76% de los emprendimientos de Catia y Petare, respectivamente, afirman realizar el marcaje de sus precios en dólares norteamericanos. De igual manera, el 84,2% y el 77,8% de los emprendimientos de Catia y Petare, respectivamente, manifiesta que también denominan sus precios en bolívares. Estas cifras, junto a las correspondientes a medios de pago, reflejan la existencia de un entorno monetario dual en las zonas estudiadas, donde el bolívar juega un rol fundamentalmente nominal, muy probablemente ligado a la existencia de mecanismos de pago alternativos de pago en esta moneda; pero donde el dólar en efectivo juega un papel central en las transacciones diarias de los negocios estudiados.

Figura 7. Proporción de empresas que afirman expresar sus precios en cada una de las monedas listadas



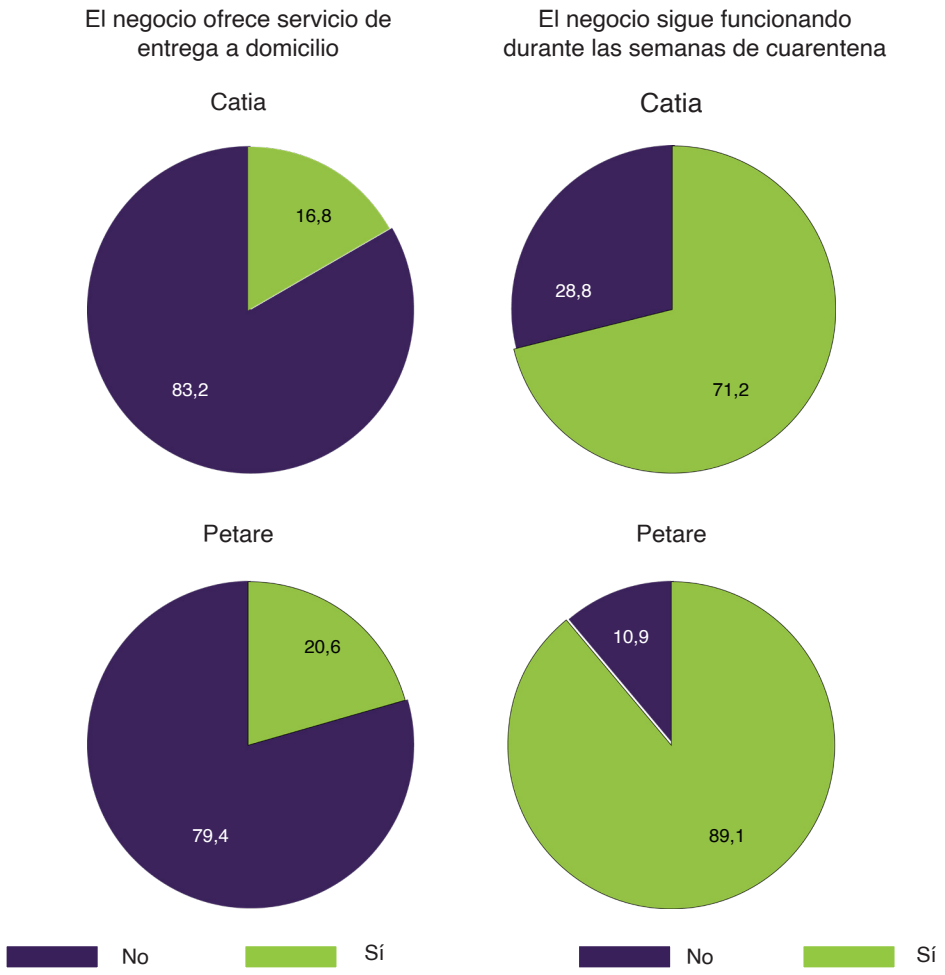
Fuente: Elaboración propia

Un elemento de importancia durante 2020 y lo que va de 2021 ha sido la respuesta de las empresas a la pandemia de la COVID-19, dados los profundos impactos negativos que esta ha provocado en las actividades económicas de alto contacto físico y, en menor medida, en el resto de sectores económicos a nivel mundial (véase IMF 2021, cap. 2).

En el caso particular de Venezuela, conviene indagar sobre la implementación de servicios de entrega a domicilio (delivery), el grado de cumplimiento de los cierres requeridos en las semanas de "Cuarentena Radical" establecidas por el gobierno nacional y la aplicación de medidas de bioseguridad en los espacios en los que se desenvuelve la actividad de los negocios.

Como se observa en la Figura 8, muy pocos emprendimientos de Catia y Petare ofrecen servicios de entrega a domicilio, siendo sólo el 16,6% y 20,6% de los emprendimientos los que ofrecen esta modalidad de entrega de bienes y servicios, respectivamente. En cambio, el 71,2% y 89,1% de los negocios de Catia y Petare, respectivamente, manifiestan seguir funcionando en las semanas de cuarentena, en contraposición con las regulaciones establecidas.

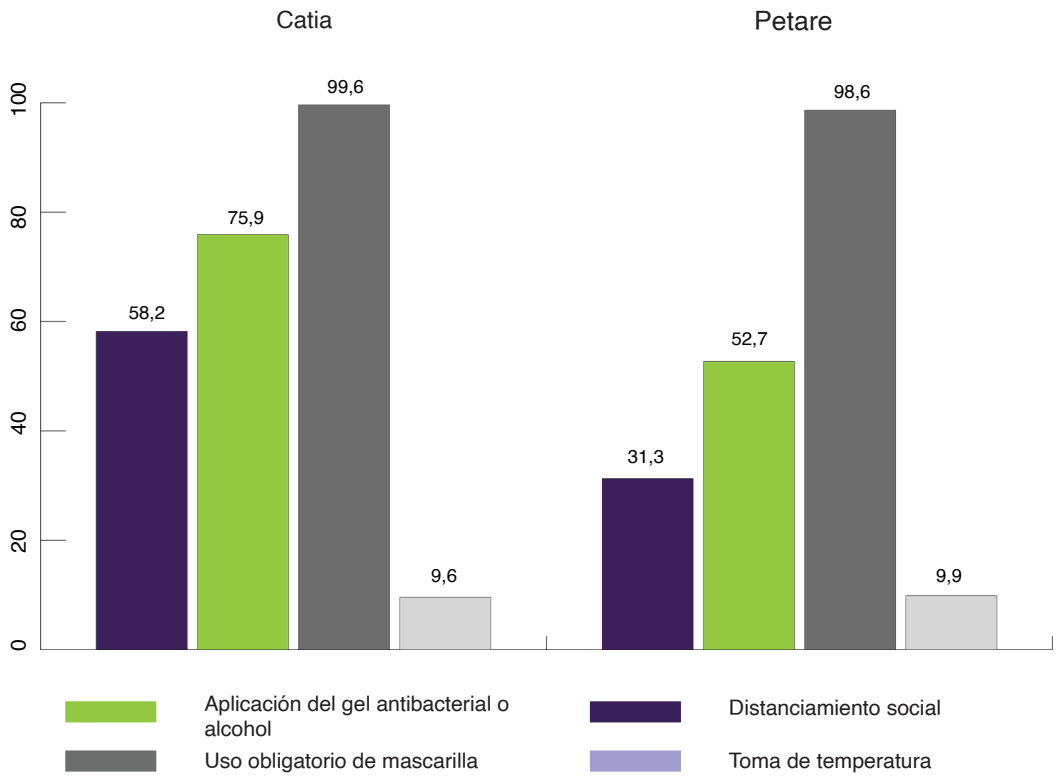
Figura 8. Proporción de negocios que ofrecen servicio de entrega a domicilio y que operan en semanas de cuarentena, respectivamente



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la implementación de medidas de bioseguridad, la Figura 9 destaca que sólo el uso de mascarilla (99,6% en Catia y 98,6% en Petare) y la aplicación de gel antibacterial o alcohol (75,9% en Catia y 52,7% en Petare) son utilizadas de forma mayoritaria en los emprendimientos de ambas zonas. Por su parte, cabe destacar la existencia de ciertas diferencias entre los emprendimientos de ambas zonas en cuanto a la intensidad de cumplimiento de las regulaciones nacionales y la aplicación de medidas de bioseguridad, siendo Catia la zona donde mayor cumplimiento se hace de la "Cuarentena Radical" y donde se usan la mascarilla y el gel antibacterial/alcohol con mayor proporción. Una posible explicación a estas diferencias recae en el posible mayor control del gobierno nacional en el oeste de la ciudad, dada una mayor presencia de instituciones del Estado, así como una mayor concentración de organizaciones asociadas al partido de gobierno y de miembros de las entidades del "Poder Popular" (p. ej., comunas, consejos comunales, etc.).

Figura 9. Proporción de negocios que afirman aplicar cada una de las medidas de bioseguridad listadas



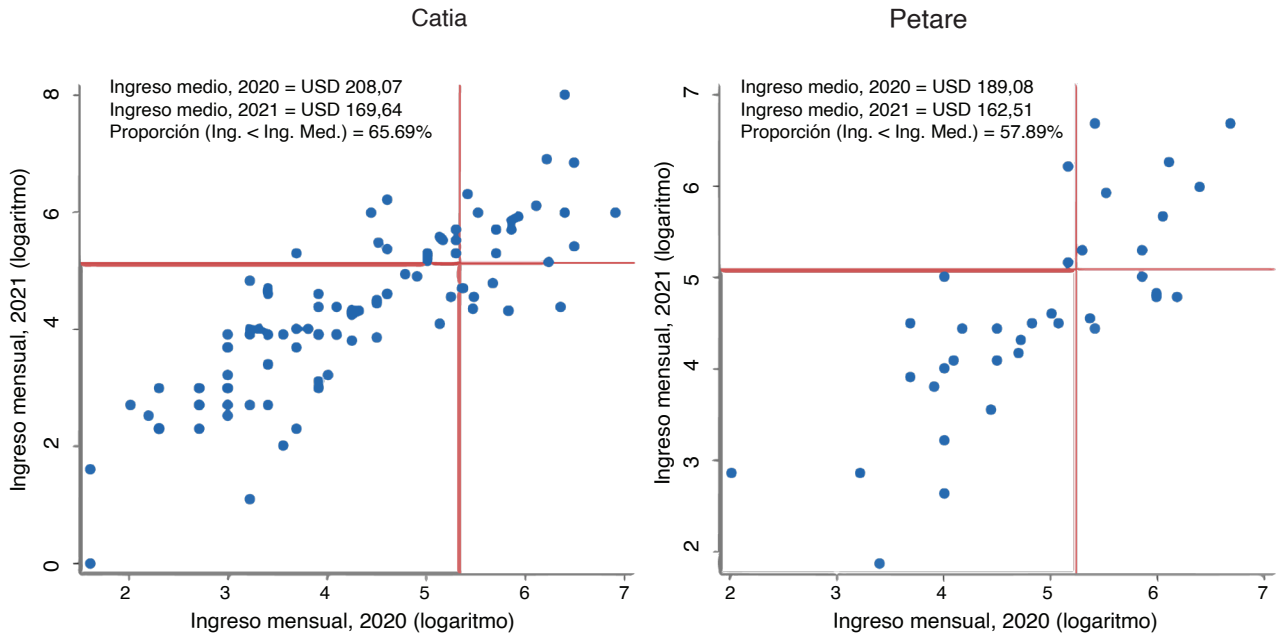
Fuente: Elaboración propia

3.3. Desempeño

Los resultados de la encuesta en materia de desempeño destacan la existencia de bajos volúmenes de ventas tanto en 2020 como en 2021, con una tendencia hacia el decrecimiento en este último año. Como se indica en la Figura 10, el ingreso promedio mensual de los emprendimientos de Catia y Petare durante 2020 fue USD 208,07 y USD 189,08, respectivamente; mientras que el ingreso promedio mensual de estos negocios desde enero hasta mediados de mayo de 2021 fue de USD 169,64 y USD 162,51. Además, la distribución conjunta de los ingresos por ventas muestra que 65,69% y 57,89% de los emprendimientos de Catia y Petare, respectivamente, presentan ingresos inferiores al valor promedio, lo cual implica una distribución del ingreso sesgada hacia la baja. Por su parte, si se comparan las ventas de 2020 observadas en las dos zonas estudiadas con el equivalente de los micronegocios de Colombia durante 2020, por ejemplo, se obtiene que los emprendimientos de Catia y Petare generan ingresos que son 59,5% y 63,22% inferiores a los de sus pares colombianos, respectivamente[3]. Esto da cuenta de la existencia de niveles de ingreso significativamente bajos en comparación con otras empresas de características similares.

3 Para realizar esta comparación se calculó el valor promedio de las ventas de los micronegocios colombianos, tomando las ventas totales reportadas en los resultados de la edición 2020 de la Encuesta de Micronegocios (DANE 2021), dividida por el número de microempresas y transformadas a dólares empleando la tasa de cambio promedio reportada por el Banco de la República de Colombia.

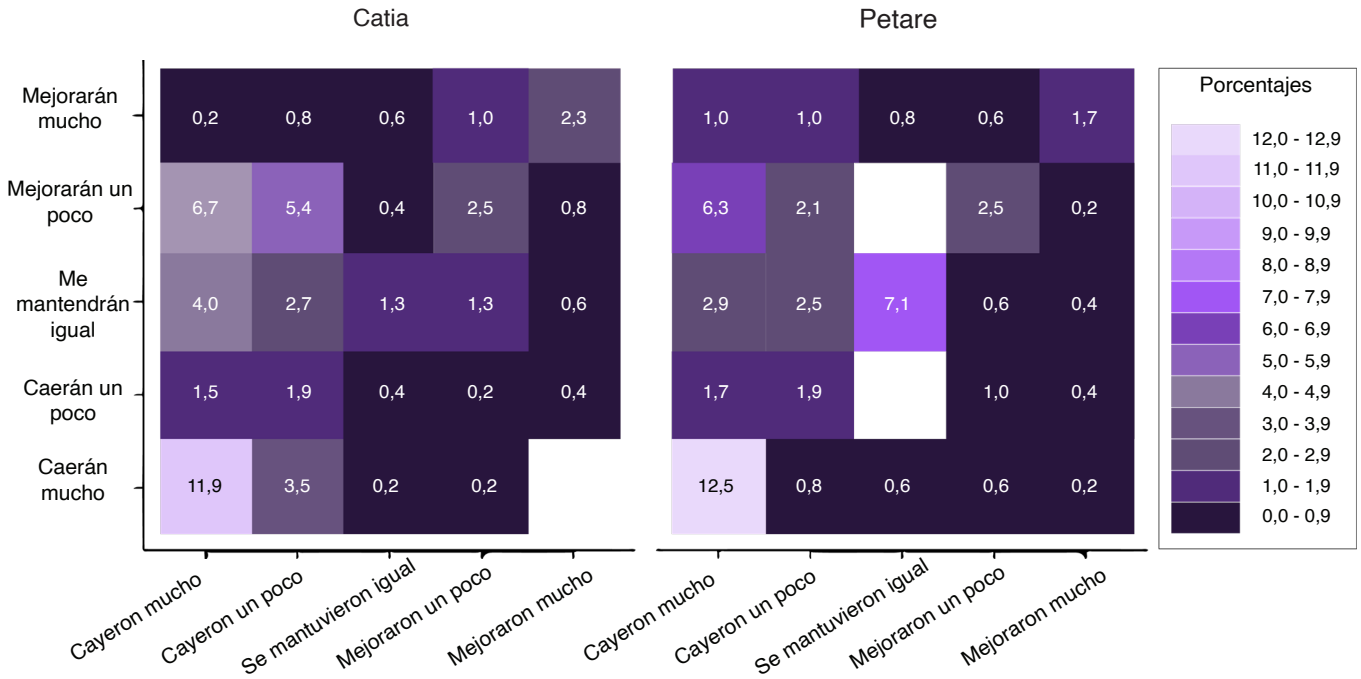
Figura 10. Distribución cruzada de negocios por niveles de ingreso promedio mensual reportados en 2020 y lo que va de 2021



Fuente: Elaboración propia

Por su parte, las cifras de ventas son congruentes con las percepciones manifestadas por los dueños/encargados de las empresas de ambas zonas respecto al desempeño de los negocios en 2020, pero no están totalmente alineados con lo manifestado en cuanto a las expectativas para 2021. Como se observa en la Figura 11, el 24,4% de los negocios encuestados indicaron que sus ventas cayeron mucho en 2020 y esperan que caigan mucho en 2021, mientras que el resto de las percepciones sobre el 2020 se ubicaron en terreno negativo con expectativas mixtas sobre el desempeño de los emprendimientos para 2021. A pesar de la relativa congruencia entre las percepciones de los encuestados, los ingresos por ventas reportados y las circunstancias generales del país, es probable que lo reflejado por los encuestados en esta materia no recoja fielmente el desempeño verdadero de los emprendimientos considerados en la encuesta, dados los niveles de desconfianza social existentes en el país y la poca disposición a revelar información sobre ingresos. Al respecto, sólo el 39,02% y 20,81% de los negocios de Catia y Petare, respectivamente, revelaron los niveles de ingresos por ventas en 2020 y lo que va de 2021, lo cual aumenta la probabilidad de que los resultados se encuentren sesgados. Por otra parte, los negocios que sí revelaron sus ventas pudieron haber indicado cifras inferiores a las que efectivamente han ocurrido, ante la desconfianza con respecto a los potenciales usuarios de los datos de la encuesta.

Figura 11. Distribución porcentual cruzada de negocios por percepciones sobre el desempeño del negocio en 2021 y por las expectativas de desempeño para 2021



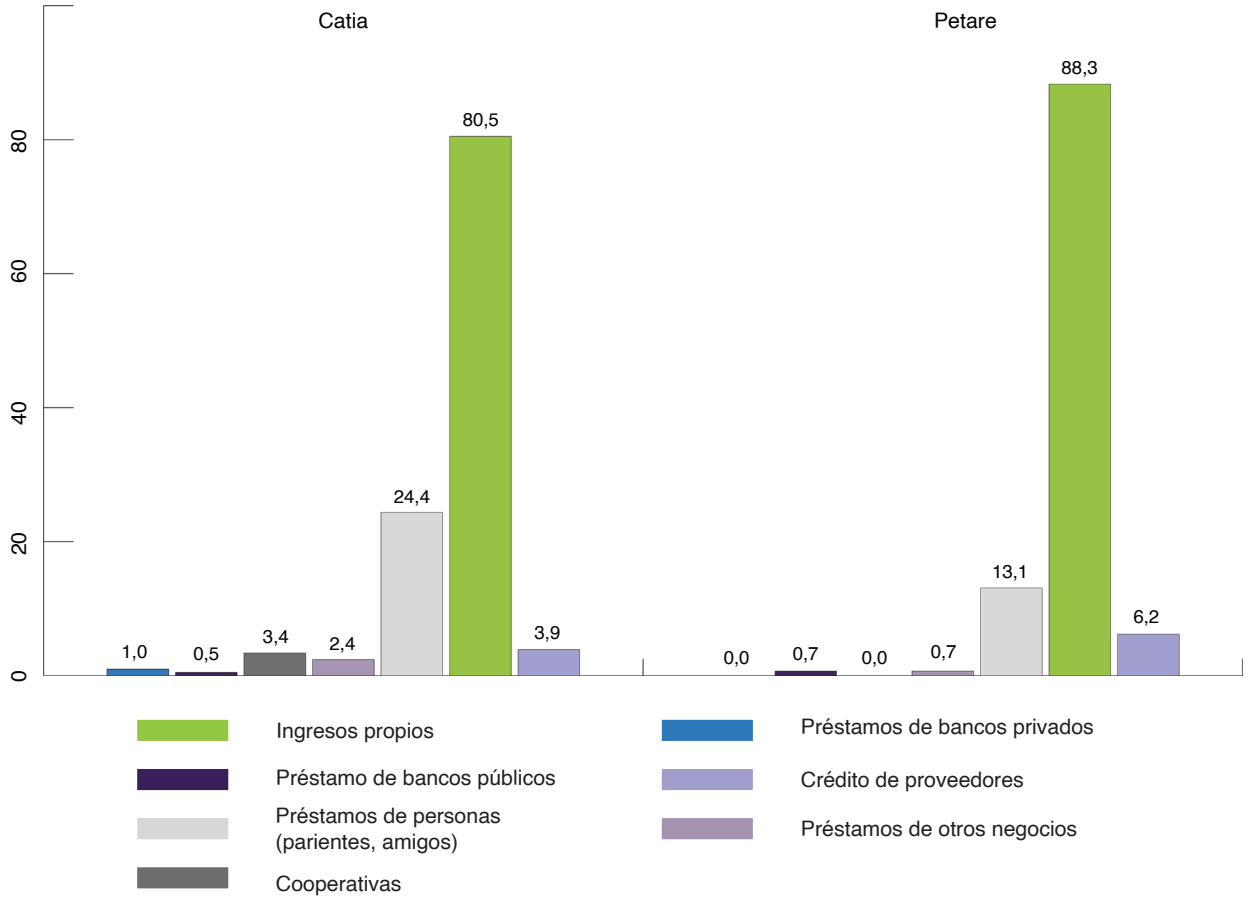
Fuente: Elaboración propia

3.4. Financiamiento

En el ámbito del financiamiento de los negocios, los resultados de la encuesta indican muy poca existencia de fuentes de financiamiento distintas a los ingresos propios y un uso de fondos centrados en la compra de mercancías e insumos y el pago de deudas varias. Como se muestra en la Figura 12, el 80,5% y el 88,3% de los negocios de Catia y Petare, respectivamente, indicaron que emplean ingresos propios para financiar sus operaciones; mientras que 24,4% de los negocios de Catia y el 13,1% de los negocios de Petare indicaron que hacen uso de préstamos de particulares (p. ej., parientes, amigos, etc.). La alta proporción de financiamiento con recursos propios da cuenta de la existencia de un sistema financiero profundamente disminuido, tanto en la variedad de opciones disponibles como en el volumen de recursos a los cuales se pueden recurrir[4], lo cual limita las posibilidades de crecimiento de estos negocios en el futuro próximo.

4 Se estima que el volumen de la cartera de créditos de la banca venezolana fue inferior al 5% del PIB en 2019 y 2020, mientras que en otros países de la región esta proporción fue de al menos 44,7% (UCAB 2021).

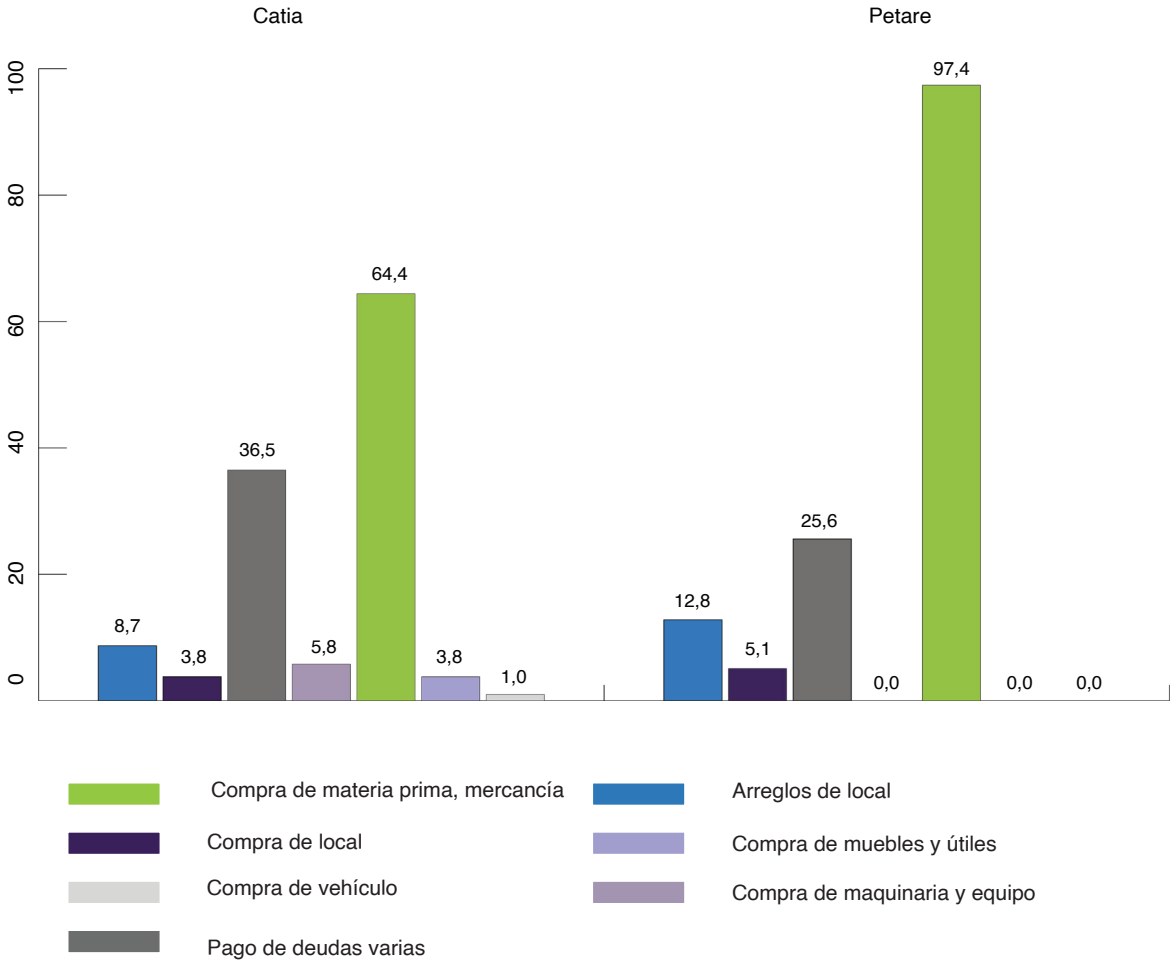
Figura 12. Proporción de negocios que afirman emplear cada una de las fuentes de financiamiento listadas



Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los usos de los fondos disponibles, la Figura 13 muestra que el 64% de los emprendimientos de Catia afirman emplear los recursos disponibles para la adquisición de materia prima/mercancía y el 36,6% de estos negocios afirman emplear los fondos para el pago de deudas varias. Por su parte, el 97,4% de los emprendimientos de Petare indicaron emplear los fondos disponibles para la compra de materia prima/mercancía, mientras que el 25,6% de estos negocios manifestó emplear los recursos para el pago de deudas diversas. La utilización del poco financiamiento disponible hacia la compra de mercancías/materia prima y el pago de deudas refleja la existencia de necesidades de financiamiento de supervivencia.

Figura 13. Proporción de negocios que afirman usar el financiamiento recibido para cada uno de los destinos listados



Fuente: Elaboración propia

4 Conclusiones

La profunda crisis económica y social que vive Venezuela ha significado un reto de significativas dimensiones para la supervivencia de la población residente en el país. Las acciones que han llevado a cabo las empresas y el estado actual de los negocios que conviven con este difícil contexto son elementos fundamentales para saber cuáles son las necesidades presentes del aparato productivo actual y trazar estrategias que permitan revertir la empinada caída de la actividad económica y procurar una mejora sostenida de las condiciones de vida de la población. En este sentido, el presente trabajo ha indagado sobre el estatus de las empresas en la ciudad de Caracas mediante el análisis de los negocios existentes en dos de las principales áreas económicas de las zonas de menores recursos de la ciudad: el Boulevard de Catia y la Redoma de Petare. La escogencia de estas áreas se sustentó en una perspectiva rawlsiana del bienestar social, en la cual se aproxima a la situación de un colectivo en un momento dado mediante la observación de la situación de los miembros menos favorecidos (Jehle y Reny 2001). Para tales fines se diseñó y aplicó un cuestionario de 57 preguntas, en el cual consideró aspectos relativos a las características básicas, la supervivencia, el desempeño, la innovación y el financiamiento de los negocios existentes en estas zonas.

Los resultados de la encuesta realizada mostraron la existencia mayoritaria de micro y pequeños emprendimientos de propiedad unipersonal (registrada y no registrada legalmente), cuyas actividades corrientes se concentran en el sector comercio, los cuales hacen un uso más o menos frecuente de redes sociales como Instagram y WhatsApp para comercializar sus productos y servicios, y emplean fundamentalmente el dólar norteamericano en efectivo como medio de pago. Por su parte, la encuesta reveló que, en el contexto de la pandemia de la COVID-19, la mayoría de estos negocios no ofrecen servicios de entrega a domicilio, pero operan regularmente en las semanas de cuarentena exigidas por el gobierno nacional e implementan el uso de mascarilla y la aplicación de gel antibacterial/alcohol como medidas de bioseguridad frente a la pandemia. En cuanto al desempeño de los emprendimientos encuestados, se observó la existencia de bajos niveles de ventas (en relación con otras empresas de similares características en América Latina y el Caribe), mayoritariamente inferiores a los USD 210 mensuales, y expectativas negativas de los dueños/encargados de los negocios respecto al futuro de sus actividades. Por último, el análisis de las fuentes y los usos de financiamiento reportados por los emprendimientos encuestados reveló que la gran mayoría de las empresas emplea sus propios ingresos como medio de financiamiento y que destinan sus recursos principalmente a la compra de mercancía y a la cancelación de deudas diversas.

Si bien estos resultados plasman un panorama congruente con investigaciones previas y con las principales tendencias macroeconómicas del país (véase Marcano 2020; Anova 2020; UCAB 2020b; 2020a; IMF 2021; UCAB 2021), conviene resaltar en este punto las limitaciones del presente trabajo. Primero, el muestreo realizado para la encuesta no fue de carácter aleatorio ni consideró un ámbito más amplio de zonas de bajos recursos dentro de la ciudad, por lo que existe cierto riesgo de que los indicadores presentados se encuentren sesgados y no reflejen con propiedad ciertos aspectos de la situación actual de los negocios en estas zonas. Segundo, si bien la aplicación de un enfoque rawlsiano para el análisis de fenómenos socioeconómicos permite aproximar al contexto global de un colectivo de personas, este no permite controlar la existencia de sustanciales heterogeneidades entre diferentes grupos sociales, las cuales pueden plasmar patrones disímiles que merece la pena analizar con mayor detenimiento. Tercero, se identificó un alto nivel de subregistro en las variables correspondientes a ingresos por ventas, por lo que los resultados en materia de desempeño de las empresas deben tomarse con cuidado. Por último, en

este estudio se consideró una primera versión de una encuesta diseñada con el propósito explícito de abordar los emprendimientos de Catia y Petare, por lo que es probable que la misma omita ciertos elementos que resultan relevantes para el análisis de emprendimiento y que garantizan su comparabilidad con resultados relativos a otras poblaciones. Por todo lo anterior, conviene considerar los resultados expuestos como una primera aproximación al problema investigado, la cual no agota la posibilidad de que se siga indagando sobre las condiciones actuales y las prácticas de las empresas en territorio venezolano.

5 Referencias

Anova. 2020. «Breve Reseña del Mercado Laboral Venezolano». Policy Brief 5. Anova Policy Research. https://thinkanova.org/wp-content/uploads/2020/09/Anova-Policy-Brief-Breve-Resen%CC%83a-Laboral-4.pdf.

Coppedge, Michael, John Gerring, Carl Henrik Knutsen, Staffan I. Lindberg, Jan Teorell, Nazifa Alizada, David Altman, et al. 2021. «V-Dem Dataset v11.1». Varieties of Democracy Project. https://doi.org/10.23696/vdemds21.

DANE. 2021. «Encuesta de Micronegocios (EMICRON) 2020». Boletín Técnico. Departamento Administrativo Nacional de Estadística. https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ech/micro/bol-micronegocios-2020.pdf.

IMF. 2021. «World Economic Outlook: Managing Divergent Recoveries». International Monetary Fund. https://www.imf.org/-/media/Files/Publications/WEO/2021/April/English/text.ashx.

INE. 2014a. «XIV Censo Nacional de Población y Vivienda: Resultados por Entidad Federal y Municipio del Distrito Capital». Instituto Nacional de Estadística. www.ine.gov.ve/documentos/Demografia/CensodePoblacionyVivienda/pdf/distritocapital.pdf.

———. 2014b. «XIV Censo Nacional de Población y Vivienda: Resultados por Entidad Federal y Municipio del Estado Miranda». Instituto Nacional de Estadística. www.ine.gov.ve/documentos/Demografia/CensodePoblacionyVivienda/pdf/miranda.pdf.

Jehle, Geoffrey A., y Philip J. Reny. 2001. Advanced Microeconomic Theory. 2.a ed. Addison Wesley.

Kaufmann, Daniel, y Aart Kraay. 2020. «Worldwide Governance Indicators (WGI) Dataset». Worldwide Governance Indicators (WGI) Project. http://info.worldbank.org/governance/wgi/.

Marcano, Jesús. 2020. «Aproximación a los movimientos laborales entre actividades económicas ocurridos en el marco del colapso económico de Venezuela». Equilibrium - Centro para el Desarrollo Económico. https://equilibriumcende.com/wp-content/uploads/2020/09/Movimientos-Laborales_MARCANO.pdf.

Mercosur. 1998. «Políticas de apoyo a las micro, pequeñas y medianas empresas - Etapa II». Resolución 59/98. Mercado Común del Sur. https://normas.mercosur.int/simfiles/normativas/21840_RES_059-1998_ES_Pol%C3%ADt-Apoyo_Micro_peq_Medianas%20Emp_Acta%204_98.doc.pdf.

Páez, Tomás. 2001. Observatorio PyME: Estudio de la Pequeña y Mediana Empresa en Venezuela. Corporación Andina de Fomento. https://scioteca.caf.com/handle/123456789/884.

UCAB. 2020a. «Encuesta Nacional de Condiciones de Vida, 2019-2020: Condiciones de actividad y características del empleo». Universidad Católica Andrés Bello. https://assets.website-files.com/5d14c6a5c4ad42a4e794d0f7/5f0385bbed5a517dddd2f648_Presentaci%C3%B3n%20ENCOVI%202019-Trabajo_compressed.pdf.

———. 2020b. «Encuesta Nacional de Condiciones de Vida, 2019-2020: La pobreza en sus múltiples dimensiones». Universidad Católica Andrés Bello. https://assets.website-files.com/5d14c6a5c4ad42a4e794d0f7/5f03875cac6fc11b6d67a8a5_Presentaci%C3%B3n%20%20ENCOVI%202019-Pobreza_compressed.pdf.

———. 2021. «Informe de Coyuntura Venezuela». Universidad Católica Andrés Bello.

equilibrium

CenDE