

# **NIVEL DE EMPRENDIMIENTO EN LA AGROINDUSTRIA RURAL DEL ESTADO FALCÓN, VENEZUELA**

**Guardia Rojas, Rossana<sup>1</sup>**  
**Piña Zambrano, Henri<sup>2</sup>**

Recibido: 06-11-2007

Revisado: 28-05-2008

Aceptado: 22-10-2008

## **RESUMEN**

Ante las situaciones de cambio y transición experimentadas en Venezuela a distintos niveles y con diferentes alcances, la agroindustria se perfila como un elemento determinante para la transformación y la consolidación del sistema agroalimentario rural. Partiendo de esta premisa, se condujo una investigación con el propósito de evaluar el nivel de emprendimiento agroindustrial rural en el estado Falcón (Venezuela), con énfasis en el perfil del emprendedor rural y en los factores estratégicos determinantes de la actividad emprendedora en este sector, sustentado a su vez en la importancia de la agroindustria rural dentro de la economía del estado Falcón. Tales factores contribuyen al desarrollo económico, a la competitividad, a la innovación y a la creación de empleos locales, así como al emprendimiento expresado en la dinámica socioeconómica y en el cambio de los hábitos de los consumidores. El estudio correspondió a un análisis de tipo descriptivo, realizado a través de un trabajo de campo llevado a cabo entre octubre del 2006 y mayo del 2007, orientado a la recolección y observación directa de los ítems de estudio a partir de los agentes involucrados, mediante la aplicación de un cuestionario. Abarcó un total de 23 agroindustrias rurales activas, registradas en las bases de datos de los organismos oficiales afines al sector. La investigación evidenció el estancamiento existente en el emprendimiento agroindustrial en el estado Falcón, así como su carácter poco dinámico. De allí que la promoción de iniciativas emprendedoras no debe ser un hecho aislado; por el contrario, debe responder a una estrategia articulada, insertada en un plan macro diseñado para dinamizar ese plantel económico. Igualmente se considera la existencia de un amplio margen dentro del sistema agroalimentario del estado Falcón para la incursión de nuevas iniciativas agroempresariales. No obstante, requieren de una visión de negocio, de la conexión con el mercado y de un dinámico sistema institucional facilitador y promotor de estas nuevas iniciativas.

**Palabras clave:** agroindustria, emprendimiento, rural, estrategia, estado Falcón, Venezuela.

---

<sup>1</sup>Ingeniero agrónomo (Universidad Francisco de Miranda, Venezuela). Coordinadora Campesina en el Proyecto "Apoyo a la Formación Integral de Campesinos y Pueblos Indígenas con enfoque Agroecológico", Instituto Nacional de Desarrollo Rural (INDER), estado Amazonas. **Dirección postal:** Urb. Marcelino Bueno, Calle 01, Casa 18. Puerto Ayacucho, estado Amazonas, Venezuela. **Teléfono:** +58-416-7281571 / +58-414-6809141 / +58-248-5212644; **e-mail:** rossanaguardia\_rojas@hotmail.com

<sup>2</sup>Ingeniero agrónomo (Universidad Francisco de Miranda, Venezuela); M. Sc. en Gerencia Agrícola (Universidad Francisco de Miranda, Venezuela). Profesor del Departamento de Desarrollo y Producción Agrícola, Universidad Francisco de Miranda. **Dirección postal:** Unidad Estratégica de Análisis Agroalimentario, calle Zamora, edificio Antiguo, primer piso. Coro 4101, estado Falcón, Venezuela. **Tele-fax:** +58-268-2537379; **e-mail:** henripina@gmail.com; henripina@unefm.edu.ve

## ABSTRACT

In a changing and transitional environment faced by Venezuela at different levels and with different scopes, food industry becomes a key factor in transformation and consolidation of the rural agro-food system. Based on this statement, a research was conducted in order to analyze agro-industrial entrepreneurship in Falcon state (Venezuela), emphasizing in the rural enterpriser profile, as well as another strategic factors in achieving economic development in the rural sector, sustained on the importance of the rural agro-food industry in economy of this region, which contribute to the economical development, competitiveness, innovation and the labor market. In the same way, the authors fulfill a descriptive research on the undertaking activity from the point of view of the socio-economical dynamics and the change of the consumer's habits. This paper was conducted through a field research carried out between December 2006 and May 2007, oriented to the data collection and direct observation of the items for the involved agents by the application of a questionnaire. The sample was conformed by a total of 23 active rural agro-food industries registered on the data base of the official organisms. Main finding shows stagnation in the agro-food industry in Falcon state, as well as its non-dynamic behavior. Therefore, promotion of undertaking initiatives must not be isolated, but it must answer to articulated strategies, as articulated part in a macro plan, designed in order to achieve a more dynamic food-industry in the region. There is still a wide margin in the agro-food system for undertaking initiatives, nevertheless there is required a business vision, market connection and a dynamic official system which promotes and facilitates the establishment of new ideas.

**Key words:** agro-food industry, entrepreneurship, rural development, Falcon state, Venezuela.

## RÉSUMÉ

Au cours des dernières années, le Venezuela a vécu de changements économiques, sociaux et politiques fondamentaux. Dans ce contexte, l'agro industrie peut constituer un élément déterminant pour la transformation et la consolidation du système agro-alimentaire rural. En tenant compte de cette circonstance nous avons réalisé une recherche avec le propos d'évaluer le niveau d'empowerment des entrepreneurs ruraux dans l'état de Falcón. Les aspects que nous avons considéré pour analyser ce niveau d'empowerment sont : le profil des entrepreneurs, les facteurs stratégiques mise en pratique pour les entrepreneurs et leur influence sur l'agro industrie rurale dans l'économie de l'état de Falcón. Ce genre d'industrie contribue au développement économique, la compétitivité, l'innovation, la création d'emploi à l'échelle locale la dynamique socioéconomique et les habitudes des consommateurs. L'étude a été réalisée par le biais d'une analyse descriptive basée dans la collecte d'information chez les acteurs. Les entrevues ont été effectués entre octobre 2006 et mai 2007. Ces entrevues-ci ont couvert 23 entreprises rurales actives qui ont été sélectionnés à partir de sources officielles. Les résultats de la recherche montrent que l'empowerment n'est pas une caractéristique dominante parmi les stratégies dominantes au sein des agro-industries de l'état de Falcón. L'empowerment, au contraire, est un instrument rarement utilisé par ce genre d'entreprises. La mise en valeur des avantages provenant de l'empowerment doit être encouragé. Également, nous considérons nécessaire la promotion d'une nouvelle vision que devrait inclure la mise en valeur de nouveaux mécanismes de négociation, de connexion au marché et de dynamisation d'un système institutionnel favorable à la promotion et l'établissement de nouvelles initiatives.

**Mots-clé :** industrie agroalimentaire, entrepreneur, développement rurale, state de Falcón, Venezuela.

## 1. INTRODUCCIÓN

A lo largo de la historia el hombre ha atravesado periodos de progreso y de cambios en su sociedad. Actualmente el mundo está modificándose velozmente y los fenómenos de desempleo y de exclusión social están siendo cada vez más preocupantes. Ante la falta de puestos formales de trabajo, comienza a vislumbrarse el autoempleo como una oportunidad; es decir, la propia generación de trabajo a través de las cuales los productores o trabajadores del campo den mayor valor agregado a la producción primaria, mediante la ejecución de tareas de postcosecha tales como selección, lavado, clasificación, almacenamiento y (o) transformación.

Bajo esta perspectiva, el desarrollo de una fuerte agroindustria rural (AIR) podría contribuir al desarrollo económico, la competitividad, la innovación y la creación de empleo en las zonas rurales donde éstas se establecerían. En este sentido, la AIR es concebida como un mecanismo a través del cual se puede aumentar y retener, en las zonas rurales, el valor agregado a la producción primaria de pequeñas y medianas unidades agroalimentarias; esto mediante la ejecución de actividades de postproducción (Rivero y Boucher, 1994).

Sin embargo, tradicionalmente la AIR ha sido un sector desconocido en América Latina, al cual se le negaba su importancia social y económica. No existían estadísti-

cas para sustentar y demostrar el desarrollo y experiencia de esta actividad. Por lo tanto su acción era prácticamente doméstica. Incluso se llegó a pensar en la carencia de capacidad empresarial de los productores rurales (Boucher, 1998), derivando en consecuencia en una visión de esta actividad económica como de bajo perfil y cuya iniciativa empresarial era escasa y dejaba de lado un amplio abanico de posibilidades para generar valor agregado.

Contrariamente, la AIR es una opción potencial para superar los problemas de empleo de los pobladores del campo, siendo en muchos casos la principal fuente de ingresos de un significativo número de estos agentes, convirtiéndola en una importante fuente de suministro de productos agroindustriales, con grandes posibilidades para la generación de valor agregado a la producción primaria de estas áreas, como ya se ha mencionado.

A partir de estas premisas, los responsables de políticas deben proceder cuidadosamente a diseñar programas de entrenamiento, asistencia técnica y tutorías diseñadas a la medida de las necesidades de las nuevas empresas e implementadas por redes de organizaciones con capacidades para atender a la AIR en sus etapas tempranas de desarrollo. Es así como el proceso de emprendimiento requiere la adopción de enfoques amplios e interdisciplinarios, razón por la cual en los últimos años se vienen realizando esfuerzos por desarrollar un marco articulador de factores y perspectivas facilitadores del proceso emprendedor. Tal proceso, en términos generales, es visto como una vía para alcanzar objetivos de nivel superior, relacionados con la generación de puestos de trabajo y el fomento de la actividad innovadora (Kantis *et al.*, 2002).

En este sentido, los estudios recientes muestran como la actividad emprendedora se ve afectada por factores vinculados a la estructura demográfica de la población, estructura etaria, crecimiento y densidad poblacional, nivel y distribución del ingreso y en definitiva, aquellos factores con influencia sobre las habilidades, las actitudes, las preferencias y los recursos para emprender (Kantis *et al.*, 2004).

Por esta razón, los principales aportes teóricos sobre la "empresarialidad" se han centrado en investigar quién es un empresario o cuáles son los atributos de personalidad necesarios para ser emprendedor. De acuerdo con este enfoque, el empresario se caracteriza -entre otros factores- por su necesidad de logros personales, el deseo de ser independiente, la capacidad de tolerar la ambigüedad, la perseverancia y la autoconfianza. En este sentido, se concibe al emprendedor como una persona con una visión, un objetivo, un deseo de crear e innovar. Es alguien quien percibe una oportunidad de emprender una actividad productiva o es capaz de apreciar una idea, de manera diferente al resto de individuos (McGrath *et al.*, 1992).

Por otro lado, el conjunto de normas y valores de una sociedad son también determinantes en la visión de los emprendedores. Así, distintos aspectos culturales como la valoración social del emprendedor, la actitud frente al riesgo de fracasar y la presencia de modelos empresariales ejemplares, constituyen factores culturales con clara influencia sobre la formación de vocaciones para emprender.

Asimismo, las condiciones sociales y económicas igualmente inciden en el perfil de los hogares de donde provienen los potenciales emprendedores. Por tanto, en sociedades fragmentadas es común esperar que gran parte de la población tenga inconvenientes para proseguir una educación formal y alcanzar un grado profesional que le coadyuve a iniciar una actividad emprendedora. Contrariamente, en sociedades más articuladas existen mecanismos y canales de comunicación con personas de distintos sectores sociales, permitiéndoles así un mayor aprendizaje y un mayor flujo de información en su entorno, el cual será de gran utilidad para emprender y de esta manera, encontrarse más cerca de los logros como empresario. En estas sociedades, la generación de nuevos emprendimientos y el impulso del espíritu empresarial son objetivos de política pública más generalizados entre los concernientes al desarrollo de las pequeñas y medianas empresas (Wennekers *et al.*, 2007).

Basado en este planteamiento, la agricultura se torna en una importante actividad económica, vista desde el enfoque sistémico, donde se incluye la industria procesadora y de transformación, las empresas relacionadas proveedoras de servicios e insumos, junto con la red de distribución y al consumidor final, conformando un estratégico sector dinamizador del aparato económico regional (Piña, 2005).

Por su parte, el estado Falcón posee condiciones climáticas y recursos naturales propicios para el establecimiento de AIR en diferentes ámbitos, tales como zábila, panela, pescado, coco y lácteos, entre otros. Dentro de este planteamiento se sustenta la realización de la presente investigación, la cual tiene como objetivo principal conocer el perfil del emprendimiento de la AIR en el estado, a través de la identificación de sus factores críticos y sugerir así, un potencial escenario para el desempeño competitivo y eficiente de estas unidades agroproductivas.

La investigación se circunscribió al abordaje de la AIR en el estado Falcón, entendida ésta como la iniciativa empresarial conformada con el propósito de aplicar algún tipo de transformación a la producción primaria agroalimentaria. La idea es que este proceso conduzca a un estadio superior de utilidad de los bienes generados mediante un proceso de diferenciación (valor agregado, en cualquier nivel).

Cuadro 1

Estado Falcón: datos relevantes de la población objeto de estudio		
Grupo <sup>3</sup>	Sujeto de Investigación	Muestra
3111: Carnes y derivados cárnicos	Dueños – gerentes de agroindustrias	3
3112: Leche y derivados lácteos		5
3113: Productos de frutas y hortalizas		2
3116: Granos en general		2
3118: Productos del azúcar		6
3119: Dulcería y confitería		5
<b>TOTAL</b>		<b>31</b>

Fuente: elaboración propia.

Asimismo es importante destacar la inserción de la presente investigación dentro de los proyectos conjuntos establecidos en el convenio de trabajo suscrito entre la Universidad Francisco de Miranda y la Fundación Ideas, a los fines de conformar el *sistema de apoyo a la creación de empresas en Venezuela* (SACEV). Éste tiene como objetivo fundamental lograr la mayor eficiencia en el proceso de identificación de oportunidades de negocio, incubación de empresas, acceso a mecanismos de financiamiento y el establecimiento de redes de trabajo para promover el desarrollo empresarial.

## 2. METODOLOGÍA

La investigación correspondió a un estudio del tipo descriptivo-exploratorio. Por un lado trataba de detallar el perfil del emprendimiento de la AIR en el estado Falcón, a los fines de identificar, cualificar y cuantificar sus factores claves de éxito (Cuadro N° 2) y, por el otro, se abordó un aspecto de la AIR sobre el cual se carece de información base, como lo son los factores promotores (limitantes) del emprendimiento de la agroindustria en el estado.

La población objetivo (Cuadro N° 1) estuvo conformada por una muestra de 31 AIR activas (de un total de 49), según el registro de los organismos oficiales afines al sector en el estado. La información se obtuvo a través de reuniones de trabajo y de la aplicación de un cuestionario base. Posteriormente se realizó un análisis descriptivo de los datos recabados. Los sujetos de investigación fueron los dueños-gerentes de las AIR en los sectores de panela, lácteos, granos, dulcería, derivados cárnicos, frutas y hortalizas.

La información se analizó mediante la construcción de una matriz de doble entrada, con el fin de resumir los datos y facilitar su procesamiento para la obtención de estadísticas descriptivas, distribución de frecuencias y porcentajes simples para las variables estudiadas, a partir de las cuales se derivaron los análisis y conclusiones del caso. La investigación se realizó entre octubre 2006 y marzo 2007.

<sup>3</sup> Nomenclatura de acuerdo con la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de la Organización de las Naciones Unidas.

## 3. PERFIL DEL EMPRENDIMIENTO AGROINDUSTRIAL RURAL EN EL ESTADO FALCÓN

El perfil del emprendedor, se refiere a las características sociodemográficas del agroempresario así como a las competencias para emprender (propensión a asumir riesgos, capacidad de gestión y (o) creatividad) presentes en éste. Las capacidades emprendedoras inciden sobre los distintos eventos del proceso emprendedor y están influidas por los ámbitos familiares y educativos (Kantis *et al.*, 2002).

Así, el enfoque sistémico adaptado en el estudio considera los distintos tipos de factores necesarios para comprender la naturaleza compleja y contextual del proceso emprendedor, con influencia sobre la formación de la motivación y las competencias para emprender, la existencia e identificación de oportunidades de negocio, la elaboración del proyecto, la decisión de emprender, el acceso a los recursos y la gestión del desarrollo de la empresa.

Dentro de este contexto, el primer hallazgo de la investigación revela un promedio de vida de 19 años de la AIR en Falcón, el 39% fueron fundadas entre 1997 y 2004, en su mayoría (52%) por una sola persona casada (77%), perteneciente al estrato socioeconómico medio-alto (58%), según su nivel de ingreso.

Al inicio, la AIR en su conjunto generó, alrededor de 18 empleos (fijos y temporales) y, actualmente genera un estimado de 25 empleos (Cuadro N° 3). Asimismo, el 74% de las AIR están registradas formalmente.

La inversión inicial ascendía relativamente a una suma reducida. En la mayoría de los casos estaba alrededor de 22.000.000 bolívares durante el primer año (unos US\$ 10.000). Destacan de manera particular las AIR del sector lácteo y frutas y hortalizas, las cuales superaron significativamente esta cifra. Igualmente las AIR tuvieron un promedio inicial de ventas de 4 millones de bolívares (unos US\$ 2.300). En contraste puede señalarse que actualmente reportan niveles de ventas anuales superiores a 30 millones de bolívares (US\$ 14.200), con un máximo histórico de 23 millones de Bolívares (US\$ 11.000). Nuevamente el sector lácteo y el de frutas y hortalizas superan este nivel (Cuadro N° 4).

Desde otro punto de vista, si bien el agroempresario consultado manifestó mayoritariamente su disposición a asumir riesgos en lo referente a la toma de decisiones de su empresa y a su iniciativa para emprender una actividad empresarial propia (61%), los productos innovadores de estas AIR representan menos del 20% del total. Este bajo nivel de innovación pudiera estar asociado con el tipo de cliente de las agroindustrias; en general son otras empresas relacionadas con los productos y servicios ofertados (36%) o por intermediarios (32%).

Aunado a este hecho, destaca en la mayoría de las AIR consultadas, la ausencia de un sistema de transporte para

Cuadro 2

Falcón: factores clave considerados para el análisis de emprendimientos		
Factor clave	DEFINICIÓN OPERACIONAL	
	Variable	Descripción conceptual
Datos del emprendimiento	Ubicación	Sitio de residencia
	Sector	Grupo económico dentro del cual se desempeña
	Producto	Descripción del principal producto ofertado
	Insumos	Listado de materia prima utilizada para el proceso productivo
	Empleados	Cantidad de personas que laboran en el emprendimiento
Datos del emprendedor	Edad	Referencia cronológica
	Género	Identifica el sexo
	Experiencia laboral	Desempeño profesional previo al agroemprendimiento
	Nivel educativo	Último nivel y especialidad de formación profesional formal alcanzado
	Ocupación de los padres	Ocupación de los padres del emprendedor en su niñez y adolescencia
	Disposición a asumir riesgos	Propensión del agroemprendedor a asumir riesgos relacionados con su AIR
Gestión del agroemprendimiento	Nivel socioeconómico	Estrato social donde se ubica el agroemprendedor
	Decisión a emprender	Momento cronológico de la decisión de emprender
	Apoyo recibido	Grado de apoyo recibido por el núcleo familiar y entorno cercano
	Formación recibida	Grado de influencia de la formación profesional en la decisión de emprender
	Clientes primarios	Tipo de clientes que el emprendimiento tuvo en su etapa inicial
	Tipo de emprendimiento	Nuevo emprendimiento, actividad existente o una innovación
	Identificación de la oportunidad	Fuente de referencia que dio inicio al agroemprendimiento
	Inicio del agroemprendimiento	Momento cronológico de materialización del emprendimiento
Gestión del agroemprendimiento	Factores promotores del	Lista de factores que favorecieron el emprendimiento
	Factores limitadores	Lista de factores que obstaculizaron el emprendimiento
	Información previa	Grado de conocimiento de la actividad objeto de emprendimiento
	Plan de negocio	Presentación de la idea de emprendimiento en un plan de negocio
	Fuente de recursos	Origen de los recursos necesarios para materializar el emprendimiento
Desarrollo inicial	Acceso a recursos	Grado de acceso a recursos necesarios para materializar el emprendimiento
	Intensidad de competencia	Grado de competencia experimentado por la AIR en su etapa inicial
	Problemas enfrentados	Tipo de obstáculos que enfrentó en agroemprendimiento
Visión Futura	Apoyo recibido	Naturaleza del apoyo y asesoría recibida para solventar problemas
	Perspectivas de corto plazo	Visión de corto plazo del emprendimiento
Aspectos sociales	Acciones inmediatas	Lista de acciones a ejecutar en el plazo inmediato
	Entorno psicosocial	Evolución de la demanda del consumidor
Aspectos técnicos	Innovación tecnológica	Grado de acceso y disponibilidad de tecnología
Aspectos institucionales	Normativa rectora	Marco regulador del emprendimiento

Fuente: elaboración propia, con base en Dirección de Industria y Comercio del Estado Falcón, 2007; y en Dirección de Desarrollo Estado Falcón, 2007.

Cuadro 3

Estado Falcón; número de fundadores, año de fundación y clase social del fundador de la AIR					
<b>N° Fundadores</b>	<b>Frecuencia (%)</b>	<b>Año de Fundada</b>	<b>Frecuencia (%)</b>	<b>Estrato Social</b>	
1	16 (51,6)	1952 – 1960	2 (6,45)	Media Alta	18 (58,06 %)
2	5 (16,13)	1961 – 1969	2 (6,45)		
3	1 (3,23)	1970 – 1978	3 (9,68)		
4	1 (3,23)	1979 – 1987	8 (25,81)	Media Baja	13 (41,94 %)
5	3 (9,68)	1988 – 1996	4 (12,90)		
? 6	5 (16,13)	1997 – 2004	12 (38,71)		

Fuente: elaboración propia.

Cuadro 4

Estado Falcón: inversión inicial, ventas iniciales, ventas actuales y ventas máximas (en Bs. corrientes, promedios anuales)				
Sector	Inversión Inicial	Ventas Iniciales	Ventas Actuales	Ventas Máximas
Carnes y derivados cárnicos	30.000	14.880.000	9.600.000	12.160.000
Leche y derivados lácteos	42.388.889	977.778	154.911.111	85.625.000
Productos marinos	4.000.000	2.000.000	7.142.857	11.428.571
Productos de fruta y hortalizas	102.000.000	12.500.000	20.105.000	25.137.500
Productos del azúcar	6.491.667	3.705.000	14.850.000	20.550.000
Dulce y confitería	675.000	275.000	3.150.000	6.125.000
Granos en general	100.000	100.000	4.000.000	5.000.000
<b>Promedio</b>	<b>22.240.794</b>	<b>4.919.683</b>	<b>30.536.995</b>	<b>23.718.010</b>

Fuente: elaboración propia.

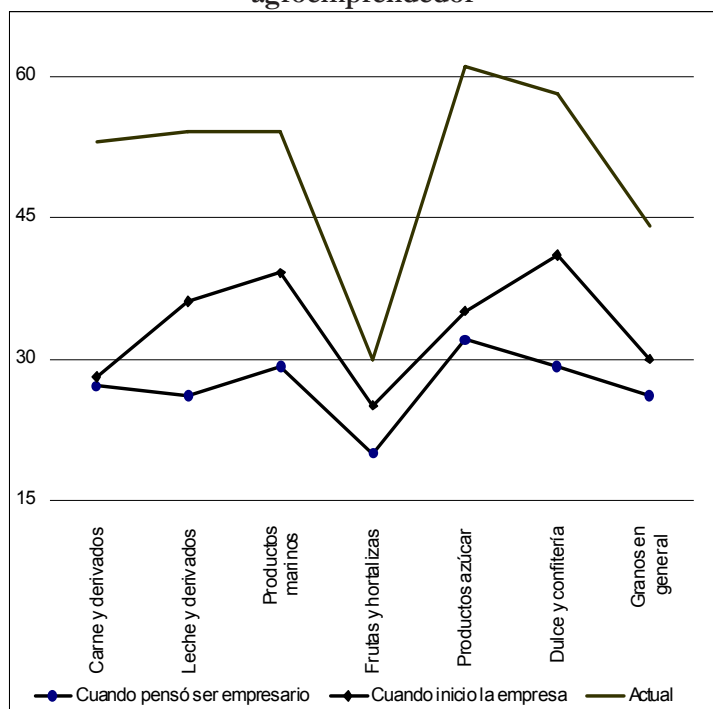
Cuadro 5

Estado Falcón: ocupación de los padres del emprendedor y posición de la familia		
Ocupación	Padre	Madre
Empresario	6 (19,35)	1 (3,23)
Ejecutivo	5 (16,13)	0
Empleado	12 (38,71)	1 (3,23)
Autoempleado	8 (25,81)	29 (93,54)

Fuente: elaboración propia.

Gráfico 1

Estado Falcón: edad de emprendimiento del agroemprendedor



Fuente: elaboración propia.

la producción de sus bienes, junto a un significativo desconocimiento de su mercado meta. Estos elementos pudieron haber influido para orientar la actividad emprendida, como la explotación de oportunidades basadas en la diferenciación de la oferta del mercado local y (o) la atención de necesidades de empresas manufactureras similares y, muy pocos consideraron la opción de exportar.

Otro factor que puede considerarse como influyente en la decisión de emprender, es la actividad comercial independiente ejercida por los padres del agroemprendedor, ya sea como empresario u otra iniciativa por cuenta propia, aspecto con un potencial peso (incluso de manera inconsciente) en la proyección de la actividad a emprender (Cuadro N° 5).

Asimismo, más del 70% de las familias y de las personas cercanas a los emprendedores estuvieron de acuerdo con la decisión de emprender y formar su propia empresa, lo cual definitivamente constituye un elemento motivador y promotor de esta actitud. Los agroempresarios comenzaron a pensar en su iniciativa durante su juventud y, en muchos casos, no se limitó a una sola experiencia emprendedora.

La casi totalidad de las AIR estudiadas fueron fundadas por personas con una edad promedio de 36 años. Pero la idea de emprender apareció mucho antes: en la mayoría de los casos, hacia los 28 años de edad, e incluso para muchos (alrededor de la mitad de los entrevistados) fue una idea surgida desde los 15 años. El sector de frutas y hortalizas fue donde la motivación se inició más temprano, a diferencia del sector de productos del azúcar, donde los emprendedores surgieron mucho más tarde (Gráfico N° 1).

Aunque no se podría afirmar con certeza, este emprendimiento tardío en el sector de derivados del azúcar, pudiera estar asociado al menor nivel de escolaridad del sector (Cuadro N° 6), o también por su bajo dinamismo y el relativo estancamiento en el tiempo del sector en Falcón, si se compara por ejemplo, con el mismo sector

Cuadro 6

Estado Falcón: nivel de instrucción del agroemprendedor								
Nivel de Educación	Promedio (%)	Sector						
		Carne	Leche	Marinos	Frutas	Azúcar	Confitería	Granos
Primaria C.	4 (12,9)		2 (6,45)				2 (6,45)	
Primaria I.	7 (22,58)	1 (3,23%)				5 (16,31%)	1 (3,23%)	
Secundaria C.	9 (29,04)	1 (3,23%)	3 (9,65%)	1 (3,23%)	2 (6,45%)	1 (3,23%)	1 (3,23%)	
Universitario	11 (35,48)		4 (12,90%)	6 (19,13%)				1 (3,23%)

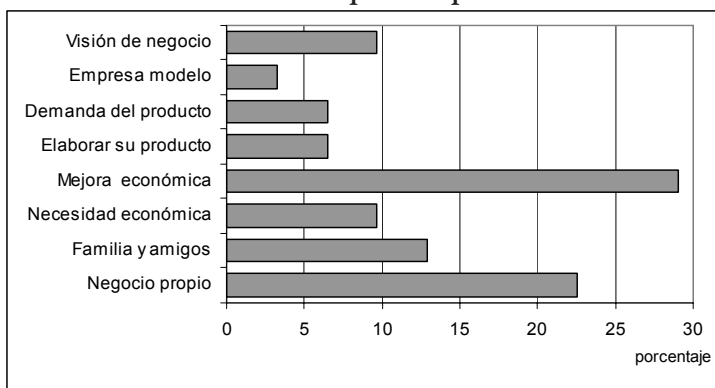
Fuente: elaboración propia.

Cuadro 7

Estado Falcón: experiencia laboral previa	
Experiencia Laboral	Frecuencia (%)
Empleado en otra agroindustria similar	11 (35,48)
Empleado en otra agroindustria distinta	1 (3,23)
Dueño de otra agroindustria similar	3 (9,68)
Dueño de otra agroindustria distinta	5 (16,13)
Siempre he trabajado en esta	1 (3,23)
No tuvo experiencia	10 (32,26)

Fuente: elaboración propia.

Gráfico 2  
Motivaciones para emprender



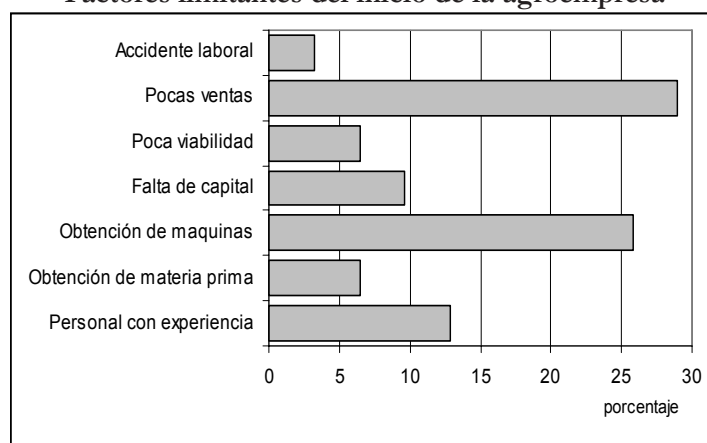
Fuente: elaboración propia.

en el estado Táchira o en algunas provincias de Colombia. En concordancia con el primer aspecto, se evidencia como 35% los emprendedores agroindustriales han concluido estudios universitarios, centrándose estos en los sectores de leche y derivados lácteos y en el sector de productos marinos. Por otro lado, el 23% sólo tiene estudios de primaria incompletos, concentrándose en aquellos dedicados a los productos del azúcar.

Los principales ámbitos de incubación de emprendedores fueron las empresas donde trabajaron previamente, siendo su contribución a la formación de vocaciones y competencias, un factor determinantemente clave. Esta experiencia es la fuente de aprendizaje más reconocida por el aporte distintivo entre los emprendedores. En este

Gráfico 3

Factores limitantes del inicio de la agroempresa



Fuente: elaboración propia.

estudio, 35% de los encuestados, trabajó en empresas similares a su iniciativa (Cuadro Nº 7). Sin embargo 32% no tuvo experiencia previa en la actividad emprendedora.

La mayor motivación para emprender se relaciona con el contexto cultural de los emprendedores, siendo el deseo de mejora de su situación económica la principal razón manifestada por estos agentes para formar su propia empresa (29%). También es factor de motivación el deseo de tener su propio negocio (23%) (Gráfico 2).

En concordancia con lo anterior, las principales fortalezas en su rol como empresario las obtuvo el emprendedor como experiencia personal, en el desempeño de labores en empresas similares (84%). Asimismo, el origen de la información para constituir la agroindustria provino de asesores (42%), así como de la planificación del proceso desde la concepción de la idea hasta su realización, para el 52% de los encuestados transcurrió un lapso de entre 1 a 2 años para poner en marcha su agroindustria. No obstante, algunos de ellos sólo pasaron 2 meses para empezar sus actividades (16%), mientras que para otros transcurrieron 15 años o más. En promedio, las agroindustrias requirieron de 2 años para la puesta en marcha de su negocio (51%).

Entre las más importantes se arguyen la adquisición de materia prima para iniciar el negocio (26%), falta de la maquinaria requerida (24%) y la falta de capital, junto con la ausencia de personal calificado (13%).

En cuanto a los problemas enfrentados por las AIR luego de iniciar sus operaciones, 29% de estas manifestaron haber tenido pocas ventas y dificultad para obtener las maquinarias requeridas (Gráfico N° 3). Adicionalmente, 42% manifestó haber experimentado una alta competencia al inicio de su empresa, así como el poco manejo de información en cuanto a redes de comercialización, lo cual les afectó el inicio de sus operaciones. Actualmente estas agroindustrias presentan una serie de problemas similares a los experimentados al inicio de sus actividades. Entre estos problemas destaca nuevamente la escasez de materia prima (39%) y el mal estado de las maquinarias utilizadas, lo que ha devenido en una baja en la calidad y cantidad de su producción. No obstante debe señalarse que el 39% de los agroempresarios encuestados manifestó no enfrentar ningún problema actualmente.

Por otro lado, la mayoría de los agroempresarios encuestados (81%) tenían información clara de lo requerido para poner en marcha su empresa, la cual afinaron con ayuda de los asesores. Tal vez por esta razón no realizaron ningún plan de negocios (el 61% de los encuestados no lo hizo), con el fin de llevar a cabo su actividad emprendedora. En cuanto a los recursos para la constitución de la AIR, 81% utilizó recursos propios (autofinanciamiento). En sintonía con este planteamiento, actualmente 68% de las AIR no posee apoyo o asesoría técnica para solucionar sus problemas. Por otro lado al inicio de su actividad, sólo 42% tuvieron financiamiento para comenzar sus operaciones y llevar a cabo la puesta en marcha. En contraste, menos del 30% es beneficiario hoy día de algún tipo de financiamiento, ya sea de fuente pública o privada.

En cuanto al futuro inmediato, 45% de los agroempresarios desean tener una empresa más grande, aunque 13% de los encuestados ven sus empresas cerradas dentro de cinco (5) años; esta perspectiva la atribuyen al aumento de los problemas actualmente enfrentados, especialmente en el sector de los derivados del azúcar. Por su parte, sólo 10% desea mejorar sus estructuras para obtener productos de mejor calidad y así obtener una mayor producción y variedad. Es importante destacar el bajo porcentaje (3%) de entrevistados con visión para distribuir sus productos en el ámbito nacional, junto al 10%, quienes se ven igual en el corto plazo y no poseen una proyección de futuro.

Los factores anteriormente señalados convergen para dibujar un perfil del agroempresario del estado Falcón. Este puede ser caracterizado como un individuo del sexo

masculino, joven, con formación secundaria completa, casado, de clase media, quien decidió incursionar en esta actividad para mejorar su situación económica; quien no ha recibido una formación especializada en el área del emprendimiento y que por lo tanto no realizó un plan de negocios para orientar la concepción y puesta en marcha de su agroempresa. Este perfil también evidencia el aporte propio como origen de los recursos obtenidos para el arranque de la agroempresa; hasta el momento, no han recibido un apoyo significativo de financiamiento externo, ya sea público o privado.

Por su parte la agroindustria promedio del estado Falcón se corresponde con aquella iniciativa registrada formalmente, con 19 años de fundada, genera alrededor de 25 empleos en promedio, con ventas actuales superiores a 30 millones de bolívares (equivalente a unos US\$ 14.000) y cuyos principales clientes son otras agroempresas o intermediarios.

#### 4. FACTORES DETERMINANTES DEL NIVEL DE EMPRENDIMIENTO AGROINDUSTRIAL

Un primer elemento a destacar en torno a los factores con influencia estratégica sobre el nivel de emprendimiento de la AIR en Falcón, es el escaso crecimiento exhibido por las ventas por el sector en el estado Falcón. Tal afirmación se basa en las cifras del empleo generado por la AIR desde su fundación. La edad promedio de estas agroindustrias es de 19 años; sin embargo, a lo largo de ese tiempo sólo han pasado de 18 a 25 empleos generados. Complementariamente la evolución de las ventas tampoco ha sido la más satisfactoria, reportando niveles máximos promedios (en todos los casos) menores a 30 millones de bolívares anuales (equivalente a unos US\$ 14.000). Destacan, dentro del grupo de AIR consultadas, las correspondientes al sector lácteo y frutas, las cuales requirieron de importantes montos iniciales de inversión, sin una correspondencia directa con los niveles de retorno esperados, transformándose esta situación en un elemento de desestímulo de la actividad emprendedora. En síntesis, no se genera un efecto multiplicador. Asimismo puede asociarse este reducido nivel de ventas a la ausencia de estrategias de mercadeo y efectivo posicionamiento de los bienes generados por las AIR.

Lo anterior también se explica si se toma en cuenta el bajo nivel (20%) de bienes innovadores introducidos en el mercado por las AIR consultadas. El grueso de estas agroindustrias optó por incursionar con productos tradicionales, que ya existían en el mercado y a los cuales no realizaron ningún tipo de diferenciación (i.e., nuevo valor agregado). Este factor se combina con el anterior y deriva en un escenario poco alentador para incentivar nuevas iniciativas empresariales en el ámbito agroalimentario. No



obstante, estos dos elementos ponen al descubierto el amplio margen que existe en la región para introducir nuevos e innovadores productos, circunstancia que no está siendo aprovechada adecuadamente.

En otro orden de ideas debe acotarse que el ejemplo, la formación y los valores inculcados desde el hogar constituyen factores significativos a la hora de promover el emprendimiento. La ocupación laboral de los padres del emprendedor tuvo un peso significativo cuando el agroemprendedor decidió incursionar en una actividad productiva propia. Ahora bien, no sólo los hijos de emprendedores serán emprendedores. El planteamiento se basa en el clima eventualmente promotor del emprendimiento, generado en el seno del núcleo familiar. Lo anterior debe verse acompañado con el apoyo y el soporte del entorno cercano al emprendedor, para alentarlos a continuar con su actividad. Asimismo, la experiencia previa en una actividad productiva similar a la emprendida, aparece como un factor determinante a la hora de incursionar en la actividad agroempresarial.

Dentro de este mismo orden de ideas, 66 % de las AIR consultadas tienen como sus principales clientes a intermediarios o a otras agroindustrias transformadoras de bienes finales. Este hecho evidencia la escasa relación directa entre la AIR y los consumidores finales localizados en el estado Falcón. Tal es el caso de los dedicados a producir derivados lácteos, frutas, hortalizas o cárnicos, quienes venden su producción a otros agentes para su colocación en el mercado. Sin embargo, debe destacarse la participación de los productos marinos, quienes han logrado posicionarse en mercados internacionales, apoyados en un elemento propio del producto comercializado, como lo son los mariscos y moluscos.

La motivación a emprender corrobora estos últimos planteamientos, cuando 29% inició la actividad para obtener una mejora económica. Asimismo el 22% incursionó para tener su negocio propio. Estos planteamientos dejan de lado la visión de negocio a la que debe responder toda iniciativa emprendedora, junto a la conexión con su mercado objetivo. Los agroemprendedores consultados responden a un impulso para emprender natural y propio, pero no lo complementan con su entorno, resultando en una importante deficiencia del proceso emprendedor; esto, en muchos casos, termina inexorablemente en el fracaso.

Esta situación se complementa negativamente al tener a la experiencia personal como la principal fuente de aprendizaje durante el proceso de emprendimiento (casi la totalidad, 84% de los encuestados). El sector educativo (formal e informal) aporta poco o nada para fortalecer y apoyar las potencialidades del agroemprendedor. Consecuentemente, 42% de los consultados de alguna manera reconoció sus limitaciones y buscó ayuda en asesores

especializados para la constitución de su agroempresa. Esta conducta evidencia la significativa carencia de programas de apoyo al emprendedor en la etapa primaria de arranque de la agroempresa.

Obviamente los factores anteriores conducen, de manera lógica y natural, a que el agroemprendedor no realice ningún plan de negocios (observado en el 60% de los encuestados), en el que se plasme la secuencia para la constitución de la agroempresa. El argumento esgrimido es que elaborar este importante documento es innecesario si se conoce el proceso a seguir.

Por otro lado, la adquisición de materia prima y maquinaria destaca como uno de los principales obstáculos a enfrentar por parte de los agroempresarios. Con el fin de explicar parcialmente estos factores debe contextualizarse a la agroindustria en su entorno agroalimentario, el cual se caracteriza por una producción estacional (incluso en el caso del sector lácteo), con alzas y bajas de producción con influencia directa en la oferta primaria. Por su parte, la agroindustria es una actividad constante a lo largo de todo el año. Esto conlleva a la restricción del suministro de insumos para el proceso productivo de la agroindustria en determinadas épocas del año. Aunado a esta situación, la mayoría de estas agroindustrias no dispone de unidades de producción propias para proveerse de la totalidad de la materia prima requerida. Esto significa que necesitan de terceros para tal acción, con las consecuencias experimentadas en los actuales momentos.

Debe destacarse la singular importancia que tiene la materia prima como factor clave para la agroindustria, al punto de ser señalado por los emprendedores consultados en las 3 fases de la iniciativa emprendedora: antes, durante y posterior a la puesta en marcha de la agroindustria, como un elemento crítico.

En el caso de la maquinaria esta limitante está asociada, por una parte, a su adquisición en el mercado local y (o) a su correcto manejo y manipulación. En muchos casos no existía una experticia en la utilización de estos equipos. Otro elemento asociado a este factor lo representa la ausencia de capacidad de compra de nueva maquinaria para reemplazar el parque actual, obsoleto y en desuso de la agroindustria, lo que limita significativamente su desempeño competitivo.

Del análisis anterior pueden resumirse, como los principales factores con potencial incidencia en el nivel de emprendimiento de la agroindustria en el estado Falcón, los siguientes: en primer lugar, la ausencia de una efectiva estrategia de mercadeo para el posicionamiento de los bienes generados por estas agroindustrias. En segundo lugar destaca la escasa innovación en los bienes generados, influyendo en su inserción en nichos específicos de merca-

do en los cuales se podrían posicionar estratégicamente y obtener mayores niveles de rentabilidad.

Otro factor determinante del nivel de emprendimiento en la agroindustria del estado Falcón se refiere a la ausencia de una visión de negocio (aunque paradójicamente, están iniciando un negocio). Se debe igualmente a la ausencia de un sistema educativo promotor y consolidador de las potencialidades emprendedoras, así como de una estrategia para la provisión de insumos y materia prima (incluyendo las maquinarias y equipos requeridos para el proceso productivo).

##### 5. ESCENARIO DE PROMOCIÓN DEL EMPRENDIMIENTO AGROINDUSTRIAL RURAL

Los estudios internacionales conducidos a este efecto señalan que no existen recetas únicas para el fomento de iniciativas empresariales. Similar posición podría asumirse a partir de los resultados obtenidos en esta investigación, menos aún cuando se trata de un sector tan específico y particular como el agroalimentario, en donde se generan los bienes necesarios para satisfacer las necesidades alimentarias de la población de un país determinado.

Dentro de este contexto resaltan 2 elementos particulares: en primer lugar, no hay un único factor determinante para estimular y fomentar el emprendimiento. Por el contrario, es la confluencia de un conjunto de factores (con diferentes ponderaciones, en diferentes momentos), la responsable de conformar un escenario favorable para la creación y establecimiento de emprendimientos. Por otro lado también debe resaltarse cómo los emprendimientos nacen en entornos empresariales; es decir, sólo en ambientes propicios se construyen y generan nuevas empresas, condición *sine quanon* para el desarrollo de estos nuevos emprendimientos.

Este ambiente coadyuva a la creación de redes de apoyo a las nuevas iniciativas, incluyendo la implementación de programas de formación y (o) capacitación para orientar aquellas opciones concebidas por los individuos como nuevas alternativas de empresas. En este punto debe destacarse la estrecha relación directa que existe entre las nuevas iniciativas agroempresariales y la situación y desempeño socioeconómico del país.

Aunado a lo anterior también es importante destacar el nacimiento de ingentes iniciativas empresariales en épocas de crisis, ya sea porque se identifica una oportunidad de negocio obviada en la época de bonanza, o bien porque se tiene la imperiosa necesidad de generar ingresos para la supervivencia económica del individuo y su núcleo familiar. Sin embargo no es necesariamente la vía propicia para alcanzar este fin.

Ahora bien, tampoco puede negarse la importancia significativa que tienen las políticas públicas en la confor-

mación de ese "ambiente propicio" para el fomento del emprendimiento. El Estado puede desarrollar diversos programas, ya orientados a apoyar aquellas iniciativas en progreso, o bien a estimular a aquellos individuos que desean concebir y materializar alguna idea de emprendimiento. El rol del Ejecutivo en la promoción del emprendimiento también debe incluir políticas específicas, orientadas a canalizar estos emprendimientos. Debe establecer los lineamientos y (o) instrumentos de ley para favorecer y promover un eficiente y competitivo ambiente empresarial. Estos programas deben igualmente estar orientados hacia aquellos sectores estratégicos que deben ser promovidos con prioridad sobre los restantes.

Complementariamente el Estado debe favorecer un proceso dinámico y expedito para la efectiva concreción de esta iniciativa, particularmente en lo concerniente a la tramitación de permisos, así como aquella serie de requisitos a cumplir para conformar e instalar la iniciativa. En el caso específico de este estudio, aunque no necesariamente pueda atribuirse a esta razón, un porcentaje importante de las agroempresas consideradas (30%) aún no posee un registro formal. Esta situación también puede explicarse a partir de la dinámica de cada AIR dentro de su subsector específico.

El acceso a información y conocimiento por parte de los emprendedores es otro factor relevante a la hora de conformar un "ambiente propicio" para el fomento de iniciativas agroempresariales. Este acceso debe materializarse en la posibilidad de desarrollos innovadores, traducidos en un mayor grado de diferenciación y, por ende, de valor agregado en los bienes ofertados. Este es un importante aspecto a tomar en cuenta, dado el perfil del consumidor actual, el cual da cuenta de un consumidor que demanda bienes de calidad y con un alto nivel de valor agregado.

La asesoría y capacitación especializada durante la fase de concepción y puesta en marcha de la idea de emprendimiento es vital para orientar adecuadamente la iniciativa emprendedora. Esta asesoría y capacitación puede llegar a representar la diferencia determinante entre una buena idea y una empresa en marcha. Esta asesoría llega en muchos casos a servir de guía y apalancamiento de ideas sueltas y desorganizadas en la mente del emprendedor y su canalización hacia un emprendimiento real, tangible.

Tal y como se menciona a lo largo de este artículo, resulta arriesgado e incluso irresponsable apostar por uno u otro escenario como el más favorable para el fomento del emprendimiento. Sin embargo sí se puede afirmar la existencia de una serie de factores o estrategias mínimas que deben converger, a los fines de crear ese ambiente propicio, un escenario idóneo para promover emprendimientos agroindustriales en el estado Falcón.

Este escenario deberá definir, de manera clara y precisa, las reglas de juego favorables al emprendimiento, contar con programas de formación y capacitación orientadores del agroempresedor, al abordaje sistemático y competitivo de su idea de negocio y por ende, de su mercado objetivo. Asimismo deben facilitarse y dinamizarse los procesos de instalación y registro de las nuevas iniciativas agroempresariales.

## 6. REFLEXIONES FINALES

La agroindustria rural del estado Falcón exhibe un comportamiento poco dinámico, evidenciado tanto en el reducido nivel de empleo generado, como en el de las ventas máximas anuales realizadas. Esta situación poco contribuye en la conformación de un escenario propicio para la promoción y el fomento del emprendimiento.

Lo anterior está ligado de manera directa con la ausencia de una visión y un plan de negocio, detectada en el seno de las agroindustrias consultadas en este estudio. Cada iniciativa emprendida surgió porque de alguna manera se conocía el negocio a emprender, pero no como una respuesta a una estrategia coherente orientada a aprovechar una oportunidad de negocio.

Existen diversos trámites y requisitos que debe cumplir cualquier nueva iniciativa agroempresarial, los cuales limitan o dificultan en muchos casos su registro formal. Por lo tanto, la estrategia gubernamental debe orientarse a facilitar la formalización de estas iniciativas, flexibilizando tales trámites y extendiéndolos en el tiempo.

Otro hallazgo relevante del estudio es que no existen en el estado Falcón suficientes programas de formación, capacitación y asesoría de los nuevos emprendedores. Este aspecto resulta fundamental a la hora de promover nuevas iniciativas de emprendimiento.

Por otro lado debe tenerse en cuenta que el escenario propicio para el fomento de iniciativas emprendedoras deberá sustentarse en el establecimiento de redes de trabajo, orientadas a fortalecer estas nuevas iniciativas, en el entendido que su finalidad es consolidar los mecanismos de apoyo de las mismas.

La promoción de iniciativas emprendedoras no debe ser un hecho aislado, sino por el contrario debe responder a una estrategia articulada e insertada en un plan macro diseñado para dar respuesta a una sentida necesidad de dinamizar ese plantel económico.

Finalmente debe destacarse que existe todavía un amplio margen de actuación dentro del sistema agroalimentario del estado Falcón, y del país en general, ideal para el desarrollo de nuevas iniciativas agroempresariales orientadas a satisfacer necesidades del consumidor final. Su aprovechamiento, sin embargo, re-

quiere de una visión de negocio (visión gerencial), así como de una conexión con el mercado y la existencia de un dinámico sistema oficial que facilite y promueva la concepción y el desarrollo de estas nuevas iniciativas.

En este sentido, la investigación enfatiza el significativo efecto del desarrollo emprendedor en respuesta al grado de integración de iniciativas productivas en un ambiente similar, conglomerados o clusters, como lo denomina la literatura (Presutti *et al.*, 2008), convirtiéndolo en un factor determinante en la promoción de nuevas iniciativas emprendedoras, a partir de los beneficios generados por economías (aglomeración, escala y ámbito) surgidas de la naturaleza propia de estas relaciones. Los emprendedores identifican oportunidades para desarrollar iniciativas productivas en la zona de influencia del conglomerado (Romero y Montoro, 2008).

Por un lado, el tejido social creado en el conglomerado posibilita entender su potencial para la innovación y la creación de conocimiento. Además, al aprovechar el alcance de las actividades económicas del conglomerado, se pueden comprender las fuerzas rectoras de su competitividad y lógica empresarial. El conocimiento social y los factores económicos, proveen un entendimiento de la dinámica del conglomerado en este sentido (Morosini, 2004). Fundamentalmente esta integración resalta la fuerte difusión del capital social en el conglomerado como elemento de soporte para el establecimiento de emprendimientos co-localizados de empresas (Presutti *et al.*, 2008).

En este sentido, los conglomerados representan una forma de interrelación entre mercado y empresas especializadas, actuando como elemento catalizador del crecimiento económico y tecnológico, factores claves en un conglomerado (Romero y Montoro, 2008). En este ambiente, los emprendedores toman ventaja para la creación de nuevas iniciativas. Esta actitud se explica (en parte) por la naturaleza del emprendedor para enfrentar la incertidumbre (atributo humano), diferenciándolo del resto de la sociedad (Kihlstrom y Laffont, 1979). Así, los conglomerados incentivan los emprendimientos como consecuencia de relaciones estables (redes) e información clave acerca de las oportunidades para emprender. El conglomerado actúa como una incubadora de emprendimientos y difusión de información sobre oportunidades para emprender. Estas oportunidades son explotadas por individuos quienes, por lo general, se han entrenado y (o) trabajado en empresas del conglomerado. Los emprendedores adquieren conocimiento tecnológico y empresarial en organizaciones circundantes y tienden a explotar innovaciones relacionadas con su experiencia de trabajo (Romero y Montoro, 2008).

---

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**


---

- BOUCHER, François. 1998. *La agroindustria rural, su papel y sus perspectivas en la economía campesina*. Colombia: Ediciones IICA. Costa Rica. Disponible en: <http://www.infoagro.net/shared/docs/a5/airplan.pdf>; consulta: 20/04/2008.
- DIRECCIÓN DE DESARROLLO AGRÍCOLA DEL ESTADO FALCÓN. 2007. *Censo agropecuario del estado Falcón*. Falcón: Dirección de Industria y Comercio, mimeografiado, 84 p.
- DIRECCIÓN DE INDUSTRIA Y COMERCIO DEL ESTADO FALCÓN. 2007. *Censo industrial del estado Falcón*. Dirección de Desarrollo Agrícola, mimeografiado, 63 p.
- KANTIS, Hugo; ANGELELLI, Pablo; MOORI KOENIG, Virginia. 2004. *Desarrollo emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*. Santiago de Chile: Banco Interamericano de Desarrollo y Fundes Internacional.
- KANTIS, Hugo; ISHIDA, Masahiko; KOMORI, Masahiko. 2002. *Empresarialidad en economías emergentes: creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el este de Asia*. Santiago de Chile: Banco Interamericano de Desarrollo.
- KIHLSTROM, Richard; LAFFONT, Jean-Jacques. 1979. «A general equilibrium entrepreneurial theory of firm formation based on risk aversion». En: *Journal of Political Economy*, Vol. 87 (4): 719-748.
- McGRATH, Rita; MacMILLAN, Ian; SCHEINBERG, Sari. 1992. «Elitists, risk-takers, and rugged individualists? an exploratory analysis of cultural differences between entrepreneurs and non-entrepreneurs». En: *Journal of Business Venturing*, 7: 115-135.
- MOROSINI, Piero. 2004. «Industrial clusters, knowledge integration and performance». En: *World Development*, Vol. 32 (2): 305-326.
- PIÑA, Henri. 2005. *Mercadeo: un enfoque agroalimentario*. Caracas: Fundación Empresas Polar-Universidad Francisco de Miranda.
- PRESUTTI, Manuela; BOARI, Cristina; FRATOCCHI, Luciano. 2008. «Space-related antecedents of social capital: some empirical inquiries about the creation of new firms». En: *International Entrepreneur Management Journal*, 4: 217-234.
- RIVERO, Hernando; BOUCHER, François. 1994. «El programa de desarrollo rural y la agroindustria rural». En: *Memorias del I Encuentro Nacional de la Agroindustria Rural*, del 19 al 21 de mayo, Venezuela.
- ROMERO, Ana; MONTORO, Ángeles. 2008. «How clusters can encourage entrepreneurship and venture creation. Reasons and advantages». En: *International Entrepreneur Management Journal*, 4: 315-329.
- WENNEKERS, Sander; THURIK, Roy; van STEL, André. 2007. «Uncertainty avoidance and the rate of business ownership across 21 OECD countries, 1976-2004». En: *Journal of Evolution Economic*, 17: 133-160.