



Asamblea General
Consejo Económico y Social

Distr.
GENERAL

A/43/360
E/1988/63
19 de mayo de 1988
ESPAÑOL
ORIGINAL: INGLÉS

ASAMBLEA GENERAL
Cuadragésimo tercer período de sesiones
Tema 12 de la lista preliminar*
INFORME DEL CONSEJO ECONOMICO Y SOCIAL

CONSEJO ECONOMICO Y SOCIAL
Segundo período ordinario de
sesiones de 1988
EXAMEN GENERAL DE LA POLITICA
ECONOMICA Y SOCIAL INTERNACIONAL,
INCLUIDA LA EVALUACION REGIONAL
Y SECTORIAL

Papel de los empresarios nacionales en el desarrollo económico

Informe del Secretario General

I. INTRODUCCION

1. En la resolución 41/182 de la Asamblea General, de 8 de diciembre de 1986, sobre el papel de los empresarios nacionales en el desarrollo económico, la Asamblea pidió al Secretario General que considerara medidas en los planos nacional e internacional para promover la contribución de los empresarios nacionales de los sectores privado y público al desarrollo económico de los países en desarrollo, aprovechando la labor que ya se estaba realizando dentro del sistema de las Naciones Unidas y teniendo en cuenta la necesidad de evitar la duplicación de trabajo y gastos, y que informara al respecto a la Asamblea en su cuadragésimo tercer período de sesiones por conducto del Consejo Económico y Social. Este informe se presenta en respuesta a esa solicitud.

2. El informe se divide en cuatro secciones: en la sección II se plantean las cuestiones relacionadas con el tema. En la sección III se formulan comentarios sobre políticas generales que guardan relación con el surgimiento de los empresarios nacionales, y en la sección IV se informa acerca de los esfuerzos concretos que se han desplegado en años recientes, en los planos nacional e internacional, para formar empresarios y prestarles apoyo.

* A/43/50.

3. A este respecto, cabe señalar el próximo número de la Revista de la Planificación del Desarrollo (Departamento de Asuntos Económicos y Sociales Internacionales de las Naciones Unidas, donde se abordarán cuestiones relativas a la capacidad empresarial de los países en desarrollo y se informará acerca de investigaciones realizadas recientemente en diversas esferas pertinentes.

II. CUESTIONES INVOLUCRADAS

Los empresarios y la capacidad empresarial

4. En las teorías del crecimiento económico, se ha denominado empresario al agente de la innovación y el cambio: el empresario crea nuevas empresas, o introduce nuevos productos, técnicas, formas de organización y modalidades de financiamiento o comercialización. Al hacerlo, vence la resistencia al cambio, característica de todas las sociedades.
5. En los debates que se celebran en la actualidad acerca de los empresarios y la capacidad empresarial, estos términos han llegado a utilizarse para hacer referencia a los propietarios, dirigentes de empresas y gerentes en general que actúan de manera emprendedora y dinámica. La gran experiencia acumulada al respecto demuestra que la capacidad empresarial es una dimensión básica del desarrollo económico y social; que es escasa, ya que son relativamente pocos los individuos propensos a abrir y dirigir una empresa; y que, en una misma nación, su presencia puede variar de una región a otra y entre grupos étnicos. Al propio tiempo, la esencia de la capacidad empresarial sigue siendo un enigma, ya que se conoce relativamente poco acerca de su origen, fundado tal vez en la personalidad del empresario y en la cultura de la comunidad. Los esfuerzos encaminados a promover la capacidad empresarial están aún en una etapa experimental y, aunque se ha aprendido mucho sobre el tema, sólo pueden extraerse unas pocas conclusiones generales.
6. En los países en avanzado estado de industrialización suele centrarse la atención en los empresarios que están a punto de introducir cambios, como tecnologías perfeccionadas, nuevos métodos de financiación, o conceptos de comercialización innovadores. Por otra parte, en los países menos adelantados el empresario desempeña un papel indispensable en la importación, imitación y adaptación de la tecnología; además, lo que es aún más importante, puede activar las aptitudes latentes de grupos enteros de la población al mostrar que existen oportunidades de progreso en todos los niveles de la sociedad, desde el de las aldeas hasta el de las grandes empresas públicas.
7. Se ha descrito a la capacidad empresarial como una estrategia de bajo costo para el desarrollo económico, lo que es otra forma de decir que a la larga, la creatividad y una actitud emprendedora bien generalizada en apoyo al esfuerzo propio son elementos indispensables para el cambio social. Si bien muchos gobiernos han reconocido la importancia de promover y facilitar la capacidad empresarial, se ha comprobado que en muchos casos sus políticas, involuntariamente, la limitan en lugar de ampliarla.

Empresarios nacionales

8. En las condiciones actuales, los países en desarrollo, donde la capacidad empresarial nacional es limitada, tienden a depender de las empresas transnacionales y los empresarios extranjeros. De ahí que los gobiernos hayan asignado una gran prioridad a la consecución de un alto nivel de capacidad empresarial y de gestión nacionales que permita a sus empresarios estar a la par de aquellos con quienes compiten internacionalmente.

9. En algunos países, las diferencias en la capacidad empresarial de diversos grupos étnicos son un motivo de preocupación política que induce a los gobiernos a fomentar y respaldar la capacidad empresarial de los grupos más débiles a fin de hacer más equitativas las condiciones económicas y sociales.

10. En el último decenio se han multiplicado los programas de apoyo a los empresarios en esferas concretas como las de la capacitación, la asistencia financiera y los servicios de divulgación, y todavía sigue aumentando el interés en medidas de esa índole, que son de una gran variedad y aún no han sido evaluadas cabalmente.

III. POLITICAS NACIONALES GENERALES

11. La contribución más importante que los gobiernos pueden hacer a la promoción de la capacidad empresarial tiene que ver con la política económica y social general. Altas tasas de crecimiento económico, bajas tasas de inflación, una infraestructura física y social desarrollada, un sistema fiscal que no grave excesivamente a las empresas, tipos de interés y de cambio realistas, y un régimen de comercio internacional eficiente son todos ellos elementos esenciales para un medio donde pueda desarrollarse la capacidad empresarial. Es posible que surja un conflicto entre la concesión de incentivos a las empresas y el mejoramiento de la distribución del ingreso. Pero la finalidad de este informe no es examinar los preceptos generales de política económica, sino centrar la atención en medidas concretas que se podrían tomar para promover la capacidad empresarial en el plano nacional. Con todo, si el medio es desfavorable, no es probable que ningún programa de fortalecimiento de la capacidad empresarial logre producir un cambio significativo; a este respecto, es oportuno hacer una breve referencia a algunas esferas de interés particular.

Marco jurídico y regulativo

12. El marco jurídico que rige y regula la actividad económica es parte esencial del medio en que funciona toda empresa. Los sistemas jurídicos de tenencia de la tierra a veces son muy complejos y variados, mientras que lo que se han creado en el sector moderno de la economía en respuesta a las necesidades de la industria y el comercio son más uniformes. Ellos se ocupan de la formación de empresas, las quiebras, la contabilidad y la comprobación de cuentas, las relaciones industriales, los tipos de tributación y otros aspectos.

/...

13. Tan importante como las leyes que hayan sido promulgadas es la seguridad de que ellas serán aplicadas de forma justa y predecible. Judicialmente el debido procedimiento y la transparencia son sobre todo vitales para los empresarios de medios modestos que no tienen los recursos de las grandes empresas nacionales o internacionales para tratar de lograr una reparación.

14. En todos los países se considera que la regulación de los negocios es esencial para velar por el interés público y proteger a la parte más débil cuando se plantean problemas como la seguridad en el trabajo, la protección del consumidor, la sanidad pública y la contaminación. Por ejemplo, en los países en desarrollo cuyos mercados se caracterizan por un grado insuficiente de competencia los gobiernos pueden regular los precios; en los casos en que el gobierno trata de orientar la inversión conforme a un plan de desarrollo, puede que se requieran permisos para las inversiones; y si la situación de la balanza de pagos es difícil, puede que se establezcan controles cambiarios y un régimen de licencias.

15. La regulación, cuando se torna excesivamente compleja y supera la capacidad administrativa, puede restringir la capacidad empresarial o llevarla a la clandestinidad. Las demoras costosas, la incertidumbre y la arbitrariedad pueden poner fin a las iniciativas de los empresarios, cuyos esfuerzos por cumplir los reglamentos pueden resultar demasiado costosos. Estudios realizados recientemente han dado pruebas convincentes de esos efectos. En muchos países han ido surgiendo una red de normas y reglas increíblemente complicadas sobre las empresas, las cuales, por su carácter complejo, difícil cumplimiento, aplicación arbitraria y entortezadora, así como costosa, plantean enormes dificultades para el desarrollo. Los permisos y las aprobaciones oficiales se convierten en fuente de ingresos para los órganos que los expiden y entrañan un alto costo para los empresarios que los necesitan. Se invierten tiempo e ingenio en evadir las normas, en lugar de dedicarlos a fines más productivos; se gastan recursos en aplicar reglas que por su propia naturaleza son imposibles de cumplir. "El otro camino", a saber, trabajar lícitamente, se ha convertido en la única solución lógica para muchos empresarios. La economía clandestina que ha surgido como resultado de ello es prueba de una considerable vitalidad empresarial, pero no es, evidentemente, una solución ideal y no permite que las empresas alcancen más que un moderado tamaño.

Ampliación y protección de los mercados

16. La insuficiencia de los medios de transporte y de comunicación sigue siendo un gran obstáculo para la integración del mercado interno en muchos países, así como para la expansión del comercio entre los países en desarrollo. De ahí que con frecuencia la ampliación y el mejoramiento de las redes de caminos ha servido de estímulo a un gran número de empresarios nacionales interesados en aprovechar las nuevas oportunidades.

17. Casi todos los gobiernos han tratado en ocasiones de reservar el mercado interno para las empresas nacionales imponiendo medidas proteccionistas. Esto en sí mismo puede favorecer tanto a los inversionistas extranjeros como a los empresarios nacionales; sin embargo, si a ello se suma un régimen selectivo para las inversiones extranjeras, su efecto sería discriminatorio y, además, violaría los principios de fronteras abiertas y no discriminación en el sistema de comercio internacional. En los países en desarrollo está muy generalizado el argumento de

la industria naciente, que se esgrime para favorecer o proteger a una nueva industria hasta que se hace competitiva mientras que la sustitución de importaciones como estrategia de desarrollo, ha desempeñado un papel importante en la promoción de las empresas nacionales, sobre todo cuando la situación económica internacional ha sido desfavorable, como sucedió en el decenio de 1930 y ha vuelto a suceder en el de 1980.

18. En decenios recientes, algunos países en desarrollo, fundamentalmente países de reciente industrialización, han aplicado estrategias orientadas hacia el exterior que se basan en el fomento de las exportaciones. En estos países, las empresas nacionales han tenido un auge extraordinario que ha sido acompañado por un comportamiento notable de la economía en su conjunto. Al parecer, esto se debe al empleo de una estrategia comercial orientada hacia el exterior, a la existencia de una sólida tradición empresarial, a la creación de oportunidades para las empresas y al rápido mejoramiento del nivel de educación.

Mercados de crédito y de capital

19. La falta de acceso a medios de financiación es el obstáculo a la capacidad empresarial que más suele citarse. En muchos países, los mercados monetario y de capital están fragmentados y en un estado relativamente rudimentario. El sector moderno de la economía puede estar relativamente bien atendido, pero las redes de sucursales bancarias con frecuencia no llegan a zonas remotas del interior del país. En muchos casos, los pequeños empresarios y granjeros nacionales no hablan el idioma utilizado por los bancos en sus negocios y, en cualquier caso, no son clientes bienvenidos debido al alto costo de tramitación de sus pequeños préstamos y al hecho de que no pueden ofrecer nada como garantía.

20. Se están haciendo muchos esfuerzos para mejorar los mercados de crédito y de capital, se está difundiendo el uso de los idiomas nacionales en las operaciones bancarias, y se están ampliando las redes de sucursales de los bancos. En la mayor parte de América Latina, y en la India, Indonesia, el Pakistán y Sri Lanka, para mencionar sólo algunos países, los bancos del sector público también están prestando servicios en pequeños centros urbanos y en centros para zonas rurales.

21. Es común encontrar mercados de crédito paralelos al de las instituciones oficialmente reconocidas. En la mayoría de los países de Asia y África los prestamistas y el sector no estructurado del mercado de crédito desempeñan un papel destacado y conceden créditos a los pequeños empresarios, aunque generalmente a altos tipos de interés. Los arreglos tradicionales y oficiosos entre amigos a quienes une la confianza mutua también son importantes. Las tontinas en África occidental y el crédito mediante cheettu (pagarés) en partes de Asia meridional son medios muy comunes de crédito. Además, en muchos países en desarrollo se han creado cooperativas de crédito. Empresas con gran fama y éxito, como el Comercial and Savings Bank de Somalia y el Grameen Bank de Bangladesh, conceden préstamos de monto reducido e interés módico a empresas de muy pequeña escala; la tasa de reembolso de esos préstamos ha sido excelente.

22. Las empresas que llegan a un cierto nivel cuantitativo y cualitativo de explotación pueden obtener fondos mediante la venta al público de acciones de capital. Aunque en la mayoría de los países en desarrollo los mercados de valores

siguen siendo de una importancia limitada, en algunos de ellos ya hay bolsas bien organizadas. Este es el caso, por ejemplo, de países latinoamericanos como la Argentina, el Brasil, Colombia, Chile, México y Venezuela; en Asia, Filipinas, la India, Indonesia, el Pakistán y muchos de los países más pequeños de reciente industrialización; y en Africa, Côte d'Ivoire, Kenya, Nigeria y Zimbabwe.

23. Los gobiernos de la mayoría de los países en desarrollo han creado instituciones de crédito a largo plazo y de financiación del desarrollo que conceden préstamos a empresas pequeñas y medianas e invierten en ellas. Los resultados no han sido uniformes, pero es evidente que el crédito es uno de los medios esenciales para la promoción de la capacidad empresarial en el plano nacional.

Educación

24. Es lógico suponer que la educación general fomente la capacidad empresarial. A todas luces, la alfabetización y los conocimientos de aritmética parecen ser esenciales. No obstante, es difícil establecer un vínculo claro entre la educación y la capacidad empresarial, y los estudios acerca de esta relación no han sido concluyentes. Hay países en desarrollo que han alcanzado altos niveles de alfabetización y un rápido crecimiento económico y técnico, mientras que en otros con niveles igualmente altos de alfabetización no se ha despertado la capacidad empresarial. La enseñanza de nivel superior por sí sola tampoco es suficiente para promover esa capacidad. En algunos países en desarrollo con un gran número de flamantes profesionales especializados en el comercio, la ingeniería y las ciencias esos profesionales se caracterizan más por el desempleo que comparten que por su espíritu empresarial.

25. Hace un decenio algunos sistemas de enseñanza eran objeto de burla por basarse en "el aprendizaje de memoria", que se consideraba que no promovían la creatividad y la iniciativa. En la actualidad, todo parece indicar que de esos sistemas han surgido los empresarios más dinámicos y de mayor éxito.

26. No cabe duda de la importancia de la educación y los conocimientos especializados en el proceso de desarrollo, ni de la gran necesidad de especialistas administrativos, técnicos y científicos. Pero, al parecer, todo ello por sí solo no es suficiente para crear un espíritu empresarial, es decir, tomar la iniciativa de fundar una empresa y hacerla prosperar.

IV. PROGRAMAS PARA PROMOVER LA CAPACIDAD EMPRESARIAL

Empresarios de todo tipo

27. Como resultado del nuevo interés que se ha despertado durante los últimos años en el desarrollo de la capacidad empresarial, se ha llegado a comprender que si bien los empresarios reúnen condiciones poco comunes, el espíritu de empresa es una fuerza de cambio social que subyace en toda la sociedad y que constituye un elemento indispensable para el desarrollo.

28. De ahí que se haya centrado la atención en la capacidad empresarial en un gran número de contextos diferentes, y que la tarea de formar y prestar apoyo a los empresarios ya no pueda considerarse como único tipo de actividad, ya que la capacidad empresarial plantea, por su diversidad, problemas muy diferentes. Para ilustrar este hecho y sin pretender en modo alguno abarcar todas las circunstancias, a continuación se enumeran distintos aspectos de la cuestión:

a) La formación de pequeños empresarios para que funden empresas con alguna posibilidad de crecimiento es la manera más común de promover la capacidad empresarial. Uno de los mejores ejemplos al respecto es el Programa de fomento de la capacidad empresarial (Entrepreneurship Development) de la India. Su éxito es atribuible a la cooperación establecida entre los organismos y las instituciones financieros que ejecutan políticas de fomento de la capacidad empresarial, y a la combinación en un mismo programa de las actividades de información, asesoramiento y financiación. Programas similares se han ejecutado en Filipinas, Ghana, Indonesia, Kenya, Malasia y Tailandia.

b) La promoción de empresas de nivel comunitario, denominadas microempresas o empresas de aldea, en zonas rurales y urbanas también despierta hoy un marcado interés. Ello refleja una preocupación creciente por el problema de la pobreza y dudas cada vez mayores acerca de la eficacia de las estrategias de desarrollo basadas en la teoría de la filtración.

c) La necesidad de contar con empresarios nacionales capaces de administrar empresas de alta tecnología se ha reconocido en varios países. La combinación de los recursos de los sectores público y privado en instituciones tales como la Korea Technology Development Corporation y la Korea Development Finance Company ha demostrado ser un medio útil de promoción de las empresas de alta tecnología.

d) En muchos países en desarrollo se ha prestado atención al papel de la mujer empresaria. Se han organizado programas especiales tendientes a promover dicho papel porque con frecuencia se excluye a la mujer de las instituciones y los recursos que se consideran necesarios para que sus actividades deriven en la formación de verdaderas empresas. La prestación de asistencia a la mujer puede tener una repercusión considerable en las estructuras socioeconómicas y contribuir de forma significativa al desarrollo económico.

e) En muchos países la capacidad empresarial en los organismos y las empresas del sector público es una preocupación fundamental, que ha derivado en la realización de estudios amplios sobre las formas de promover dicha capacidad y en la ejecución de diversos programas que apuntan a formar gerentes, descentralizar la toma de decisiones y recompensar debidamente a los gerentes. Otros se concentran en la planificación de las empresas públicas, el mejoramiento de los sistemas de información y el desarrollo de nuevas tecnologías.

29. Todo esto significa que se reconoce, en general, el papel fundamental que desempeñan las personas creadoras, innovadoras y eficientes de todos los estratos sociales.

Capacitación y enseñanza

30. Como resultado de tal reconocimiento, en los últimos diez o más años se ha organizado toda una gama de programas para promover el espíritu empresarial. Aunque la concepción de los programas varía considerablemente, en la mayoría de ellos se incluyen cuatro elementos: el acceso a fuentes de financiación, la prestación de asistencia técnica (actividades de divulgación), el suministro de capacitación y el desarrollo social de los grupos más pobres de la sociedad. En algunos programas se recalca la formación básica en técnicas de gestión y en cuestiones relativas a la creación de pequeñas empresas; otros tienen por objeto servir de inspiración; y algunos están encaminados fundamentalmente a facilitar un nivel moderado de crédito, así como apoyo y asesoramiento, a pequeñas empresas y microempresas durante un período de tiempo prolongado.

31. El sistema de las Naciones Unidas y los bancos regionales de desarrollo contribuyen de diferentes formas a promover la capacidad empresarial en el plano nacional. Organismos tales como el Fondo Monetario Internacional, el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (Banco Mundial) y los bancos regionales de desarrollo prestan asesoramiento sobre las políticas necesarias para mantener condiciones económicas que tiendan en general a fomentar la creación y expansión de la capacidad empresarial. Algunos organismos han desempeñado un papel destacado en las esferas de su competencia: la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), en los sectores del comercio y el transporte marítimo estatales; la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI), en relación con la industria; la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO), en los sectores de la agricultura y la alimentación. Otros se han ocupado de determinados elementos de la promoción de la capacidad empresarial, como la capacitación (Organización Internacional del Trabajo (OIT)) y el acceso a la financiación mediante la emisión de valores (Corporación Financiera Internacional (CFI)).

32. La OIT, la ONUDI, el Centro Internacional de Empresas Públicas de los Países en Desarrollo, la UNCTAD, el Departamento de Cooperación Técnica para el Desarrollo y las comisiones regionales de las Naciones Unidas han fomentado la creación de la capacidad empresarial mediante actividades de cooperación técnica, especialmente de capacitación. Las publicaciones sobre diversos aspectos de la promoción de la capacidad empresarial son un elemento importante de las actividades de cooperación técnica. Igualmente importante es la organización de seminarios y simposios que promueven el intercambio de información y experiencias. El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, además de ejecutar sus propios proyectos de cooperación técnica, financia las actividades de varias organizaciones intergubernamentales y realiza estudios sobre la viabilidad de centros de fomento de pequeñas empresas en el campo de la tecnología.

33. Uno de los objetivos de las actividades de cooperación técnica y de otra índole que realizan las organizaciones intergubernamentales es contribuir a la creación y el perfeccionamiento de instituciones que respalden el desarrollo de empresas. Varias organizaciones intergubernamentales han prestado considerable asistencia a instituciones de capacitación e investigación, organizaciones de gestión, instituciones de crédito y otras instituciones financieras, incluidas bolsas de valores y organizaciones de regulación.

34. Las instituciones financieras multilaterales, los bancos regionales de desarrollo y el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA) son fuentes de financiación de pequeñas empresas de los países en desarrollo. Desde hace tiempo, el Banco Mundial y los bancos regionales de desarrollo proporcionan créditos a las empresas del sector público. Estas instituciones y la CFI también han suministrado fondos para la creación de instituciones financieras que, a su vez, conceden préstamos a empresas nacionales e invierten en su capital accionario. Recientemente, también han comenzado a invertir directamente en el capital social de empresas privadas. El FIDA ha desempeñado un papel particularmente activo en la financiación de empresas muy pequeñas del sector rural.

35. Las organizaciones no gubernamentales han hecho muchos esfuerzos por atender la necesidad de promover la capacidad empresarial en el plano nacional. Por ejemplo, cabe mencionar el Trickle Up Programme, la Cámara Junior Internacional (Jaycees International), el Comité de Oxford para el Socorro en Casos de Hambre (OXFAM), el Instituto Internacional de Reconstrucción Rural, la Alianza Cooperativa Internacional, la Women's World Banking, la Cámara Internacional de Comercio, y muchas otras organizaciones que suministran recursos financieros y asistencia técnica, sobre todo a empresas muy pequeñas. El Grupo Internacional de Desarrollo Tecnológico y la Small-Scale Industries Development Organization constituyen fuentes importantes de tecnología. La National Alliance of Young Enterprises, en la India, la Asociación Mundial de Campesinas, y la Asamblea Mundial de Empresas Pequeñas y Medianas mantienen programas de capacitación.

36. Recientemente ha despertado mucho interés la posibilidad de exportar a países con diferentes culturas e infraestructuras los modelos de promoción empresarial que han arrojado resultados positivos. La experiencia recogida hasta el momento indica que, una vez que se adaptan a las condiciones locales, los modelos importados pueden ser un útil complemento de los nacionales.

37. Las organizaciones no gubernamentales suelen ser las más apropiadas para prestar asistencia a los empresarios del sector no estructurado de la economía, razón por la cual algunos programas oficiales de asistencia les prestan apoyo con esa finalidad.

Experiencia adquirida

38. Los esfuerzos por promover y apoyar la capacidad empresarial de los países en desarrollo son tan diversos, y en la mayoría de los casos tan recientes, que no admiten un juicio general. Aún siguen siendo en gran medida experimentales. No hay muchas razones para preocuparse por la duplicación de esfuerzos, y hay un interés creciente en compartir experiencias. Ello se refleja en la labor del Committee of Donor Agencies for Small Enterprise Development que, con asistencia de secretaría proporcionada por el Banco Mundial, se ocupa de intercambiar información sobre los programas y actividades de los organismos participantes.

39. En lo que respecta a los programas de formación destinados a fomentar el espíritu empresarial, a veces se expresa escepticismo en cuanto a si tal espíritu es susceptible de creación. Los críticos sostienen que si esta es una cuestión que depende de la personalidad y creatividad de las personas, es posible que la enseñanza pueda aportar sólo muy poco y que los pasantes que se seleccionan no sean las personas indicadas.

40. Hasta el momento se han registrado casos de logros notables, como en el modelo indio, y casos en que los resultados han sido desalentadores. Por ejemplo, en Kenya, luego de ingentes gastos y decenas de proyectos, el número de empresas con 10 a 50 empleados aumentó apenas ligeramente, mientras que las microempresas se multiplicaron con gran rapidez, pese a que no se les prestó atención ni asistencia. Muchos de los programas que se han realizado en todas partes han sido experimentales y no han dado los resultados que justificarían su conversión en actividades y programas permanentes. Los problemas más frecuentes de los programas son la deficiente concepción de los componentes de crédito y comercialización, la fijación de tipos de interés y tasas para los usuarios exageradamente bajos, y la mala organización del suministro de asistencia técnica. Además, los métodos de supervisión tienden a ser demasiado complicados y no se realizan evaluaciones periódicas de los resultados.

41. Con todo, según se concluye en una encuesta de la OIT sobre la formación de empresarios para las pequeñas empresas, "esta actividad ha madurado en el último decenio. Existen suficientes programas con una proporción de 60 a 70% de pasantes que abren y explotan con éxito nuevos negocios, de lo que se desprende que es posible formar empresarios".

42. Sería un grave error sostener que se conoce lo suficiente sobre la forma en que se puede aumentar la capacidad empresarial en el plano nacional, y que con asignaciones generosas de recursos para lograr ese aumento se aceleraría el cambio estructural o se sentarían las bases para el crecimiento futuro. Pero también sería errado pasar por alto el hecho de que mucho de lo que se está haciendo en esta esfera abre nuevos caminos de desarrollo, que se ha adquirido una experiencia considerable y que está en marcha un experimento sumamente importante.
