

PERCEPCIÓN DE LOS EMPRESARIOS CON RESPECTO AL CUMPLIMIENTO DE CRITERIOS PARA IMPLANTAR ESTRATEGIAS BASADAS EN RECURSOS ORIENTADAS AL CRECIMIENTO EMPRESARIAL EN LAS PYMES DE SANTIAGO DE CALI - COLOMBIA¹

PERCEPTION OF THE BUSINESSMEN WITH RESPECT TO COMPLIANCE WITH CRITERIA TO IMPLEMENT STRATEGIES BASED ON RESOURCES BUSINESS GROWTH-ORIENTED SMES IN SANTIAGO DE CALI - COLOMBIA

PERCEPÇÃO DOS EMPREGADORES EM RELAÇÃO AO CUMPRIMENTO DE CRITÉRIOS PARA IMPLEMENTAR ESTRATÉGIAS BASEADAS EM RECURSOS PME ORIENTADAS AO CRESCIMENTO DE NEGÓCIOS EM SANTIAGO DE CALI - COLÔMBIA

Por: AGUILERA CASTRO - Adriana, VIRGEN ORTIZ - Viviana, RIASCOS ERAZO - Sandra Cristina

Magíster en Ciencias de la Organización, Universidad del Valle. Profesora Asociada Departamento de Administración y Organizaciones, Facultad de Ciencias de la Administración, Universidad del Valle. Email: adriana.aguilera@correounivalle.edu.co, Colombia.

Magíster en Ciencias de la Organización, Universidad del Valle. Profesora Contratista Departamento de Administración y Organizaciones, Facultad de Ciencias de la Administración, Universidad del Valle. Email: viviana.virgen@correounivalle.edu.co, Colombia.

Doctora en Ingeniería Informática, Universidad Carlos III de Madrid. Profesora Titular Departamento de Administración y Organizaciones, Facultad de Ciencias de la Administración, Universidad del Valle. Email: sandra.riascos@correounivalle.edu.co, Colombia.

Recibido: 19 de octubre de 2015

Aprobación definitiva: 12 de enero de 2016

RESUMEN

El objetivo de este artículo es presentar el análisis de los criterios considerados por empresarios para lograr el crecimiento empresarial desde las estrategias de penetración de mercados, desarrollo de mercados y desarrollo de productos, en las pequeñas y medianas empresas de Santiago de Cali – Colombia, a partir

1. Este artículo es parte de los resultados del proyecto de investigación titulado: Aplicación de un Modelo de Formulación de Estrategias para la Generación de Políticas de Crecimiento Empresarial en las PYMES de Santiago de Cali - Colombia (C.I. 8097). Financiado por la Universidad del Valle - Colombia.

de la perspectiva basada en los recursos. En cuanto a la metodología, se realizó un diagnóstico por medio de la aplicación de un cuestionario, en el que se seleccionaron 27 criterios que representan los indicadores de las estrategias de crecimiento que pueden ser implantadas por las Pymes desde la perspectiva basada en recursos; estos criterios se inscriben dentro de las estrategias de penetración de mercados, desarrollo de mercados y desarrollo de productos. Los resultados indican que los empresarios de las Pymes estudiadas, no utilizan los recursos con "capacidad sobrante" para invertirlos en nuevas áreas de oportunidad que orienten las empresas al crecimiento.

Palabras Claves: Percepción, Recursos, Estrategias, Pymes

JEL: M10

ABSTRACT

The aim of this paper is to present an analysis of the criteria considered by entrepreneurs to achieve business growth from the strategies of market penetration, market development and product development in small and medium enterprises in Santiago de Cali - Colombia, from the resource-based perspective. In terms of methodology, a diagnosis through a questionnaire, in which 27 criteria that represent indicators of growth strategies that can be implemented by SMEs from resource-based perspective were selected is made; these criteria fall within the strategies of market penetration, market development and product development. The results indicate that entrepreneurs of SMEs studied, do not use the resources to "spare capacity" to invest in new areas of opportunity to guide business growth.

Keywords: Perception, Resources, strategies, SMEs

JEL: M10

RESUMO

O objetivo deste trabalho é apresentar uma análise dos critérios considerados pelos empresários para alcançar o crescimento dos negócios das estratégias de penetração de mercado, desenvolvimento de mercado e desenvolvimento de produtos em pequenas e médias empresas em Santiago de Cali - Colômbia, a partir da perspectiva baseada em recursos. Em termos de metodologia, um diagnóstico através de um questionário, em que 27 critérios que representam indicadores de estratégias de crescimento que podem ser implementadas pelas PME da perspectiva baseada em recursos foram selecionados é feita; Estes critérios são abrangidas as estratégias de penetração de mercado, desenvolvimento de mercado e desenvolvimento de produtos. Os resultados indicam que os empresários das PME estudada, não use os recursos a "capacidade de reserva" para investir em novas áreas de oportunidade para orientar o crescimento do negócio.

Palavras chaves: percepção, Recursos, estratégias, PME

JEL: M10

En este caso solo se abordan los criterios definidos para las estrategias de penetración de mercados, desarrollo de mercados y desarrollo de productos, desde la perspectiva basada en los recursos; en trabajos posteriores se pueden analizar los criterios definidos desde la perspectiva basada en el ciclo de vida y la perspectiva basada en la motivación; esto podría permitir un nivel interesante de comparación e identificar claramente cuál de las tres perspectivas es la más usada por las Pymes de Santiago de Cali – Colombia para orientarse al crecimiento desde la formulación de sus estrategias, según la percepción de los empresarios.

REFERENCIAS

1. AGUILERA, A. (2010). Direccionamiento estratégico y crecimiento empresarial: algunas reflexiones en torno a su relación. En: *Pensamiento y gestión*, No. 28, p. 85-106.
2. AGUILERA, A. Y VIRGEN, V. (2013). Principales indicadores de crecimiento empresarial en las pequeñas y medianas empresas: Caso Santiago de Cali – Colombia. *Global Conference on Business and Finance Proceedings*, 8 (2), 992-997.
3. AGUILERA–CASTRO, A. Y VIRGEN–ORTIZ, V. (2013). Aplicación de un modelo de formulación de estrategias para evidenciar la orientación al crecimiento empresarial en Pymes: Santiago de Cali – Colombia. En: *Entramado*, 9 (2), 82-97.
4. AGUILERA, A Y VIRGEN, V (2014). Principales indicadores de crecimiento empresarial en las pequeñas y medianas empresas: Caso Santiago de Cali – Colombia. En: *Revista internacional administración y finanzas*, 7 (6), 27-44.
5. ANSOFF, I. (1997). *La dirección estratégica en la práctica empresarial* (Segunda ed.). México: Addison Wesley Logman.
6. BLANK, B. L. (2002). *La administración de las organizaciones: Un Enfoque Estratégico* (Tercera ed.). Santiago de Cali: Artes Gráficas del Valle. Facultad de Ciencias de la Administración. Universidad del Valle.
7. BLÁZQUEZ, F.; DORTA, J. A. Y VERONA, M. C. (2006). Concepto, perspectivas y medida del Crecimiento empresarial. En: *Cuadernos de Administración PUJ*, 19 (31), 172-174, 176-180, 184, 185, 187.
8. DAVID, F. R. (1997). *Conceptos de administración estratégica* (Quinta ed.). México: Prentice Hall Hispanoamericana.
9. DAVID, F. R. (2003). *Conceptos de administración estratégica* (Novena ed.). México: Pearson Educación.
10. FORCADELL, J. F. (2004). *El crecimiento empresarial desde el enfoque basado en los recursos. Hacia un modelo integrador*. Documentos de trabajo Nuevas tendencias en dirección de empresas. DT 12. [En línea] Disponible en: <http://catedradiversificacion.unizar.es/contenidos/publicaciones/Elcrecimientoempresarial.pdf>
11. FRANCÉS, A. (2006). *Estrategia y planes para la empresa* (Primera ed.). México: Pearson Prentice Hall.
12. HILL, C. W. & JONES, G. (2005). *Administración estratégica: un enfoque integrado* (Sexta ed.). México: McGrawHill.
13. HITT, M. A., BLACK, J. S. & PORTER, L. W. (2006). *Administración* (Primera ed.). México: Pearson Prentice Hall.
14. LAÍNEZ GADEA, J. A. & BELLOSTAS PÉREZ-GRUESO, A. J. (1991). La planificación y gestión estratégica en grupos multinacionales: los modelos de simulación. En: *Revista española de financiación y contabilidad*, 21 (67), 506, 508.
15. MELGAREJO, L. M. V. (1994). Sobre el concepto de percepción. *Alteridades*, 4(8), 47-53.
16. MORALES, P. (2008) *Estadística aplicada a las Ciencias Sociales*. Madrid: Universidad Pontificia Comillas.
17. SÁNCHEZ, C. A., SUANES, A. M. & ESPINOSA, M. B. (2012). Tendencias Actuales desde la perspectiva basada en los recursos. *Inf. Comer. Española, ICE Revista económica*, (865), 119-130.
18. WERNERFELT, B. (1984): A Resource – Based View of the Firm, *Strategic Management Journal*, volumen 5, pp. 171-180.
19. WHEELER, T. L. & HUNGER, J. D. (2007). *Administración estratégica y política de negocios* (10 ed.). (M. A. Sánchez, Trad.) México: Pearson Educación.