

Aproximaciones conceptuales al desarrollo empresarial

Approaches to business development concept

Jaime Eduardo González Díaz¹.

Resumen

El propósito de este artículo es establecer la delimitación conceptual del desarrollo empresarial dentro del desarrollo económico por medio de la indagación bibliográfica, con el fin de identificar las diferencias de esta dimensión frente a otras categorías conceptuales. La importancia de este trabajo está dada por el hecho de las pocas y muy confusas descripciones que se tienen del desarrollo empresarial, por lo cual existe la necesidad de hacer una serie de puntuaciones sobre la definición misma de este concepto, sobre sus niveles de aplicación y sobre las formas de hacer desarrollo empresarial. Este texto presenta una definición de desarrollo empresarial, sus niveles de actuación, sus perspectivas y las estrategias de desarrollo empresarial.

Palabras clave: Crecimiento; Desarrollo; Desarrollo Empresarial; Estrategias.

¹ Magister en Desarrollo Empresarial de la Universidad del Magdalena. Doctorante en Ciencias Sociales en la Universidad de Zulia. Docente Investigador en la Fundación Universitaria Tecnológico Comfenalco.

jegd02@yahoo.com

CÓDIGO JEL: M19

Fecha de recepción: Septiembre de 2014 / Fecha de aceptación en forma revisada: Noviembre 2014

AGLALA ISSN 2215-7360 2014;

5 (1): 86-106

Abstract

The purpose of this paper is to establish the conceptual delimitation of business development in economic development, through bibliographic inquiry in order to identify differences in this dimension over other conceptual categories. The importance of this work is given by the fact the few and very confusing descriptions about business development, so there is the need to make a series of scores on the definition of this concept, their levels of implementation and on ways to make business development. This text will present a definition of business development, its levels of performance, prospects and business development strategies.

Keyword: Growth; Development; business Development; strategies.

Introducción

La historia demuestra que el emprendedor es la célula madre, el alma máter de cualquier actividad empresarial, aunque no se lleve a cabo dentro de una empresa. La Comisión Europea ha reconocido en su libro verde la importancia del espíritu empresarial en su Comunicación de 2004 (citado en Pieschacón, 2006) al constatar textualmente:

El espíritu empresarial es un motor principal de la innovación, la competitividad y el crecimiento. Debido a su intensa presencia en sectores clave como los servicios y las actividades basadas en el conocimiento, las empresas más pequeñas y los empresarios desempeñan hoy en día un papel fundamental en la economía. Se ha observado una correlación positiva y sólida entre espíritu empresarial y resultados económicos en términos de crecimiento, supervivencia de empresas, innovación, creación de empleo, cambio tecnológico, incremento de la productividad y exportaciones. (p. 37).

El desarrollo sostenible de las empresas, especialmente de las pequeñas y medianas (Pyme) en un entorno global cada vez más complejo, en el que la productividad y la competitividad se constituyen en elementos claves de éxito, resulta un tema de primera importancia en lo relacionado con el desarrollo económico y social. Por todo lo anterior este texto pretende hacer algunas aclaraciones entre los conceptos de desarrollo y crecimiento empresarial, algunas delimitaciones entre el desarrollo económico macro, el desarrollo económico local y el desarrollo empresarial, y clarificar cuales son las estrategias y acciones que competen a cada uno de estos niveles.

Desarrollo empresarial

La perspectiva de investigación del oficio empresarial (entrepreneurship theory), ha experimentado un gran desarrollo en las tres últimas décadas. Esto es debido al papel central que tiene la comunidad científica concerniente al empresariado por su papel en el crecimiento y desarrollo de la economía mundial. (Weneker y Thurik, 1999; Audretsch y Thurik 2000; Santos, 2004).

A nivel empírico, el papel preponderante de los empresarios se relaciona con las importantes transformaciones que ha acontecido en los últimos años. Entre ellas, es de destacar las que tienen su enfoque en el desarrollo tecnológico, de la mano del proceso global que ha permitido la liberalización de los mercados y la integración de los estados anteriormente comunistas al capitalismo. Todo esto, ha generado grandes competencias, acompañado de incertidumbre y fragmentación de mercados, trayendo como consecuencia, el necesario incremento de la creatividad e innovación para estar a la altura de los desafíos globalitarios. (Carlsson, 1996; Carree, Van Stel y Wenekers, 2001).

Ante esto, se puede inferir que la apertura de los mercados ha generado una mayor competencia, teniendo presente que uno de los pilares de la globalización es la

competitividad. Ante esto, las empresas ya no solo compiten a nivel local, sino a nivel global con grandes corporaciones mundiales y, para hacer frente a esto, es necesario la creatividad y el cambio constante.

Por otro lado, a nivel teórico, el papel del empresariado ha encontrado campo desde los años setenta debido al nuevo paradigma de desarrollo desde abajo (bottom-up). Lo que este modelo propugna, es que el desarrollo está muy estrechamente ligado a la función de los empresarios autóctonos, las nuevas y pequeñas empresas y a su disponibilidad de adaptación al entorno (Cappellin, 1992). Esto da a entender, que si una economía no experimenta progreso de manera sostenida, es debido, en primer lugar, a que las grandes compañías que están situadas en un territorio determinado han venido a menos con la iniciativa emprendedora de la población y, en segundo lugar, que a pesar de los incentivos que el Estado hace, existe escasez de oferta empresarial de calidad en ciertos lugares.

No hay que perder de vista, que la ética empresarial también forma parte del ámbito teórico de la administración, esto porque las sociedades están enmarcadas dentro de diversas culturas lo cuales tienen a su vez diferentes niveles morales de acción (Castro, 2013).

Por otra parte, desde una perspectiva teórica, se ha podido comprobar que al fin e papel del empresario ha encontrado acomodo desde los años setenta en el nuevo paradigma del modelo de desarrollo desde abajo (bottom-up). Según este modelo, el desarrollo se encuentra ligado muy directamente al papel de los empresarios autóctonos, las nuevas y pequeñas empresas y a su flexibilidad para adaptarse al entorno (Cappellin, 1992). Se parte de la idea de que si una economía no progresa de forma sostenida es o bien porque las grandes empresas y corporaciones situadas en su territorio reducen la iniciativa emprendedora de la población o bien porque, independientemente de los incentivos que se promueven desde los Poderes Públicos, hay escasez de oferta empresarial de calidad en ciertas zonas.

La temática sobre el desarrollo desde siempre ha sido una preocupación constante en los estudios sociopolíticos y económicos. Actualmente existe una vasta literatura sobre ese tema; sin embargo, mucha de tal literatura parece confundir, en muchos casos, las concepciones básicas del desarrollo para con los de crecimiento, por ello resulta de particular interés e importancia discutir un poco más ampliamente el tema (Castro, 2007).

Debido a los varios usos que se ha dado al término de desarrollo, no es fácil conseguir un consenso en ello, esto porque muchas veces se inicia en una conceptualización teniendo como fundamento la finalidad de la utilización del mismo o en el espectro en el cuál se está trabajando. Igualmente, el desarrollo como concepto es usado por estudiosos que van desde políticos, economistas, filósofos, etc. (Cervantes y Pilataxi, 2011).

Al nivel de la empresa, la discusión es más confusa aun, pues la literatura a este respecto no es abundante, y lo que se presenta como desarrollo empresarial en muchos casos está más relacionado con desarrollo económico. Igualmente, se ha hecho más énfasis y existen mayores claridades conceptuales y aplicadas en cuanto al tema del crecimiento empresarial. Pero diferentes actores, de diversos órdenes, destacan la importancia de esta unidad económica como agente de desarrollo.

Así los individuos y las empresas, las ciudades, las regiones y los países podrían aumentar su tamaño y volúmenes; ante tales hechos, se está frente a un aumento en sus dimensiones y magnitudes y se puede afirmar que los tales han logrado un crecimiento. La categoría conceptual del desarrollo, a diferencia del crecimiento, no está ligada con aspectos relacionados a cantidad, tamaño ó dimensión, y aún, tal vez, ni siquiera a aspectos tangibles, aunque sí mensurables; por el contrario lejos de considerar aspectos cuantitativos el desarrollo está estrechamente relacionado con aspectos cualitativos, es decir no es tan importante la cantidad, sino la calidad.

Todo proceso humano de desarrollo (Varela y Bedoya, 2006), en cualquier actividad, está fundado en tres grandes nociones, que conforman el inicio del proceso empresarial: la noción de cambio, de acción y de mejora. En primer lugar, la noción de cambio, que está inmersa la modificación y que ha llevado al ser humano a usar sus capacidades creativas para buscar nuevas opciones, de la mano con nuevas soluciones, o en otras palabras, a innovar. La noción de acción, que tiene que ver con la realización, de hacer posible la ejecución de hechos y eventos, sean estos de índole material o espiritual. La noción de mejoramiento, que habla sobre la superación, lo cual admite dar dirección a los cambios hacia la consecución de mejores situaciones y/o resultados.

Al ser aplicados tales nociones básicas a cualquier aspecto empresarial de éxito y en especial a un exitoso empresario, se admite que los tales pueden llegar a ser un modelo de transformación basado en cuatro elementos, los dos primeros enfocados a la noción de cambio, y cada uno de los otros con enfoque a las nociones de acción y de mejoramiento.

Estos cuatro elementos del patrón de transformación, son:

- La habilidad de reconocer nuevas maneras de desarrollo y progreso (nuevas oportunidades), necesarias para la humanidad en cualquiera de sus múltiples facetas.
- La habilidad para encontrar, por medio de pasos creativos e innovadores, soluciones para esas necesidades o deseos.
- La necesidad y decisión de poner en ejecución tales soluciones.
- La capacidad de continuar con esa actitud, de replicar este ciclo, de dar correctivos a los errores que se presenten y de edificar sobre los aciertos que identifican (Principio de Mejoramiento).

Luego del anterior análisis, se puede decir que el desarrollo empresarial representa el conjunto de acciones para el cambio de una empresa que tiene por finalidad el crecimiento y la mejora de su desempeño, sea aumentando su presencia en el mercado o su

competitividad (Martínez, 2006). Igualmente, es el paso a paso por lo que a través de ello el empresario y su staff consiguen o fortalecen sus habilidades y destrezas, tanto así, que ayude al crecimiento de forma sostenida de la organización. En otras palabras, el crecimiento solo trae aumento, mientras que el desarrollo trae consigo cambio y mejora

Principales perspectivas sobre el desarrollo empresarial

Blázquez, Dorta y Verona (2006), plantea como el interés suscitado por la teoría de la función empresarial ha generado el planteamiento de diferentes visiones que estos autores presentan como perspectivas del crecimiento empresarial, pero las cuales desde el presente análisis hacen más referencia al desarrollo que al crecimiento, pues se entiende el crecimiento como una consecuencia del desarrollo. Entre las más utilizadas por la literatura se encuentran las siguientes: 1) perspectiva del ciclo de vida, 2) perspectiva basada en los recursos y 3) perspectiva basada en la motivación.

Perspectiva del ciclo de vida

Una de las teorías más desarrolladas sobre el crecimiento empresarial se atribuye, según Whetten (1987), a Boulding (1950), quien realizó un acercamiento entre la biología y la economía, al describir a la sociedad como un gran ecosistema en el que cada organización se comporta según la interacción entre una ley interior de crecimiento y la supervivencia ante un entorno hostil con otros organismos.

Desde esta perspectiva, la empresa va evolucionando por fases, donde cada fase es consecuencia de una revolución de la anterior, lo cual genera una curva de crecimiento gradual con períodos de crecimiento interrumpidos por crisis volátiles. Así, la empresa va evolucionando hacia la siguiente fase de crecimiento. La lógica de este modelo de crecimiento discontinuo es que en cada fase de crecimiento la empresa debe adoptar una

configuración específica, que viene determinada por las relaciones entre el tamaño, la edad, la estrategia, la estructura de organización y el entorno.

Perspectiva basada en los recursos

De esta forma, el modelo de crecimiento basado en la teoría de recursos se centra en la existencia de recursos con capacidad sobrante, susceptibles de ser empleados en nuevas áreas de actividad como inductores a la decisión del crecimiento empresarial en el que, sin duda, desempeña un papel primordial la actitud emprendedora del empresario o directivo.

No obstante, esta teoría tiene determinadas limitaciones en su déficit de interacción a través de los recursos internos y del entorno, seguido de la exagerada importancia que se le brinda a los directivos (Canals, 2000), la teoría sustentada en los recursos ha tendido un claro adelanto al dar un reenfoque al campo de la dirección estratégica hacia las características internas de la empresa, al dar consideración a los recursos internos como fuente primordial de ventajas competitivas.

Perspectiva basada en la motivación

Aunque ya hay muchas teorías sobre la motivación que han sido agrupados por Abad (1996), por un lado, aquellas que repercuten principalmente en el proceso que da terreno a la motivación y, por otro lado, las que se enfocan en establecer las necesidades de los seres humanos. Ahora, desde el enfoque de la teoría de la organización, el desarrollo de lo teórico motivacional le es atribuido a Miner (1980² y 1990), el cual expone que existe un sistema determinado de motivación o sumario de valores asociados con el éxito en diferentes contextualizaciones de la organización. Este autor reflexiona que los empresarios están más enfocados en llevar a cabo un sistema de tareas o rutinas que en tomar en sí un sistema de rol

² Cfr. por Miner, Crane y Vandenberg (1994).

más adecuado para la función de alta dirección que deben llevar adelante. De esta manera, concibe que tomar una actitud más positiva hacia el logro de las personas, el buscar el feedback, la innovación personal, la alineación hacia el futuro o impedir riesgos innecesarios aumentarán las posibilidades para que la empresa logre el éxito deseado.

En definitiva, la perspectiva basada en la motivación ayuda a entender por qué algunos empresarios o directivos actúan de una manera determinada o cómo afrontan mayores riesgos en determinadas decisiones, sobre todo en lo referente al crecimiento empresarial; mientras que otros, con idénticos e incluso mayores recursos, no desarrollan una actitud más emprendedora. De ahí que dicha perspectiva se centre más en las actitudes individuales que en el conjunto de la organización o, como especifican Davidsson y Wiklund (1999), en la estructura de gobierno como unidad de análisis.

Áreas de actuación del desarrollo empresarial

Algunas áreas de actuación vinculadas con el desarrollo empresarial están relacionadas con la creación de firmas y las principales orientaciones de las políticas de fortalecimiento y una segunda sección que se concentra en las acciones de estímulo a la articulación empresarial.

La creación de empresas

El proceso emprendedor, diferenciando tres fases principales: a) la gestación del proyecto, b) la puesta en marcha de la actividad y c) el desarrollo inicial de la firma. La primera fase agrupa factores y eventos previos a la formalización de la actividad: I) las motivaciones (económicas y no económicas) para ser empresario, II) los ámbitos (familia, sistema educativo, tejido empresarial, instituciones empresariales) que contribuyen a la formación de agentes empresarios, III) las fuentes de oportunidades de negocios, IV) las

redes personales y redes de captación de oportunidades y V) la disponibilidad y acceso a información relevante.

La segunda fase corresponde a la toma de decisión y la creación misma de la empresa: a) la decisión de emprender, b) el acceso a los factores productivos y la movilización de los recursos necesarios y c) las fuentes de financiamiento. La última fase se concentra en la etapa crítica de los primeros años de vida de la firma, período en el cual gran parte de las nuevas empresas fracasa y muere el emprendimiento, destacándose: I) la captura e instalación en el mercado, II) el financiamiento de la operatoria corriente y III) la formación del equipo de trabajo, reclutamiento y contratación de personal idóneo (técnico, profesional y obrero).

Apoyo a las pequeñas y medianas empresas

Las políticas de apoyo a las pequeñas y medianas empresas, diseñadas en los países de la región en la década de 1990, muestran un panorama complejo. Pese a las diversidades nacionales, es una característica común que las políticas se ubiquen en una posición subordinada respecto de los objetivos de la política macroeconómica y de competitividad. Las estrategias seguidas han tendido, en general, a dejar de lado a las empresas medianas, para concentrarse en las empresas pequeñas y crecientemente en las microempresas, fundamentalmente por su peso relativo en la generación de empleo.

En muchos países pequeños, la capacidad institucional y financiera de los gobiernos para administrar este tipo de servicios es insuficiente para prestar servicios de buena calidad. En esas circunstancias, el apoyo público a las pequeñas y medianas empresas ha pasado a depender en buena medida de la cooperación internacional. Si bien los servicios de cooperación externa pueden ser de excelente calidad, el tema queda al arbitrio de donantes externos, lo que puede presentar serios inconvenientes cuando, como ocurre muchas veces, los esfuerzos no son sostenidos y las iniciativas se abandonan al finalizar los proyectos que

las financian. Por otra parte, la concepción de los proyectos puede obedecer más a las prioridades de la cooperación externa que a las necesidades del país receptor.

La política hacia las empresas informales

Pese a que las empresas informales tienen un estatus no reconocido y no están sujetas a regulaciones adecuadas en materia de producción y empleo, producen y distribuyen bienes en los mercados y tienen numerosas interdependencias con la economía formal. Alrededor de dos tercios de los nuevos puestos de trabajo creados en la región en los años noventa se generaron en el sector informal. La apreciación de estas empresas desde la perspectiva de la política pública muestra cierta ambigüedad dado que, por una parte, constituyen formas apreciadas de sustento para grupos vulnerables y son un semillero de capacidad empresarial pero, por otra, configuran ámbitos de la economía en los que, muchas veces, la falta de normatividad y regulación atenta contra el bien común y la rentabilidad de empresas formales.

En consecuencia, las estrategias de apoyo a los microemprendimientos pueden incluir medidas para aumentar la oferta de recursos disponible para el financiamiento de su actividad y/o instrumentos que ayuden a estas empresas a acceder a la información relevante para sus negocios o al conocimiento de las tecnologías más adecuadas para sus procesos productivos, pero deben centrarse en el establecimiento de mecanismos que faciliten e incentiven el acceso a la formalidad. Por cierto, la formalización de las microempresas no es suficiente para garantizar que estas aprovechen todo su potencial, pero es un primer paso necesario en esa dirección.

Articulación empresarial

Las políticas que buscan fortalecer al empresariado vistas en los párrafos anteriores, cobijan un vasto espectro de objetivos e instrumentos. Su implementación efectiva ha tenido que recurrir al tiempo y la flexibilidad para poderlas adecuar, mientras se lograban significativos avances en la curva del aprendizaje en el factor de diseño y ejecución de políticas. No obstante, en América Latina y en la vida práctica de los países desarrollados, de la mano de las concepciones teóricas que han nacido de ella, han colocado en notoriedad que las políticas enfocadas a empresas individuales no son suficientes.

Porter, que acuñó la palabra “cluster” para otorgar concentraciones geográficas de empresas especializadas, siendo su proceso de interrelación el aumentar la productividad y la eficiencia, reduciendo costos en las transacciones, acelerando el aprendizaje y difundiendo el conocimiento. Pero este tipo de enfoque no necesariamente ha sido novedoso, esto porque en Europa, ya existía una amplia experiencia de investigación sobre los distritos industriales, que mostraba parecidas externalidades provenientes de la aglomeración.

El espacio geográfico, la disposición estructural de la organización, el tipo y la extensión de la especialización en su producción y su contexto institucional son elementos que se encuentran intrínsecamente en un extenso proceso de evolución cuasinatural³. El dar reconocimiento a estas configuraciones organizacionales y de las estrategias que se encuentran dentro de sus procesos evolutivos concibió la inquietud en torno a la manera de intervenir, empezando desde la política económica, para que se pueda dar avance y mejora a dichos procesos. Se dieron a conocer otros conceptos como: las cadenas productivas, los sistemas productivos locales, los sistemas locales de innovación, las redes, etc., para que en

³ Véase Enright (2001).

AGLALA ISSN 2215-7360 2014;

5 (1): 86-106

la mayoría de los casos, absorber de mejor manera determinados hechos que se encuentran en casos prácticos, pero en otros, para dar sugerencias en las formas de particulares⁴.

Niveles del desarrollo empresarial

Se puede hacer desarrollo empresarial desde dos grandes niveles. Desde el nivel de la economía o nivel macro y desde el nivel empresarial o nivel micro.

Nivel macro

Desde el nivel económico o macro hay que entender que aunque son las empresas las que compiten, son las regiones las que son competitivas. Si bien son las empresas quienes finalmente validan estrategias, productos, etc., son las regiones las que proporcionan los entornos favorables en los que las empresas forman y fortalecen sus capacidades (Vergara, 1999). Para que un país o región pueda facilitar el desarrollo de su sector empresarial se deben establecer condiciones positivas desde el marco macroeconómico, regulatorio y de políticas e incentivos, el sistema financiero y mercado de capitales, el sistema de innovación y desarrollo tecnológico, el recursos humanos, el sistema institucional de apoyo técnico, gestión empresarial y cooperación entre firmas y la infraestructura física y territorio.

Marco macroeconómico, regulatorio y de políticas e incentivos

Esta temática tiene que ver con el impacto del accionar del sector público en las circunstancias de operatividad en que se desenvuelve la actividad productiva y los negocios en el Estado. El gobierno macroeconómico de las naciones no es sujeto de análisis de manera

⁴ Por otro lado, las políticas de apoyo a clúster, cadenas, redes o distritos han dado lugar al surgimiento de una cantidad no despreciable de empresas de consultoría especializadas en su diseño e implementación.

directa de las EDS. Tampoco será fácil sacar de este tipo de accionar las recomendaciones sobre la política monetaria y otros componentes macroeconómicos. Empero, es imperativo hacer un análisis de los condicionantes que una adecuada dirección macro puede tener, de manera directa o indirecta, en lo concerniente a la competitividad de las empresas.

Sistema financiero y mercado de capitales

El acceder a financiamiento de manera exitosa es clave en la actividad organizacional. Sin embargo, las dificultades para acceder al crédito y al capital por parte de las Pymes, de la mano con los costos altos de transacción, las colocan en un punto competitivo de desventaja, trayendo como consecuencia limitantes al desarrollo económico.

Sistema de innovación y desarrollo tecnológico

Este tiene que ver con la vinculación de agentes, organizaciones, normas y conductas que llevan a determinar la rapidez con se genera la tecnología. Además, con la importación, adaptación y propagación a todos los sectores de bienes y servicios, sin dejar de lado el entrenamiento de los recursos humanos y la financiación de las acciones convenientes para el desarrollo de tales tareas.

Recursos humanos

La calidad de los recursos humanos es clave para el desempeño empresarial, tanto en lo que se refiere a la capacitación gerencial de los propietarios y directivos como en lo que afecta a la capacitación laboral de sus empleados. Teniendo en cuenta las deficiencias de los sistemas educativos de América Latina, junto con el hecho de que una gran parte de los empresarios, particularmente de Pyme, no han tenido una educación formal adecuada a las tareas de administración de empresas, las limitaciones en la capacidad de gestión y de

comprensión del nuevo marco competitivo presentado por la apertura económica se convierte en uno de los mayores cuellos de botella para el desarrollo empresarial.

Sistema institucional de apoyo técnico, gestión empresarial y cooperación entre firmas

Este componente centra su atención en el análisis del mercado de servicios empresariales, en la eficiencia y desarrollo de la oferta, en los mecanismos de provisión de los servicios y en las demandas empresariales insatisfechas. Para la mejora de la competitividad de las empresas, es esencial el desarrollo de una institucionalidad del mercado que permita a las firmas medianas y pequeñas adquirir servicios especializados de que no pueden proveerse internamente.

Infraestructura física y territorio

Este punto habla sobre la escasez y la ineficiencia de las instalaciones y como puede impactar a las organizaciones en su competitividad. Contiene, principalmente, las instalaciones de transporte y comunicaciones, los suministros de luz y agua, las medioambientales, las pequeñas construcciones organizacionales y suelo industrial (Gatto y Jos, 1997).

Nivel micro

En este nivel, el desarrollo empresarial se hace desde dentro de la empresa, que puede financiar con recursos propios o por aportaciones adicionales de los socios para una mejora de la producción, adquisición de tecnología, capacidad de distribución y ventas, etc. Algunas formas de desarrollo empresarial del nivel micro son las mismas estrategias empresariales como las que se referencian a continuación.

Desarrollo de mercado

Se puede lograr hallando nuevas aplicabilidades para un producto o servicio. Esto trae como consecuencia, una población objetivo más amplio y con ello el aumento de las operaciones. Continuamente, el impedimento de las aplicaciones está restringido por la misma compañía, sea esta por la imagen, prejuicios o la resistencia al cambio.

Desarrollo de producto

Tiene que ver con la creación de nuevos productos o de anexar nuevos elementos de manera superior a un mismo producto, con el objetivo de alcanzar clientes para que consuman los nuevos productos o les den preferencia ante otros de la competencia.

Desarrollo de la necesidad

La empresa Kleenex, que se dedica a la fabricación de pañuelos, es un claro ejemplo sobre este punto. Son pocas las personas que la referencian como pañuelos desechables y la gran mayoría concuerda en que fueron de mucha utilidad antes de que aparecieran otros productos alternativos. Hoy en día, este mismo fenómeno de está presentando con los teléfonos celulares y otros productos tecnológicos

Penetración

Aquí lo se quiere es conseguir una mayor parte del mercado objetivo, quitándole a la competencia parte de su participación del pastel. Esto va acompañado de estrategias de marketing, de la mano de la publicidad, las promociones, los eventos, etc. Es de vital importancia darle su efecto diferenciador del producto para implementar la estrategia. El desplazar productos alternos es otra posible forma de elevar la penetración de mercado.

Como ejemplo, está la bebida Mr. Té, que ha conseguido desplazar a otras, con énfasis en los refrescos, quitándoles una parte importante del mercado que tenían.

Replicación

Crear nuevas operaciones similares a la que les dio origen. El objetivo es llegar a nuevos mercados e incrementar la competitividad mediante menor costo y mayor presencia. Servientrega replicando el modelo de Fedex o Ups.

Expansión

Nuevas operaciones distintas a la que les dio origen, pero con un cierto grado de relación, ya sea por proveedores en común, clientes objetivo en sectores adyacentes o relacionados. Existen varias empresas que ofrecen productos cosméticos que han dado a luz líneas de productos con un enfoque para hombres y niños; una de ellas, las más reconocidas en Colombia, es Avon.

Ampliación

Esto se presenta por medio del incremento de la capacidad operacional, que comúnmente se da por la incapacidad de satisfacer la demanda del mercado. Para evitar que eso pueda suceder en el corto plazo o que la demanda aumente de manera imprevista por cualquier otro aspecto, se desarrollan sistemas distributivos, operaciones centralizadas de gran tamaño y servicios complejos.

Diversificación

Es dar a luz nuevas operaciones totalmente diferentes de la que les dio nacimiento, con productos y mercados distintos. Su enfoque es desligar una operación de otra, de forma que la vulnerabilidad de la empresa en su totalidad disminuya; esto porque lo que le suceda a un mercado en especial o a una cadena de suministros de una determinada operación, no repercutirá a otra en la misma medida, lo cual permitirá a la compañía cierta fortaleza.

Esto sucede cuando un mercado ya no permite más crecimiento o rentabilidad, sea esto porque la fuerte competencia o porque el producto está en descenso. Como ejemplo se puede nombrar a Pepsico, que contiene refrescos por medio de sus marcas como Pepsy, Frito Lay, galletas, etc.

Conclusión

Es posible comprender que el desarrollo empresarial constituye el conjunto de acciones para el cambio de una organización cuyo fin es el crecimiento y mejora de su accionar corporativo, sea ésta aumentando su presencia en el mercado o su competitividad. De igual manera, es el proceso por el cual el empresario y su equipo consiguen o fortalecen habilidades y destrezas, que ayudan al manejo eficiente de los recursos de la compañía, dando innovación de productos y procesos, lo cual, al fin y al cabo, den crecimiento sostenible a la empresa.

Las perspectivas del desarrollo empresarial son: la perspectiva del ciclo de vida, la perspectiva basada en los recursos y capacidades y la perspectiva basada en la motivación. Se puede hacer desarrollo empresarial desde dos grandes niveles. Desde el nivel de la economía o nivel macro y desde el nivel empresarial o nivel micro.

Referencias

- Abad, I. (1996). *Los incentivos financieros y la motivación del personal: análisis empírico de las entidades financieras*. Tesis de doctorado no publicada, España: Universidad de Málaga
- Audretsch, D. B. y Thurik, A. R. (2000). Capitalism and democracy in the 21st Century: from the managed to the entrepreneurial economy, *Journal of Evolutionary Economics*, 10, 17-34.
- Blázquez, F., Dorta, J. y Verona, M. (2006). Concepto, Perspectivas Y Medida Del Crecimiento Empresarial. *Cuadernos de Administración*, Pontificia Universidad Javeriana. Enero-junio, año/vol. 19, número 031. pp. 165-195.
- Boulding, K. (1950). *A reconstruction of economics*. New York: Wiley.
- Canals, M. (2000). *La gestión del crecimiento de la empresa*. Madrid: Mc Graw Hill.
- Cappellin, R. (1992). Los nuevos centros de gravedad del desarrollo regional en la Europa de los noventa, *Revista de Estudios Regionales*, 33, 15-62.
- Carlsson, B. (1996). Small business, flexible technology and industrial dynamics, en P.H. Admiraal (Ed) *Small business in the modern economy*, De Vries lecturers in economics, Oxford: Balckwell Publishers, pp. 63-125.
- Carree, M., Van Stel, A. Thurik, R. y Wennekers, S. (2001). Economic development and business ownership: an analysing using data of 23 OECD countries in the period 1976-1996, *Small Business Economics*, 19, 271-290
- Castro, A. (2013). Ética empresarial en la responsabilidad social universitaria. *Revista Aglala*. Vol. 4, I. 1-13.
- Castro, M. (2007). Crecimiento vs. Desarrollo. *Centrum Centro de Estudios*. Recuperado el 05 de agosto de 2014, de <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Crecimiento+vs+Desarrollo.pdf>

Cervantes, M., y Pilataxi, R. (2011). Análisis socioeconómico de la gestión de la ONG

“Fundación Maquita Cushunchic -MCCCH”-, en el desarrollo del sector de tiocajas del Cantón Guamote provincia de Chimborazo periodo 2007-2009. Lineamientos alternativos. Tesis. Ecuador: Universidad Nacional de Chimborazo.

Cifuentes Cifuentes, O. (2013). Aplicación del Alineamiento del Supply Chain

Management como estrategia competitiva en las empresas del Clúster Logístico de Cartagena. *Aglala*, 3(1), 122-146. doi:10.22519/22157360.348

Cifuentes, O. (2012). Aplicación del Alineamiento del Supply Chain Management como

estrategia competitiva en las empresas del Clúster Logístico de Cartagena. *Aglala*, 3(1), 122-146. doi:10.22519/22157360.348

Davidsson, P. y J. Wiklund (1999). Theoretical and Methodological issues in the study of

firm growth, Retrieved 10th November 2004 from <http://www.ihh.hj.se/eng/research/publications/wp/1999-6%20Davidsson,%20Wiklund.pdf>

Enright, Michael (2001). Regional Clusters: What we know and what we should know, taller

Innovation Clusters and Interregional Competition, Kiel International, Institute. 12 y 13 de noviembre.

Gatto, F. Jos, J. (1997). Guía metodológica para la preparación de estrategias de desarrollo

empresarial y de la pequeña y mediana empresa. Banco Interamericano

de Desarrollo. Washington, D.C. Tomado de: www.economia.gob.mx/pics/p/p2760/cipi_1Cguiametodologia-desemp.pdf.

Consulta 18-02-09.

Martínez, B. (2006). Los factores que asfixian o instigan las innovaciones en las organizaciones. Tomado de:

http://www.wikilearning.com/monografia/innovacion_en_las_organizacionesbarreras_culturales_al_desarrollo_empresarial/9665-3,_Recuperado_21/01/2009

AGLALA ISSN 2215-7360 2014;

5 (1): 86-106

- Miner, J. B. (1980). A rationale for the limited domain approach to the study of motivation. En C. C. Pinder y L. F. Moore (Eds.), *Middle range theory and the study of organizations* (pp. 334-336). Boston: Martinus Nijhoff.
- Miner, J. B. (1990). Entrepreneurs, high growth entrepreneurs, and managers: Contrasting and overlapping motivational patterns. *Journal of Business Venture*, 5 (4), 221-234.
- Miner, J. B., Crane, D. P. y Vandenberg, R. J. (1994). Congruence and fit in professional role motivation theory. *Organization Science*, 5 (1), 86-97.
- Pieschacón, C. (2006). *Empresa y bienestar social*. Círculo de Empresarios de España. Madrid: Círculos de Empresarios.
- Santos, F. (2004). Convergencia, desarrollo y empresariedad en el proceso de globalización económica. *Revista de Economía Mundial*, Vol. 10-11.
- Varela, R, y Bedoya, O. (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. *Revista Estudios Gerenciales*. Vol. 22, 100, 21-48
- Vergara, R. (1999). *Estrategia para mejorar la Competitividad Regional*. Seminario Estrategias para la Competitividad Regional en el Perú. Lima. Peru.
- Wennekers, S., y Thurik, R. (1999). Linking Entrepreneurship and Economic Growth. *Small Business Economics*, 13.
- Whetten, D. (1987). Organizational growth and decline processes. *Annual Review of Sociology*, 13, 335-358.