



**DETERMINANTES DE LAS ASPIRACIONES DE CRECIMIENTO DE LOS  
EMPRESARIOS**

**AUTOR (ES)**

**JULIETH CAMILA GIRALDO MARULANDA**

**YIRLI TATIANA HERNÁNDEZ GONZÁLEZ**

**DIRECTOR DEL PROYECTO**

**GERMAN DANIEL LAMBARDI**

**UNIVERSIDAD ICESI**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

**ECONOMÍA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**SANTIAGO DE CALI**

**2020**

# TABLA DE CONTENIDO

## Tabla de contenido

<b>1. Resumen .....</b>	<b>3</b>
<b>2. Introducción.....</b>	<b>5</b>
<b>3. Revisión de la literatura.....</b>	<b>7</b>
<b>3.1. Determinantes de las aspiraciones de crecimiento de las empresas. ....</b>	<b>7</b>
3.1.1. ¿Cómo se miden las intenciones de crecimiento? .....	8
3.1.2. Características del emprendedor. ....	11
3.1.3. Cualidades de la firma.....	18
3.1.4. Particularidades del país.....	21
<b>4. Conclusiones .....</b>	<b>22</b>
<b>5. Bibliografía .....</b>	<b>3</b>

## 1. Resumen

Este trabajo tiene como principal objetivo determinar los factores que influyen en las aspiraciones de crecimiento de los diferentes empresarios basándose en distintos estudios acerca de emprendimiento y negocios. Los resultados de estas investigaciones implican que existen múltiples elementos que definen las expectativas de expansión de los emprendedores entre ellos las características personales del empresario, las cualidades de la firma y ciertos aspectos a nivel institucional del país.

En el caso de las características personales del empresario, se observó grandes distinciones principalmente en relación con el género, nivel de educación, experiencia laboral y aversión al riesgo, donde se concluyó que hay menores aspiraciones de crecimiento si el individuo es mujer, esta misma tendencia se encontró cuando el empleador estaba poco cualificado o tenía una experiencia laboral mínima, así mismo encontramos que las personas que tienen mayor prevención a los riesgos o miedo al fracaso suelen mantener sus expectativas de forma moderada donde se mantenga la estabilidad económica de sus empresas. En cuanto a las cualidades de la firma, se tuvieron en cuenta las singularidades y volúmenes de las ventas y el comercio exterior, en los cuales se observó claramente que tenían un efecto positivo dentro de las intenciones de crecimiento empresarial. Por último, se consideraron particularidades de los países, tales como los impuestos y la corrupción que limitan las perspectivas de expansión de los agentes de mercado.

**Palabras Claves:** Aspiraciones, Crecimiento, Características Personales, Factores Organizacionales , Particularidades del país.

**Abstract**

The main objective of this work is to determine the factors that influence the growth aspirations of different entrepreneurs based on different studies about entrepreneurship and business. The results of this research imply that multiple elements define the expansion expectations of entrepreneurs, some of them are the personal characteristics of the entrepreneur, the qualities of the firm, and certain aspects at the institutional level of the country.

In the case of the personal characteristics of the entrepreneur, great distinctions were observed mainly about gender, level of education, work experience and aversion to risk. It was concluded that there are lower aspirations for growth if the individual is a woman, this same tendency was found when the employer was poorly qualified or had minimal work experience, likewise, we found that people who have greater risk prevention or fear of failure tend to maintain their expectations in a moderate manner where the economic stability of their companies is maintained. As for the qualities of the firm, the singularities and volumes of sales and foreign trade were taken into account, it was observed that they had a positive effect within the intentions of business growth. Finally, country specifications were considered, such as taxes and corruption that together, limit the expansion prospects of market agents.

**Keywords:** Aspirations, Growth, Personal characteristics, Organizational factors, Country particularities.

## 2. Introducción

Un aspecto fundamental en el desarrollo económico de un país, es el crecimiento de las empresas, esto debido a que tiene importantes implicaciones tanto a nivel personal, como social y gubernamental, mediante la generación de recursos económicos que aumentan la riqueza personal, crean nuevos puestos de trabajo, impulsan la productividad y financian al actor estatal. Esta expansión ha sido liderado principalmente por los empresarios y emprendedores, quienes tienen la capacidad de comprender el contexto del mercado y adaptarse a él generando soluciones que responden a las necesidades de los diferentes agentes económicos en la actualidad.

Dentro de este espacio, un factor vital que permite estimar o predecir la expansión económica son las aspiraciones de crecimiento de los empresarios puesto que influyen en la voluntad de estos a la hora de tomar decisiones asociadas con el ampliación de sus empresas, modelando de cierta manera su motivación y expectativas. Lo anterior, tiene grandes alcances a nivel general en la sociedad debido a que limita la capacidad de expansión, las oportunidades socioeconómicas derivadas de esta actividad y el desarrollo económico del país o la región.

Algunos de esos factores que determinan las aspiraciones de crecimiento pueden ser exógenos o endógenos, lo cual influye de manera indirecta o directa sobre dichos emprendedores y sus decisiones en el mercado. Estos están determinados por diferentes aspectos de la personalidad del empresario, las oportunidades que ha tenido a lo largo de su vida para desarrollar su capital humano, el sector empresarial en el que está ubicada su empresa, la

experiencia que tenga ésta y su enfoque a nivel comercial, así como las condiciones y posibilidades que le brinda el país en lo económico.

El propósito del presente documento es identificar los factores que determinan las aspiraciones de expansión de las empresas. Para ello, se analizan diferentes estudios con el fin de ampliar y desarrollar una comprensión más profunda de este fenómeno que impacta el crecimiento y expansión económica de los países. Los hallazgos sugieren que el género, el nivel de educación, la experiencia laboral y la aversión al riesgo son variables significativas en la construcción de las expectativas de crecimiento empresarial.

El presente documento está organizado de la siguiente manera. En primer lugar, se proporciona un marco teórico sobre los determinantes de las aspiraciones de crecimiento empresarial, donde se incluye algunos de los estudios más relevantes relacionados con este trabajo y sus respectivos hallazgos, por último, se encuentran las principales conclusiones e implicaciones de la investigación acerca de los factores significativos en la construcción de las expectativas.

### **3. Revisión de la literatura**

#### **3.1. Determinantes de las aspiraciones de crecimiento de las empresas.**

El presente documento se centra en establecer cuáles son los diferentes determinantes de las aspiraciones de crecimiento de las pequeñas y medianas empresas. Este estudio ha sido objeto de interés ya que es un predictor fundamental de la expansión de las firmas puesto que proporcionan información acerca de los factores que incentivan el espíritu empresarial, el emprendimiento generando múltiples impactos a nivel económico y social. En estudios anteriores referentes a la actividad de las compañías, es posible identificar a grandes rasgos tres categorías de variables que están directamente relacionadas con las intenciones de crecimiento de los negocios como las características o habilidades personales del empleador, las particularidades de la firma y las cualidades del país o sus instituciones. Basados en teorías como la visión basada en recursos (RBV), la teoría del comportamiento planificado desarrollada por Icek Ajzen o en el Modelo del Evento Emprendedor (EMM) de Shapero y Solok, han logrado reconocer aspectos que tienen gran influencia sobre las expectativas de crecimiento del empresario.

### 3.1.1. ¿Cómo se miden las intenciones de crecimiento?

Las intenciones de crecimiento de los empresarios, integran la perspectiva o el punto de vista del empleador acerca del futuro de su empresa y permiten evaluar las expectativas del mercado. Estas intenciones son medidas de manera similar al crecimiento empresarial, pero en este caso se hace a través de la expectativa de incremento en ventas o de empleo que tienen las compañías, puesto que de esta forma se puede medir de manera objetiva y clara las aspiraciones de expansión.

#### *Ventas.*

Aunque, la variable ventas no está repetidamente dentro de los estudios de las expectativas de crecimiento, es un factor que se debería considerar más en las investigaciones de los determinantes de la expansión empresarial, ya que genera un impacto sobre las aspiraciones de los empresarios, ya que frecuentemente sus intenciones son basadas en comportamientos pasados. Lo anterior, sin duda muestra un vacío en la literatura acerca de este tema, que deberá ser explorado a fondo en estudios próximos.

En comparación con algunos estudios, esta variable puede incrementar o disminuir las expectativas de crecimiento, ya que el comportamiento anterior de las ventas suele predisponer al empresario sobre el futuro de su empresa, esto también es porque este factor al igual que el empleo es ampliamente usado para medir la expansión empresarial y su variación refleja el éxito actual de la compañía en el mercado y da una idea de su conducta en el largo plazo. Como lo explican Frédéric Delmar y Wiklund (2003) en su paper, existe una correlación positiva entre el crecimiento real y las aspiraciones de expansión de los empresarios, pero al evaluar este aspecto se requiere de

un estudio longitudinal, con el fin de examinar varios periodos y evidenciar la conexión entre estas variables. Por lo que su efecto es aún ambiguo dentro del contexto de nuestra investigación, ya que se requiere de mayor evidencia empírica para afirmar dicha relación con las expectativas empresariales.

*Tamaño por cantidad de empleados o propietarios.*

La cantidad de los empleados es una variable que describe el tamaño de la empresa o negocio. En este caso, es el factor más importante porque asume el rol de la variable dependiente, con base en a su variación se generan las mediciones de crecimiento económico y por ende, se dimensionan las expectativas de expansión de los empresarios a futuro. En otras palabras, la cantidad de empleados permite capturar la perspectiva de los empleadores frente al crecimiento empresarial. Estas intenciones pueden ser calculadas como lo plantean, Frédéric Delmar y Johan Wiklund (2008), a partir de la diferencia entre la cantidad actual de trabajadores y la esperada en un futuro. No obstante, para medir las aspiraciones, han existido diferentes metodologías que pretenden evaluar las intenciones reales de los administradores en el mercado. Dentro de estas mediciones se ha considerado que es necesario crear una variable dummy que permita valorar y diferenciar claramente las intenciones de expansión empresarial de acuerdo con diferentes niveles moderado o alto.

Algunos estudios como Entrepreneurial expectancies and growth intentions of US women and men nascent entrepreneurs, han utilizado la metodología de Human y Matthews para medir las intenciones de crecimiento a través de preguntas que permiten

determinar si el empresario desea crecer moderadamente o alcanzar su capacidad máxima de expansión en el siguiente periodo. De manera similar, Wiklund (2008) busca estimar dichas expectativas a través de afirmaciones que proporcionan una apreciación de los empresarios frente a posibilidad de aumentar sus trabajadores en 25% o 100%, si conciben este hecho como algo positivo o negativo y cual consideran que sería el tamaño adecuado para su empresa dentro de los próximos 5 años. Igualmente, Bulanova (2016) adapta la metodología de Wiklund para medir las aspiraciones de crecimiento pero teniendo en cuenta la reacción de los empleadores y la percepción que tenían ellos frente a la probabilidad de incrementar su cantidad de empleados al doble en el corto plazo.

Sin embargo, dentro de estos estudios es necesario considerar que la cantidad de empleados es una variable limitada que no captura completamente las expectativas de crecimiento de los emprendedores, Desde el punto de vista de Cliff (2008), existe otra variable que puede emplearse o integrarse dentro de la medición de las intenciones de expansión, puesto que esta no solo depende de si el empresario desea contratar a más trabajadores en el futuro sino que adicionalmente se debe analizar si el empleador realmente quiere hacer crecer el negocio. Lo anterior, hace necesario que en investigaciones posteriores, se consideren elementos como la percepción a largo plazo que tiene el propietario acerca del número de clientes que poseerá la empresa, la cuota de mercado, entre otras variables, que permitan tener mayor evidencia empírica concluyente sobre la medición de las aspiraciones de crecimiento.

### **3.1.2. Características del emprendedor.**

Dentro de las cualidades del emprendedor podemos encontrar dos tipos, son las sociodemográficas y las personales. Las sociodemográficas son el conjunto de características biológicas y socioeconómicas culturales que se encuentran presentes en la población objeto de estudio. En este caso, tendremos en cuenta el género, la edad del propietario, su nivel de educación, entre otras, que son usadas normalmente en los diferentes estudios de crecimiento para explicar las aspiraciones de los empresarios.

#### ***3.1.2.1. Características Sociodemográficas.***

##### *Género.*

Esta variable es uno de los aspectos más importantes que determinan las aspiraciones de crecimiento de los diferentes empresarios. Como, lo menciona la teoría del comportamiento, existen diversos factores en el entorno social asociados al género que poseen gran impacto sobre el desarrollo personal, estos están definidos por la forma en la que cada uno se relaciona y en especial, en las expectativas que tienen acerca de su futuro profesional. La anterior situación también se ve reflejada en el ámbito empresarial, en donde existe un debate en relación con el crecimiento de las empresas que tienen como propietarias a las mujeres.

Diferentes estudios muestran que las mujeres suelen tener aspiraciones de crecimiento más bajas que los hombres. Desde la posición de Bulanova (2016), esto se puede deber a que las mujeres tienen distintas mentalidades (valores y preferencias) en comparación con los hombres, lo cual explica estas diferencias de las aspiraciones de

crecimiento entre hombres y mujeres, otro factor que esclarece estas divergencias es que las motivaciones para hacer crecer las empresas están relacionadas directamente con el género del propietario. Incluso, se puede llegar a la conclusión de que las intenciones de expansión del género femenino están impulsadas por la necesidad de realización personal, reconocimiento e innovación mientras que el individuo de sexo masculino se ven mayormente impulsados por el éxito financiero (Manolova, 2012).

Se supone que el crecimiento es un factor positivo y beneficioso para las empresas. A pesar de esto las mujeres empresarias suelen ser reacias al crecimiento de sus negocios y sus expectativas de crecimiento son más bien conservadoras (Cliff, 1998). Es por esta razón que se dice que sus aspiraciones al crecimiento son más bajas, este aspecto también es explicado por el comportamiento frente al riesgo, puesto que las mujeres suelen mostrarse más tradicionalistas frente a la expansión y a la incertidumbre a comparación de sus pares masculinos por lo que sus iniciativas tienden a ser más pequeñas y manejables (Minniti y Naude´ 2010; Terjesen y Szerb 2008; y Parker 2004).

Otra medida a considerar es la actitud hacia el crecimiento. Dicho con palabras de Wiklund (2008), se espera que entre más positiva sea la disposición hacia la expansión del negocio (es decir, más deseable), lo más probable es que las mujeres empresarias deseen que el negocio crezca. En otro orden de ideas, la innovación también nos permite diferenciar las expectativas de crecimiento entre los diferentes sexos. Los pares femeninos tienen mayor tendencia a desarrollar sus actividades empresariales en sectores más tradicionales, son entonces consideradas como menos innovadoras respecto a sus

pares masculinos. Sin embargo, las variables que impulsan la originalidad entre hombres y mujeres pueden ser diferentes en el sexo femenino las variables son intrínsecas como el empoderamiento o la confianza en sí misma.

Otros autores como Cassar (2006), sugieren que las mujeres presentan estimaciones de ingresos futuros más bajas que los hombres, lo que puede generar implícitamente menores expectativas de crecimiento, lo que ocurre en la mayoría de las PYMES. En síntesis, podemos encontrar evidencias que no son concluyentes y no encuentran que la diferencia de género influya en las aspiraciones de crecimiento.

#### *Edad del propietario.*

Aunque la edad es una variable altamente incluida en los diferentes estudios de crecimiento empresarial, sus resultados en la mayoría de estos son bastante limitados e insignificantes. Mientras que en algunas investigaciones se encuentra una de las razones para que los empresarios no desean un crecimiento a futuro es la edad, esto afecta sus aspiraciones de expansión y los convierte en individuos más aversos al riesgo, por lo que lo hace menos propensos a tener altas expectativas (Bulanova,2016).

Así mismo, se ha encontrado una relación curvilínea (U invertida) entre las aspiraciones de crecimiento del empresario y su edad, esto es debido como se mencionó anteriormente a la aversión al riesgo que tienen los diferentes empresarios, lo cual implica que los individuos más jóvenes tienden a ser más ambiciosos y por tanto sus expectativas son mayores a comparación de las personas de mayor edad (Autio & Pathak,

2010). Incluso, se podría decir que estas dos variables están relacionadas de manera negativa, según Aidis & Mickiewicz (2004), la edad afecta negativamente las intenciones de crecimiento, además de aumentar las barreras a la hora de tomar riesgos también reduce el comportamiento innovador.

A pesar de que algunos estudios estiman que la edad no es una variable concluyente y por el contrario es insignificante, otros estudios si la consideran relevante ya que nos permite predecir las aspiraciones de expansión (Bulanova,2016), puesto que existen diferencias relevantes a la hora de tomar decisiones en pro del crecimiento y expansión de las empresas que se ven influidas por la edad del gerente o empleador. En cambio, todos estas investigaciones sobre crecimiento empresarial no han logrado llegar a un consenso en cuanto a la influencia de la edad del propietario dentro de las expectativas de crecimiento de las compañías (Aidis & Mickiewicz, 2004).

#### *Nivel de educación.*

El nivel de educación es una variable de control que en algunos estudios ha resultado relevante para estudiar las intenciones de crecimiento. Por lo general, se divide el nivel de educación en las siguientes categorías: ninguna, escuela primaria, secundaria, y título universitario, con el fin de conocer la capacitación de los diferentes empresarios. Esta variable plantea que los individuos con una educación más alta (siendo esta el título universitario) gozan de mayores aspiraciones de crecimiento, este hecho es debido a que las personas educadas poseen superiores probabilidades de dirigir pequeñas empresas de

crecimiento rápido que las que tienen menos educación (Sapienza y Grimm, 1997; Storey, 1994), por lo que sus expectativas son mucho mayores.

Incluso, en algunos estudios se ha encontrado que la educación, la experiencia y el dinamismo del entorno incrementan las aspiraciones de crecimiento y tienen gran influencia en el crecimiento como tal de la empresa, debido a que estos individuos han desarrollado más habilidades y poseen los conocimientos para conducir sus empresas de manera adecuada creando un ámbito de crecimiento. Dentro de los hallazgos también se ha resaltado, el papel del “Learning by doing” la cual ejerce un papel de una variable magnificadora de las expectativas.

### ***3.1.2.2. Características Personales.***

#### *Experiencia Laboral .*

El capital humano o experiencia laboral del empresario, es una de las variables más importantes para ampliar y determinar las intenciones de expansión de las compañías. Como señalan, Autio & Pathak (2010) en su investigación la experiencia laboral es una variable que afecta positivamente las aspiraciones de crecimiento de las empresas, esta influencia se explica por que la acumulación de la práctica empresarial hace que el propietario mejore sus habilidades y aumente la probabilidad de que el negocio o empresa crezca debido a sus previos aprendizajes y aspiraciones, que le dan mayor experticia a la hora de tomar decisiones.

Por otro lado, para varios estudios este aspecto puede tener un efecto solamente si existen altas expectativas, como lo hace notar Wiklund(2003):

***La experiencia puede dar al gerente de la pequeña empresa los conocimientos pertinentes sobre la forma de gestionar la compañía y lograr el crecimiento, pero tiene un efecto limitado sobre el crecimiento, a menos que realmente tenga la intención de ampliar la firma.(Pág. 1934 )***

Esto es debido a que la experiencia facilita el desarrollo de habilidades y aptitudes que se traducen al momento de tomar decisiones y determinan el rumbo de estas, sin embargo, este efecto dependerá de las expectativas que tenga el emprendedor.

Otro factor que es relevante para determinar si la experiencia laboral es significativa en las aspiraciones de crecimiento de la empresa, es que tan positiva fue esta antes del emprendimiento. Con base en Autio y Pathak (2010), si esta variable es percibida como positiva para el empresario sus intenciones serán mucho mayores que si la percibe como una negativa, esto puede ser explicado por la aversión al riesgo que adquiere el empresario durante el desarrollo de sus actividades laborales, si esa experiencia fue concebida como negativa su incertidumbre sería mayor por lo que este estará impulsado a tomar decisiones dentro de un contexto más limitado y por ende, sus expectativas de crecimiento serán menores a diferencia de un individuo que tuvo una experiencia favorable en el entorno laboral .

*Miedo al fracaso o aversión al riesgo.*

El miedo al fracaso es un factor que influye en la motivación del individuo para alcanzar sus logros y en sus aspiraciones ya sea personales o profesionales. Este elemento

se encuentra relacionado con el crecimiento ya que, la aspiración a un mayor expansión se asocia con la propensión del individuo a asumir riesgos . Dicho con palabras de Autio y Pathak (2010), la aversión al riesgo: *“mide la falta de confianza de un individuo en su capacidad para hacer frente a la incertidumbre endógena o exógena asociada a los nuevos emprendimientos comerciales, así como el temor a las consecuencias anticipadas de dicho fracaso”*. (Pág. 6)

Por lo que, algunos estudios comprueban que el miedo al fracaso está asociado negativamente con la ambición empresarial. (Autio & Pathak, 2010). Además, las aspiraciones de alto crecimiento se asocian con una mayor propensión a tomar riesgos ya que, los empresarios que demuestran tener una menor aversión al riesgo tienden a mostrar sus ambiciones por hacer que las empresas crezcan ( Wiklund & Shepherd, 2003).

Existe en distintos estudios una diferenciación entre ambos sexos respecto a este factor. Por un lado, Masters y Meier que utiliza Manolova (2012) en su estudio One size does not fit all: Entrepreneurial expectancies and growth intentions of US women and men nascent entrepreneurs dicen que los hombres y las mujeres no difieren en sus preferencias de riesgo.

Por otra parte, encontramos que las empresarias expresan mayor preocupación por los riesgos asociados al crecimiento acelerado; por ello, se propone que ellas deseen un ritmo de expansión lento a comparación de los hombres. Varios autores como Jennifer Cliff (1998) hacen alusión a que los pares masculinos son más propensos y están

dispuestos a asumir el riesgo, lo que se ve reflejado en el tamaño de las empresas que tienen a cargo propietarias. Esta diferenciación se puede dar debido a que las mujeres suelen ser más precavidas, temerosas al fracaso, detallistas y cuidadosas.

### **3.1.3. Cualidades de la firma.**

#### *Comercio Exterior.*

El comercio exterior es una variable de la actividad de la firma la cual permite generar más oportunidades, aumentar su experiencia, desarrollar nuevas prácticas y aprendizajes. Por lo que algunos estudios demuestran su relevancia en las aspiraciones de crecimiento, puesto que desempeñan un rol vital en la construcción de las expectativas de los empresarios, al brindar herramientas que facilitan la expansión empresarial.

En general, existe un consenso acerca del efecto de la internacionalización en las expectativas de crecimiento. Concretamente Arroyo, Fuentes y Jimenez (2016) citando a Lu & Beamish, exponen que “las actividades de exportación pueden dar lugar a un aumento de la base de conocimientos y del capital humano de una empresa”(Pág. 175), esto puede explicar porque la orientación a la exportación es un factor primordial en la construcción de la aspiraciones de expansión, puesto que esta actividad expone a las empresas a nuevos procesos comerciales dando espacio a un proceso de learning by doing donde el empresario adquiere mayor experiencia laboral pero también amplía su horizonte de expansión lo cual predispone a mayores intenciones de crecimiento.

De igual manera , Autio y Sapienza (2000), encontraron que el comercio exterior puede conducir a mayores aspiraciones de crecimiento y creación de empleo, que son explicadas por el posible aumento de las ventas y relaciones comerciales de los negocios. Así mismo, otros estudios que apoyan esa visión puesto que han encontrado evidencia empírica que afirma la correlación positiva entre la internacionalización y la expectativas de expansión empresarial.

#### *Edad de la firma.*

Otra variable conveniente para determinar las aspiraciones de crecimiento empresarial es la edad de la empresa, esta establece los años de existencia de la firma. Aunque, es un elemento poco estudiado y algunos autores no la consideran. Algunas investigaciones acerca de la edad de la firma, propone clasificarlas por dos tipos de empresas, las nuevas o en fase inicial y las que ya están establecidas, aquella diferenciación es necesaria al investigar los efectos sobre las intenciones de expansión de las compañías, al tener en cuenta la experiencia o edad de la empresa, puesto que existe una distinción considerable entre estas.

Según el estudio de Growth aspirations among women entrepreneurs in high growth firms, se encontró evidencia de que las firmas más antiguas tienen aspiraciones de crecimiento más bajas que las jóvenes (Bulanova, 2016), esto se debe a que las empresas jóvenes tienden a ser optimistas y positivas frente a la realidad del mercado, mientras que después de los 5 años de funcionamiento estas ajustan sus expectativas de expansión de acuerdo al entorno y con un pensamiento más racional lo cual se ve reflejado en la

diferencia entre las expectativas de las empresas en fase inicial y las que están establecidas (Dutta y Thornhill, 2008). Por un lado, Wiklund (2003) afirma que este ajuste de las perspectivas se da después de los 10 años de operación, puesto que estas ya han adquirido la suficiente experiencia en relación con el mercado y saben realmente cuales son sus posibilidades de expansión a nivel económico.

Sin embargo, existen estudios como *Forms of growth: How SMEs combine forms of growth to achieve high growth* de Jose Luis Barbero Navarro, plantean que esta variable es poco significativa en la formación de las expectativas de crecimiento empresarial. Por lo que es necesario encontrar mayor evidencia empírica que permita establecer con claridad el efecto real que tiene la edad de la firma en la construcción de las intenciones de expansión de la firma.

#### *Crecimiento relacionado con los competidores.*

La competencia o posibles competidores puede ser un factor a considerar por parte de las firmas que poseen aspiraciones de crecimiento. Así mismo, algunos estudios confirman que examinan dentro de sus variables a estudiar las competencias empresariales y la intensidad empresarial (Michelmore y Rowley, 2013) y afirman que “Los empresarios que perciben que tienen una alta competencia o capacidad con respecto a la de las empresas es más probable que expresen una voluntad de alto crecimiento” (Bulanova, 2016,pág 193).

Por otro lado, la competencia según el nicho de mercado también puede resultar como limitante para los empresarios que tienen aspiraciones de expansión. Si bien la evidencia que existe acerca de esta variable no es mucha, resulta interesante estudiarlo ya que dependiendo de la empresa, su sector, su target, entre otros, el nivel de competencia puede variar y afectar la toma de decisiones e incluso ser necesaria para todo tipo de empleadores especialmente emprendedores. Por lo que, es de suma importancia que la literatura indague un poco más sobre este factor que es muy relevante en la determinación del crecimiento.

#### **3.1.4. Particularidades del país.**

##### *Impuestos.*

A la hora de los empresarios tomar decisiones en cuanto al crecimiento pueden existir diversas barreras comerciales que están determinadas dentro de las particularidades de los países, las cuales afectan las intenciones de expansión empresarial de las cuales se deben considerar la apertura al comercio, corrupción, entre otras. Los impuestos representan una de estas limitaciones ya que, resultan como un obstáculo que afecta la motivación de los empleadores, puesto que limitan los beneficios económicos percibidos por estos producto su actividad laboral. Desde la posición de Which entrepreneurs expect to expand their businesses?, se confirman que los gravámenes se relacionan negativamente con dichas aspiraciones y que la alta carga impositiva también puede afectar incluso las ventas de la empresa (Aidis y Mickiewicz, 2004). Además, diversos empresarios suelen no mencionar o tener en cuenta esta variable pero, incluso tiene un efecto perjudicial a nivel del mercado.

### *Corrupción*

Aunque esta variable no ha sido frecuentemente incluida en los análisis de las intenciones de crecimiento empresarial, es una de las principales barreras externas que poseen las compañías en el mercado. A juicio de Aidis y Mickiewicz (2004), los altos niveles de corrupción limitan las expectativas de expansión de los empleadores, debido a que imponen una reducción en los beneficios económicos de las firmas puesto que, éstas no pueden acceder a la totalidad de las oportunidades que les ofrece el país si no acceden a sobornos y malversaciones. Es por esta razón, que este acto delictivo tiene un efecto negativo sobre las aspiraciones ya que, afecta la motivación de los propietarios y debilita el desarrollo económico.

## **4. Conclusiones**

Este documento constituye una revisión de la literatura sobre los determinantes de las aspiraciones de crecimiento de los empresarios, busca analizar y discutir diferentes investigaciones acerca del tema y sus hallazgos correspondientes, con el fin de recopilar la información más sobresaliente sobre éste, contribuyendo a la literatura acerca de las intenciones de expansión de las compañías y a su marco teórico de una manera clara y concisa.

En cuanto a los resultados determinantes, se encontró que existen variables en las cuales existe un consenso entre los autores sobre su efecto en la construcción de las expectativas de las firmas. No obstante, aún existen vacíos en la literatura acerca de el verdadero impacto de variables como la edad del propietario y la edad de la firma, de las cuales se deberá investigar más a futuro. Incluso, dentro de este documento se mencionó

anteriormente, que para estudios posteriores se debería explorar otras formas de medir las aspiraciones de crecimiento empresarial, debido a que la variación de la cantidad de trabajadores, es una variable que no permite tener en cuenta otros aspectos como la motivación o real motivación frente al crecimiento.

En la literatura existente, se descubrió que las variables que determinan las aspiraciones de crecimiento de las empresas están relacionadas principalmente con las características individuales del propietario. Encontramos el género que es un factor sumamente significativo a la hora de la toma de decisiones correspondientes a la expansión ya que, los estudios demuestran que el género femenino tiene una concepción del éxito y desarrollo empresarial distinto, por lo que tienden a ser menos arriesgadas y tienen menos iniciativas de ampliar su compañía, esta variable también ha mostrado tener efectos en otros determinantes como la incertidumbre. También, la aversión al riesgo es decir, la propensión o miedo al fracaso del empleador, es una de los principales factores que determinan si el empresario desea tener alta o moderada expansión, ésta tiene un efecto claro sobre las intenciones, a mayor prevención a arriesgarse, menores expectativas de crecimiento. En esta línea, también se encontró que existen interacciones entre el género y el grado en que los individuos toman riesgos, que pueden condicionar las aspiraciones de los empresarios en cuanto al crecimiento de su empresa, como en el caso de que el empresario sea hombre, ya que estos tienen mayor probabilidad de asumir altos riesgos por lo que sus expectativas de crecimiento son mayores respecto a las mujeres empresarias.

Además, se encuentra la educación ya que, entre mayor sea el nivel de formación del individuo sus intenciones de crecimiento se conducirán en la misma medida. Debido a

que, el empresario adquiere a lo largo de sus estudios conocimientos adecuados y propicios para el manejo y desarrollo de una empresa. Así mismo, se encontró que la experiencia laboral, aumenta las intenciones de expansión de los propietarios, sin embargo, esta variable tiene un efecto anexo, es decir, generan grandes expectativas esto solo sucede si la experiencia fue positiva para éste y si tuvo un crecimiento profesional en esa oportunidad.

Con respecto a la identificación de los factores empresariales, se puede concluir que los empleadores tendrán mayores expectativas de crecimiento con relación a los resultados de variables como las ventas, estas funcionan como una referencia para proyectar a futuro las firmas, por lo que sí han tenido incrementos en los últimos años, el empleador tendrá mayores intenciones de expandirse. De manera similar, se encontró que la tendencia a la internacionalización es positiva puesto que amplía las posibilidades de crecimiento de las firmas y por ende, sus expectativas de expansión, los empresarios cuyas empresas tienen comercio exterior, poseen un extenso mercado, lo cual hace que sus intenciones incrementen.

Este documento ha abierto también una nueva perspectiva acerca de los determinantes de crecimiento de las empresas, puesto que ha visibilizado la necesidad de estudiar más a fondo aspectos personales como la edad del propietario, las cuales no tienen aún definido un impacto claro sobre las intenciones de crecimiento. De manera similar, es necesario revisar características de la firma como la edad y las ventas, las cuales han tenido una investigación mínima dentro de este contexto. Por otro lado, se debería considerar variables o habilidades de los empresarios. Así mismo, es necesario

revisar con mayor detención los efectos de los impuestos y de la corrupción, entre otros factores contenidos dentro de los contextos estatales.

En resumen, como lo vimos anteriormente si bien hay variables que tienen fuerte influencia, existen otras que no han sido tenidas en cuenta o que no se han estudiado lo suficiente y que en el contexto real pueden resultar decisivas al momento de tomar apreciaciones respecto a la expansión empresarial tales como, la edad de la firma y la edad del propietario. Por lo que, recomendamos para futuros y posibles estudios incluirlas lo que permitiría una mayor precisión en la literatura abarcando más factores y evaluando su impacto como determinantes de crecimiento de las empresas.

## 5. Bibliografía

- Aidis, R., & Mickiewicz, T. (2004). Which entrepreneurs expect to expand their businesses? Evidence from survey data in Lithuania.
- Arteaga, M. E., & Lasio, V. (2009). Empresas dinámicas en Ecuador: factores de éxito y competencias de sus fundadores. *Academia. Revista Latinoamericana de Administración*, (42), 49-67.
- Arroyo, M. R., Fuentes, M. D. M. F., & Jiménez, J. M. R. (2016). An international study of the factors explaining high-growth expectation in new ventures: a gender perspective. *Revista brasileira de gestão de negócios*, 18(60), 171.
- Autio, E., & Pathak, S. (2010). Entrepreneur's exit experience and growth aspirations. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 30(5), 2.
- Autio, E., & Sapienza, H. J. (2000). Comparing process and born global perspectives in the international growth of technology-based new firms. In P. D. Reynolds, E. Autio, C. G. Brush, W. D. Bygrave, S. Manigart, H. J. Sapienza, K. G. Shaver (Eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 413-424). Babson Park, MA: Babson College
- Cassar, G. (2006), "Entrepreneur opportunity costs and intended venture growth", *Journal of Business Venturing*, Vol. 21 No. 5, pp. 610-632.
- Cliff, J. E. (1998). Does one size fit all? Exploring the relationship between attitudes towards growth, gender, and business size. *Journal of business venturing*, 13(6), 523-542.

- Delmar, F., & Wiklund, J. (2008). The effect of small business managers' growth motivation on firm growth: A longitudinal study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(3), 437-457.
- Dutta, D.K. and Thornhill, S. (2008), "The evolution of growth intentions: toward a cognition- based model", *Journal of Business Venturing*, Vol. 23 No. 3, pp. 307-332
- Manolova, T. S., Brush, C. G., Edelman, L. F., & Shaver, K. G. (2012). One size does not fit all: Entrepreneurial expectancies and growth intentions of US women and men nascent entrepreneurs. *Entrepreneurship & Regional Development*, 24(1-2), 7-27.
- Michelmore, S. and Rowley, J. (2013), "Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing business growth", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 20 No. 1, pp. 125-142.
- Minniti, M., & Naude, W. (2010). What do we know about the patterns and determinants of female entrepreneurship across countries? *European Journal of Development Research*, 22(3), 277–293.
- Navarro, JLB, Casillas, JC y Barringer, B. (2012). Formas de crecimiento: cómo las PYME combinan formas de crecimiento para lograr un alto crecimiento. *Revista de gestión y organización* , 18 (1), 81-97.
- Parker, S. C. (2004). *The economics of self-employment and entrepreneurial*. Cambridge: Cambridge University Press.

- Puente, R., Cervilla, M. A., González, C. G., & Auletta, N. (2017). Determinants of the growth aspiration: a quantitative study of Venezuelan entrepreneurs. *Small Business Economics*, 48(3), 699-726.
- Sapienza, H. J. and Grimm, C. M. (1997). 'Founder characteristics, start-up process, and strategy/structure variables as predictors of shortline railroad performance'. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 20, Fall, 5–24.
- Shneor, R., Jenssen, J. I., Vissak, T., Bulanova, O., Isaksen, E. J., & Kolvereid, L. (2016). Growth aspirations among women entrepreneurs in high growth firms. *Baltic Journal of Management*.
- Storey, D.J. (1994). *Understanding the small business sector*. London: Routledge.
- Terjesen, S., & Szerb, L. (2008). Dice thrown from the beginning? An empirical investigation of determinants of firm level growth expectations. *Estudios de Economía*, 35(2), 153–178.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2003). Aspiring for, and achieving growth: The moderating role of resources and opportunities. *Journal of management studies*, 40(8), 1919-1941.