

ANÁLISIS DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL EMPRENDIMIENTO Y LIDERAZGO EN LOS PAÍSES DE ASIA Y LATINOAMERICA.

M.A. Hugo Martín Moreno Zacarías ▲
Dr. Roberto Espíritu Olmos ▲

INTRODUCCIÓN.

Dentro de los sectores económicos-productivos es importante el establecimiento de empresas e instituciones, que fomenten la creación de empleos y de riqueza para todos, como lo es para; empleados, dirigentes, inversionistas, gobierno y consumidor final. Es por esto, que la creación y dirección de empresas es de vital importancia para el sustento de los desarrollos de los países y las regiones económicas que imperan en la actualidad.

La actividad empresarial de los pueblos está delimitada con las condiciones económico-sociales que impiden o motivan a la creación de las empresas. Estas condiciones permiten limitar o multiplicar el desarrollo de las instituciones generadoras de riqueza. Las condiciones sociales están influenciando a las actividades personales como son las características de iniciativa emprendedora y de liderazgo, ambas las personales y sociales, son el conjunto básico para que las instituciones crezcan.

La actividad emprendedora, que es, el desarrollar, gestionar, multiplicar, actividades que fomenten la creación de acciones que incrementen ganancias en muchos aspectos. Dentro del aspecto económico-social son de vital importancia, ya que las personas son las que crean las instituciones económicas, entiéndase; JC y Morgan, Chrysler, Ford, Dell, Audi, etcétera, que son nombres de firmas comerciales y apellidos de grandes consorcios económicos, que fueron iniciados por personas que desarrollaron sus capacidades de logro (emprendedora) y un gran complemento a esto son las actividades de liderazgo, que dirigieron a personas y persistieron a los conflictos, locales, regionales y mundiales para lograr que sus empresas destaquen y ejerzan su liderazgo sectorial hasta nuestros tiempos.

▲ Maestros de la Facultad de Contabilidad y Administración de Tecomán, Universidad de Colima, México.

Después de la Segunda Guerra Mundial, acometida en el siglo pasado y con la ayuda de los países ganadores de ésta los estados que sufrieron la destrucción de sus estructuras económicas ya sea por parte de los Aliados (EUA, Inglaterra y Francia, principalmente), o por la fuerza del Eje (Alemania y Japón, principalmente), fueron ayudados a levantar las bases económicas de sus respectivos países. Esto dio como en otras regiones económicas, el despliegue del desarrollo económico empresarial, que de la misma manera las principales empresas presentan un apellido como marca; Sumitomo, Suzuki, Toyota (Toyoda), Mitsubishi, Hyundai, etcétera.

En cambio, en el desarrollo de las principales actividades económico-sociales en los países latinoamericanos, se realiza en empresas paraestatales, ya que tres de las cinco principales empresas latinoamericanas son petroleras; PETROBRAS y PEMEX, seguida por la Argentina YPF (Morales, 2011). Una de las principales empresas es la mexicana América Móvil de Carlos Slím, que debido a su visión emprendedora y de liderazgo es considerado como uno de los más grandes estrategas en el mundo de los negocios. Lo malo es que en este reporte, una gran porción de las mejores empresas generadoras de empleo y EBDITA corresponde a empresas transnacionales como es el caso de Wal-Mart de México y Centroamérica, que le corresponde el tercer lugar.

Es por esto el interés de estudiar cuáles son las causas que motivan a los emprendedores y líderes de las regiones asiáticas y latinoamericanas a la realización o inhibición de estas habilidades empresariales.

MARCO CONTEXTUAL DEL EMPRENDIMIENTO Y LIDERAZGO.

Emprendimiento.

Según lo estudiado por (Hisrich, Peters y Dean, 2005), la definición de lo que es un emprendimiento se puede dar desde diferentes puntos de vista:

- Desde la visión del comportamiento: es el que emprende la iniciativa, puede organizar y reorganizar los mecanismos sociales y económicos para convertir en recursos y situaciones en algo práctico y la aceptación al riesgo por fracasar.

- Desde la visión economista: es la persona que convierte recursos, trabajo, materiales y otros insumos en establecer mejoras que hacen modificar y aumentar su valor económico y en complemento a esto; es la persona que introduce cambios, innovaciones y nuevas estructuras socio-económicas.
- Desde la visión Psicológica: es la persona que está impulsada por la fuerzas, de alcanzar o lograr un ideal, de experimentar, de conseguir o en su caso, la capacidad de escapar o no depender de otros.
- Una visión generalista: es el proceso de crear algo nuevo con valor, dedicando el esfuerzo y tiempo necesarios, asumiendo los riesgos financieros, psicológicos y sociales, con el fin de obtener las recompensas resultantes de satisfacción e independencia económica y personal.
- Todo esto presenta cuatro características básicas del emprendedor;
 - a) El estímulo por crear o modificar procesos o productos.
 - b) Se exige a sí mismo a hacer un esfuerzo para conceder tiempo y dedicación para terminar sus ideales.
 - c) El hecho de no importarles el asumir riesgos.
 - d) Asumen una independencia y tener su satisfacción personal.

Ante todo esto, se considera que el emprendedor en muchas ocasiones establece el deseo de convertirse en empresario y con ello, se presta a la decisión de:

- i) Establece el cambio de estilo de vida actual: un gran valor para el cambio, entre los emprendedores, es el descontento actual de forma de vida, que puede darse desde el joven que sale de la universidad y desea crear y vivir sus propias experiencias en la formación de un negocio. Hasta el profesionista o empleado que ya tiene gran experiencia en su campo de trabajo o ya está jubilado, y no desea obedecer más ordenes de sus jefes y emprende una nueva empresa. Y en ambos se percibe la sensación que el establecer una nueva empresa es tanto deseable como posible.

- ii) El deseo de crear un nuevo negocio: Esto va a depender de la cultura, la subcultura, la familia, la educación y el círculo social de la persona. En el caso de la cultura, en los países desarrollados se da gran valor a las personas que crean su propio negocio, son consideradas más hábiles, inquietas, visionarias e innovadoras y eso motiva grandemente a que se crean empresas. En el caso de varios países latinoamericanos (Varela, 2001), se crea una cultura dependentista hacia la empleabilidad forzosa, por parte de las políticas económicas gubernamentales en diferentes países de LA, de asumir una política paternalista hacia la creación de empleos por parte burocrática, que comenzaron desde la década de los años cincuenta del siglo pasado, con el fin de proporcionar un control político-económico por parte de los gobiernos, léase los gobiernos peronistas y cardenistas entre otros. Esto dio la costumbre de buscar un trabajo en el gobierno en vez de conseguir uno en la iniciativa privada o mejor aún, la creación de una nueva empresa.
- iii) La posibilidad de formación de nuevos negocios. Además de lo anterior mencionado, existe el ambiente para la creación de nuevos negocios, que está limitada por; la actitud de las políticas económicas, los antecedentes familiares o sociales para la creación de empresas, la comprensión de la dimensión del mercado y el potencial de consumo, las facilidades o dificultades para conseguir financiamiento y los modelos familiares en relación a las conductas que se presentan (asertivas o negativas) para el fomento a la creación de empresas. Es conveniente de pasar a una necesidad de negocio a una oportunidad de Negocio (Hechevarría, 2009)
- iv) La carrera empresarial y la educación: esto es determinante, ya que el fomento motivacional y la explicación de cómo crear una empresa, mediante cursos, caso, planes de negocio, conferencias, etcétera, ayudan a crear el ambiente académico-empresarial, para el fomento a la creación de empresas. En la tabla 1, se presenta una propuesta acerca de un marco de desarrollo de la carrera de un empresario.
- Tabla 1, Marco para el desarrollo de una carrera de empresario,

11	Saber cómo hay que identificar, evaluar y obtener recursos.
12	Conocer los fundamentos de; mercadotecnia, finanzas, administración y arranque de empresas.
13	Conocer los desafíos directivos y las exigencias para la puesta en marcha de un nuevo negocio.
14	Comprender el papel de la iniciativa emprendedora en las organizaciones existentes.

En combinación de ambas tablas, es decir, la educativa de vida social-familiar y la educacional empresarial formativa, se puede asegurar un mayor logro emprendedor hacia la formación de empresas. Y con ello se trata de formar ciertos tipos de habilidades que deben de tener los emprendedores, ver tabla 3.

Tabla 3. Tipos de habilidades que tiene que tener un emprendedor,

TÉCNICAS	GESTIÓN EMPRESARIAL	HABILIDADES EMPRENDEDORAS PERSONALES
Capacidad de redactar.	Planificación y definición de objetivos.	Control interno/disciplina
Comunicación oral.	Toma de decisiones.	Asume riesgos.
Supervisión	Relaciones Humanas	Innovador.
Gestión empresarial técnica	Marketing	Orientador al cambio.
Capacidad de organizar, escuchar, crear redes.	Conocer de finanzas	Persistente.
Establecer un estilo directivo	Conocer los principios de contabilidad.	Líder visionario.
Motivar y capacitar a los empleados.	Establecer los principios de gestión, negociación y control.	Capacidad de gestionar el cambio.
Establecer y ser integrante de equipos de trabajo.	Poder establecer en marcha un negocio.	
	Establecer la gestión del conocimiento en los integrantes de la empresa.	

Fuente: Hisrich et al. 2005

Estas habilidades se consideran a manera global que se deben de conocer y aplicar, para la gestión y desarrollo de las empresas.

Liderazgo.

Según Lussier y Achua (2008), mencionan que no hay una definición generalizada a cerca de lo que es el liderazgo, la opinión más generalizada se puede escribir así:

“ Es el proceso de influencia de líderes y seguidores para alcanzar los objetivos de la organización mediante el cambio”

Esto se puede ampliar mediante el desarrollo de estas opiniones:

- i. Líderes y seguidores: es la relación de ser primero un buen seguidor para aprender a ser a futuro y cuando las circunstancias sean propicias avanzar a ser líder. En ambas posiciones, se desarrollan habilidades y características que hacen mejorar dicho puesto. Se considera que un buen administrador debe poseer un gran sentido de la dirección de liderazgo.
- ii. Influencia: debe de tener la capacidad de procesar la comunicación de ideas, conseguir su aceptación y motivar a sus seguidores para apoyar y llevar a la práctica las ideas mediante el cambio.
- iii. Objetivos de la organización: es dirigir a sus subordinados a cumplir con los fines de dicha organización aun por encima de los intereses propios y de sus subalternos.
- iv. El Cambio: el liderazgo supone influir en los seguidores para generar el cambio en función del futuro que se desea para la organización.
- v. La Gente: es ser capaz de disfrutar convivir y actuar sobre las personas para que ellas y la organización tengan éxito.

Las funciones administrativas del liderazgo: en la tabla 4, se muestran los principales grupos funcionales administrativos. Estos grupos deben de inter-relacionarse e inter-actuar entre los

miembros de la empresa, se puede decir que estos son las estrategias necesarias para llevar los objetivos institucionales de la empresa.

Tabla 4. Principales funciones administrativas que deben de ser incluidas en el liderazgo.

Funciones interpersonales	Funciones informativas	Funciones decisorias
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tener representación ▪ Sentir a los demás quien es el líder. ▪ Establecer los correctos enlaces con los todos los sentidos (jefes, alternos y subalternos). 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Establecer los respectivos sistemas de supervisión de personal y su entorno. ▪ De la misma manera para la supervisión de los asuntos que son aludidos a la gestión de la empresa. ▪ Saber ser portador de los asuntos de la empresa y establecer la concientización de la responsabilidad que es asignada a cada personal de la institución. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Poseer las características de establecer los emprendimientos necesarios (intra o extra preneur). ▪ Ser negociador para el manejo de los recursos y saber afrontar a las áreas de oportunidad que se presentan.

Fuente: Lussier y Achua 2008.

Sin embargo, Rodriguez y Vázquez (2004), presentan que es necesario considerar nuevos aspectos para mejorar el liderazgo y son:

- a) Desarrollo de la inteligencia emocional.
- b) Capacidad para atraer la atención de las personas.
- c) Capacidad para comunicar sus conceptos y dar significado a las cosas y a los eventos.
- d) Capacidad para inspirar confianza en las personas.
- e) Conocimiento y dominio de sí mismo.

Aunque se puede apreciar que en ambos autores se presentan ciertas similitudes en el comportamiento y actitudes hacia el liderazgo.

MARCO LATINOAMERICANO.

Desde los años ochenta de la centuria pasada, países como Argentina y Brasil empezaron a incorporarse en el proyecto mundial de estudios emprendedores denominado "Global Entrepreneurship

Monitor”, en el año 2010, se contaba con más de 17 países latinoamericanos incluido México (Amorós, 2011). En un estudio del GEM de los países de Latinoamérica y el grupo de los G 7 (Canadá, Estados Unidos, Francia, Reino Unido, Italia y Japón) y un grupo de países en vías de desarrollo (Tailandia, Letonia, Jamaica, Croacia, China e Sudáfrica) se encontró que el desarrollo de emprendimientos en Latinoamérica es más por necesidad que en comparación, con los países del G7 que sus emprendedurismos son en base a las oportunidades de mercado (En Latam, la excepción es Brasil, que presenta ambos casos). En cambio, los emprendimientos entre la necesidad y las oportunidades entre ambos grupos (G7 y Latam.) fueron iguales (Bruneau y Machado, 2006). También a nivel mundial hay otras pruebas que miden la capacidad emprendedora como lo son el “entrepreneurship barometer”, “FORA`s Entrepreneurship Index” y los indicadores de la Comisión económica de la OCED.

Todos ellos parten de una serie de aspectos básicos de evaluación, que principalmente recaen en:

- a) Actividad emprendedora en dinámica de la firma, supervivencia de la firma y la propiedad.
- b) El empleo en la asociación del número de empleados que están relacionados con la firma.
- c) La actividad económica en el incremento de ventas, la creación de pequeñas y medianas empresas, el comercio exterior, la integración de empresas al mercado de valores.
- d) El espíritu emprendedor en el potencial emprendedor y la propensión hacia determinadas habilidades, las razones por las cuales se quiera ser un emprendedor y los contactos con otros emprendedores.
- e) Las barreras emprendedoras hacia la actividad y el ambiente de los negocios en las características de los pro-emprendedores hacia el ambiente de los negocios, las disposición de recursos y el soporte de las instituciones para establecer el rol del suceso emprendedor.
- f) La obtención del conocimiento.
- g) La innovación mediante la presentación de ciertos productos como; innovaciones, nuevos mercados, nuevas aplicaciones a productos ya existentes. En el apéndice se muestran las tablas indexadas de los emprendimientos en conjunto analizados. En él se muestra como los países asiáticos muestran estar en los primeros lugares, Brasil en el 17, Chile en el 25 y México en el 28 como los países Latinoamericanos más avanzados de 1998 a 2001 (tabla 1 del Apéndice), y en el período del 2002 al 2005 (tabla 2 del Apéndice) se muestra un gran avance de los países latinoamericanos, con México en

5, Brasil en 6 y Argentina en 10, liderados por Indonesia en primer lugar, Corea del Sur en 4 y con una caída de Tailandia en el 42, Japón 43 y Hong Kong (China) en 53 (Avanzini, 2009).

Un aspecto importante para desarrollar su capacidad de logro Chancy (2005), citado por Ortiz, Duque y Camargo (2008), establece que las mujeres emprendedoras en Colombia, realizan primero una gran actividad de liderazgo para la creación de sus empresas. Estas actividades emprendedoras van más allá de las relaciones sociales. Inclusive se ha encontrado que en inmigrantes de origen cubano y mexicano han desarrollado sus actividades de auto empleo fuera de su círculo social étnico (Aguilera, 2009). Aunque a nivel particular las mujeres latinas, como inmigrantes, que han buscado el auto empleo están sujetas por su marco social y estatus de educación, al desarrollo de estos. Ellas siguen el desarrollo del auto empleo por necesidad económica y los bajos sueldos que pueden conseguir por su estatus social y migratorio (Lofstrom & Bates, 2009).

MARCO ASIÁTICO.

Como un inicio al desarrollo de las habilidades emprendedoras, estas se deben de estar enlazadas a la realización de transferencia de innovaciones tecnológicas hacia los sistemas económicos. Es por ello que el estado debe de estar involucrado en el ejercicio emprendedor en la generación de ideas novedosas. Estas ideas generalmente están implementadas en las políticas públicas de la mayoría de los estados del Este de Asia, que están realizando una actividad de liderazgo, en la conexión entre el estado y la iniciativa privada. Todo ello con el fin de romper los paradigmas que impidan el desarrollo tecnológico-industrial de estos países. Buscando cambiar de estados desarrolladores a estados emprendedores. Considerándose a Singapur como uno de los estados líderes en la implementación de estos sistemas, que principalmente usan un enfoque de una economía basada en un conocimiento global (Ebner, 2007).

En relación al fomento de las empresas, Amsden (2009), destaca que es imprescindible que el estado deba de ejercer actividades emprendedoras para la creación de empresas privadas nacionales, ya que éstas por si mismas son emprendedoras y las empresas privadas de origen extranjero solo son entidades

que establecen sus mecanismos comerciales, ya estandarizados y no realizan actividades emprendedoras en su sector.

La visión japonesa siempre está en cambio, como lo demuestra Kitagawa (2008), en la cual establece que para mantener la competitividad de la educación superior es necesario establecer en las universidades un cambio con la visión corporativa de las empresas, que atienda a los intereses sociales de una manera más eficiente, en una relación universidad-industria. Es por esto que se han establecido mejores recompensas a los profesores universitarios que se ligan a resolver las problemáticas de las empresas, teniendo como base los cursos de formación emprendedora tecnológica apoyada con la incubadora de empresas de las mismas universidades, tratando con ello de mejorar la cultura de la formación de futuros negocios.

Por parte de Malasia, en estas últimas décadas, se ha ido abriendo e impulsando con grandes presupuestos para mejorar la calidad de las universidades, inclusive universidades extranjeras de EUA, Reino Unido, Australia y Nueva Zelanda, tienen extensiones de sus campus, y una visión modernista es la creación de mejores programas para la creación de ejecutivos usando las mejores técnicas administrativas a nivel mundial. Uno de esos factores es la inclusión de las habilidades emprendedoras a sus planes de estudio. En la tabla 5, se muestra las habilidades incluidas en los estudios empresariales de las universidades de origen Malayo (Muniapan, 2008).

Principales habilidades emprendedoras que se incluyen en las Universidades de Malasia,

Grupos de habilidades	Descripción.
Conceptos de Negocios	Creación del plan de negocios y habilidades para presentarlo.
Escaneo ambiental	Reconocimiento del nicho de mercado, exploración de las oportunidades de mercado.
Consejo de asesoría y la creación de redes de trabajo.	Independencia en el balance con la asistencia al conocimiento.

Fuente: Muniapan 2008.

En cambio en el País de Filipinas se está desarrollando el concepto de Philinnovation que consiste en ubicar al estado y a las universidades dentro de la triple hélice (gobierno-empresa-educación

empresadora), buscando que el estado participe con instituciones “start-ups” y promocionando el capital semilla (venture capital), esto hace un compromiso para que el estado deba de mejorar sus políticas de buen gobierno, ya que el estado de emprendimientos de ese país es escaso. En 2009 su nivel desarrollo estuvo colocado en el lugar 67 en relación a la innovación y el uso de avanzada tecnología, que junto con los resultados de GEM, solamente el 15 % de los negocios usan tecnología de punta. Dentro del plan de desarrollo de The Philippine National Innovation Strategy, se hace hincapié en la promoción de una cultura emprendedora a través de la innovación, como en otros países la cultura emprendedora ha sido iniciada en las universidades privadas de Filipinas como lo son la Universidad de la Salle y el Ateneo de Manila University, con sus licenciaturas en Administración de Negocios y Emprendimientos y la Licenciatura en Ciencias de los Emprendimientos, haciendo énfasis en el desarrollo de las habilidades emprendedoras y en la transformación de la tecnología a la industria, con el fin de decrementar las grandes deficiencias en el conocimiento científico de acceso a la tecnología (Velasco, 2009).

DISCUSIÓN DE LA PROMOCIÓN EMPRENDEDORA Y DE LIDERAZGO.

Es importante mencionar que el desarrollo y competitividad económica de los países está sustentado por el conjunto denominado la triple hélice [empresa-gobierno-educación emprendedora], y ésta combinación es influenciada por factores endógenos y exógenos que ayuden al desarrollo de universidades emprendedoras. Dentro de los factores endógenos se encuentran; las transformaciones internas dentro de la universidad u otras organizaciones de base que conduzcan el cambio en la gestión en los regímenes de propiedad intelectual. Respecto a los factores exógenos en jugar un rol en la innovación como renovadores y usando una estrategia de crecimiento (Etzkowitz, Ranga, Benner, Guarany, Maculan y Kneller, 2008).

Una cuestión importante dentro de los cambios en las universidades, es llevar el cambio organizacional emprendedor, de lo individual a lo colectivo. Estas colectividades emprendedoras se han estado sucediendo como empresas “comunitarias” en países como Reino Unido, Canadá, Alemania, Bélgica, Suecia e Italia. En Argentina hay indicios del surgimiento de estas colectividades con los trabajadores de las empresas en quiebra, durante el periodo del “Barrilito”. Siempre se debe de hacer énfasis el papel

del liderazgo del estado para promover estas acciones (Donovan, Bravo y González, 2010). Siempre cuidando que las competencias que tratan de ejercer las universidades es cuidar el balance entre las demandas que se encuentran en el presente y los recursos que se van a presentar en el futuro para la creación de negocios (Zaharia, Mironov y Borzea, 2005).

Los países que están realizando más esfuerzos en implantar los cambios en sus universidades, son: EUA, Suecia, Japón y Brasil. En concreto, se observa que Brasil ha realizado grandes esfuerzos en fomentar la creación de negocios usando las incubadoras de empresas y laboratorios universitarios para la creación de prototipos, pero aun la aportación financiera gubernamental es insuficiente, se ha empezado a buscar capitales semilla (venture capital) en el sector privado, inclusive permitiendo que el capital extranjero sea el inversionista de dichos negocios en los parques tecnológicos que se encuentran en las universidades del país. En cambio, China ha relacionado a diferentes empresas con proyectos de desarrollo de crear nuevos procesos (intrapreneur), como lo es el caso de la Universidad de Beijing, con la empresa Lenovo, tratando de generar instituciones "spin-offs". Estos autores establecen que cuando se encuentran países con pobre vocación hacia la investigación y el desarrollo, escasa relación universidad-empresa, apatía para aprender otros idiomas son grandes dificultades para la transición hacia una universidad emprendedora. En estudios realizados por Mickillop (2008) citado por Etkowitz et al. (2008), revela que hay una nueva generación de profesores emprendedores.

En una encuesta realizada por el grupo de investigación de mercados Gallup, en 150 países demostró que los factores clave de liderazgo, conocer leyes, gestión, salud, educación, ambiente natural y de negocios, han demostrado una correlación dentro de los indicadores mundiales como el Producto Bruto de Desarrollo. Estos factores son considerados indudablemente por los emprendedores universitarios (Badal, 2010).

CONCLUSIONES.

La actividad emprendedora a manera global es ya un hecho para la promoción y creación de empresas, en documentos de la Organización para la Cooperación y Desarrollo de los Estados, establece que la implementación de currículas emprendedoras en las universidades y una política pública orientada al desarrollo de instituciones de soporte (incubadoras de empresas, parques tecnológicos, capitales

semillas, proyectos de vinculación sociedad-empresa), son la llave para expandir el bienestar socio-económico de todos los estados (OCDE, 2011) .

Además de esto, se debe de hacer énfasis que el ambiente cultural y de soporte (como lo son las políticas económicas) es de gran influencia, para desarrollar las motivaciones necesarias para el logro de actividades encausadas a emprendimientos, ya sea por necesidad (que se da principalmente en países en vías de desarrollo) o por oportunidad (promovido principalmente por los países desarrollados), que se ha demostrado grandemente en los países del sureste asiático (Hechavarría y Reynolds, 2009)

Bibliografía

Lofstrom, M., & Bates, T. (2009). Latina Entrepreneurship. *Small Business Economy* , 427-439.

Lussier, N. R., & Achua, F. C. (2008). *Liderazgo, Aplicación desarrollo y habilidades*. México, D.F. México: Cengage Learning Editores.

Aguilera, B. M. (2009). Ethnic enclaves and earnings of self-employed Latinos. *Small Business Economy* , 413-425.

Amorós, J. (2011). El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano. *Academia: Revista Latinoamericana de Administración* . , 1-15.

Amsden, H. A. (2009). *Firm ownership, FOEs, and POEs*. Maastricht, Países Bajos: United Nations University.

Avanzini, D. B. (2009). *Designing Composite Entrepreneurship Indicators*. United Nations University, World Institute for Development Economies Research. Helsinki, Finland: UNU-WIDER.

Badal, S. (2010). *Entrepreneurship and Job Creation*. Princeton, New Jersey. USA: Gallup Inc.

Bruneau, J., & Machado, H. (2006). Emprendedorismo nos países de América Latina baseado nos indicadores do Global Entrepreneurship Monitor (GEM). *Panorama Socioeconómico* , 18-25.

Donovan, F. P., Bravo, G., & González, R. G. (2010). Microemprendimiento y desarrollo local en Chile: Desafíos pendientes. *Cuadernos del CENDES* . , 133-167.

Ebner, A. (2007). Public policy, governance and innovation: entrepreneurial states in East Asian economic development. *International Journal of Technology and Globalisation* , 107-124.

Etzkowitz, H., Ranga, M., Benner, M., Guarany, L., Maculan, A. M., & Kneller, R. (2008). Pathways to the entrepreneurial university: towards a global convergence. *Science and Public Policy* , 681-695.

Hechevarría, D. M. Y Reynolds, P.D. (2009). Cultural norms & business start-ups: the impact of national values on opportunity and necessity entrepreneurs. *International Entrepreneurship Management Journal* , 417-437.

Hisrich, D. R., Peters, P. M., & Dean, S. A. (2005). *Entrepreneurship (Emprendedores)*. Madrid, España.: Mac Graw Hil /Interamericana de España. S.A.U .

Kitagawa, F. (2008). *Policy reforms, new university-industry links and implications for regional development in japan*. Lund, Sweden: CIRCLE, Lund University.

Morales, A. (2011). Las Mejores 500 Empresas de Latinoamerica. *Poder y Negocios* , 45-48.

Muniapan, B. (2008). Perspectives and reflections on management education in Malaysia. *International Journal Management in Education* . , 77-87.

OCDE. (2011). *Towards an OECD skills strategy*. París, Francia.: OECD Publishing.

Ortiz, R. C., Duque, O. Y., & Camargo, M. D. (2008). Una revisión al emprendimiento femenino. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión* , 85-104.

Rodriguez, C. C., & Vázquez, L. L. (2004). *Liderazgo Contemporáneo*. Querétaro, Qro.: ITESO-Universidad de Colima.

Varela, V. R. (2001). *Innovación Empresarial*. Bogotá, Colombia: Pearson Educación de Colombia Ltda.

Velasco, A. L. (2009). The Role of Philippine Universities in FILIPINNOVATION . *6th. Asialics International Conference* (págs. 1-25). Hong Kong, RPC: Hong Kong University Science and Technology.

Zaharia, S. E., Mironov, C. M., & Borzea, A. E. (2005). *The competences issue in the entrepreneurial university*. Washington. D. C., EUA: National Agency for Qualifications in Higher Education and Partnership with Economic and Social Environment (ACPART).

