



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

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE
TECOMÁN.



Introducción.

- ❖ El desarrollo económico se fomenta mediante la creación e incremento de actividades empresariales.
- ❖ Este fomento debe de estar apoyado por las instituciones educativas, gubernamentales y empresas.
- ❖ Se puede decir que la actividad emprendedora es; desarrollar, gestionar, multiplicar, actividades que fomenten la creación de acciones que incrementen ganancias en muchos aspectos.



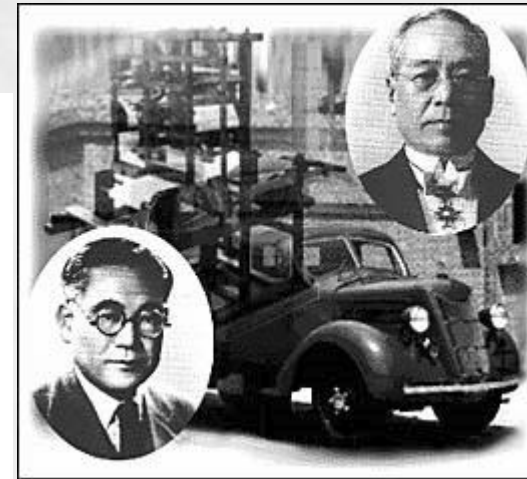
Introducción

- ❖ Las principales firmas comerciales se caracterizan por se apellidos, de personas que tuvieron la iniciativa, empuje creatividad para ser competitivos y desarrollar una estructura que ha perdurado por muchas décadas

**If you think
you can,
or if you
think you
can't, either
way you're
RIGHT!**



Henry Ford



Sakichi y Kichiro Toyoda



Introducción.

- ❖ El desarrollo de las actividades emprendedoras se debe de unir con la capacidad de liderazgo, con el fin de que las cosas sucedan.
- ❖ Después de la Segunda Guerra Mundial, con el gran apoyo económico de los Países ganadores. Los países se reabastecen de las condiciones necesarias para empezar a una visión del estado, la sociedad y el desarrollo económico. Creando grandes oportunidades para el desarrollo de los negocios y la expansión mundial.
- ❖ En caso Latinoamericano, la mayoría de las grandes empresas son paraestatales o transnacionales.



Chung Ju-yung 1940



Masatomo Sumitomo 1860



Yataro Iwasaki 1916



Ranking de las principales empresas de Latinoamérica y México.

Ránking América Latina - Lugares 1 al 50

Rk 10	Rk 09	Empresa	País	Sector / Rubro
1	1	PETROBRAS	BRA	Petróleo/Gas
2	2	PEMEX	MÉX	Petróleo/Gas
3	3	PDVSA	VEN	Petróleo/Gas
4	7	VALE	BRA	Minería
5	6	AMÉRICA MÓVIL	MÉX	Telecomunicaciones
6	5	PETROBRAS DISTRIBUIDORA	BRA	Petróleo/Gas
7	11	JBS FRIBOI	BRA	Agroindustria
8	10	ODEBRECHT	BRA	Multisector
9	9	WALMART DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA	MÉX	Comercio
10	8	ULTRAPAR	BRA	Petróleo/Gas
11	59	IPIRANGA PRODUCTOS DE PETRÓLEO	BRA	Petróleo/Gas
12	12	ECOPETROL	COL	Petróleo/Gas
13	15	COMISIÓN FEDERAL DE ELECTRICIDAD	MÉX	Energía Eléctrica
14	21	CBD - GRUPO PÃO DE AÇÚCAR	BRA	Comercio
15	13	TECHINT	ARG	Siderurgia/Metalurgia
16	18	GERDAU	BRA	Siderurgia/Metalurgia
17	17	ELETROBRÁS	BRA	Energía Eléctrica
18	16	GRUPO VOTORANTIM	BRA	Multisector
19	14	OI - TELEMAR	BRA	Telecomunicaciones
20	27	CODELCO	CHI	Minería
21	51	BRASKEM	BRA	Petroquímica
22	22	AMBEV	BRA	Bebidas/Licores
23	24	CARREFOUR	BRA	Comercio
24	19	CEMEX	MÉX	Cemento
25	25	TELEFÓNICA BRASIL	BRA	Telecomunicaciones
26	20	FEMSA	MÉX	Bebidas/Licores
27	41	BRF FOODS	BRA	Alimentos
28	26	VOLKSWAGEN	BRA	Automotriz/Autopartes
29	36	CENCOSUD	CHI	Comercio
30	28	ENERSIS	CHI	Energía Eléctrica

RK 2010	RK 2009*	Empresa	Ubicación	Sector	País
1	1	Petróleos Mexicanos	DF	Minería, petróleo y gas	MX
2	2	América Móvil	DF	Medios y telecomuni- caciones	MX
3	3	Walmart de México	DF	Comercio minorista	EU
4	4	Comisión Federal de Electricidad	DF	Electricida- d, agua y gas	MX
5	5	Cemex	NL	Cemento, cerámica y vidrio	MX
6	6	Fomento Económico Mexicano	NL	Bienes de consumo	MX
7	12	General Motors de México	DF	Automotri- z y autopartes	EU
8	10	Grupo Alfa	NL	Holding	MX
9	7	Grupo Financiero BBVA-Bancomer	DF	Servicios financieros y seguros	ESP
10	18	Ford Motor Company	DF	Automotri- z y autopartes	EU

Fuente: América Economía

Fuente: CNN -Expansión

Objetivo de estudio.

- ❖ Es el interés de estudiar de manera documental, 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

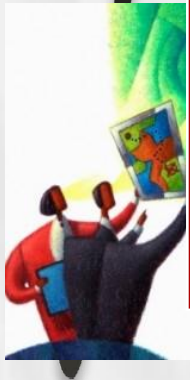
- ❖ **Liderazgo:** Según Lussier y Achua (2008), mencionan que no hay una definición generalizada a cerca de lo que es el liderazgo, la opinión más generalizada se puede escribir así:
 - ❖ “ Es el proceso de influencia de líderes y seguidores para alcanzar los objetivos de la organización mediante el cambio”
- ❖ Son Líderes y seguidores.
- ❖ Poseen la Influencia por su capacidad de comunicación.
- ❖ Se dirige a los objetivos de la Organización.
- ❖ Propone el Cambio.
- ❖ Disfruta a la gente.



El liderazgo y las funciones administrativas.

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 afrentarse a las áreas de oportunidad que se presentan.



Los emprendimientos.

- ❖ Hisrich, Peters y Dean, 2005 manifiestan que se puede manejar desde diferentes puntos de vista.
 - ◆ Desde la visión del comportamiento.
 - ◆ Desde la visión economista.
 - ◆ Desde la visión psicológica.
 - ◆ 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.



Los emprendimientos.

En muchas ocasiones se establece el deseo de convertirse en empresario y con ello toma la decisión de:

- Establece el cambio de estilo de vida actual.
- El deseo de crear un nuevo negocio.
- La posibilidad de crear otros negocios.
- La carrera empresarial y la educación.



Los emprendimientos y las habilidades.

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



Marco Mundial de los Emprendimientos.

- ❖ Se establece que el factor de desarrollo, denominado la Tripe Hélice (Universidad- Empresa-Gobierno), debe de ser aplicado y fomentado.
- ❖ En los 80's del Siglo pasado, Argentina y Brasil se incorporaron al "Global Entrepreneurship Monitor" (GEM) que mide por un índice el desarrollo emprendedor a nivel país. México ha participado de forma intermitente (ITESM).
- ❖ Hay otros instrumentos mundiales de medición; "entrepreneurship barometer", "FORA`s Entrepreneurship Index" y los indicadores de la Comisión económica de la OCED.
- ❖ Los emprendimientos para la creación de empresas puede ser por necesidad que por innovación.



Marco Mundial de los Emprendimientos.

- ❖ Elementos básicos de Medición:
 - ◆ Actividad emprendedora dinámica.
 - ◆ Creación de asociaciones y empleabilidad.
 - ◆ Actividad económica en ventas.
 - ◆ El espíritu emprendedor (potencializar oportunidades).
 - ◆ Barreras emprendedoras hacia la creación de negocios.
 - ◆ Obtención del conocimiento.
 - ◆ Buscar la creatividad para innovar



Marco Latinoamericano.

- ❖ La mayoría de los emprendimientos de negocios realizados son por necesidad y en Brasil se incluye por innovación.
- ❖ En Latam., al igual que en Europa se presentan iguales oportunidades de emprendimientos (Bruneau y Machado, 2006).
- ❖ Lugares del GEM de 1998 a 2001: Brasil 17, Chile 25, México 28.
- ❖ Del 2002 a 2005; México 5, Brasil 6 y Argentina 10. En comparación Corea Sur 4, Japón 43, China (HK) 53 [Avanzani, 2009]



Marco Latinoamericano.

- ❖ En general la educación en la mayoría de los países de Latinoamérica, tiene incipientes planes de fomento a los negocios en sus planes de estudio.
- ❖ En muchas ocasiones la idea de Educación para el pueblo (Gratuita) no se congenia con la idea de educar para el fomento empresarial, crear epleados en vez que empleadores.
- ❖ Se ha copeado sin mucho éxito modelos de triple hélice de países desarrollados, aún no llegan los emprendimientos a las masas.
- ❖ Estos modelos de desarrollo deben de sostenerse a grandes plazos (generaciones).



Marco Latinoamericano.

- ❖ México ¿Es emprendedor?:
- ❖ Hay una tendencia cultural a crear mas empleados que empleadores.
- ❖ Se tiene un visión de los prestamos y ayudas del gobierno deben de ser "no pagadas".
- ❖ Hay mucha individualidad para la realización del negocio.
- ❖ Las "entidades de fomento" gubernamentales son insuficientes (promoción y alcance). [Toledo, 2004]
- ❖ Es necesario incrementar el esquema de "Aceleradores de empresas" y el fomento de las empresas "Gacelas"
- ❖ Que el mexicano emprende mas por cuestión familiar que por cuestión de enseñanza (Pérez, Oliver E. R.: Merrit, Márquez, & León, 2006).



Marco Asiático.

- ❖ En general se presenta una costumbre generalizada de la transferencia de innovaciones tecnológicas hacia los sistemas creadores de negocios (institutos, bancos de fomento, incubadoras de empresas, aceleradoras de negocios, etcétera).
- ❖ La mayoría de los países desarrollados de los Este de Asia están implementadas en las políticas públicas, que están realizando una actividad de liderazgo, en la conexión entre el estado y la iniciativa privada.
- ❖ Buscando cambiar de estados desarrolladores a estados emprendedores. (Ebner, 2007 y Amsden 2009)
- ❖ Véase el caso de Singapur.



Marco Asiático.

❖ SINGAPUR.

- ◆ Modelo educativo de fomento a las capacidades de las personas (en base a las capacidades y las necesidades reales).
- ◆ Todos los habitantes pueden llegar a tener estudios (parciales, diplomados, técnicos) con certificados, esto da la posibilidad de ser bien remunerados.
- ◆ Todos los centros de estudios cuentan con programas y actividades para el fomento de los negocios.
- ◆ Hay competencia entre las Universidades Nacionales y Extranjeras.



Marco Asiático.

❖ JAPÓN:

- ◆ Como política pública 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.
- ◆ Se presenta un fomento al profesor universitario (incentivos), para que ayude a resolver los problemas de las empresas.
- ◆ Apoyo al desarrollo tecnológico mediante las incubadoras de empresas (Kitagawa, 2008).



Apoyo al Desarrollo Empresarial del Japón KEIRETSU.

(系列, *Keiretsu*) es un término [japonés](#) que hace referencia a un [modelo empresarial](#) en el que existe una coalición de empresas unidas por ciertos intereses económicos. Es un tipo de grupo de negocios. Suele ser una estructura basada en dos partes, un núcleo central en el que se sitúan una organización de gran poder económico, un banco y una organización de desarrollo de negocios (trader). Por afuera del núcleo central existe un conjunto de pequeñas organizaciones con gran independencia, pero que comparten departamentos y acuerdos económicos, y que poseen una alta interdependencia con el núcleo centra



Marco Asiático.

❖ MALASIA.

- ◆ Se ha admitido que universidades extranjeras se instalen en el país.
- ◆ Los planes de estudio, continuamente se están evaluando con las principales universidades del mundo. Es de carácter obligatorio los estudios emprendedores para el desarrollo de empresas.

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

Fuente: Muniapan 2008

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.



Marco Asiático.

❖ **FILIPINAS.**

- ◆ Instalación del programa Philinnovación, fomento al desarrollo de las empresas. El estado enlaza a los emprendimientos a empresas “start-ups” y promociona el capital semilla (joint venture).
- ◆ Las universidades (privadas) han comenzado a desarrollar en sus licenciaturas de negocios, la licenciatura en Administración de Negocios y Emprendimientos y la Licenciatura en Ciencias de los Emprendimientos, en el 2009 su lugar dentro del GEM fue del 67 (Velasco, 2009)



Marco Asiático.

❖ 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". Mickillop (2008)



DISCUSIÓN.

- ❖ Se deben de combinar los factores endógenos y exógenos que ayuden al desarrollo de universidades emprendedoras (Etzkowitz, Ranga, Benner, Guarany, Maculan y Kneller, 2008).
- ❖ El estado debe de promover mediante las universidades, llevar el cambio organizacional emprendedor, de lo individual a lo colectivo (Donovan, Bravo y González, 2010) .
- ❖ Hay que tener un balance entre las necesidades de negocios actuales y del futuro.
- ❖ Hay países que se están forzando a realizar grandes cambios; EUA, Suecia, Japón y Brasil.



DISCUSIÓN.

- ❖ Diferentes 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 Etzkowitz et al. (2008), revela que hay una nueva generación de profesores emprendedores.
- ❖ Lo anteriormente mencionado sucede en la gran mayoría de las Universidades de Latinoamérica.



CONCLUSIONES.

- ❖ En documentos de la Organización para la Cooperación y Desarrollo de los Estados, establece que la implementación de currículos emprendedores 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 (Hechavarría y Reynolds, 2009)

