

FORTEES

The background of the cover is a dark blue-grey color. It features a central globe with a grid of latitude and longitude lines. Overlaid on the globe are several large, semi-transparent gears of varying sizes. The gears have a metallic, slightly reflective appearance. Within the circular cutouts of the gears, there are smaller, solid-colored circles in shades of blue and white, creating a complex, layered visual effect.

Revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico

Tercera época • Volumen 4 • Número 8 • Julio/Diciembre 2010 • Colima, México

8

UNIVERSIDAD DE COLIMA

PORTES

Revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico

Tercera época • Volumen 4 • Número 8 • Julio/Diciembre 2010 • Colima, México

Dr. Ángel Licona Michel
Coordinador de la Revista

Lic. Ithovan Pineda Lara
Asistente de coordinación de la revista

Comité editorial internacional

Dr. Hadi Soesastro[†]
Center for Strategic and International Studies,
Indonesia

Dr. Pablo Bustelo Gómez
Universidad Complutense de Madrid, España

Dr. Kim Won ho
Universidad de Hankuk, Corea del Sur

Dr. Mitsushiro Kagami
Instituto de Economías en Desarrollo, Japón

Universidad de Colima

MC Miguel Ángel Aguayo López
Rector

Dr. Ramón Cedillo Nakay
Secretario General

Dr. Ricardo Navarro Polanco
Coordinador General de Investigación Científica

Dr. José Ernesto Rangel Delgado
Director del CUEICP

MC Christian Torres Ortiz Zermeño
Directora General de Publicaciones

Mtra Gloria Guillermina Araiza Torres
Directora General de Publicaciones

Índices a los que pertenece: Sistema regional de información
en línea para revistas científicas de América Latina, El Caribe,
España y Portugal(LATINDEX)
Citas Latinoamericanas en Ciencias Sociales y Humanidades
(CLASE)
EBSCO/México

Comité editorial nacional

Dra. Mayrén Polanco Gaytán / Universidad de Colima,
Facultad de Economía

Mtro. Alfredo Romero Castilla / UNAM, Facultad de Ciencias
Políticas y Sociales

Dr. Juan González García / Universidad de Colima, CUEICP
Dr. José Ernesto Rangel Delgado / Universidad de Colima,
CUEICP

Dr. Pablo Wong González / Centro de Investigación en
Alimentación y Desarrollo, CIAD Sonora

Dr. Clemente Ruiz Durán / UNAM, Facultad de Economía

Dr. León Bendesky Bronstein / ERI

Dr. Víctor López Villafaña / ITESM, Relaciones Internacionales,
Monterrey

Dr. Carlos Uscanga Prieto / UNAM, Facultad de Ciencias
Olíticas y Sociales

Prof. Omar Martínez Legorreta / Colegio Mexiquense

Dr. Ernesto Henry Tuner Barragán / UAM-Azcapotzalco,
Departamento de Economía

Dra. Marisela Connolly / El Colegio de México, Centro de
Estudios de Asia y África

Cuerpo de árbitros

Dra. Genevieve Marchini W. / Universidad de Guadalajara,
Departamento de Estudios Internacionales. Especializada en
Economía Financiera en la región del Asia Pacífico

Mtro. Alfonso Mercado García / El Colegio de México y el
Colegio de la Frontera Norte. Especializado en Economía Industrial
e Industria Maquiladora

Dr. Fernando Alfonso Rivas Mira / Universidad de Colima.
Especializado en Propiedad Intelectual, Turismo Internacional y
Desarrollo Regional en el Marco de la Cuenca del Pacífico

Dr. Alfredo Román Zavala / El Colegio de México.
Especializado en Estudios sobre Japón y Australia

Mtro. Saúl Martínez González / Universidad de Colima.
Especializado en Economía Agrícola

Dra. Susana Aurelia Preciado Jiménez / Universidad de
Colima

Dr. Roberto Escalante Semerena / UNAM, Facultad de
Economía. Especializado en Economía Agrícola

Dra. Melba Eugenia Falck Reyes / Universidad de
Guadalajara, Departamento de Estudios del Pacífico.
Especializada en Economía Japonesa

Dra. Kirstein Appendini / El Colegio de México.
Especializada en Economía Agrícola

Dr. Emma Mendoza Martínez / Universidad de Colima,
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Especializada en
Estudios de Asia y África

Dra. María Elena Romero Ortiz / Universidad de Colima,
Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Especializada en
Relaciones Internacionales

Dr. Jürgen Haberleithner / Universidad de Colima, CUEICP.
Especializado en Políticas de Investigación, Desarrollo y Empleo

PORTES, revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico, Tercera época, Volumen 4, Número 8, Julio/Diciembre 2010, es una publicación semestral de difusión e investigación científica de la Universidad de Colima por medio del Centro Universitario de Estudios e Investigaciones sobre la Cuenca del Pacífico y del Centro de Estudios de APEC (CUEICP-CEAPEC). Av. Gonzalo de Sandoval 444, Col. Las Víboras, C.P. 28040, Colima, Col., México. Teléfono (+ 52) 312 316 11 31. www.portesasiapacifico.com.mx, portes@uacol.mx. Reservas de Derechos al Uso Exclusivo No. 04 2010 030116423900 102, ISSN 1870 6800. Editora responsable: Gloria González. Edición: Carmen Millán y Jaime Sánchez Hernández de la Dirección General de Publicaciones de la Universidad de Colima, Av. Universidad 333, Col. Las Víboras, C.P. 28040. Colima, Col., México. Teléfono (+52) 312 316 10 00, ext. 35004. Este número se terminó de editar en junio de 2012.

Las ideas expresadas en los artículos e investigaciones son responsabilidad de los autores y no najeferel punto de vista del CUEICP CEAPEC o de la Universidad de Colima.

El CUEICP y el CEAPEC autorizan la reproducción parcial o total de los materiales presentados aquí, siempre y cuando se dé crédito al autor y a la revista sin fines de lucro.

Análisis de las características del emprendimiento y liderazgo en los países de Asia y Latinoamérica

.....

*Hugo Martín Moreno Zacarías,
Roberto Espíritu Olmos¹*

Resumen

El desarrollo de las habilidades para lograr emprendimientos que se traduzcan en empresas, depende en gran medida de la llamada “triple hélice del desarrollo”, que consiste en la relación universidad-gobierno-empresa. Esta relación impulsa las acciones encaminadas a la transformación de ideas-negocio a empresas reales a través de la educación, el soporte económico-financiero y el apoyo de la experiencia empresarial. En este artículo se analizan los conceptos y definiciones de varios autores respecto a la importancia de las actividades emprendedoras y la concepción de liderazgo para llevar a cabo dichos negocios. Al respecto, se toman los ejemplos de las actividades que se realizan en diferentes países de Asia y Latinoamérica. Se estudian los casos a nivel general de México, Brasil, Argentina y Chile; a nivel asiático: Japón, Malasia y Filipinas. Todos ellos se encuentran incluidos en sistemas internacionales de medición de la capacidad emprendedora a nivel mundial, considerándose que las calificaciones en los países de Asia van en declive y los países de Latinoamérica en proclive. Sin embargo, es importante tomar en

¹ Maestros de la Facultad de Contabilidad y Administración de Tecomán, Universidad de Colima.

cuenta que en ambos, el desarrollo emprendedor es diferente, ya que los países de Asia son emprendedores en lograr una innovación de las empresas, mientras que los países Latinoamericanos son emprendedores por la necesidad económica de buscar otras opciones, para completar sus necesidades de consumo. En una plataforma general, en la mayoría de los países de Asia analizados, se encuentra el sistema de la “triple hélice”, como un real funcionamiento de la actividad emprendedora.

Palabras clave: emprendimientos, liderazgo, soporte, educación, gobierno.

Abstract

The development of the necessary skills to transform entrepreneurial activities into business largely depends on the so-called “Triple Helix development”. This is the relationship University-Industry-Government. This relationship leads to the transformation of business ideas, into real companies, through education, economic and financial support and the support given to businesses experiences. This article reviews the concepts and definitions of various authors regarding the importance of entrepreneurial activities and the leadership approach to carry out such business. The article takes the examples of activities undertaken in this regard in different countries of Asia and Latin America, including Mexico, Brazil, Argentina, and Chile in Latin America and Japan, Malaysia and the Philippines in Asia. These countries are included in international systems of measurement of entrepreneurship worldwide.

According to the information available, such ratings are declining in Asia whilst increasing in Latin America. It is important to note however that in both groups of countries there is a different entrepreneurial development. In the countries of Asia, the entrepreneurs seek to achieve business innovation while Latin American countries, the entrepreneurs are moved by the economic necessity to seek other options to complete their consumption needs. In a general basis, the triple helix could be observed in the entrepreneurial activity in most Asian countries.

Keywords: entrepreneurship, leadership, support, education, government.

Introducción

Dentro de los sectores económicos-productivos es importante establecer empresas e instituciones que fomenten la creación de empleos y dé valor a la sociedad, incluidos: empleados, dirigentes, inversionistas, así como el gobierno y consumidor final. Es por ello que la creación y dirección de empresas es de vital importancia para el sostén de los desarrollos de los países y las regiones económicas que imperan actualmente.

La actividad empresarial de los pueblos está delimitada por las condiciones económico-sociales que impiden o motivan la creación de empresas. Estas condiciones permiten limitar o multiplicar el desarrollo de las instituciones generadoras de riqueza. Las condiciones sociales influyen en las capacidades personales como la iniciativa emprendedora y el liderazgo. Es el conjunto de estas condiciones sociales y las capacidades personales lo que permite que las instituciones crezcan.

La actividad emprendedora es comprendida como la puesta en marcha de actividades que fomenten la creación de acciones que generen valor a la empresa y que incrementen las ganancias. Dentro del aspecto económico-social estas acciones son de vital importancia, ya que las personas son las que crean las instituciones económicas, tal es el caso de *JC y Morgan, Chrysler, Ford, Dell, Audi*, entre otras, nombres de firmas comerciales y apellidos de grandes consorcios económicos, que fueron iniciados por personas que desarrollaron sus capacidades de logro (emprendedora), siendo un gran complemento a esto las actividades de liderazgo, que condujeron a los industriales a persistir a los problemas locales, regionales y mundiales, para lograr que sus empresas destacaran y ejercieran su liderazgo sectorial hasta la fecha.

Después de la *Segunda guerra mundial* los estados que sufrieron la destrucción de sus estructuras económicas, ya sea por parte de los Aliados: Estados Unidos, Inglaterra y Francia (principalmente) o por la Fuerza del Eje: Alemania y Japón (especialmente), fueron apoyados para levantar las bases económicas de sus respectivos países mediante mecanismos como el “Plan de Marshal” y los fondos aportados por Estados Unidos para la reconstrucción de Asia. Esto impulsó el despliegue del desarrollo económico empresarial, que de la misma manera las principales empresas presentan un apellido como mar-

ca: *Sumitomo, Suzuki, Toyota (Toyoda), Mitsubishi, Hyundai*, entre otras.

En América Latina, por el contrario, el desarrollo de las principales actividades económico-sociales en los países latinoamericanos tuvo como epicentro a las 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 Slim, que debido a su visión emprendedora y 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, a quien le corresponde el tercer lugar.

Por lo anterior, es nuestro interés estudiar cuáles son las causas que motivan a los emprendedores y líderes de las regiones asiáticas y latinoamericanas para realizar o inhibir 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: quien convierte recursos, trabajo, materiales y otros insumos, en establecer mejoras para modificar y aumentar su valor económico, y en complemento a esto, introduce cambios, innovaciones y nuevas estructuras socio-económicas.
- Desde la visión psicológica: quien está impulsado por la fuerza 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 necesario, asumiendo los riesgos financieros, psicológicos y sociales, con el fin de obtener las recompensas de satisfacción e independencia económica y personal.
- Todo ello presenta estas características básicas del emprendedor:
 - a) El estímulo por crear o modificar procesos o productos.
 - b) Se exige a sí mismo hacer un esfuerzo para conceder tiempo y dedicación para terminar sus ideales.
 - c) No importarle el asumir riesgos.
 - d) Asume una independencia y tiene su satisfacción personal.

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

Establece el cambio de estilo de vida actual: un gran valor para el cambio entre los emprendedores, es el descontento actual de su 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 profesional o empleado que ya tiene gran experiencia en su campo de trabajo o ya está jubilado, y no desea obedecer más órdenes de sus jefes y emprende una nueva empresa. En ambos se percibe la sensación que el establecer una nueva empresa es tanto deseable como posible.

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 establezcan nuevas empresas. En el caso de varios países latinoamericanos (Varela, 2001), se creó una cultura de dependencia hacia la empleabilidad forzosa por parte de las políticas económicas gubernamentales en diferentes países de América Latina, de asumir una política paternalista hacia la creación de empleos burocráticos, que comenzaron desde la década de los cincuenta del siglo pasado, con el fin de proporcionar un control político-económico por parte de los gobiernos (léase los gobiernos peronistas y car-

denistas, entre otros). Esto dio a la práctica 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.

La posibilidad de formar nuevos negocios: además de lo mencionado anteriormente, existe el ambiente para crear nuevos negocios, que está limitado por diversos factores: 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 con relación a las conductas que se presentan (asertivas o negativas) para el fomento de la creación de empresas. Es conveniente pasar de una “necesidad” de negocio a una “oportunidad” de negocio (Hechevarría, 2009).

La carrera empresarial y la educación: esto es determinante, ya que el fomento motivacional y la explicación de cómo crear una empresa mediante cursos, asuntos, planes de negocio, conferencias, entre otros, ayudan a crear el ambiente académico-empresarial para fomentar la creación de empresas. En la siguiente tabla 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

Categorías	Infancia	Juventud	Actualidad
Trabajo/ ocupación	1. Educación y experiencia laboral en la infancia	4. Historial de empleo	7. Actual situación laboral
Individual/ personal	2. Influencias de la infancia en la personalidad, los valores y los intereses	5. Historial de desarrollo	8. Perspectiva actual del individuo
No laboral/ familiar	3. Entorno familiar en la infancia	6. Historia familiar en la vida adulta/ no laboral	9. Actual situación familiar/no laboral

Fuente: Hisrich *et al.*, 2005.

En cada una de las fases se hace referencia a los tiempos a través de la vida en la que quedan comprendidas las reacciones y acciones que se deben realizar y seguir un desarrollo hacia una mentalidad empresarial y generadora de empresas. En resultado, el autor hace referencia en la siguiente tabla a los objetivos generales que se deben de integrar en estudios que se refieran a la creación de empresas.

Tabla 2. Objetivos principales de estudios para crear empresas

1.	Comprender el papel de las nuevas y más pequeñas empresas de la economía
2.	Comprender las ventajas e inconvenientes relativos de los distintos tipos de empresas
3.	Conocer las características generales de una iniciativa empresarial
4.	Evaluar las habilidades emprendedoras de la persona
5.	Comprender y conocer los procesos de iniciativa empresarial, desarrollo y planificación del producto
6.	Conocer métodos alternativos para identificar, evaluar oportunidades empresariales y los factores que fomenten e inhiban la creatividad
7.	Desarrollar la capacidad de formar, organizar y trabajar en equipos interdisciplinarios
8.	Conocer los factores generales de éxito y fracaso en la innovación y creación de nuevos negocios
9.	Conocer los diversos aspectos en la creación y presentación de un plan de negocios
10.	Saber cómo hay que identificar, evaluar y obtener recursos
11.	Conocer los fundamentos de mercadotecnia, finanzas, administración y arranque de empresas
12.	Conocer los desafíos directivos y las exigencias para la puesta en marcha de un nuevo negocio
13.	Comprender el papel de la iniciativa emprendedora en las organizaciones existentes

Fuente: Hisrich *et al.*, 2005.

Con las cualidades que se describen en ambas tablas; es decir, la educación social, familiar y la educación empresarial formativa, se puede asegurar un mayor logro emprendedor para crear empresas. Con ello se pueden identificar ciertos tipos de habilidades que deben poseer los emprendedores (ver siguiente tabla).

Tabla 3. Tipos de habilidades que debe poseer 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 —de manera global— importantes conocer y aplicar para la gestión y desarrollo de las empresas.

Liderazgo

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

1. 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 en la dirección de liderazgo.
2. 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.
3. 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.
4. El cambio: el liderazgo supone influir en los seguidores (para generar el cambio), el futuro que se desea para la organización.
5. La gente: ser capaz de disfrutar, convivir y actuar con 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 con los miembros de la empresa. Se puede decir que éstas son las estrategias necesarias para llevar a cabo los objetivos institucionales de la empresa.

Tabla 4. Principales funciones administrativas en el liderazgo

Funciones interpersonales	Funciones directivas	Funciones decisorias
<ul style="list-style-type: none"> • Tener representación • Hacer sentir a los demás quién es el líder • Establecer los correctos enlaces jerárquicos: jefes, alternos y subalternos 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer los sistemas de supervisión del personal y su entorno • Supervisión de los asuntos para la gestión de la empresa • 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 en el manejo de los recursos y saber afrontar las áreas de oportunidad que se presenten

Fuente: Lussier y Achua 2008.

Sin embargo, Rodríguez y Vázquez (2004) comentan que es necesario considerar nuevos aspectos para mejorar el liderazgo:

- 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 los eventos
- d) Capacidad para inspirar confianza en las personas
- e) Conocimiento y dominio de sí mismo

Aquí se puede apreciar que ambos autores presentan cierta similitud en el comportamiento y actitudes hacia el liderazgo.

Marco latinoamericano

Desde los años ochenta del siglo pasado, países como Argentina y Brasil empezaron a incorporarse en el proyecto mundial de estudios emprendedores denominado *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM), y para el 2010 ya 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 G7 (Canadá, Estados Unidos, Francia, Reino Unido, Italia, Alemania 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 emprendimientos son con base a las oportunidades de mercado (en América Latina, la excepción es Brasil, que presenta ambos casos). 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 Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

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

- a) Actividad emprendedora en la 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 quiere 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; la disposición de recursos y el soporte de las instituciones para establecer el rol del sucesor emprendedor.
- f) La obtención del conocimiento.
- g) La innovación mediante la presentación de productos modernizados, nuevos mercados, nuevas aplicaciones a productos ya existentes. (En el apéndice se muestran las tablas indexadas de los emprendimientos analizados). Se muestra cómo los países asiáticos se encuentran en los primeros lugares: Brasil en el 17, Chile en el 25 y México en el 28, como los países

latinoamericanos más avanzados en el periodo 1998-2001 (tabla 1 del apéndice), y en el periodo 2002-2005 (tabla 2 del apéndice), se muestra un gran avance de los países latinoamericanos: México en sexto lugar, Brasil en el séptimo y Argentina en el lugar diez, liderados por Indonesia en primer lugar, Corea del Sur en quinto y con una caída de Tailandia en el lugar 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; incluso se ha encontrado que en inmigrantes de origen cubano y mexicano han desarrollado sus actividades de autoempleo fuera de su círculo social étnico (Aguilera, 2009). Aunque particularmente las mujeres latinas (como inmigrantes) que han buscado el autoempleo están sujetas por su marco social y estatus de educación. Ellas siguen el desarrollo del autoempleo por necesidad económica y los bajos sueldos que pueden conseguir por su estatus social y migratorio (Lofstrom & Bates, 2009).

Con relación a México, en estudios desde el 2003, se hizo la pregunta si el país es o ha sido una nación emprendedora. Para ello se tomaron tres factores: político, económico y social, donde se demuestra —en general— que hay más impedimentos que motivaciones. Existe más preferencia por el desarrollo particular de las comunidades o personas por las prebendas políticas en votos, que planes de desarrollo; lo que demuestra que prevalecen más las intenciones de crear empleados que empleadores. Aun así, se han establecido planes de fomento a las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs), que han sido lentos y afectados por la burocracia imperante. Con ello se tiene una morosidad costumbrista, ya que la sociedad tiene una cultura del “no pago” de los préstamos del gobierno, aunque la sociedad poco a poco trata de cambiar esta visión ayuda-pago. En lo social, el hombre de negocios es más desconfiado para trabajar con terceros. Esto hace que los negocios tarden en crearse y desarrollarse. Además se debe de crear una estrategia de fomento a la protección industrial que procure las bases para la creación de negocios de una manera innovadora y especializada. Aun así, el país tiene pre-

sencia de personas que son emprendedoras (Toledo, 2004). No obstante, la banca de desarrollo Nacional Financiera (NAFIN) ha puesto en marcha el programa de apoyo a proyectos emprendedores, usando la vinculación universidad-gobierno-empresa. Las universidades, mediante sus programas y clubes emprendedores, presentan proyectos que pueden tener factibilidad en las instituciones de fomento (entre ellas NAFIN). El apoyo empresarial es mediante el financiamiento económico de proyectos que se consideren viables (empresas gacelas). Se logra una inversión tripartita emprendedor-universidad-gobierno. El problema de este proceso es que pocos proyectos son apoyados para estas condiciones (NAFIN, 2005). No obstante, en un estudio piloto realizado en la Ciudad de México en 2006 a cierto número de personas, incluidos: empresarios, funcionarios públicos, estudiantes, emprendedores, empleados, entre otros, se les preguntó acerca de cuáles consideraba como factores determinantes para una cultura emprendedora y los resultados fueron los siguientes:

- Primero: que el ser emprendedor es cuestión de personalidad (76.7% de afirmaciones).
- Segundo: el gobierno estimula la creación de “changaeros” (51.6% de afirmación).
- Tercero: existen políticas que incentivan la creación de empresas (48.4% de afirmación).
- Cuarto: para ser emprendedor hay que tener vocación (46.7%).
- Quinto: en las escuelas se enseña a ser emprendedor (32.2 % de afirmación).

Esto se combina con otro resultado encontrado en esta encuesta: “el desarrollo de las empresas es más por motivo de tradición familiar (proveniente de hijos de familias con empresa), que por motivo de la incentivación y enseñanza en las universidades para crear empresas (calificado muy bajo de otros factores que motivan a la creación de empresas). En complemento a esto, de la población piloto encuestada, solamente el 38% reportó conocimiento de los programas gubernamentales para el fomento de las empresas. Finalmente, se consideró que más del 70% de los entrevistados crean o crearían sus empresas por necesidades de mercado y solamente un 11% por un desarrollo tecnológico propio o adquirido (Pérez, P. H., Oliver E. R.: Merrit, T. H., Márquez, A., & León, A. J., 2006).

Marco asiático

Como un inicio al desarrollo de las habilidades emprendedoras, éstas deben estar enlazadas en la realización y transmisión de innovaciones tecnológicas hacia los sistemas económicos. Es por ello que el Estado debe estar involucrado en el ejercicio emprendedor y 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 impiden el desarrollo tecnológico-industrial de estos países, tratando de cambiar de “estados desarrolladores” a “estados emprendedores”. Se considera a Singapur como uno de los estados líderes en la implementación de estos sistemas, que principalmente usa un enfoque de una economía basada en un conocimiento global (Ebner, 2007).

Con relación al fomento de las empresas, Amsden (2009) destaca que es imprescindible que el Estado deba ejercer actividades emprendedoras para la creación de empresas privadas nacionales, ya que éstas por sí mismas son emprendedoras y las empresas privadas de origen extranjero sólo son entidades que establecen sus mecanismos comerciales ya estandarizados, y no realizan actividades emprendedoras en su sector.

La visión japonesa siempre está en transformación, como lo demuestra Kitagawa (2008), 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 ello que se han establecido mejores estímulos a los profesores universitarios que se vinculan para resolver la problemática 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— ha impulsado grandes presupuestos para mejorar la calidad de las universidades. Incluso universidades extranjeras de Estados Unidos, Reino Unido, Australia y Nueva Zelanda, con presencia en este país, tienen extensiones de sus *campus* y una visión mo-

ernista en la creación de mejores programas para la formación de ejecutivos, usando las mejores técnicas administrativas a nivel mundial. Uno de esos factores es la inclusión de habilidades emprendedoras en sus planes de estudio, con el propósito de tener el concepto de lo que es un negocio y un plan para crearlo. En la siguiente tabla se muestran las habilidades incluidas en los estudios empresariales de las universidades de origen malayo (Muniapan, 2008).

Tabla 5. Principales habilidades emprendedoras que se incluyen en las universidades de Malasia

Grupo 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 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 emprendedora), buscando que el Estado participe con instituciones *start-ups* y promocióne el capital semilla (*venture capital*), lo que establece un compromiso para que el Estado mejore sus políticas de buen gobierno, ya que la condición de emprendimientos de ese país es escaso. En 2009 su nivel de desarrollo estuvo colocado en el lugar 67 con relación a la innovación y el uso de avanzada tecnología, que junto con los resultados del GEM, solamente el 15% de los negocios usan tecnología de punta. Dentro del plan de desarrollo de *The Philippine National Innovation Strategy*, se reitera la promoción de una cultura emprendedora a través de la innovación; como en otros países, la cultura emprendedora se inició 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, donde se hace énfasis en el desarrollo de las habilidades emprendedoras y en la transformación de la tecnología a la industria, con el fin de disminuir 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 la competitividad económica de los países está sustentado por el conjunto denominado la “triple hélice” (Alvarado Borrego, 2009; Montoya Suárez, 2009), y esta combinación es influenciada por factores endógenos y exógenos que ayudan 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 algunos son: las crisis socioeconómicas que lleva a la pérdida de las industrias de manufactura y las fallas para crear una alternativa en la industria energética, el estasis económico y social, los movimientos de las corporaciones y los emprendimientos extranjeros, la persistencia extrema de pobreza y salud; que es seguido por las políticas de varios gobiernos en respuesta a los requerimientos universitarios para que jueguen un rol en la innovación como renovadores y estrategias del 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 están sucediendo como empresas “comunitarias” en países como Reino Unido, Canadá, Alemania, Bélgica, Suecia e Italia. En Argentina, durante el periodo de “El corralito”, hubo indicios del surgimiento de estas colectividades con los trabajadores de las empresas en quiebra. Siempre se debe de hacer énfasis en el papel del liderazgo del Estado para promover estas acciones (Donovan, Bravo y González, 2010), con el conocimiento 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: Estados Unidos, Suecia, Japón y Brasil. En concreto, se observa que Brasil ha realizado grandes esfuerzos para 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 en el sector privado, incluso 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 para 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 escasa vocación hacia la investigación y el desarrollo, insuficiente 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.

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

Conclusiones

La actividad emprendedora de manera global, es ya un hecho para la promoción y creación de empresas en documentos de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE). 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 socioeconómico de todos los estados (OCDE, 2011).

Además de esto, se debe de hacer énfasis en el ambiente cultural y de soporte como las políticas económicas, que son de

gran influencia y promovidas por una serie de actividades cognitivas para desarrollar las motivaciones necesarias y el logro de las acciones 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); ello se ha demostrado considerablemente en los países del sureste asiático (Hechavarría y Reynolds, 2009 y Butler E., Doktor R., Lins. F. 2010).

Bibliografía

- Aguilera, B. M. (2009). *Ethnic enclaves and earnings of self-employed Latinos*. En: "Small Business Economy" , pp. 413-425.
- Alvarado Borrego, A. (2009). *Vinculación universidad-empresa y su contribución al desarrollo regional*. En: "Ra Ximhai". Vol. 5. Número 3. Universidad Autónoma Indígena de México, Mochicahui, pp. 407-414.
- Amorós, J. (2011). *El proyecto Global Entrepreneurship Monitor (GEM): una aproximación desde el contexto latinoamericano*. En: "Academia: Revista Latinoamericana de Administración", pp. 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 en los países de América Latina, basado en los indicadores del Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*. En: "Panorama socioeconómico", pp. 18-25.
- Butler, E., Doktor, R. Y Lins, F. (2010). *Linking international entrepreneurship to uncertainty, opportunity discovery, and cognition*. En: "Journal of International Entrepreneurship", pp.121-134.
- Donovan, F. P., Bravo, G., González, R. G. (2010). *Microenterprise and local development in Chile: Challenges Ahead*. En: "Journal of CENDES", pp. 133-167.
- Ebner, A. (2007). *Public policy, governance and innovation: entrepreneurial states in East Asian economic development*. En: "International Journal of Technology and Globalisation", pp. 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*. En: "Science and Public Policy", pp. 681-695.
- Hechevarría, D. M. (2009). *Cultural norms & business start-ups: the impact of national values on opportunity and necessity entrepreneurs*. En: "International Entrepreneurship Management Journal", pp. 417-437.
- Hisrich, D. R.; Peters, P. M.; Dean, S. A. (2005). *Entrepreneurship (emprendedores)*. Madrid, España.: Mac Graw Hill / 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.
- Lofstrom, M., Bates, T. (2009). *Latina Entrepreneurship*. En: "Small Business Economy", pp. 427-439.
- Lussier, N. R., Achua, F. C. (2008). *Liderazgo, aplicación, desarrollo y habilidades*. México, D.F. México: Cengage Learning Editores.
- Montoya Suárez, O. (2009). *La relación universidad medio: una mirada desde el enfoque de la triple hélice*. En: "Scientia Et Technica", vol. xv, núm. 42, agosto, 2009, pp. 166-171, Universidad Tecnológica de Pereira, Pereira, Colombia.
- Morales, A. (2011). *Las mejores 500 empresas de latinoamérica*. En: "Poder y negocios", pp. 45-48.
- Muniapan, B. (2008). *Perspectives and reflections on management education in Malaysia*. En: "International Journal Management in Education", pp. 77-87.
- NAFIN. (2005). *Desarrollo del programa apoyo a emprendedores*. México. D.F.: Nacional Financiera.
- OCDE. (2011). *Towards an OECD skills strategy*. París, Francia. OCDE Publishing.
- Ortiz, R. C., Duque, O. Y., & Camargo, M. D. (2008). *Una revisión al emprendimiento femenino*. En: revista de la Facultad de Ciencias Económicas: "Investigación y reflexión", pp. 85-104.
- Pérez, P. H., Oliver E. R.: Merrit, T. H., Márquez, A., & León, A. J. (2006). *El emprendedor en México, ingenio vs innovación*. "I^{er} Congreso iberoamericano de ciencia, tecnología, sociedad e innovación CTS+I" (pág. 16). México, D.F. Organización Internacional del Trabajo.
- Rodriguez, C. C., Vázquez, L. L. (2004). *Liderazgo contemporáneo*. Querétaro, Querétaro. ITESO-Universidad de Colima.

- Toledo, R. R. (2004). *México... ¿emprendedor?* Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Saltillo, Estudios Estratégicos. Saltillo, Coahuila: ITESM-Saltillo.
- 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).

Apéndice

Cálculo de las variables estandarizadas: dos periodos

Tabla 1. Índice de emprendimiento general (1998-2001)

Ranking	Country	Country Code	Index	Ranking	Country	Country Code	Index
1	United States	USA	0.9988	36	Ireland	IRL	-0.0709
2	Switzerland	CHE	0.9925	37	Paraguay	PRY	-0.0724
3	Sweden	SWE	0.9085	38	Syrian Arab Republic	SYR	-0.0779
4	Finland	FIN	0.8079	39	Panama	PAN	-0.0804
5	China	CHN	0.5502	40	El Salvador	SLV	-0.0882
6	Japan	JPN	0.4758	41	Peru	PER	-0.0888
7	Australia	AUS	0.4714	42	Colombia	COL	-0.0896
8	Germany	DEU	0.4052	43	Romania	ROM	-0.0922
9	Korea, Rep	KOR	0.3352	44	Indonesia	IDN	-0.0980
10	Canada	CAN	0.3223	45	Ecuador	ECU	-0.0612
11	Iceland	ISL	0.2292	46	Denmark	DNK	-0.1004
12	Netherlands	NLD	0.2074	47	Nicaragua	NIC	-0.1033
13	United Kingdom	GBR	0.1809	48	Singapore	SGP	-0.1054
14	France	FRA	0.1677	49	Ukraine	UKR	-0.1087
15	New Zealand	NZL	0.1612	50	Dominican Republic	DOM	-0.1073
16	Malaysia	MYS	0.1235	51	Uruguay	URY	-0.1180
17	Brazil	BRA	0.0727	52	Bulgaria	BGR	-0.1199
18	Hong Kong, China	HKG	0.0688	53	Honduras	HND	-0.1220
19	Lebanon	LBN	0.0455	54	Kazakhstan	KAZ	-0.135
20	Thailand	THA	0.0417	55	Norway	NOR	-0.1433
21	Egypt, Arab Rep	EGY	0.0258	56	Venezuela, RB	VEN	-0.1443
22	Argentina	ARG	0.0122	57	Guatemala	GTM	-0.1497
23	Jordan	JOR	0.0008	58	Greece	GRC	-0.1536
24	Italy	ITA	-0.0017	59	Russian Federation	RUS	-0.1584
25	Chile	CHL	-0.0119	60	Estonia	EST	-0.1685
26	India	IND	-0.0189	61	Belgium	BEL	-0.1712
27	kuwait	KWT	-0.0173	62	Luxemburgo	LUX	-0.1946
28	Mexico	MEX	-0.0244	63	Portugal	PRT	-0.3746
29	Israel	ISR	-0.0359	64	Spain	ESP	-0.3796
30	Bolivia	BOL	-0.0388	65	Czech Republic	CZE	-0.4885
31	Saudi Arabia	SAU	-0.0444	66	Slovak Republic	SVK	-0.6016
32	United Arab Emirates	ARE	-0.0447	67	Hungary	HUN	-0.6106
33	Costa Rica	CRI	-0.0612	68	Poland	POL	-0.6590
34	South Africa	ZAF	-0.0678	69	Turkey	YUR	-0.8831
35	Austria	AUT	-0.0398	Mean	0	Std. Dev.	0.3054

Fuente: Avanzini 2009. Véase el apéndice para más detalles.

Tabla 2. Índice de emprendimiento general (2002-2005)

Ranking	Country	Country Code	Index	Ranking	Country	Country Code	Index
1	Indonesia	IDN	0.9061	36	Panama	PAN	-0.0325
2	United State	USA	0.7928	37	Ukraine	UKR	-0.0384
3	China	CHN	0.5738	38	Kuwait	KWT	-0.0430
4	Finland	FIN	0.4601	39	Kazakhstan	KAZ	-0.0491
5	Korea, Rep.	KOR	0.4162	40	Guatemala	GTM	-0.0524
6	Mexico	MEX	0.2943	41	Spain	ESP	-0.0528
7	Brazil	BRA	0.2800	42	Tailand	THA	-0.0534
8	United Kingdom	GBR	0.2322	43	Japan	JPN	-0.0554
9	India	IND	0.2014	44	Jordan	JOR	-0.0601
10	Argentina	ARG	0.1387	45	Turkey	TUR	-0.0679
11	Greece	GRC	0.1031	46	Czech Republic	CZE	-0.0720
12	New Zeland	NZL	0.0684	47	Luemburg	LUX	-0.0728
13	Australia	AUS	0.0576	48	Costa Rica	CRI	-0.0768
14	Venezuela, RB	VEN	0.0572	49	Uruguay	URY	-0.0771
15	Israel	ISR	0.0534	50	Chile	CHL	-0.0957
16	Russian Federation	RUS	0.0244	51	Bulgaria	BGR	-0.0980
17	Dominican Republic	DOM	0.0171	52	Austria	AUT	-0.1025
18	Bolivia	BOL	0.0164	53	Hong Kong, Macao	HKG	-0.1056
19	Canada	CAN	0.0084	54	Malaysia	MYS	-0.1083
20	Switzerland	CHE	0.0064	55	Hungary	HUN	-0.1121
21	Egypt, Arab. Rep.	EGY	0.0056	56	Colombia	COL	-0.1180
22	Syrian, Arab. Rep.	SYR	0.0045	57	South Africa	ZAF	-0.1282
23	El Salvador	SLV	0.0043	58	Romania	ROM	-0.1356
24	Lebanon	LBN	0.0028	59	Estonia	EST	-0.1359
25	United arab Emirates	ARE	0.0007	60	Norway	NOR	-0.1456
26	Paraguay	PRY	-0.0055	61	Poland	POL	-0.1468
27	Ireland	IRL	-0.0157	62	France	FRA	-0.1595
28	Iceland	ISL	-0.0202	63	Slovak Republic	SVK	-0.1662
29	Saudi Arabia	SAU	-0.0203	64	Singapore	SGP	-0.2136
30	Ecuador	ECU	-0.0234	65	Italy	ITA	-0.2558
31	Sweden	SWE	-0.0234	66	Belgium	BEL	-0.2706
32	Nicaragua	NIC	-0.0288	67	Denmark	DNK	-0.3477
33	Peru	PER	-0.0296	68	Netherlands	NLD	-0.3921
34	Portugal	PRT	-0.0304	69	Germany	DEU	-0.4761
35	Honduras	HND	-0.0319	Mean	0	Std. Dev.	0.2248

Fuente: Avanzini 2009. Véase el apéndice para más detalles

Fecha de recepción: 23 de noviembre de 2011

Fecha de aprobación: 23 de marzo de 2012