

LA COLONIZACIÓN ANTIOQUEÑA, EL EMPRENDIMIENTO Y SU APOORTE A LA COMPETITIVIDAD REGIONAL Y NACIONAL ¹

JUAN CARLOS SANCLEMENTE TÉLLEZ

Doctorando en Administración, EAFIT-HEC, Colombia-Canadá.
Especialista en Economía Aplicada y gestión y MBA, Université Catholique de Louvain, Bélgica.
Profesor, Departamento de Mercadeo, Universidad EAFIT, Colombia.
Miembro del Grupo de Estudios en Mercadeo (GEM) reconocido por Colciencias,
Universidad EAFIT, Colombia.
Dirigir correspondencia a: Carrera 49 N° 7 Sur-50, Medellín, Colombia.
jsanclem@eafit.edu.co

Fecha de recepción: 24-09-2008

Fecha de corrección: 18-06-2009

Fecha de aceptación: 18-01-2010

RESUMEN

Se analizan elementos característicos de los antioqueños dentro de la denominada “colonización antioqueña”, utilizando para ello el método histórico, colocando esas características en interacción con ciertos elementos contemporáneos de la competitividad y efectuando planteamientos críticos en cuanto a su originalidad y diferencia como grupo cultural en Colombia. Se hace referencia a los distintos indicadores contemporáneos de la competitividad y la forma en que el emprendimiento es considerado. Finalmente, se advierte la ausencia de ciertos elementos en el desempeño de los emprendedores regionales para afrontar los retos económicos actuales, por lo que se sugiere su rescate, destacando en este proceso el papel de la educación y la interacción de los actores involucrados en el tema de la competitividad.

PALABRAS CLAVE

Colonización antioqueña, competitividad, emprendimiento regional, raza antioqueña, método histórico.

Clasificación JEL: E60, L26, N96

-
- ¹ Este escrito no ambiciona ubicarse como un análisis histórico o historiográfico de un evento específico como el que se menciona, tal propósito ha sido ya amplia y excelentemente planteado por expertos autores en el tema. El principal objetivo reside en rescatar y analizar ciertos elementos característicos de la época y del fenómeno para colocarlos en relación con otros que pertenecen a la época contemporánea y que inciden en el desarrollo económico de una región y de un país. La importancia de la historia y de las distintas formas de describirla es evidente al igual que su complementariedad para el correspondiente análisis de realidades regionales y nacionales.

ABSTRACT

The antioquian colonization, entrepreneurship and its contribution to regional and national competitiveness

This article is aimed at analyzing certain typical features of people from Antioquia, Colombia, in what has been called the “Antioquian colonization”. This analysis is done using the historical method, placing these characteristics in interaction with contemporary competitive factors and raising critical approaches in terms of their uniqueness and distinction as a cultural group in this country. It provides reference to various contemporary indicators of national competitiveness and describes how entrepreneurship is viewed. Finally, it points out the absence of certain elements in the performance of regional entrepreneurs in addressing current economic challenges. Therefore, a suggestion is made to rescue it, stressing in this process the role of education and interaction of stakeholders involved in the issue of competitiveness.

KEYWORDS

Antioquian colonization, competitiveness, regional entrepreneurship, Antioquian race, historical method.

RESUMO

A colonização antioquense, o empreendedorismo e sua contribuição para a competitividade regional e nacional

O artigo tem por objetivo analisar determinados elementos característicos dos Antioquenses dentro da denominada “colonização de Antioquia”. Essa análise é feita usando o método histórico, colocando essas características em interação com elementos contemporâneos da competitividade e fazendo abordagens críticas em termos de sua originalidade e distinção como grupo cultural na Colômbia. Se faz referência aos vários indicadores contemporâneos de competitividade de um país e a forma como o empreendimento é considerado. Finalmente, mostra a ausência de certos elementos no desempenho dos empresários regionais para enfrentar os desafios econômicos atuais pelo que se sugere a sua recuperação, destacando-se neste processo o papel da educação e a interação dos atores na sociedade que estão envolvidos na questão da competitividade.

PALAVRAS CHAVE

Colonização antioquense, competitividade, empreendimento regional, raça antioquense, método histórico.

“Ya en el siglo XIX, los antioqueños empezaban a preguntarse acerca de algo sobre lo que todavía hoy no hemos logrado un acuerdo: la propia identidad (...) Los antioqueños participamos en la historia de Colombia con una visión triunfalista: nosotros hicimos la industria y el desarrollo, somos el motor del país”.
ÁLVARO TIRADO MEJÍA (2004, p. 14)

“The further backward you can look the farther forward you are likely to see”.
WINSTON CHURCHILL (Citado en Wilkinson, 2001, p. 23)

“Histories serve many functions. They reveal our origins, celebrate our successes, and remind us of our debts to our intellectual ancestors. A history also helps interpret the past by identifying the reasons for important transitions”.
GEORGE S. DAY (1996, p. 14)

INTRODUCCIÓN

En el presente artículo se pretende tratar de una manera muy particular el proceso de lo que en Colombia se ha denominado “la colonización antioqueña”² como tal vez el hecho económico y social más importante de su desarrollo.

Se menciona *particular* puesto que se tratará desde una perspectiva distinta a la de los historiadores o geógrafos que tan suficientemente lo han ilustrado. Por otra parte, se hace indispensable manejar este importante tema desde un punto de vista original y que de todas maneras incluya ciertos elementos fundamentales que caracterizaron tal proceso y que influyeron posteriormente en la industrialización de la región y del país.

Es de destacar que el caso antioqueño ha sido objeto de estudio por parte de diversos autores (López, 2003) que se han interesado en la historiografía colombiana de los siglos XIX y XX y más concretamente en este aspecto regional que aquí se aborda. Su estu-

dio ha sido realizado, por otra parte, desde distintos enfoques y con una profusión de detalles que caracterizan ampliamente tal proceso.

En este orden de ideas y desde el punto de vista de los autores como Administradores de Negocios se ha querido enfatizar en un aspecto clave de la mencionada colonización cual es el de la personalidad, la actitud y el comportamiento empresarial de los antioqueños. Por tal motivo, serán objeto de estudio los valores que los impulsaron a llevar a cabo esta empresa, la manera como enfrentaron los distintos obstáculos, las distintas formas en que se asociaron con los demás coterráneos para acometer emprendimientos en las zonas que abarcó la colonización e igualmente cuáles fueron esas características primordiales que identificaron su proceder, de tal suerte que aún hoy se les considere como un grupo cultural diferente en Colombia.

En cuanto a este último aspecto, se tratarán ciertos componentes genéticos y culturales que pueden brindar

² Antioquia es uno de los treinta y dos departamentos de Colombia, localizado en la zona noroccidental del país. Fue uno de los nueve estados originales de los Estados Unidos de Colombia. Su capital es Medellín, segunda ciudad en población y economía de la nación.

luz para aclarar algunos conceptos ampliamente difundidos de manera popular en Colombia, dichos componentes explicarían la inexistencia de la mencionada diferencia cultural y genética de este grupo.

Dicha particularidad, en el artículo, también está relacionada con la interacción que de manera breve se realizará de los elementos tratados con un tema de vigorosa actualidad, cual es el de la competitividad³ y la forma en que el elemento humano juega un papel de importancia en la obtención de la misma, no sólo desde el punto de vista de su iniciativa personal, sino igualmente desde las distintas formas de asociación con otros individuos que debe llevar a cabo para ser productivo, eficiente y lograr los resultados propuestos.

Para manejar el tema que se menciona, se utilizará el análisis o método histórico puesto que presenta mucha utilidad pragmática en la obtención de conocimiento y adicionalmente proporciona ideas estimulantes y reflexivas en la actual práctica de la administración (Lamond, 2005).⁴ Muchos son los autores que han utilizado este método de investigación para analizar variados aspectos de la administración, tales como dis-

tintas formas de propiedad de los negocios, el desarrollo conceptual del pensamiento en emprendimiento, los estilos de dirección, la satisfacción en el trabajo, etc. (Lamond, 2006). Seguidamente se explicará dicha metodología con su correspondiente justificación.

I. METODOLOGÍA

Se asume el método histórico como la forma de método científico específico de la historia como ciencia social. Incluye ciertas metodologías, técnicas y directrices mediante las cuales los historiadores usan fuentes primarias y otras evidencias históricas en su investigación y luego escriben la historia. Distintos historiadores y profesionales de otras disciplinas destacan los principales pasos a seguir en la utilización del método, a la vez que su aplicación universal en varios campos de estudio (Golder, 2000; Kieser, 1994; Mason, McKenney y Copeland, 1997; Nevett, 1991; Smith y Lux, 1993). Dichos pasos podrían resumirse en: 1) seleccionar un tópico de estudio y recolectar evidencia, 2) evaluar críticamente las fuentes de la evidencia, 3) evaluar críticamente la evidencia, 4) analizar e interpretar la evidencia, y 5) presentar la evidencia y las conclusiones.⁵

3 La competitividad como categoría analítica en este artículo, se analizará únicamente a la luz de ciertos de sus componentes y más concretamente aquellos relacionados con el elemento humano, sus capacidades, habilidades y actitudes, sobre todo en lo atinente al emprendimiento. Esta última categoría (el emprendimiento), se supone estar incluida como uno de los factores que inciden en la competitividad de una región o de un país (de acuerdo con ciertos autores) y no necesariamente se entra en el establecimiento de un anacronismo en este escrito, habida cuenta de las distintas épocas y contextos analizados y como se explicará posteriormente.

4 Este mismo autor (Lamond, 2005) se refiere a que se debe “abordar el pasado para entender el presente e informar el futuro y, recordando el pasado, construir sobre él y no simplemente repetirlo, siendo de esta manera muy prácticos”. (p. 1279)

5 Incluso algunos afirman que los análisis históricos, como cualquier otro tipo de investigación, comienzan con una pregunta o con un “conjunto de preguntas coordinadas de investigación, especificando claramente el campo de estudio y que sirven como foco a la investigación subsecuente” (Mason *et al.*, 1997, p. 312).

La importancia de los análisis históricos en la teoría de la administración y más concretamente en el campo de las organizaciones, es puesta de relieve por parte de Kieser (1994), cuando afirma que al menos existen cuatro razones por las cuales dichos análisis deben ser revitalizados dentro del campo de la investigación en organizaciones y utilizados de manera práctica en ciertos temas específicos de las mismas (Mason *et al.*, 1997): 1) las estructuras y los comportamientos actuales en las organizaciones reflejan la cultura y las circunstancias desde las cuales ellos se desarrollaron a través del tiempo, 2) la identificación de los problemas actuales de las organizaciones y sus remedios apropiados no están normalmente exentos de ideología o de la perspectiva con que se investigan, 3) los análisis históricos enseñan a interpretar las estructuras organizacionales actuales no como determinadas por leyes sino como el resultado de decisiones pasadas y, 4) al confrontar las teorías del cambio organizacional con desarrollos históricos, estas teorías pueden ser sometidas a una prueba más radical que la que pasarían si únicamente fueran confrontadas con los datos de los cambios en el corto plazo.

La investigación histórica, ofrece perspectivas sobre fenómenos que son inasequibles por cualquier otro medio metodológico. Ellas refle-

jan las circunstancias culturales y los supuestos ideológicos subyacentes a dichos fenómenos y el papel jugado por los decisores claves en conjunto con las fuerzas de largo plazo económicas, sociales y políticas que ayudaron a crearlos. (Mason *et al.*, 1997, p. 307)

Su aplicación puede llegar incluso a complementar el método científico tradicional en disciplinas como el mercadeo, ayudando a los investigadores a plantear soluciones más efectivas a los problemas de investigación planteados y propiciando la generación de nuevo conocimiento (Golder, 2000; Nevett, 1991). De igual manera, es importante reconocer el papel de la historia como sujeto y como metodología, constituyéndose en una herramienta para entender mejor la disciplina del mercadeo, entre muchas otras (Witkowski y Jones, 2008).⁶

Más concretamente, en el campo del emprendimiento, se encuentra que, una visión histórica sobre el desarrollo conceptual del pensamiento empresarial o del emprendimiento, provee orientación a los académicos y a los practicantes para interpretar y explicar su propia actividad empresarial o investigar y formular nuevos planteamientos (Murphy, Liao y Welsch, 2006, p. 30);⁷

teniendo de presente que, la investigación en el tema ha sido construida bajo una fundamentación histórica basada en el cambio económico y que para conocer y entender su

6 Estos autores realizan un interesante análisis acerca de la estructura de la investigación en historia del mercadeo frente a la historia en negocios.

7 Murphy *et al.* (2006) consideran que a “través de la historia, el pensamiento empresarial o del emprendimiento ha evolucionado con imprevisibles giros y desarrollos muy profundos” (p. 12). Esta situación amerita el que se analice aplicando la historia, “para unificar lo existente y todos aquellos amplios conceptos que subyacen en el campo de estudio para detectar una fundación conceptual” (p. 12). Es de esta manera que se libran a un análisis histórico del tema tratando de interpretar las bases prehistóricas y explicar las bases económicas y multidisciplinarias del mismo.

desarrollo, es importante conocer su evolución a través del tiempo como una subdisciplina de los estudios de la administración o el Management. (Cornelius, Landström y Persson, 2006, p. 375)

El anterior planteamiento metodológico justifica el análisis histórico que en este escrito se emprende acerca de un fenómeno socio-económico de tanta relevancia para Colombia.

2. ¿QUÉ FUE LA COLONIZACIÓN ANTIOQUEÑA?

El occidente de Colombia y más particularmente el departamento de Antioquia, que durante la Colonia llamaba la atención por su aislamiento y pobreza –hasta el punto de que los viajeros que la visitaban la comparaban con las colonias africanas– después de la colonización superó lo anterior y llegó a ser la región más desarrollada del país, asiento de una porción elevada de la industria nacional. A este respecto se pronuncia de manera muy clara y resumida Tirado (1983)⁸ cuando habla de la fundación de ciudades, del café y su influencia en el comercio y la industria, al igual que de la gran fecundidad y la energía genética del pueblo antioqueño. Al comentar el mismo proceso, se refiere igualmente al surgimiento de una sociedad más fluida y democrática en donde el latifundio era la excepción.

Si bien muchos autores coinciden en considerar este proceso de la

colonización como el más decisivo y significativo en la historia contemporánea de Colombia (Jaramillo, 1988; Palacios, 1983) al igual que el más estudiado hasta el presente (Jaramillo, 1988), ellos mismos se oponen en algunos aspectos a lo manifestado por Tirado (1983), puesto que consideran que la “ocupación de las tierras bajas, en las vegas de los ríos, tomó el inevitable carácter de acaparamiento para formar latifundios ganaderos” (Palacios, 1983, p.295) y que esta empresa fue en esencia emprendida por negociantes de tierras que “hicieron el recorrido de la ‘selvatenencia’ a la terratenencia, sin mucho esfuerzo” (Jaramillo, 1988, p.179). La violencia cotidiana y determinados métodos administrativos que favorecían el *gamonalismo*,⁹ también estuvieron presentes en el acaparamiento de tierras (Palacios, 1983).

De igual manera, el mencionado igualitarismo pregonado por Tirado (1983) se ve refutado cuando se afirma que la sociedad de la época no la conformaban precisamente pequeños propietarios siendo igualitaria: “patricios y plebeyos, trasplantados a las nuevas tierras, lograron reproducir las condiciones de sus lugares de origen” (Jaramillo, 1988, p.194). Dichas diferencias, de acuerdo con este autor, también se presentaban por lo tanto, en lo referente a la composición

8 En un libro que fue editado por primera vez en 1971 y que con el correr del tiempo se ha convertido en lectura obligatoria de todos aquellos que desean estudiar los fundamentos materiales de la historia de Colombia

9 *Gamonalismo*: Caciquismo. (Definición del diccionario de la lengua española; ver Real Academia Española, 1992, p. 1019).

Caciquismo: Dominación o influencia del cacique de un pueblo o comarca. Intromisión abusiva de una persona o una autoridad en determinados asuntos, valiéndose de su poder o influencia. (Definiciones del diccionario de la lengua española; ver Real Academia Española, 1992, p. 349)..

social y racial. Ciertos patrones de querella y componendas en la época fueron reproducidos durante la colonización (Palacios, 2003), sobre todo en lo relacionado con la intervención de gamonales y párrocos en la apropiación de baldíos.

Al asumirla como una *empresa de caminos*, otro autor considera, por el contrario, que la colonización fue un evento rodeado de espíritu comunitario y de grupo, el cual era característico de los colonizadores de entonces (Santa, 1993) y que conformaban un conglomerado social *homogéneo y unido por la sangre, por la tradición y las costumbres* (Santa, 1993).

Las principales fuerzas de empuje o atractivos de dicha colonización son muy bien expuestos por Ocampo (1990) al referirse al cultivo de tierras baldías, la construcción de vías de comunicación y a la formación de nuevos propietarios, adicional a la búsqueda de caucho y a la g.uaquería de tumbas indígenas quimbayas.

Estos atractivos para emprender la colonización son compartidos por Jaramillo (1988) ratificando, de acuerdo con su concepto, los expuestos por James Parsons: “explotación de caucho, guacas, engorde de cerdos y refugio para perseguidos políticos” (1997, p. 198) y adicionando otros como el contrabando, no sin dejar de agregar que el éxito antioqueño en dicha empresa era en esencia debido a una práctica muy particular de la agricultura que los distinguía esencialmente de los caucanos, sobre todo

en su manera de ser distinta y a la utilización de ciertas herramientas propias de su tecnología y que les permitía trabajar a un *ritmo paisa*.¹⁰

Santa (1993) por su parte, considera que “los grupos migratorios de la época tenían variadas y complejas causas: espíritu aventurero, pobreza del suelo, crecimiento desmedido de la familia, afán por hacer riqueza y el fenómeno del contagio social”. (p.18)

Refiriéndose a los aspectos socio-económicos que motivaron dichos desplazamientos y movilizaciones, en esencia hacia el sur, Ocampo (1990) destaca la,

decadencia de la minería y la agricultura en Antioquia, el crecimiento demográfico de la población antioqueña y el estado miserable de grandes núcleos de población; y en la misma forma, la presión de los comerciantes antioqueños, colonizadores y constructores de caminos. (p.247)

En relación con la fundación de pueblos o ciudades en busca de vías de comunicación y nuevas actividades debido a la decadencia de ocupaciones principales, el mismo Ocampo (1990) hace referencia al movimiento demográfico de esa época, a la vez que propone ciertas etapas para estas oleadas migratorias: una primera etapa corresponde a las dos primeras décadas del siglo XIX, una segunda realizada en la primera mitad del siglo XIX, una tercera etapa en la segunda mitad del mismo siglo y, una cuarta etapa en los finales del siglo XIX, si bien el proceso de colonización continuaría en el siglo XX

10 Paisa, en Colombia, es un vocablo que tiene la intención de ser apócope de *paisano*, muy utilizado para describir a los colombianos oriundos del departamento de Antioquia principalmente.

hacia el Golfo de Urabá y los Llanos Orientales.¹¹

Otro historiador más especializado en la región y, dado que la colonización hacia el sur ha sido considerada como “clásica por algunos estudiosos y como única por el común de los colombianos” (Jaramillo, 1988, p.194), ha propuesto otras etapas o períodos para este movimiento:¹² “Temprano, Medio y Moderno” (Jaramillo, 1988, p.179) en los que abarca los siglos XVIII, XIX e incluso el XX, en los cuales se ha evidenciado el movimiento migratorio antioqueño hacia todas las direcciones y primordialmente influenciado por los asentamientos indígenas, por la espontaneidad de los actores y por la colonización del occidente, respectivamente. Este mismo autor (Jaramillo, 1988), propone que la ocupación de tierras por parte de los antioqueños fue un proceso diferente al que la mayoría de las personas se imaginan y que las motivaciones fueron bien distintas según que la colonización se efectuara al sur, al oriente, al occidente o al norte.

La expansión hacia cada uno de estos puntos cardinales de la geografía antioqueña y nacional es explicada teniendo en cuenta que la migración hacia el occidente dependía de la reducción de los indígenas del Chocó; la principal atracción en el norte la constituía la existencia de yacimientos auríferos; y el movimiento migratorio hacia el oriente, estaba relacionado con la apropiación de terrenos

fértiles y fecundos, para lo cual fueron utilizadas exageraciones en cuanto a lo *malsano del clima y a la ruina de las localidades* con el ánimo de obligar a la población pobre a abandonar sus hogares (Patiño, 1988).

Un clásico de la historiografía nacional (Parsons, 1997) ratifica este movimiento expansionista (sobre todo al sur de la región) otorgándole un gran alcance a la oleada migratoria que abarca las cordilleras Central y Occidental. En su clásica obra (Parsons, 1997) se refiere a las condiciones de la región cuando habla del *escenario natural*. En cierta forma se destaca lo agreste de la topografía para evidenciar de manera tácita la voluntad y la capacidad de los mismos colonizadores:

(...) Las recientes tierras volcánicas al Sur de Antioquia, de Caldas y el Tolima, estaban cubiertas de selvas casi hasta las márgenes del río Cauca y los áridos llanos del Tolima. Durante trescientos años detuvieron la colonización, permaneciendo desconocidas e inhabitadas hasta cuando fueron abiertas durante el último siglo por los colonizadores antioqueños. (pp. 58-59)

Otros tildan este escenario natural de infierno verde, sin caminos ni trochas, que eran las intrincadas selvas de la vieja Antioquia (Santa, 1993), las cuales eran recorridas por los conquistadores españoles en su búsqueda codiciosa del oro que abundaba. La pasión del conquistador español y de sus descendientes antioqueños determinaría en

11 Este autor menciona detalladamente la fundación de pueblos en la cordillera andina en cada una de las etapas de colonización a las que se refiere. Este movimiento se realiza con marcados intereses económico-sociales de acuerdo con su planteamiento y explica las principales motivaciones para la fundación de cada uno de dichos pueblos a lo largo de la geografía que analiza.

12 Incluso haciendo referencia a que al proponer otras etapas de este movimiento y distintas a las propuestas por otros historiadores, estaría contribuyendo a un caos.

gran medida la idiosincrasia de este pueblo. Este paisaje se podía considerar igualmente como un “medio natural pobre, de tierras yermas, penosas para trabajar por lo abruptas y erosionadas a las cuales llegaron aventureros con ilusiones y coraje (...) y sembrar cacao en pequeñas parcelas diseminadas por la rigurosidad andina” (Palacios, 1983, p.294).

Brew (1977) destaca el aislamiento geográfico entre las distintas regiones de la época, lo que imponía limitantes al comercio de ciertos artículos a pesar de que la propia actividad minera, en cuanto a la extracción de metales preciosos, favoreciera el mismo comercio. En el siglo XIX y para atender las necesidades de la principal actividad económica, la minería, el comercio floreció en Antioquia (Zuleta, 1988), sin descuidar las relaciones con el exterior para favorecer el comercio internacional, las cuales se comenzaron a dar incluso a mediados del siglo XIX, como reflejo de la colonización antioqueña del sur del territorio (Botero, 1988).

3. LOS ELEMENTOS DE LA PERSONALIDAD DEL ANTIOQUEÑO Y SU ACTITUD EMPRESARIAL

Para comenzar a referenciar la calidad de aquellos colonizadores¹³ baste

simplemente mencionar algunas características que tan variados autores sobre el tema reseñan en sus libros. Parsons (1997)¹⁴ hace referencia al *ímpetu colonizador* que ha hecho que los antioqueños avancen sus *fronteras hacia el sur*.

Este mismo autor (Parsons, 1997) y muy posiblemente refiriéndose a la época actual, se refiere a los antioqueños en términos de “sobrios y enérgicos (...) los yanquis de Suramérica’. Son sagaces, de un individualismo enérgico, y su genio colonizador y su vigor han hecho de ellos el elemento dominador y el más claramente definido de la república” (p. 21). Reitera el hecho de que su aislamiento geográfico en las montañas del interior del país, ha incidido fuertemente en su tradicionalismo y en sus rasgos culturales.

Siguiendo con los elementos distintivos de estos colonizadores, Ocampo (1990) se refiere de la siguiente forma:

Con la colonización antioqueña surgió una *nueva mentalidad y un grupo social emprendedor* en el occidente colombiano, que con el hacha y el machete desmontó selvas, ocupó tierras, fundó ciudades en la cordillera andina y se acostumbró al trabajo y al desarrollo para una sociedad progresista (p.247, cursivas añadidas).

13 Varios autores han estudiado la realidad regional antioqueña y más concretamente el grupo de autores extranjeros ha sido uno de los más destacados. Sus investigaciones, acompañadas de una mirada *desprevenida y aguda*, han permitido establecer un prototipo cultural del antioqueño que fuera relevante en el siglo analizado (López, 2003). Otros critican la investigación foránea puesto que, a pesar de contar con rigurosidad metodológica y exponer muchas cifras, todo lo vuelven cuantificable y sus trabajos pierden ese *élan vital* propio del análisis de las calidades de los personajes de la colonización (Santa, 1993).

14 Es de destacar que este autor norteamericano es uno de los más connotados escritores e investigadores sobre las características de este movimiento colonizador. Cabe recordar que no se trata de un historiador sino de un geógrafo que lógicamente en sus estudios se encuentra más interesado por el aspecto del “paisaje visible y tangible y la manera como ha sido moldeado por la acción humana” (Parsons, 1997, p.10)

Pero estas características de dichos personajes no fueron fruto de una generación espontánea. Es necesario analizar ciertas causas como las condiciones económicas, geográficas y sociales de Antioquia en la Colonia (Tirado, 1983) para poder entender ciertas claves de la migración. Este mismo historiador se refiere al aislamiento de la región y su carácter agreste; coincide de esta manera con otros historiadores y geógrafos en lo relacionado con la pobreza de los habitantes, la calidad de las tierras y la concentración de la propiedad.

Otros autores se refieren al antioqueño como un grupo social bien distinto al de otras regiones del país y destacan su carácter emprendedor, individualista, dinámico y solitario (por no aceptar injerencias foráneas en sus emprendimientos). El sentido aventurero y el individualismo también son mostrados como atributos asociados a este personaje y al proceso de colonización (López, 2003).¹⁵ Otro de los escritores es un insigne inglés que detenidamente ha analizado el proceso histórico regional. Brew (1977) se refiere a este tema de la siguiente manera:

Se considera a los antioqueños, hasta cierto punto, como un grupo culturalmente diferente del resto del país. Tienen fama de industriales y emprendedores y en el desarrollo inicial de sus industrias modernas no jugaron papel importante ni la iniciativa ni el capital extranjero, como tampoco hubo una inmigración extranjera numéricamente signifi-

cativa. La principal industria que comenzó a desarrollarse antes de la Primera Guerra Mundial fue la textil. Sin embargo, *debemos tener cuidado de no exagerar y de no interpretar erróneamente la singularidad del caso antioqueño*. Frank Safford demostró que a mediados del siglo XIX, en la región central de Colombia, en Cundinamarca y en el valle del Magdalena, *existía bastante capacidad empresarial*, aunque gran parte de esta estuviera representada también por grupos antioqueños (p.18, cursivas añadidas).

Esta última posición es en determinada manera seguida por Jaramillo (1988) y con cierta contundencia, cuando afirma que “se ha montado una novela rosa acerca del tema, desde el mismo período de la Independencia: el éxito ganado por nuestros hábiles comerciantes se generalizó con la osadía y prosperidad de nuestras colonias hacia el sur” (p. 187). Afirma que el “mito del pueblo antioqueño como el único que ha pujado en Colombia, debe ser revisado” (p. 187) y que aún hoy en día tiene demasiada vigencia la novela en la que se destaca a un “protagonista antioqueño típico, guapo, blanco y titán del trabajo: tiple, camándula, escapulario, trova, machete, carriel, ruana, mula, perro, zurriago y ‘mi morena’, junto con la bendición de una madre, el hacha y un bambuco, eran elementos adecuados para que las fieras se apartaran, los árboles del monte cayeran, el maíz naciera y la familia modelo se multiplicara,

15 Incluso, otra serie de atributos (negativos), son asociados al antioqueño durante la colonización: la orientación al azar y al juego, propio de los pueblos mineros, el licor, la vida desordenada, el estilo malhablado de los arrieros para relacionarse con sus mulas (López, 2003).

surgiendo, en fin, una raza superior con cultura de alpargata” (p. 187).¹⁶

De otra parte y en lo relacionado con la descripción del pueblo antioqueño y la construcción de su identidad, existe una propuesta en cuanto a la existencia de un poderoso imaginario identitario regional basado exclusivamente en la influencia de una literatura extensa en este sentido y, presente no únicamente en el siglo XX, sino igualmente en el XIX, sobre todo en los textos escolares de enseñanza de geografía e historia y en las obras de hombres de letras decimonónicos (Escobar, 2004). Esta propuesta se ve apoyada por otra autora que afirma que la “valoración del medio natural intervino en la producción de narrativa de la identidad regional antioqueña” (Arcila, 2006, p. 38); para tal efecto, se basa igualmente en la producción literaria de los dos siglos mencionados para comprender “el modo de ser, el carácter o el temperamento de los antioqueños” (Arcila, 2006, p. 39). Una especie de determinismo, entre el carácter psicológico de los pueblos y el tipo de territorio, se evidencia no solo en la literatura sino igualmente en el imaginario popular (Escobar, 2004).

El mismo Brew al que se ha venido aludiendo en este escrito, en su obra (otro de los clásicos del estudio regional en Antioquia), menciona que es importante analizar el caso

antioqueño como uno de los elementos claves de las teorías generales de desarrollo histórico de los países denominados subdesarrollados y ello particularmente en cuanto a la búsqueda de los “orígenes de su espíritu empresarial moderno” (Brew, 1977, pp.19-20). De hecho, Brew justifica el análisis que de Antioquia hace en su obra cuando afirma que existe una controversia sobre los factores que producen el mencionado *espíritu empresarial*¹⁷ y el papel de éste en el desarrollo, por lo que se justifica un examen concienzudo de los antecedentes históricos de la industrialización antioqueña.

Brew (1977) plantea tres puntos de vista respecto al origen de dicho espíritu empresarial, el que hizo que una provincia atrasada a mediados del siglo XVIII como lo era Antioquia, se convirtiera en líder industrial en Colombia en la primera mitad del siglo XX. Para tal efecto se cuestiona alrededor de la estructura de la personalidad y los valores éticos de los antioqueños como elementos que causan dicha relevante conversión regional en su momento histórico. Algunas de las preguntas claves que se propone son: *¿Es posible dar a los elementos mencionados un lugar preferencial en la explicación del desarrollo económico de la región? ¿Qué es lo que hace a los hombres actuar como empresarios? ¿La oportunidad económica?*

16 Otros autores, contrariamente, se manifiestan generosamente en cuanto a calificativos positivos dirigidos hacia los colonizadores antioqueños cuando los comparan con los conquistadores españoles, llegando incluso a manifestar que llegan a crear un nuevo sistema económico a partir de la nada (Santa, 1993).

17 Más adelante se hará referencia a este concepto que incluye ciertas competencias personales, creencias, valores y actitudes de las personas que emprenden y la manera en que se puede formar a los individuos en este sentido para efectos de promover el desarrollo empresarial de las regiones y del país.

Los tres puntos de vista mencionados por Brew (1977)¹⁸ corresponden a otros investigadores en el mismo campo y sucintamente se pueden explicar de la siguiente manera:

1. Everett Hagen (1962) analiza al moderno hombre de negocios antioqueño desde un punto de vista psico-sociológico y encuentra un hombre materialista y organizado, con mejor disposición para la empresa y el emprendimiento que sus colegas de otras regiones del país. Esta autora trata de explicar esta situación en términos de la personalidad de los antioqueños y se refiere a que históricamente ellos habían sido una minoría culturalmente despreciada en Colombia y que al percibir esta deficiencia en cuanto a *status*, buscaron una nueva identidad dedicando toda su energía y esfuerzos a los negocios (cosa contraria ocurriría con la élite social de Bogotá y Popayán, con oficios más distinguidos) (Brew, 1977, p. 21)
2. Frank Safford (1965) quien trabajara más continua y profundamente la historia colombiana y sin despreciar la presencia de los valores antioqueños, socava la Teoría de la Minería Despreciada y manifiesta que no había pruebas de tal carencia de estatus o de un complejo de personalidad. Este investigador relaciona la capacidad de emprendimiento a la que se viene haciendo re-

ferencia, a un factor económico como lo es el de la producción de oro, es decir que “la ética y la personalidad fueron rasgos que surgieron de las oportunidades económicas originadas por los recursos naturales propios de la región” (Brew, 1977, p.21)

3. Álvaro López (1970) comparte esencialmente la propuesta de Safford (1965) acerca de la importancia del grupo de empresarios y capitalistas antioqueños formado a partir del desarrollo del comercio y la minería. La formación de excedentes de capital en estas actividades permitió la financiación particular al Estado, al igual que el desarrollo de industrias en otras regiones (Brew, 1977, p. 22).

Los anteriores planteamientos son útiles para los efectos de este artículo teniendo presente que uno de los objetivos es el de resaltar ciertas características de los personajes de la época (sin necesariamente entrar en todos los detalles constitutivos del fenómeno que se analiza), dichos elementos característicos hacen referencia al emprendimiento antioqueño individual (y en esencia fundamentados en el periodo de la denominada colonización antioqueña). Es importante por lo tanto analizar la influencia del contexto y del desarrollo económico e histórico del país sobre las características del emprendedor colombiano, a la vez que su dimensión temporal (Pereira, 2003, 2007) y de esta manera superar enfoques monodisciplinarios sobre el tema, que no harían otra cosa que

18 En este aparte de la obra se analiza concretamente el origen del espíritu empresarial del antioqueño desde la época de la Colonia.

limitar el desarrollo de este campo de conocimiento.

Por otra parte, importantes teóricos en el campo del emprendimiento han considerado que es pertinente tener en cuenta ciertas variables específicas para el análisis del fenómeno tales como el entorno, las características del individuo, el proceso y la organización creada (Gartner, 1985) por lo que un estudio de las características del individuo colombiano y de su contexto histórico y geográfico es necesario en el examen que se realiza de esta figura en el medio. De manera complementaria se afirma que el examen que se haga de las características del individuo emprendedor puede brindar ciertas pautas del comportamiento emprendedor que se corresponden con determinados roles que él lleva a cabo en su proceso de creación de emprendimientos (Kets de Vries, 1977) si bien “hoy no es posible identificar el perfil psicológico del emprendedor” (Pereira, 2007, p. 30) toda vez que definitivamente hace falta un modelo teórico central para el estudio del tema ya que éste se encuentra aún hoy en día en una fase pre-teórica (Pereira, 2007) y debido a ello el conocimiento en este campo es más bien fragmentado (Cornelius *et al.*, 2006).

Ahora se pretende hacer referencia brevemente a las distintas formas de asociación que tuvieron los antioqueños igualmente en esta época previa a la industrialización propia y a la del país.

4. LAS DISTINTAS FORMAS DE ASOCIACIÓN DE LOS ANTIOQUEÑOS

A este tenor, el documento de Álvarez (2003) es bastante explícito respecto

a las distintas formas de asociación en la época que se analiza en este ensayo:

Sociedades de minas. Cuando se examina el proceso de desarrollo empresarial de Antioquia es posible verificar que, desde la época colonial, se formaron sociedades mineras especialmente por el volumen de inversión que se requería y por el alto riesgo que implicaba la puesta en marcha de la minería de veta (...) Como se desprende de aquel interesante texto, el carácter de relativa aventura, la falta de conocimientos adecuados y la alta inversión requerida había llevado a aquellos *individuos a unirse* para intentar una *novedad económica* y compartir el riesgo. En las cláusulas siguientes merecen destacarse algunos aspectos que expresan el grado de *racionalidad de sus gestores* (...) Lo que el autor referido quiso destacar es el hecho de que gracias a las sociedades de minas y a la tarea de explotarlas, muchas personas desarrollaron *un agudo sentido de empresa*. (pp. 216-219, cursivas añadidas).

Pero en la época referenciada no sólo se formaron las sociedades de minas. Igualmente otro tipo de asociaciones tendrían lugar para efectuar distintos emprendimientos, entre ellas se destaca la que prevalecía más en ese contexto: la familiar (posteriormente se vería que el interés tan exagerado por el control familiar y el evitar la dispersión del patrimonio incidiría notablemente en la falta de audacia en las decisiones empresariales); las sociedades de colonización, que efectuaban inversiones en el mundo rural a través de la adquisición de concesiones que luego parcelaban; las sociedades para industrias, que se conformaban para aventurar en los primeros establecimientos indus-

triales de la época; y las sociedades bancarias, que facilitaban la reunión de capitales necesarios para invertir en las empresas, al igual que para acopiar tecnología.

El autor termina por afirmar que la región antioqueña se caracterizaba desde esa época reseñada, por su espíritu creador de empresas y asociaciones, dicha iniciativa, nacida en la actividad minera, desarrolló el comercio, apoyó la actividad bancaria y fue la base de los primeros establecimientos industriales (Álvarez, 2003).¹⁹

5. ELEMENTOS GENÉTICOS Y CULTURALES DE LA REGIÓN

Una vez se ha planteado, de acuerdo con distintos autores, el origen del espíritu emprendedor de los antioqueños y sus capacidades de asociación para desarrollar emprendimientos conjuntos, se puede pasar a hacer la constatación de ciertos elementos genéticos y culturales que pueden explicar, en cierta forma, estos distintos comportamientos y las diversas interpretaciones que se han dado a tal fin.

Y es justamente en cuanto al marco geográfico mencionado del aislamiento de las regiones, que “hay que entender ¿qué sucedió en Colombia? y plantearse la pregunta: ¿por qué somos así?” (Yunis, 2003, p.48), cuando se quiere referir al análisis de las

diferencias regionales que existen a la hora actual en este país y que en cierta medida vienen de tiempos pasados. Al respecto, Yunis se pronuncia de la siguiente manera:

(...) Sin ninguna duda las provincias vivían aisladas unas de otras, las endogamias²⁰ genéticas y culturales estaban en progreso, lo que más adelante cristalizará en la clara regionalización del país, en el auge del federalismo y de los estados federales. (Yunis, 2003, p.48)

Y es este mismo autor (Yunis, 2003) quien se refiere a un aspecto importante dentro del análisis, acerca de los orígenes genéticos y culturales de las distintas culturas regionales en Colombia:

Se afirma siempre que Colombia es el producto de la fusión de tres culturas, tres etnias diferentes, *una representada por la población “blanca”*, los conquistadores, luego colonizadores, primero españoles producto también de un gran mestizaje, que se complementaría después con la llegada de representantes de todos los imperios europeos que transitan por el Caribe y, a través de esa laguna interior, para utilizar la figura de Fernand Braudel cuando se refiere al Mediterráneo, llegan a nuestras costas y en grados variados se distribuyen por las diferentes regiones del país; *la segunda población*, conquistadora y extraña también-desde el punto de vista de los nativos indígenas-, africana de origen, negra en su conjunto pero integrada

19 Se considera que la referencia efectuada del documento de Álvarez es lo bastante explícita frente al tema que se viene tratando cual es el de destacar no sólo la capacidad de emprendimiento individual de los personajes antioqueños sino igualmente su disposición para conformar sociedades y hacer frente a las distintas inversiones de un riesgo calculado.

20 Endogamia: Cruzamiento entre individuos de la misma raza, comunidad o población. Práctica de contraer matrimonio personas de ascendencia común o naturales de una pequeña localidad o comarca. Definiciones del Diccionario de la Lengua Española (Real Academia Española, 1992, p. 830).

por diferentes etnias y reinos, con una gran variedad de lenguas y *las culturas nativas*, dueñas del territorio, cuna de sus avances culturales, de todo lo cual son desposeídos. (p. 36, cursivas añadidas).

La regionalización y la endogamia son reiteradas por este autor, como conceptos y prácticas de la época (Yunis, 2003) cuando expone la influencia de la geografía sobre la escasez de apellidos, la identificación de la proveniencia de las personas en razón a estos mismos y la costumbre de contraer matrimonio entre las personas de la misma familia, pero creyéndose cada una superior a la otra.

Seguidamente respecto a las eventuales diferencias que puedan llegar a tener los ciudadanos antioqueños en cuanto a los demás nacionales de su época, este genetista (Yunis, 2003) se refiere a las afirmaciones que efectúan los naturales de varias poblaciones acerca de no tener “ni un rasguño de negro” (p. 80)²¹ y tener la “necesidad apremiante y racista de blanquearse” (p. 80).

Por otra parte, continúa insistiendo el mismo autor (Yunis, 2003), en las bases triétnicas de los pobladores de estas tierras y su origen común a los de otras regiones (dependiendo de la intensidad de colonización de cada una de ellas), cuando afirma que las “ramas más aristocráticas conservaron puros sus linajes” (p. 81) mientras que “la base triétnica era evidente en

las áreas rurales y en los suburbios obreros de Medellín y de Manizales” (p. 81).

Reiterando el origen de la riqueza respecto a la minería, pero con un origen blanco y no de otra raza, el autor resalta esta segregación para efectos de cultivar los principales rasgos del antioqueño (Yunis, 2003).

A esta altura de la reflexión del artículo es pertinente destacar que lo que se pretende demostrar en este proceso de colonización, es la existencia de una determinante empresarial en los antioqueños, que no es necesariamente genética, sino que por el contrario, está subordinada a un componente geográfico y de disposición a enfrentar la naturaleza y los recursos que ella conlleva, propio de cualquier otro grupo cultural y social de Colombia.²²

En este sentido Yunis (2003) afirma que:

Colombia es un país determinado por su geografía. Lo fue mucho más en el pasado cercano y en el lejano (...) El proceso de colonización posterior a la Independencia obedeció a la búsqueda de mejores tierras, y a la creación de puntos de comunicación en territorios que por lo accidentado de la geografía necesitaban de largas y prolongadas jornadas para llegar a ellos. (pp. 156-157)

Para concluir con este análisis genético y cultural, y de cierta forma

21 Estas consideraciones proceden de investigaciones que sobre el terreno efectuó personalmente el autor mencionado.

22 Aspecto en el cual insisten otros historiadores que analizan las realidades de otras regiones del país, como por ejemplo, la vallecaucana. Ellos mencionan no sólo la capacidad emprendedora de sus coterráneos sino igualmente sus capacidades de asociación, todo ello teniendo en cuenta las particularidades de su región.

acabar con el mito de la superioridad respecto al tema racial, este autor que ampliamente se ha abordado aquí (Yunis, 2003) manifiesta que:

Noten ustedes que hablo de determinismo geográfico, no del determinismo de los genes; soy un convencido del indeterminismo genético. El determinismo de la geografía lo tomamos no de una forma plana, simple, la geografía actuando por ella misma en el sentido como fue divisado el asunto del clima por Francisco José de Caldas. Ni el clima ni la geografía por sí solos pueden determinar la conciencia y la conducta de los hombres, la superioridad de unos sobre otros. Se trata aquí de la geografía que aísla, impide la comunicación, el acceso, fortalece nichos ecológicos, aislamientos, tanto más si el hombre permanece impasible e inmóvil frente a las barreras naturales. La genética no determina la cultura, por el contrario, la cultura determina la genética, manipula los genes, segrega los genes y para ello pone en juego criterios desafortunados, indignos, raciales unas veces, políticos, económicos y de privilegios sociales las otras. (p. 103)²³

Lo que se ve corroborado con afirmaciones como que toda la serie de atributos que caracterizaron a los antioqueños durante el proceso de colonización (tanto positivos como negativos), constituyen simplemente el *ethos regional* que ha llevado a lo mítico e incluso a “exageraciones contrafactuales como aquella de la raza antioqueña” (López, 2003, p.12).

Aspectos como el lugar de nacimiento de personajes emprendedores (en el caso de la región vallecaucana), han conducido investigaciones para “confrontar la idea generalizada, dentro del cultivado mito ‘paisa’, según la cual los antioqueños tienen la exclusividad del espíritu empresarial en todo el país y Cali no tendría industria sin el aporte de ellos y de los inmigrantes extranjeros” (Ordóñez, 2003, p.181).

Este mismo investigador e historiador se lamenta de que no existan estudios específicos en cuanto al empresariado de su región, lo que conlleva “generalizar sobre la base de lo ocurrido con el empresariado antioqueño” (Ordóñez, 1998, p.28). Las regiones en Colombia han atravesado dificultades políticas, económicas, sociales y técnicas y a pesar de compartir elementos comunes con otras, la región del Valle del Cauca posee sus propias especificidades, lo que amerita analizarla particularmente y no generalizar en su caso (Urrea y Mejía, 1999). Este último planteamiento se ve corroborado por otro historiador (Colmenares, 1983) cuando se refiere a que “un país como Colombia presenta tal diversidad regional que la simplificación excesiva que implica la tesis de la ‘dependencia colonial’ ha debido parecer sospechosa (...) Tampoco es lícito extrapolar” (p. 6).

23 Se ha querido hacer amplia referencia a un autor especializado en un tema que reviste especial importancia en la determinación de las características propias de un emprendimiento regional. Particularmente siempre ha parecido inapropiado hablar de la superioridad de ciertos grupos sociales y culturales en Colombia y el hecho de que tales afirmaciones se difundan y divulguen en las comunidades, por lo que simplemente se dejan estas apreciaciones en este escrito como una constatación científica y sería de que tales enunciados no deberían existir, privilegiando por otra parte con esto, el carácter valioso de la diferencia y de la complementariedad en la geografía nacional y en los emprendimientos colombianos.

6. LA COLONIZACIÓN, EL EMPRENDIMIENTO Y LA COMPETITIVIDAD

En última instancia se pretende efectuar una referencia y relación al tema que se ha venido tratando (el emprendimiento de un grupo social específico), con un tema de actualidad mundial y en Colombia, como lo es el de la competitividad.²⁴ Se debe advertir con especial énfasis, que al tratar de investigar acerca de una definición del término que se acaba de mencionar, no se encuentra ninguna ni en los diccionarios, ni en la literatura especializada al respecto y que más bien, se hallan explicaciones acerca de lo que pudiera ser dentro de un contexto de elementos que eventualmente la pudieran llegar a definir (infraestructura, recursos humanos, cooperación entre empresas, adquisición de tecnología, reducción de costos, etc.). Incluso uno de los autores reputados en este tema se atreve a afirmar que “no existe una definición aceptada del término y que son distintas las posiciones según se trate de las empresas, del órgano legislador o de los economistas” (Porter, 1991, p.12).²⁵

La competitividad, si bien no se encuentra una definición concreta

y aceptada a su sujeto por parte de algún tipo de comunidad,²⁶ es indudablemente una de las responsabilidades fundamentales de los empresarios y dirigentes actuales y la que les permite asegurar la presencia y fortalecimiento de la empresa en el mercado en que se desenvuelve la misma. Sobre el tema se ha escrito suficientemente, recopilando experiencias y exponiendo teorías que muestran diferentes caminos para alcanzar esta condición empresarial.²⁷ Planteamientos como estos han conducido a muchas empresas y empresarios hacia mejores condiciones de desempeño y rentabilidad.

Como se ha establecido anteriormente, la colonización antioqueña permitió el desarrollo de unas concentraciones geográficas y el surgimiento de una capacidad empresarial vinculada con unos sectores específicos, que potenció un proceso no planificado hacia una mayor competitividad relativa de la región que redundaría posteriormente en la del país.

Actualmente, algunos autores, escritores e investigadores como el Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE (1996),

²⁴ Previamente en este escrito se había mencionado el que el *emprendimiento* haría parte (de acuerdo a ciertos autores), a la categoría de la *competitividad*. Esta última supone procesos contemporáneos y propios de la macroeconomía mientras que la primera haría alusión a una condición subjetiva y propia del individuo (analizada aquí en un contexto premoderno). En este orden de ideas, no se pretende introducir un anacronismo en esta reflexión, puesto que simplemente se quiere hacer relevancia de la existencia previa de uno de los componentes personales y subjetivos del concepto actualmente denominado como competitividad.

²⁵ Aparte tomado directamente del prefacio en que el autor menciona su vinculación a la Comisión sobre Competitividad Industrial, encargo efectuado por el presidente Ronald Reagan.

²⁶ Algunos investigadores especializados se pronuncian al respecto: “el concepto de competitividad internacional es al mismo tiempo popular y ambiguo. Con frecuencia se utiliza en la discusión de las estrategias comerciales e industriales y sin embargo, la mayoría de los autores no ofrecen una definición precisa. Y es aún más ambiguo cuando se trata de medirlo” (Siggel, 1996, p.79).

²⁷ Muchos teóricos del tema la analizan en ocasiones desde el punto de vista de las naciones y en otras de las empresas. “Sin embargo, un análisis donde se aúne lo macroeconómico con lo microeconómico es en opinión de muchos analistas absolutamente necesario para integrar los factores que afectan la competitividad” (DANE, 1996, prólogo 2).

clasifican los factores que determinan la competitividad²⁸ en: aquellos del entorno (variables macroeconómicas y de infraestructura), de carácter microeconómico (la productividad de la empresa y la eficiencia en el uso de los recursos), estructurales (racionalidad de la transformación productiva). Otros, siguiendo a Garay (López, 2006) los clasifican en: empresariales (aquellos controlables y modificables por la empresa), estructurales (la capacidad de intervención de la empresa es limitada como por ejemplo, la estructura industrial), sistémicos (externalidades de la empresa, como los aspectos macroeconómicos, políticas estatales, etc.). Se advierte igualmente que no hay un consenso para dichas clasificaciones.

Por otra parte y en cuanto a la existencia de instituciones o normas que incentiven la *competitividad* y por ende el desarrollo económico en Colombia, se tiene el que ciertas normas y leyes se han establecido desde mediados de los noventa, para promover la creación de organismos y programas a los cuales los potenciales empresarios pudieran acudir para concretar su idea de negocio (Gómez, Martínez y Arzuza, 2006) y que desde esa misma época se ha dado “un fortalecimiento de las instituciones para promover la competitividad de las empresas” (López, 2006, p.11), es decir, instituciones de apoyo para favorecer esta situación.

A su vez, el emprendimiento se relaciona con la competitividad (y hace parte de ella), en la medida en que si existe tal característica en los negocios de los países latinoamericanos, la productividad (componente de la competitividad) se podría mejorar y se podría competir más efectivamente en el mercado mundial (Stevenson y Gumpert, 1985). De igual manera, el espíritu empresarial, al ser constitutivo del emprendimiento, se analiza como una estrategia de la competitividad y como factor motriz del desarrollo económico de una nación (Crissien, 2006).

La competitividad se constituye, particularmente en Colombia, en un asunto que compete y beneficia a todos, si bien existen variadas formas de medirla mediante indicadores, como aquellos de los rankings internacionales (WEF, IMD, Doing Business del Banco Mundial son los principales indicadores); para el emprendimiento en especial (Global Entrepreneurship Monitor - GEM),²⁹ algunas colectividades plantean que se debería colocar especial énfasis en un incremento en la productividad de los sectores y, en un aumento en las exportaciones per cápita como los principales indicadores para generar un bienestar total en Colombia (Consejo Privado de Competitividad, 2007). En esta propuesta del sector privado colombiano, se ve claramente una posición orientada básicamente

28 Para muchos analistas, a falta de una definición concreta y aceptada, la única manera de acceder al examen de la competitividad es recurriendo al estudio de sus factores determinantes.

29 La posición de Colombia en cada uno de dichos indicadores y su respectiva calificación, se pueden obtener en las distintas páginas Web de los organismos internacionales encargados de elaborarlos. Estadísticas, datos, observaciones adicionales y referentes a las regiones en que se inserta el país (Latinoamérica por ejemplo), se encuentran igualmente en estas páginas al igual que en los informes escritos que producen.

a la efectividad de los recursos, sin necesariamente incluir el tema del emprendimiento como uno de los factores determinantes.

Respecto a los indicadores internacionales mencionados previamente, se tiene que los mismos manejan distintos factores o criterios para medir la categoría de la *competitividad* al igual que la del *emprendimiento*. En este orden de ideas, el GEM (2008) efectúa una evaluación de la actividad empresarial de los países teniendo como objetivo el medir diferencias entre las naciones, revelar factores que determinen dicha actividad e identificar políticas que incentiven y mejoren esta última (creación de nuevos negocios, propietarios de negocios establecidos, actividad empresarial temprana, actividad empresarial naciente). El Foro Económico Mundial (FEM, WEF) establece igualmente un *índice de competitividad global* y un *índice de conectividad* a través de una encuesta que busca capturar un amplio rango de factores que afectan el clima de negocios dentro de la economía de un país.

El Banco Mundial (2008), mediante su informe *Doing Business*,³⁰ investiga las regulaciones que favorecen la actividad empresarial y aquellas que la constriñen. Maneja indicadores cuantitativos referentes a tales aspectos y en el marco de diez áreas específicas, sin necesariamente tocar todo lo relativo al entorno empresarial

ni todos los factores que influyen en la competitividad. Dichas regulaciones abarcan temas como apertura de una empresa, manejo de permisos de construcción, empleo de trabajadores, registro de propiedades, obtención de crédito, protección de inversores, pago de impuestos, comercio transfronterizo, cumplimiento de contratos y cierre de una empresa.

En cuanto al último dentro de dichos indicadores, el Institute for Management Development (IMD), publica el Anuario Mundial de la Competitividad (AMC)³¹ el cual estudia la competitividad de las principales economías del mundo. Los cuatro grandes factores de esta categoría que maneja el IMD son: 1) el desempeño económico, que analiza la macroeconomía de cada uno de los países, 2) eficiencia del gobierno, que mide el grado en que las políticas del gobierno favorecen la competitividad, c) eficiencia empresarial, que incluye entre otras la productividad, el mercado laboral, las finanzas, las prácticas empresariales, las actitudes y valores y, d) infraestructura y conocimiento. Dentro del factor de la eficiencia empresarial se pueden ubicar subfactores como el carácter emprendedor de los empresarios, la competencia de los gerentes y el reconocimiento al trabajo especializado, los cuales harían referencia al espíritu empresarial y al emprendimiento.

30 La información pertinente a los reportes actualizados se puede encontrar en la página Web del Banco Mundial. La Alta Consejería Presidencial para la Competitividad y Productividad cuenta igualmente con información en su sitio de Internet en el cual se destaca no sólo el documento Conpes 3527 (Política de competitividad), sino igualmente los Planes regionales de competitividad asociados al Doing Business.

31 A cuya información se puede acceder directamente a partir del link del Instituto o a través de la página Web del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo (en este último es comentado el indicador al igual que cada uno de los factores para Colombia específicamente).

En los últimos años, el desarrollo económico de los países basado en la competitividad se ha tornado muy importante y ello lo demuestran los indicadores que se han mencionado y explicado. Pero es fundamental tener presente que el emprendimiento y el surgimiento de nuevos empresarios es clave como vía para generar desarrollo económico (Crisien, 2006). Incluso algunos economistas consideran que el concepto y su aplicación son menospreciados por la macroeconomía (puesto que la teoría del equilibrio general no lo incorpora en sus planteamientos) y que recientes evidencias demuestran su contribución significativa al crecimiento económico y al desarrollo (Kirchhoff, 1991), pero que en términos generales la economía moderna no incluye este importante elemento en sus consideraciones, que si lo hiciera, existiría “una mejor comprensión de la economía y de las políticas públicas que sean consistentes con la maximización de los beneficios derivados del trabajo de los empresarios” (Formaini, 2001, p.8).

Habida cuenta de lo anterior, simplemente basta mencionar en este artículo el que para que un país, una región o una empresa en particular (y sus gestores o empresarios) logren la tan ansiada competitividad³² deben, en términos de algunos especialistas y más concretamente siguiendo los

planteamientos de Porter (1991) y los posteriores estudios que a partir de él se generan en este sentido, hacer una aplicación sencilla y directa de ciertos parámetros de conducta frente a las situaciones específicas que enfrentan.

De esta manera cualquier nación, región, industria, actividad económica o empresa, basándose en la capacidad individual de sus componentes (denominados en este artículo empresarios o emprendedores y a sus capacidades emprendedoras), deben aunar esfuerzos para saber analizar, comprender y gestionar los parámetros o patrones que se mencionan:³³

1. **Excesiva confianza en los factores básicos:** los emprendedores nacionales siempre han supuesto que al disponer de recursos naturales abundantes y de una mano de obra barata, esto será suficiente para obtener utilidades y ocupar posiciones privilegiadas en el mercado económico en que operan. Asumen esto y dejan de un lado toda preocupación por la innovación y la búsqueda permanente de nuevas ideas de negocios.
2. **Deficiente cooperación entre empresas:** los países en desarrollo deben trabajar mancomunadamente en la creación de agremiaciones y grupos económicos

³² Aun a pesar de que connotados economistas se refieran a que “la competitividad es una palabra sin sentido cuando se aplica a economías nacionales y la obsesión con ella es tanto errónea como peligrosa” (Krugman, 1994, p.44). *La retórica de la competitividad* se ha vuelto tan común, de acuerdo con este autor, que se habla corrientemente de que naciones como Estados Unidos y el Japón, compiten por los mercados mundiales en el mismo sentido en que lo hacen Coca-Cola y Pepsi.

³³ *Patrones de comportamiento no competitivo* de acuerdo con lo planteado por Fairbanks y Lindsay (1999). Aquí se efectúa una adaptación de dichos patrones que deben ser tenidos en cuenta por parte de los empresarios, las empresas, las regiones y las naciones sin necesariamente clasificarlos como macro o microeconómicos.

de interés, fuertes y representativos, que tengan vocería ante los entes estatales. Igualmente debe darse una cooperación entre empresas conexas, de tal suerte que se vean favorecidas las cadenas productivas o clústeres³⁴ denominados por algunos (Fairbanks y Lindsay, 1999).

3. **Conocimiento deficiente de los clientes:** las investigaciones especializadas³⁵ han constatado que en Colombia poco se ha realizado en este sentido y que en términos generales todo tipo de empresas se dedica en primer lugar a producir y posteriormente a tratar de vender sus productos sin haber establecido inicialmente un proceso de conocimiento de las verdaderas necesidades de sus clientes.
4. **No integrar hacia delante:** muchas empresas y empresarios actuales tienden a estar a merced de sus cadenas de distribución o de los proveedores. Estos actores (en esencia los distribuidores), ejercen sobre ellos un inmenso poder de negociación y les impiden un acceso efectivo hacia el mercado que tratan de servir. Las empresas o empresarios que logran la integración hacia adelante se ven en determinado momento orientados únicamente a los resultados de

corto plazo que no permiten estar analizando constantemente las fuentes de las distintas ventajas competitivas que han adquirido previamente.

5. **Paternalismo:** este patrón no solo se evidencia desde el gobierno que puede verse responsable del éxito de la industria nacional y que lleva a que las empresas se descuiden y esperen siempre todo de él, sin establecer verdaderas ventajas frente a sus competidores, sino que igualmente se constata en las empresas que aún tienen establecido un control familiar, el que no dan cabida a prácticas empresariales y de gestión audaces y creativas, a pesar de que en ciertas investigaciones nacionales se ha advertido que cada vez más existen ciertas excepciones donde se combina simultáneamente la profesionalización de las empresas con el control familiar (Barrera, 2006).³⁶
6. **Deficiente conocimiento de la posición relativa:** ni las naciones ni las empresas conocen o aprecian su posición frente a los países o compañías competitivas. El hecho de desconocer esta situación les impide planear de mejor manera su futuro y limita ampliamente su capacidad de acción.

34 Los autores se refieren directamente a Michael Porter en el sentido en que este autor expresa el concepto de cooperación dentro de la industria en lo que llama clúster.

35 Como las desarrolladas por algunos estudiosos de la competitividad (Fairbanks y Lindsay, 1999) respecto a la industria del cuero en los años noventa por parte de las empresas colombianas, comparándolas con las italianas y las chinas.

36 En estudios como el citado, se afirma que la existencia de ciertos valores o virtudes en las empresas familiares colombianas, propicia el establecimiento de alianzas estratégicas con terceros, el ingreso de nuevos socios y de directivos externos y tienen un gran impacto sobre diversos procesos de las empresas.

7. **Actitud defensiva:** cuando se trata no solo de atender el mercado interno sino igualmente el mercado externo, los sectores público y privado siempre actúan a la defensiva asignándole la culpa de sus destinos al otro. Unos son culpados de mala administración y los otros de no aprovechar ni generar condiciones macroeconómicas favorables.

Se pudiera incluso hablar de una *competitividad perdida* para hacer referencia a que estos conceptos contemporáneos que se acaban de esbozar, siempre estuvieron presentes en los elementos distintivos del empresariado nacional (y más concretamente del antioqueño al que se ha referido, como se analiza más adelante) y que de un momento a otro es como si hubiesen desaparecido³⁷ y el país entero se encontrase volcado a la hora actual de nuevo a la gigantesca tarea de encontrar y desarrollar su competitividad para poder asegurar un mejor futuro económico para sus ciudadanos.³⁸

A manera de síntesis, a continuación se menciona la forma en que dichos patrones (desde un punto de vista competitivo en este caso), han sido aplicados en la época que es analiza-

da en este documento y que confirman una buena gestión y cumplimiento por parte de los empresarios de ese entonces:³⁹

1. **Confianza en los factores básicos:** los empresarios de la colonización si bien se basaron en ellos, posteriormente para la industrialización de la región y del país advirtieron la importancia de la diversificación y colocaron en práctica este concepto.
2. **Cooperación entre empresas:** se constata con este artículo que no sólo se dieron esfuerzos individuales sino que igualmente se produjeron asociaciones tendientes a enfrentar los riesgos y a manejar rentabilidades importantes que generaran progreso.
3. **Conocimiento de los clientes:** los colonizadores y posteriores emprendedores se caracterizaron siempre por tener muy presente no sólo la oferta que tenían para el mercado sino igualmente las necesidades de sus distintos clientes. Si era necesario desinvertir en un negocio que no atendía tales requerimientos, efectivamente lo llevaban a cabo.

37 Se menciona *desaparecido* puesto que el país ha sufrido un sobre-diagnóstico desde épocas anteriores (1990) en donde incluso y a partir de la apertura económica, se siguen contratando expertos en competitividad y análisis del país (incluido insistentemente Porter), para reiterar lo que suficientemente se sabe en Colombia. Se ha dado esta situación incluso si a la hora actual existen entes encargados de trabajar en la vía de la competitividad aglutinando instituciones tanto públicas como privadas en el SNC (Sistema Nacional de Competitividad) y cuyo eje central es la CNC (Comisión Nacional de Competitividad) elevada a la alta designación de Consejería Presidencial en el año 2005.

38 Estos conceptos de competitividad han sido adaptados de varios textos relacionados con este tema (Porter, Fairbanks y Lindsay, etc.) y la relación con los elementos de la colonización han partido directamente del autor de este artículo de una manera libre, espontánea y tratando de introducir un elemento crítico al presente documento efectuando un análisis particular y peculiar que pueda incitar al cuestionamiento por parte del lector.

39 Se puede incluso avanzar que el análisis de estos parámetros se puede efectuar igualmente para las especificidades de otras regiones como la vallecaucana y para la cual se cuenta con importantes investigaciones y escritos acerca de la calidad y características de los empresarios y empresas de los siglos XIX y XX y que se sugieren en el contenido de este artículo.

4. **Integración hacia adelante:** esta se explica igualmente con el concepto de diversificación y de la preocupación de los empresarios analizados por establecer no sólo negocios de producción sino igualmente agencias comerciales encargadas de la distribución.
5. **Paternalismo:** muchas de las empresas y empresarios que nacieron a partir de la colonización insistieron durante mucho tiempo en esta figura, sobre todo en lo relacionado con el control familiar de las empresas. Algunos tuvieron éxito, otros no. Respecto a las relaciones con el gobierno siempre se esmeraron por desarrollar relaciones productivas y de mutuo beneficio, a largo plazo. Es importante destacar que en el periodo analizado, el tema del paternalismo estaba igualmente relacionado con la participación de la Iglesia Católica y su enfoque, no solo a todo el país, sino con una influencia profunda en la región antioqueña y en su desarrollo empresarial (López, 2003)
6. **Conocimiento de la posición relativa:** respecto a los emprendedores analizados (particularmente en este documento), se evidencia que gracias al cosmopolitismo y a las salidas y viajes frecuentes, estas personas eran conocedoras de ofertas competidoras y de lo valioso de su negocio.
7. **Actitud defensiva:** en cierta forma se puede afirmar que tanto los intereses públicos como los privados, de alguna u otra manera dialogaban por obtener un beneficio propio, aunque no llegasen en todos los casos a

acuerdos. Se daban ocasiones reiteradas en que la iniciativa privada conducía a que la gestión pública fuera más efectiva.

Teniendo en cuenta las anteriores reflexiones, el espíritu empresarial, entendido como “el conjunto de valores, creencias, actitudes, modos de reacción y de acción” (Varela y Bedoya, 2006, p.25) y el emprendimiento, tomado como la *manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza* (Ley 1014 de 2006, ver Portal de Micro, Pequeña y Mediana Empresa, 2008, p. 1), estaban bien presentes en los individuos de la colonización y deberían estar vigentes en el empresariado nacional actual. Formar y educar personas con espíritu empresarial para que al terminar sus estudios creen empresas, generen valor agregado y contribuyan al desarrollo económico (Crissien, 2006), es un imperativo y ello se puede llevar a cabo efectivamente, si se tiene en cuenta que crear empresas es deseable por parte de los estudiantes universitarios actuales y ello se entrega a sus creencias y actitudes al respecto (Veciana, Aponte y Urbano, 2005), destacando igualmente que el “conocimiento juega un papel preponderante en toda actividad de arranque de negocios y sumado a otros factores incide en que la persona se vuelva emprendedora” (De Clercq y Arenius, 2006, p.339).

La educación, es por lo tanto, la base del cambio cultural y permite la construcción de un determinado *tejido empresarial* que favorece el desarrollo económico. Si se parte de las características básicas y rasgos psicológicos del empresario (Veciana, 2005) se pueden llegar a desarrollar muchos elementos básicos de un curso de em-

prendimiento (Castillo, 1999) e incluso utilizar un modelo de formación basado en competencias de conocimiento y competencias personales que pueda ser útil para muchas instituciones sin necesariamente ser prescriptivo (Varela y Bedoya, 2006).

8. CONCLUSIÓN

En este artículo se han pretendido analizar ciertos elementos o atributos característicos de los antioqueños que los hicieron destacar en un momento clave de la historia política, económica, social y cultural del país como lo fue la denominada colonización antioqueña. Dichos atributos se limitaron exclusivamente (en el marco de este documento),⁴⁰ a aspectos tales como su *personalidad, actitud y capacidad emprendedora y de asociación*, los que sumados a otras características y comportamientos los han hecho merecedores equívocamente al calificativo de grupo cultural diferente dentro del imaginario colombiano en los últimos siglos: *la raza antioqueña*. Esta última situación se vio contrastada en este artículo cuando se trató el concepto de *indeterminismo genético* y las especificidades que tienen cada una de las regiones del país.

Las características individuales mencionadas de los emprendedores regionales han sido analizadas utilizando el método histórico, puesto que la historia “ofrece una valiosa perspectiva para tener una mejor visión de nuestras actuales circunstancias” (Mason *et al.*, 1997, p. 307) y “ella está prácticamente sola entre las disciplinas de las cien-

cias sociales en sus habilidades para analizar episodios particulares, o casos empíricos y para explicar los patrones de medida amplia de la actividad social, cultural, económica e intelectual” (Smith y Lux, 1993, p. 595).

Sucesivamente se ha efectuado un análisis de la categoría de la *competitividad*, tal y como se conoce y se practica hoy en día y, las distintas maneras que existen para medir los diversos criterios que la conforman. Un inventario de indicadores y de organismos encargados de dichas medidas, ha sido efectuado para tener en cuenta igualmente que el *emprendimiento* y el *espíritu empresarial* hacen parte de dichas escalas que apuntan inevitable y afortunadamente al desarrollo y crecimiento económico de las regiones y de las naciones.

Posteriormente ciertos parámetros de la competitividad, en esencia relacionados con la capacidad individual, de emprendimiento y de asociación, han sido puestos de relieve para destacarlos como elementos presentes en el empresariado de la época analizada y, como características retadoras para el de la actual. Los empresarios de la colonización supieron manejar adecuadamente (y en el contexto de su época) cada uno de dichos parámetros, pero ¿qué decir de los empresarios contemporáneos respecto a este mismo manejo y habida cuenta de su influencia nacional en cuanto a emprendimientos se refiere?

Tal pareciera que la competitividad regional desarrollada en algún

40 Otros atributos que han constituido particularidades de los antioqueños y de la región no han sido abordados directamente en este artículo pero se ha efectuado la referencia a ciertos autores y estudios muy completos al respecto.

momento de la historia se hubiera extraviado y que el estilo peculiar de emprendimiento y gestión de la región y de sus naturales hubiera cesado de estar presente en las iniciativas de los mismos. Esta situación la han podido constatar varios autores, aunque refiriéndose específicamente a un determinado *modelo gerencial antioqueño*, cuando destacan que uno de los fundamentos de dicho estilo de gestión, el más autóctono, aquel de las relaciones sociales en el trabajo, se haya derrumbado hacia mediados del siglo XX, ocasionando un “desbalance entre lo técnico y el mundo social de la empresa” (López, 2003, p.24).

Finalmente, no se trata de plantear un modelo técnico e instrumental de lo que deban exhibir y llevar a la práctica los empresarios actuales (y más concretamente los regionales), en cuanto a ciertas características específicas (como el espíritu empresarial o el emprendimiento) que conduzcan a la competitividad necesaria para abordar los mercados en que se desenvuelven; mejor aún, se trata esencialmente de entender que en un mundo que maneja *otra vía para la competitividad organizacional* y que se encuentra básicamente en la confluencia de la tendencia marcada por el avance vertiginoso de la tecnología y de la gerencia del conocimiento entre otros aspectos preponderantes (Lozano, 2002), sean nuevamente destacadas y puestas en marcha las grandes características de los emprendedores regionales que fueron en esencia toda una serie de “elementos regionales y valorados como particulares y que funcionaron coherentemente” (López, 2003, p.12),

los cuales pueden ser rescatados, rehabilitados y dinamizados mediante procesos de formación o educación por parte de distintas instituciones sociales en Colombia.

Asumiendo este último reto y cumpliéndolo en la realidad empresarial en el tejido económico de la región y de Colombia, se podrán dar todas las sinergias necesarias para que la colaboración se dé al interior de las grandes instancias que de la competitividad se manejan en el país y que han sido puestas en el más alto escalón de los compromisos gubernamentales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Alta Consejería Presidencial para la Competitividad y Productividad. (2008). *Sistema Nacional de Competitividad*. Recuperado el 12 de septiembre de 2008, de <http://www.snc.gov.co>
2. Álvarez, V. (2003). De las sociedades de negocios al “Sindicato Antioqueño”. Un camino centenario. En: C. Dávila, (comp.), *Empresas y empresarios en la Historia de Colombia Siglos XIX-XX* (pp. 213-246). Bogotá, Colombia: Editorial Norma S.A. y Ediciones Uniandes.
3. Arcila, M. (2006). El elogio de la dificultad como narrativa de la identidad regional en Antioquia. *Revista Historia Crítica*, 32, 38-66.
4. Banco Mundial. (2008). *Doing Business Resume 2009*. Washington, DC: Banco Internacional de reconstrucción y Fomento - Banco Mundial.
5. Barrera, E. (2006). Los valores de las familias empresarias colombianas. *Revista INALDE*, 17, 58-67.
6. Botero, M.M. (1988). Comercio y bancos, 1850-1923. En: J.O. Melo

- (Ed.), *Historia de Antioquia* (pp. 243-248). Medellín, Colombia: Suramericana de Seguros S.A.
7. Brew, R. (1977). *El desarrollo económico de Antioquia desde la Independencia hasta 1920*. Bogotá, Colombia: Publicaciones Banco de la República, Archivo de la Economía Nacional.
 8. Castillo, A. (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*. Santiago de Chile: Intec-Chile.
 9. Colmenares, G. (1983). *Sociedad y economía en el Valle del Cauca. Cali: terratenientes, mineros y comerciantes. Siglo XVIII* (Tomo I). Bogotá, Colombia: Biblioteca Banco Popular, Universidad del Valle.
 10. Consejo Privado de Competitividad. (2007). *Informe nacional de competitividad 2007*. Bogotá, Colombia: Consejo Privado de Competitividad.
 11. Cornelius, B., Landström, H. y Persson, O. (2006). Entrepreneurial Studies: The Dynamic Research Front of a Developing Social Science. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(3) 375-398.
 12. Crissien, J. (2006). Espíritu empresarial como estrategia de competitividad y desarrollo económico. *Revista EAN Escuela de Administración de Negocios Institución Universitaria*, 57, 103-117.
 13. Dávila, C. (2003). *Empresas y empresarios en la historia de Colombia Siglos XIX-XX*. Bogotá, Colombia: Norma.
 14. Day, G.S. (1996). Using the past as a guide to the future: Reflections on the History of the Journal of Marketing. *Journal of Marketing*, 60, 14-16.
 15. De Clercq, D. y Arenius, P. (2006). The Role of Knowledge in Business Start-up Activity. *International Small Business Journal*, 24(4), 339-358.
 16. Departamento Administrativo Nacional de Estadística - DANE. (1996). *Productividad, competitividad e internacionalización de la economía*. Bogotá, Colombia: Cano Giraldo.
 17. Escobar, J. (2004). La historia de Antioquia, entre lo real y lo imaginario. Un acercamiento a la versión de las élites intelectuales del siglo XIX. *Revista Universidad Eafit*, 40(134), 51-79.
 18. Fairbanks, M. y Lindsay, S. (1999). *Arando en el mar. Fuentes ocultas de la creación de riqueza en los países en desarrollo*. México: McGraw-Hill.
 19. Formaini, R. (2001). The Engine of Capitalist Process: Entrepreneurs in Economic Theory. *Economic and Financial Review*, fourth quarter, 2-11.
 20. Foro Económico Mundial (FEM, WEF). *Indicadores de competitividad*. Recuperado el 12 de septiembre de 2008, de <http://www.weforum.org>
 21. Gartner, W. (1985). A Conceptual Framework for Describing the Phenomenon of New Venture Creation. *The Academy of Management Review*, 10(4), 696-706.
 22. Global Entrepreneurship Monitor – GEM. (2008). *2007 Executive Report*. Londres: Babson College, London Business School.
 23. Golder, P.N. (2000). Historical Method in Marketing Research with New Evidence on Long-Term Market Share Stability. *Journal of Marketing Research*, 37, 156-172.

24. Gómez, L., Martínez, J. y Arzuza, M. (2006). Política pública y creación de empresas en Colombia. *Pensamiento y Gestión*, 21, 1-25.
25. Hagen, E. (1962). *On the Theory of Social Change*. Illinois: Homewood.
26. International Institute for Management Development (IMD). *Indicadores de competitividad*. Recuperado el 12 de septiembre de 2008, de <http://www.imd.ch>
27. Jaramillo, R.L. (1988). La Colonización Antioqueña. En: J. O. Melo (Ed.), *Historia de Antioquia* (pp. 177-208). Medellín, Colombia: Suramericana de Seguros S.A.
28. Kets de Vries, M.F.R. (1977). The entrepreneurial personality: a person at the crossroads. *The Journal of Management Studies*, 14, 34-57.
29. Kieser, A. (1994). Why Organization Theory Needs Historical Analyses-And How This Should Be Performed. *Organization Science*, 5(4), 608-620.
30. Kirchhoff, B. (1991). Entrepreneurship's Contribution to Economics. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 93-112.
31. Krugman, P. (1994). Competitiveness: A Dangerous Obsession. *Foreign Affairs*, 73(2), 28-44.
32. Lamond, D. (2005). On the value of Management History. *Management Decision*, 43(10), 1273-1281.
33. Lamond, D. (2006). Matters for judgment: some thoughts on method in management history. *Journal of Management History*, 12(3), 237-243.
34. López, A. (1970). *Migración y cambio social en Antioquia durante el siglo diecinueve*. Bogotá, Colombia: Cede.
35. López, F. (2006). La competitividad en Colombia: Apertura económica, instituciones de apoyo y seguridad democrática. *Revista Universidad Eafit*, 42(142), 9-25.
36. López, J. (2003). El Modelo gerencial antioqueño: Taylorismo de carriel y camándula. *Revista AD-MINISTER-Edición Especial*, 11-25.
37. Lozano, C. (2002). *La otra vía para la competitividad organizacional*. Medellín, Colombia: Podium International.
38. Mason, R., McKenney, J. y Copeland, D. (1997). An Historical Method for MIS Research: Steps and Assumptions. *MIS Quarterly*, 21(3) 307-320.
39. Melo, J. O. (1988). *Historia de Antioquia*. Medellín, Colombia: Suramericana de Seguros.
40. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2008). *Anuario Mundial de Competitividad*. Recuperado el 29 de agosto de 2008, de <http://www.mincomercio.gov.co>
41. Murphy, P., Liao, J. y Welsch, H. (2006). A conceptual history of entrepreneurial thought. *Journal of Management History*, 12(1), 12-35.
42. Nevett, T. (1991). Historical Investigation and the Practice of Marketing. *Journal of Marketing*, 55, 13-23.
43. Ocampo, J. (1990). *Historia básica de Colombia*. Bogotá, Colombia: Plaza & Janes.
44. Ordóñez, L.A. (1998). *Industrias y empresarios pioneros. Cali 1910-1945*. Cali, Colombia: Universidad del Valle, Facultad de Ciencias de la Administración.
45. Ordóñez, L.A. (2003). *Empresarios industriales pioneros: Cali, prime-*

- ras décadas del siglo XX. En: C. Dávila. (comp.), *Empresas y empresarios en la Historia de Colombia Siglos XIX-XX* (pp. 179-211). Bogotá, Colombia: Editorial Norma S.A. y Ediciones Uniandes.
46. Palacios, M. (1983). *El café en Colombia, 1850-1970. Una historia económica, social y política*. México, Bogotá: El Colegio de México, El Áncora Editores.
 47. Palacios, M. (2003). *Entre la legitimidad y la violencia. Colombia, 1875-1994*. Bogotá, Colombia: Norma.
 48. Parsons, J. (1997). *La colonización antioqueña en el occidente de Colombia*. Bogotá, Colombia: Banco de la República/El Áncora Editores.
 49. Patiño, B. (1988). La provincia en el siglo XVIII. En: J. O. Melo, *Historia de Antioquia* (pp. 69-90). Medellín, Colombia: Suramericana de Seguros S.A.
 50. Pereira, F. (2003). Reflexión sobre algunas características del espíritu emprendedor colombiano. *Revista Economía, Gestión y Desarrollo*, 1(1), 9-26.
 51. Pereira, F. (2007). La evolución del espíritu empresarial como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista. *Cuadernos de Administración*, 20(34), 11-37.
 52. Portal de Micro, Pequeña y Mediana empresa. (2008). *Ley 1014 de Enero 26 de 2006. De fomento a la cultura del emprendimiento*. Recuperado el 12 de septiembre de 2008, de <http://www.mipymes.gov.co>
 53. Porter, M. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Buenos Aires, Argentina: Vergara.
 54. Real Academia Española. (1992). *Diccionario de la Lengua Española*. (Vigésima primera edición). Madrid: Editorial Espasa Calpe.
 55. Safford, F. (1965). Significación de los antioqueños en el desarrollo económico colombiano. Un examen crítico de las tesis de Everett Hagen. *Anuario colombiano de historia social y de la cultura*, 3, 49-69.
 56. Santa, E. (1993). *La colonización antioqueña. Una empresa de caminos*. Bogotá, Colombia: Tercer Mundo.
 57. Siggel, E. (1996). Las fuentes de la competitividad internacional. Una herramienta para el análisis de las políticas de desarrollo. En DANE (Eds.), *Productividad, competitividad e internacionalización de la economía* (pp. 79-106). Bogotá, Colombia: Cano Giraldo.
 58. Smith, R.A. y Lux, D. (1993). Historical Method in Consumer Research: Developing Causal Explanations of Change. *Journal of Consumer Research*, 19, 595-610.
 59. Stevenson, H.H. y Gumpert, D.E. (1985). The heart of entrepreneurship. *Harvard Business Review*, 63(2) 85-94.
 60. Tirado, A. (1983). *Introducción a la historia económica de Colombia*. Bogotá, Colombia: El Áncora.
 61. Tirado, A. (2004). A manera de prólogo. En: C.A. Hurtado (Ed.), *Estudios Regionales en Antioquia* (pp. 13-21). Medellín, Colombia: Lealon.
 62. Urrea, F. y Mejía, C.A. (1999). *Culturas empresariales e innovación en el Valle del Cauca*. Cali, Colombia: Universidad del Valle, Cidse.

63. Varela, R. y Bedoya, O.L. (2006). Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias. *Estudios Gerenciales*, 22(100), 21-47. Disponible en: <http://biblioteca2.icesi.edu.co/cgi-olub?session=57104619&infile=&sobj=2546&source=webvd&cgimi me=application%2Fpdf>
64. Veciana, J.M. (2005). *La creación de empresas. Un enfoque gerencial* (Colección Estudios Económicos, No. 33). Barcelona: Caja de Ahorros y Pensiones de Barcelona, La Caixa.
65. Veciana, J.M., Aponte, M. y Urbano, D. (2005). University Students' Attitudes towards Entrepreneurship: A Two Countries Comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 1, 165-182.
66. Wilkinson, I. (2001). A History of Network and Channels Thinking in Marketing in the 20th Century. *Australasian Marketing Journal*, 9(2), 23-52
67. Witkowski, T. y Jones, D.G. (2008). Historiography in Marketing: Its Growth, Structure of Inquiry, and Disciplinary Status. *Business History Conference*, 6(1), 1-18.
68. Yunis, E. (2003). *¿Por qué somos así? ¿Qué pasó en Colombia? Análisis del mestizaje*. Bogotá, Colombia: Temis.
69. Zuleta, L. (1988). El comercio en el siglo XX. En: J. O. Melo (Ed.), *Historia de Antioquia* (pp. 249-256). Medellín, Colombia: Suramericana de Seguros S.A. ☼