



Revista Escuela de Administración de
Negocios
ISSN: 0120-8160
investigaciones@ean.edu.co
Universidad EAN
Colombia

Crissien Castillo, John
Espíritu empresarial como estrategia de competitividad y desarrollo económico
Revista Escuela de Administración de Negocios, núm. 57, mayo-agosto, 2006, pp. 103-117
Universidad EAN
Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20605706>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

ESPÍRITU EMPRESARIAL

como estrategia de competitividad y desarrollo económico

Por:

John Crissien Castillo¹

RESUMEN

En los últimos tiempos el tema del desarrollo económico basado en ventajas competitivas ha tomado suma importancia. Se han planteado modelos para lograr estos objetivos. Tradicionalmente se propone que el gobierno sea el generador de políticas de bienestar. En este artículo se presenta un modelo que aborda el desarrollo económico y por ende el bienestar desde otro punto de vista: el espíritu empresarial que propicia una cultura empresarial.

De individuos con espíritu empresarial surgen los empresarios, los verdaderos iniciadores del progreso económico, los generadores de riqueza. Diversos estudios internacionales plantean que los empresarios se hacen gracias a dos perspectivas: la necesidad y la oportunidad. En nuestro país la gran mayoría ha surgido y siguen surgiendo por necesidad.

En el marco del documento Colombia 2019 se plantean algunas políticas y orientaciones para lo que sería el país para el segundo centenario de la independencia. En éste no se perciben estrategias aterrizzadas ni operatividad específica.

En este trabajo se espera entonces, presentar una alternativa de desarrollo y competitividad país: la generación de un tejido empresarial de calidad que sólo surge de la educación empresarial.

Se abordan varios modelos de educación empresarial y sus resultados, de tal forma, que se argumenta un modelo de desarrollo basado en el sistema educativo que forme suficientes empresarios o empresarios que hagan crecer sus empresas y conduzcan al país hacia la competitividad.

PALABRAS CLAVE

Espíritu empresarial, formación empresarial, desarrollo económico, tejido empresarial, creación de empresas, pedagogía del emprendimiento.

¹ **John Crissien Castillo.** Doctorando en Ciencias Empresariales de la Universidad Antonio de Nebrija, España; MBA, Master of Business Administration, WIU. EEUU, MAD. Master en Alta Dirección, Colegio de Graduados en Alta Dirección, Mexico D.F. Administrador de Empresas EAN, Colombia. Director del Programa Emprendedor Universidad EAN, Colombia. jcrissien@ean.edu.co.

MODELOS DE DESARROLLO ECONÓMICO

“Desarrollo económico y social de los pueblos...”. Esta frase es la motivadora del presente trabajo de investigación. El desarrollo económico como problema de estudio en la ciencia social ha trascendido el tiempo desde el punto de vista del conocimiento científico que se ha generado a su alrededor. Desde los padres de la teoría económica clásica en los siglos XVIII y XIX, hasta los modernos pensadores económicos, generan diseños macroeconómicos de estado, políticas y teorías referentes a cómo lograr desarrollo económico.

El desarrollo económico tiene como objetivo generar bienestar y calidad de vida y en esta generalización, caben aseveraciones interesantes como la de tener en cuenta cuántos aparatos se tienen «enchufados» o conectados en la casa a la fuente de energía, o la altura promedio de los pobladores para medir el desarrollo económico, el bienestar y la calidad de vida de los pueblos.

En Colombia, la situación no es diferente. Todos los gobiernos en su deseo profundo y ético han planteado como fin el desarrollo económico, la igualdad y la mejora en la calidad de vida como ontología de sus visiones de gestión de país. Hoy en día en el mundo la tendencia referente a los modelos económicos para el desarrollo económico se centran en el desarrollo empresarial. En la creación de empresas, en el estímulo a la cultura empresarial y por ende, al surgimiento de nuevos empresarios como vía para generar desarrollo económico.

ABSTRACT

The topic of economic development based upon competitive advantages has taken great importance lately. Several models have been set to understand and to promote it among authors, countries and so. Traditionally government efforts are supposed to generate economic development. This paper emphasizes in the entrepreneur and entrepreneurship as the initiator of economic development.

The model implies that the Entrepreneurial network is the basis of the economic development. This is caused mainly because the country has developed an Entrepreneurial culture, and it is generated by many people thinking enterprise, those are the entrepreneurs. This way of cultural thinking is generated mainly in the educational system, so the mission of the University these days is to educate people with an entrepreneurial way of thinking.

This model is a beginning in order to develop a competitive advantage for the country but also the basis of the policy for the strategic vision of Colombia 2019.

KEY WORDS

Entrepreneurship, entrepreneurial culture and spirit, economic development, entrepreneurial education, entrepreneurship teaching.

Sólo existe una forma de erradicar la pobreza, y ésta es la generación de riqueza. Riqueza de toda índole: emocional, espiritual, anímica y, por supuesto, económica.

Como plantea Hugo Kantis en el reciente estudio denominado Desarrollo Emprendedor.. «*Quienes crean riqueza son los empresarios, los estados facilitan y crean el ambiente propicio para que los emprendedores busquen tomar la vía de la creación de empresas como proyecto de vida*».

El pronóstico futuro ya es un hecho. Países que han centrado sus modelos económicos, políticas e instituciones en la creación de empresas son países que crecen, que se desarrollan, que generan riqueza y mejoran la calidad de vida en sus pobladores. Aquellos que no centran sus modelos económicos de manera sinérgica en la creación de empresas y la mejora de las ya creadas son países que no logran mantener el paso de la competitividad internacional y se tornan en constantes y eternos países en vías de desarrollo, forma suave de calificar contextos de subdesarrollo.

Frente a esta situación y con el objetivo de controlar este pronóstico se hace imperativo a nivel gubernamental como ente facilitador y generador de política, encaminar los esfuerzos a todo nivel para lograr desarrollar una cultura hacia la creación de empresas y la competitividad de las existentes. Los entes educativos como la universidad, los medios de comunicación, el sistema financiero y la sociedad en general han de orientar sus esfuerzos hacia un *sistema* que conduzcan a la creación de nuevas empresas y al fortalecimiento de las ya existentes.

La creación de empresas como objeto de estudio científico es joven (Veciana, 1999, p.

11-36), aun así ya se tienen marcos teóricos referenciales importantes que facilitan la generación de política gubernamental en el marco del enfoque institucional (North 1990). Teorías como: de la marginación, el rol, las redes, las incubadoras, la evolucionista, entre otras, han orientado específicamente al gobierno colombiano en la promulgación de leyes para fomentar la cultura empresarial (Ley 1014 de enero de 2006).

Uno de los puntos importantes de esta ley es la obligación impartir cursos de emprendimiento para fomentar la cultura empresarial en los diferentes niveles de la educación básica en el país con miras al desarrollo económico.

La universidad colombiana en general no ha tomado la formación empresarial como algo importante en su misión. Aun así, cada día más crecen las universidades alrededor del mundo que toman el emprendimiento como factor de formación (Bygrave William, 1999). En abril y mayo de 2006 en el marco del CIE 2006 - Congreso Internacional de Emprendedores, desarrollado en Guadalajara México en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey ITESM, específicamente en el Foro Académico, se planteó de manera empírica que en Latinoamérica un 30% de universidades incluyen el tema emprendedor como base de formación de una manera seria, en sus diseños curriculares de investigación y de extensión. Un 70% de las universidades de Latinoamérica hablan del tema en su programa de extensión y bienestar estudiantil.

Podría aseverarse que el tema de creación de empresas se ha empezado a vincular de manera tímida a la universidad como parte de su misión universal y de su responsabilidad social de transformación humana y social.

Schumpeter, iniciando el siglo XX (1911-1934), planteó el concepto de la creación destructiva y el «empresario innovador» y desde ese momento se ha planteado el «efecto Schumpeter» como principio básico de desarrollo económico. La creación de empresas reduce el desempleo; en contraste el «efecto refugiado» (refugee effect), los altos niveles de desempleo, estimulan la creación de empresas (D.B. Audretsch et all, 2002).

En 1991, Stephen Byers, Secretario de Estado para el Comercio y la Industria de Reino Unido indicaba: «*Las empresas y los nuevos negocios empresariales son las máquinas de crecimiento de la economía moderna*».

En 1998 el US Council of competitiveness declaraba: «*La nación que estimule y promueva una infraestructura de vínculos entre las empresas, las universidades y el gobierno logrará ventajas competitivas a través de proceso de difusión de información y de la utilización rápida de producto*».

En el 2002, el HM treasury en el Reino Unido decía: «En una economía global impulsada por el conocimiento, el desarrollo de invenciones y de innovaciones son vitales para la competitividad de largo plazo del R. U. Esto requiere de un círculo virtuoso de la innovación que vaya desde la ciencia, la ingeniería y la tecnología en laboratorios universitarios y científicos, hasta la explotación

exitosa de nuevas ideas, nueva ciencia y nueva tecnología para los negocios».

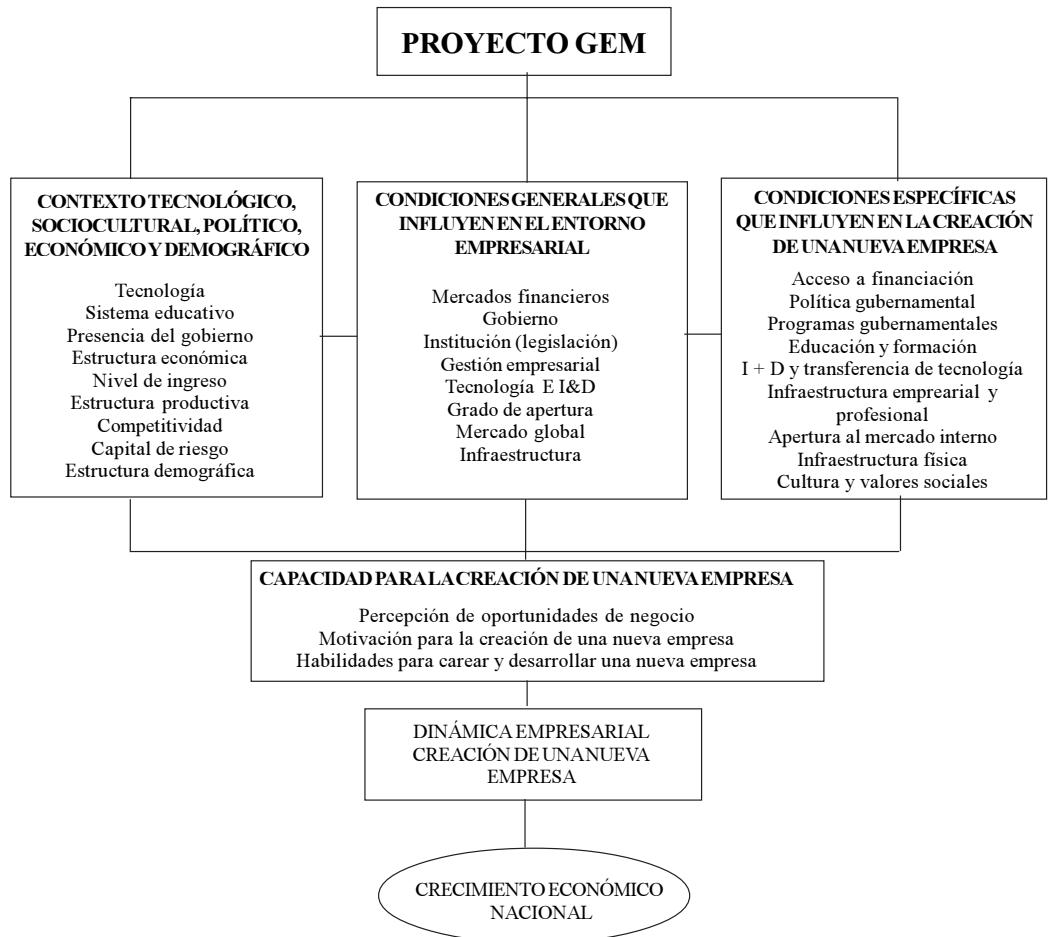
Estos planteamientos han sido corroborados científicamente en diversos estudios transversales y longitudinales. El GEM, Global Entrepreneurship Monitor, ha evidenciado la correlación directa existente entre la actividad empresarial y el desarrollo económico y propone un modelo de desarrollo. (Ver gráfico 1).

El modelo GEM plantea el proceso de creación de empresas enmarcado en dos aspectos, a saber: lo externo, el contexto político y tecnológico, los mercados y en general los aspectos de dónde se generan las empresas nuevas; y lo interno, es decir, la concentración en el empresario: quién hace las empresas.

Tomando como base estos parámetros concluyentes, sería ilógico que un país optara por modelos económicos y estrategias de desarrollo diferentes al planteado, es decir, a la estrategia ganadora.

El objetivo de este estudio es analizar la orientación estratégica del Colombia en términos del Proyecto de visión Colombia 2019 y la responsabilidad de la universidad, como formadora de empresarios y encargada de llevar a cabo las directrices gubernamentales como parte de la estrategia de competitividad y desarrollo económico.

Gráfico 1. Proyecto GEM



COLOMBIA 2019 FRENTE A LA ESTRATEGIA GANADORA

Los pasados 4 años

En Colombia se han experimentado e implementado iniciativas orientadas al fortalecimiento de la cultura empresarial. Desde la gestión de la Ministra de Comercio Exterior Martha Lucía Ramírez, programas como *Colombia Compite*, el cual generó un diagnóstico importante en el marco de los

encuentros de productividad y competitividad en aspectos, tales como, la calidad de los empresarios colombianos; Fomipyme, fondo emprender; los Carces (Comités Asesores Regionales para el Comercio Exterior); el programa Jóvenes Emprendedores Exportadores, hoy llamado Emprendedores Colombia; la Cátedra Ceinfi, entre otros, perdieron fuerza en los primeros cuatro años de manera estratégica debido a la trascendencia del TLC firmado con Estados Unidos.

Sin embargo, dentro de los resultados positivos que se obtuvieron gracias a los mismos, se pueden mencionar aproximadamente 800 proyectos de nuevas empresas fruto de las tres convocatorias adelantadas por el Fondo Emprender, que hoy sobreviven.

A la fecha, la Ley 1014, referente a la cultura empresarial en el marco del sistema educativo, presenta interesantes perspectivas futuras. Pero, ¿qué le deparan los próximos cuatro años al Programa Emprendedor, según lo planteado por la Visión Colombia 2019?

Visión Colombia 2019

¿Qué diferencia países con simetrías o asimetrías en términos de los factores económicos tradicionales (capital, tierra y mano de obra) que con el paso del tiempo logran niveles de desarrollo diferentes? Se puede observar que países con altas concentraciones de riqueza como Colombia: rica biodiversidad, dos océanos, una localización geográfica privilegiada; la democracia más estable de Latinoamérica en términos de ser el país con menos dictaduras desde la conquista española y diversidad de climas (se podrían enumerar los puntos que ha trabajado Pedro Medina en la fundación *Por qué Creer en Colombia*) y otros países no tan privilegiados en términos de los mismos recursos como Chile, Corea, el mismo Japón, Irlanda o Costa Rica, tienen diferentes niveles de desarrollo económico.

Si el «hardware» (recursos) es el mismo la diferencia está en el «software», es decir, en nuevos factores económicos. Estos son: el tejido empresarial, la tecnología y la cultura. El sistema de creencias de un país

sencillamente se refiere al marco de referencia que se tiene para tomar acciones, basado en los valores implícitos de su cultura.

En un mismo marco temporal dos países pueden generar diferentes niveles de desarrollo a pesar de sus recursos: uno se desarrolla más rápidamente siendo más «pobre» en recursos tradicionales, mientras que el país «rico» se estanca, o se desarrolla a un paso más lento. Esto se explica por el tipo de decisiones que toma y las acciones con que se compromete.

Los resultados de Colombia en el 2019 dependen de las decisiones que se tomen hoy, así como los resultados actuales son la consecuencia de las decisiones que se tomaron hace 18 y 20 años. La pregunta es: ¿Estamos conformes con los resultados?

En un esfuerzo estratégico el Gobierno Nacional presenta el documento de discusión 2019 Visión Colombia II Centenario, como parte de la visión estratégica del país para los próximos años. De este texto se pueden traer a colación algunos planteamientos. Las condiciones determinantes de la Colombia del 2019, dependen de tener muy en cuenta los siguientes tres factores:

- Un mundo en transformación.
- Un territorio privilegiado.
- Una población en transición.

Los cuatro objetivos para el desarrollo planteados son:

- Una sociedad más igualitaria y solidaria.
- Una sociedad de ciudadanos libres y responsables.
- Un Estado eficiente al servicio de los ciudadanos.
- Una economía que garantice un mayor nivel de bienestar.

En el marco de este trabajo de investigación, una economía que garantice un mayor nivel de bienestar será el objetivo base de análisis. Dicho objetivo busca, congruentemente con el pensamiento empresarial, que cada individuo incremente su ingreso y ponga a disposición del Estado los recursos necesarios para reinvertir en bienestar, y en el desarrollo económico.

«Hay que tener presente que los recursos del sector público provienen de la economía, fundamentalmente del sector privado. Así, cuantas más empresas existan -grandes y pequeñas- y cuanto más crezcan y se desarrolleen, mayores serán los recursos para la provisión de bienes públicos y para la inversión social» (Documento Visión Colombia, 2019).

Para desarrollar un modelo empresarial competitivo, los planteamientos de futuro, desde la visión gubernamental se relacionan con aspectos -a mi modo de ver- puramente teóricos como:

- La capacidad de las empresas colombianas (sector productivo) para aprovechar las ventajas comparativas y generar ventajas competitivas, innovando y agregando valor.
- La nacionalización del sistema tributario y la estabilidad jurídica.
- El incremento de las exportaciones como porcentaje del PIB.
- El incremento de la inversión extranjera en un 20% de PIB.
- El desarrollo de la cultura de la calidad en las empresas colombianas.
- El incremento de la investigación y desarrollo en las empresas.
- La ampliación del financiamiento a las empresas.
- El incremento de la capacidad innovadora y emprendedora de las empresas.

- El desarrollo de una infraestructura apropiada para el cumplimiento de las metas planteadas.
- La disminución del desempleo al 5%.

En los anteriores planteamientos no se percibe una estrategia para el logro de estas metas. Como se observa, el modelo de desarrollo se concentra en este objetivo, únicamente en las empresas actuales, pero desde ningún ámbito se plantea el surgimiento ni la creación de nuevas empresas. Tampoco se aborda el fortalecimiento de las «viejas» ni la transformación de las Mipymes en su siguiente escalón de crecimiento.

En suma, el planteamiento teórico y positivo no se evidencia como alcanzable sin una serie de *acciones puntuales* y operativas clave. Tal vez los diseñadores de política económica todavía piensan que las metas en términos económicos se logran gracias a la mano invisible.

Realmente, los modelos exitosos ya existen: la estrategia ganadora. Muchos de los países mencionados atrás habían planteado su *estrategia* de desarrollo con base en factores económicos como:

- El tejido empresarial.
- La tecnología.
- La cultura empresarial.

Estos nuevos factores son identificables claramente en países exitosos, de manera operativa y específica. En la actualidad se acuña el término ética de la economía (Guzman y Santos, 2000) en donde se define que el subdesarrollo es interesante (trae beneficios) para algunos. La ética de la economía se basa en el tejido empresarial, el cual genera una economía empresarial ética, donde el bienestar es para todos.

Tejido empresarial

Más empresarios; suficientes empresarios. Más empresas; suficientes empresas. Mejores empresarios; buenos empresarios que creen mejores empresas. Este es el tejido empresarial de calidad que genera economías empresariales éticas como parte de un desarrollo económico ético.

La calidad del tejido empresarial y de los empresarios de un país, los cuales de manera ética aprovechan y crean recursos tradicionales y no tradicionales; se logra con un sistema de creencias que privilegia el espíritu empresarial a diferencia del espíritu empleacional.

¿Cómo se logra desarrollar un nuevo sistema de creencias en la población? ¿Cómo se puede despertar el espíritu empresarial en los individuos? La respuesta es sencilla: mediante la educación empresarial.

Modelo propuesto

La educación empresarial desarrolla en los individuos espíritu empresarial, que es esa fuerza interna que los dirige a ser empresarios. Muchas personas con el mismo sistema de pensamiento generan cultura empresarial. Para crecer se necesita que estos empresarios *mejoren*, que sean buenos empresarios; que con las empresas que crearon en un inicio se fortalezcan y se desarrollen para que éstas sean buenas; esto es, que generen valor agregado a la economía y sean no sólo organizaciones de supervivencia para el empresario.

Suficientes buenos empresarios que crean y desarrollan buenas empresas crean un bosque de organizaciones que aportan al desarrollo económico y generan cambios en la cultura de una nación. Una nación de empresarios, en donde como círculo virtuoso, el modelo de rol para los jóvenes, será el ser empresario. El círculo vicioso que se empieza a vivir, hoy es mal visto entre los jóvenes, la creencia de que hay que ser doctor y trabajar en una multinacional o en un banco para ser alguien en la vida.

Educación empresarial

La educación es la base del cambio cultural y de la construcción de un tejido empresarial de calidad para el desarrollo. Muchas universidades han asumido como responsabilidad social la formación de personas competentes e idóneas para ocupar cargos. La enseñanza ha sido direccionada, particularmente en Colombia, hacia un marco cultural específico para formar *empleados*.

Diversos estudios e investigadores a nivel internacional donde se destacan Gibb (2004), Kuratko (2004), Solomon & Doffy (2002, p. 65-68) y Vesper & Mc Mullen (1998), Varela (2000) se orientan a un concepto diferente: formar y educar personas con espíritu empresarial, de tal forma, que al terminar sus estudios universitarios creen empresas y generen empleo, valor agregado y en conclusión, aporten al desarrollo económico y social de los pueblos.

Desarrollo económico y educación empresarial



A modo de referencia, a continuación se presentan modelos de universidades con orientación empresarial con resultados tangibles en sus egresados.

En Colombia una de estas universidades es la EAN. El Programa Emprendedor ha centrado la formación en un modelo denominado EANTEC, el cual expone la filosofía, el modelo educativo, las estrategias pedagógicas y los docentes certificados para el desarrollo de la aptitud emprendedora (Crissien, 2006).

El 25% de los egresados de la Universidad EAN son empresarios. La formación del empresario se basa en el desarrollo integral del individuo y en el fortalecimiento de su proyecto de vida. Además, en la identificación de oportunidades de negocio y en su transformación, mediante innovación y creatividad; finalmente, en el fortalecimiento

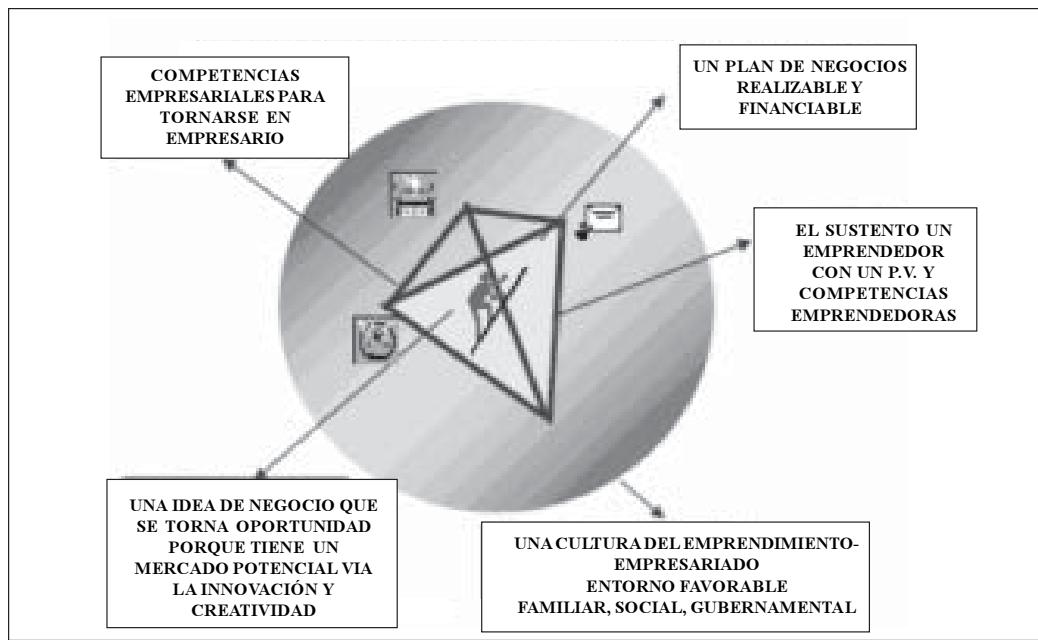
de herramientas para crear efectivamente la empresa, el plan de negocios y el desarrollo de competencias empresariales.

ICESI de Cali, desde el Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial, ha diseñado el modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias (Varela y Bedoya, 2005).

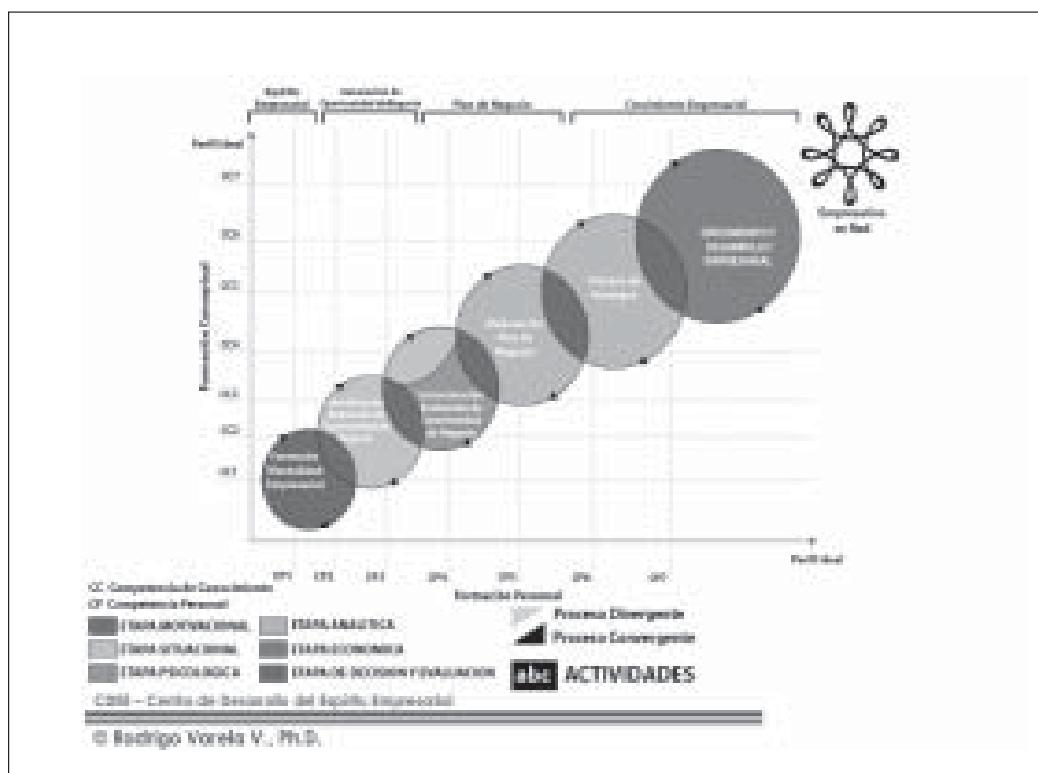
A nivel Latinoamericano se encuentran de manera más posicionada y fuerte, desde el punto de vista de investigación, universidades como el TEC de Monterrey que lidera el Modelo de Transferencia del Programa Emprendedor. En palabras de Arturo Gutiérrez, Director del Centro de Desarrollo Empresarial, el 68% de sus egresados se han formado como empresarios.

Encontramos programas similares en la Universidad Adolfo Ibáñez de Chile y en la Universidad Nacional General Sarmiento de Argentina.

Modelo educativo emprendedor EANTEC



Modelo conceptual



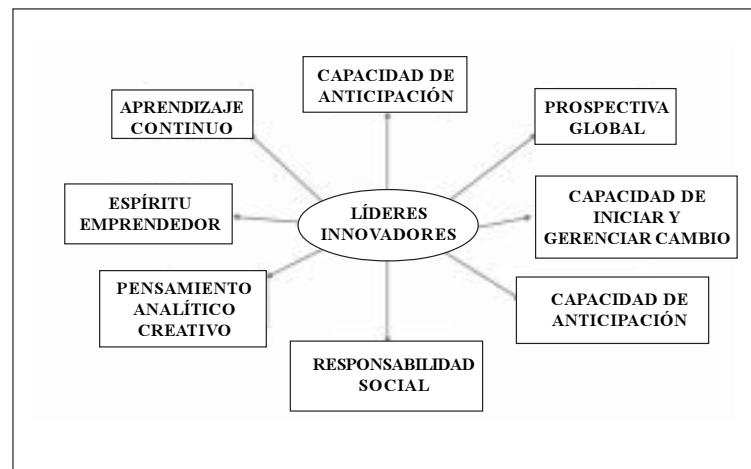
Modelo educativo emprendedor ITESM MEXICO



Babson College, en Estados Unidos, es una escuela de negocios orientada a la formación de líderes innovadores. Esta Escuela se ha establecido como la primera Escuela de negocios del mundo en formación empresarial

durante varios años, tal cual lo demuestran sus propios egresados. Según palabras de William Bygrave, el 18% de ellos crean empresas de tamaños importantes.

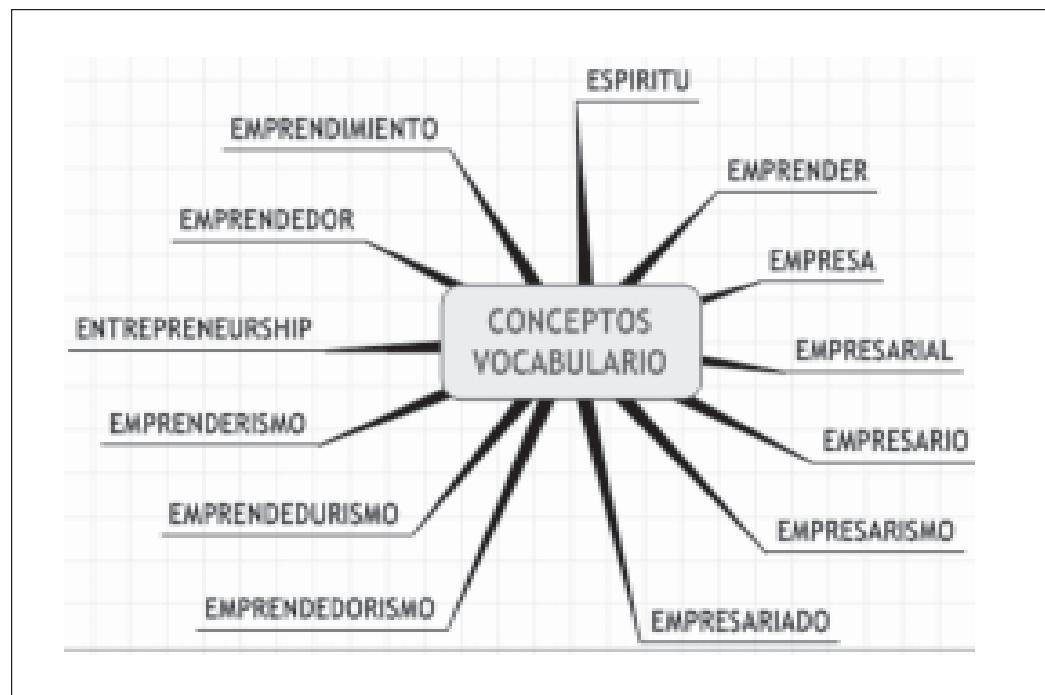
Modelo educativo emprendedor BABSON COLLEGE



La necesidad de una definición compartida. ¿Emprendedores o empresarios?

Sin embargo, muy pocas de estas universidades difunden cómo formar empresarios. El asunto se percibe de manera empírica. En Latinoamérica impera diferentes definiciones

y estrategias formativas y pedagógicas. En nuestro concepto esto genera «ruidos» y falta de visión compartida a la hora de crear conocimiento científico en el tema de creación de empresas. Por ello, la necesidad de diseñar modelos de reducción del ruido que generan la diversidad de posturas:



Diseño del autor basado en revisión bibliográfica

Probablemente uno de los problemas que se vislumbran en términos de una formación empresarial radica en la definición de qué *enseñar*, qué competencias formar en el estudiante para que se despierte su espíritu emprendedor. Las traducciones de términos

como *empreendedorismo* o *emprendedurismo* (portugués), *entrepreneurship* (inglés) o *entrepreneur* (francés) han dado lugar a términos como *emprendedor* y *empresario* (Lumkin & Dess, 1996).

Quien primero acuñó el término *entrepreneurship* (Cantillon, 1755) a finales del siglo XVIII e intentó su definición inicia también la amplitud o delimitación del campo de estudio. *Emprendedor* y *empresario*, derivados del latín *prenderé* (acometer, intentar) (Molinér, 1988, p 1089), son dos términos de amplio uso en Latinoamérica que generan «ruido» en las investigaciones y en muchos casos coadyuvan a lo que Veciana plantea como *esencialismo metodológico*. Se plantea que lo esencial radica en las características del objeto de estudio.

Empresario es el titular propietario de una industria, negocio o empresa (RAE, 2001). *Emprendedores* un adjetivo que se le da a una persona o entidad que emprende acciones difíciles o azarosas.

En los años setenta las definiciones del término *entrepreneurship* varían con mayor intensidad. Para Timmons y otros (1999) *entrepreneurship* es el estudio de un conjunto de habilidades necesarias para *emprender* y crear empresa. Para Drucker (1999), Cooper & Dunkelberg (1986), Jarillo (1986), Birch (1979) y Mcleland (1961) entre otros, *entrepreneurship* alude a la figura del emprendedor como individuo o como grupo.

Finalmente, para este estudio el objeto es el empresario, *que se entiende como el individuo o individuos que con espíritu emprendedor crean empleo mediante una empresa. Es el propietario legal o informal de una empresa*.

Por esta razón se prefiere el término *empresario*, ya que su denominación recoge los diferentes significados y orientaciones y permite orientar los objetivos y premisas de investigación en el marco de la incidencia de la formación empresarial universitaria orientada a formar individuos emprendedores,

que actúen como detonadores de la creación de un tejido empresarial de calidad.

Empresas que sin importar su tamaño se conviertan en *Star Ups*, pero con potencial de crecimiento gracias a la innovación, no solo en tecnología dura sino en todos los demás sentidos de la palabra, con altas perspectivas de crecimientos: empresas con potencial de ser gacelas (Birch).

Según Birch, las *gacelas* son aquellas empresas que a pesar de su tamaño, poseen una gran dinámica, cuentan con potencial de crecimiento acelerado, son ágiles, dinámicas, flexibles, rápidas, elásticas, adaptables; son motores de desarrollo e impulsoras de cambio, en oposición a lo que el mismo autor denomina *ratones* o *elefantes*, palabras con claras connotaciones.

Conclusiones

- Si Colombia quiere cumplir su visión 2019, su estrategia debe ser orientada a generar una economía empresarial ética. Ésta sólo podrá generarse mediante un tejido empresarial de calidad.
- El tejido empresarial se basa en un cambio de cultura entre los nacionales de un país, de una cultura del empleo a una cultura de empresarios.
- La cultura se genera mediante la educación, en este caso puntual se debe generar una educación empresarial de calidad. Suficientes buenos empresarios, suficientes buenas empresas que generen un bosque de buenas empresas.

- No se puede esperar que pasen 10 ni 20 años para generar este fenómeno. La educación superior en Colombia tiene una responsabilidad hoy y ahora, no solo unas leyes que cumplir (aun cuando la Ley 1014 se debería ampliar a las universidades): que la investigación, la docencia y la extensión se direcciones al cambio de cultura entre nuestros estudiantes.
- Que la primera opción para un estudiante universitario sea la *creación de empresa*, no la de salir a buscar empleo como sucede en la actualidad.
- Que se aplauda socialmente a aquel que se atreve a ser empresario, no al empleado.
- Que el Estado sea sencillamente un facilitador de los medios de infraestructura, de modo que lo político, lo tributario y lo legal y posibiliten el acceso a capital semilla para tornarnos en 10 años en un país desarrollado.

Bibliografía

- GUZMÁN, J.; y LIÑAN, F.** (2005). *Evolución de la educación empresarial en Estados Unidos y Europa: Su papel como instrumento de desarrollo*. Revista de economía Mundial, 12.
- AUDRETSC, D. B.; CARREE, M.A.; THURIK, A. R.** (2002). *Does Entrepreneurship reduce Unemployment?* Tinbergen Institute. Erasmus University, Rotterdam TI 2001-074/3.
- CRISIEN, J.** (2006). *Incidencia de los modelos de rol y formación universitaria empresarial como detonadores en la creación de empresas en Colombia*. Proyecto de investigación, Doctorado en ciencias empresariales, Universidad Antonio de Nebrija, Madrid España. Documento de trabajo.
- DEPARTAMENTO NACIONAL DE PLANTACIÓN –DPN.** *Visión Colombia II centenario 2019, resumen ejecutivo*. Presidencia de la República de Colombia. Documento de discusión.
- VARELA, R.** (2001). *La cultura empresarial Como estrategia de desarrollo para América Latina*. Revista Icesi. Universidad ICESI, Cali.
- VARELA, R.** (2003). *Hacia una universidad con espíritu empresarial*. Ponencia. II Conferencia de investigación en entrepreneurship en Latinoamérica, Viña del Mar.
- GIBBS, A.** (2005). *Creating the entrepreneurial university worldwide. do we need a wholly different model of entrepreneurship?* Dicussion Paper ponencia, CIELA 4^a Conferencia de investigación en entrepreneurship en Latinoamérica, Cali.
- PAPPIN, R.** (2005). *Cómo favorecer el emprendimiento en América Latina*. Disscution paper, Ponencia CIELA 4^a Conferencia de investigación en entrepreneurship en Latinoamérica, Cali.
- SCHUMPETER, J. A.** (1982). *Historia del análisis económico*. 2^a edición, Madrid, Ariel.
- KIRZNER, I. M.** (1979). *Perception, opportunity and profit. Studies in the theory of entrepreneurship*. Chicago, The University of Chicago Press.

- RONSTADT, R. C.** (1985). *Training Potential Entrepreneurs. Entrepreneurship: What it is and how to teach it.*
- VECIANA, Vergés, J. M.** (1999). *Creación de empresas como programa de investigación Científica.* Revista europea de dirección y economía de la empresa, Vol 8 No. 3.
- VECIANA, Vergés, J. M.** (1979). *¿Emprendedor o empresario? Innovando.* Boletín del Centro de Desarrollo del Espíritu Empresarial Universidad ICESI Colombia, No. 17, diciembre.
- GONZÁLEZ DOMINGUEZ, F. J.** (2004). *Tesis Doctoral. Incidencia del marco institucional en la capacidad emprendedora de los jóvenes empresarios de Andalucía,* Sevilla, Universidad de Sevilla.
- VARELA, R.; BEDOYA, O.** *Modelo conceptual de desarrollo empresarial basado en competencias,* ICESI, Colombia.
- VARELA, R.** (2001). *Innovación empresarial; arte y ciencia de la creación de nuevas empresas.* Bogotá: Pearson Education.
- SHAPERO, A.** (1984). *The entrepreneurial Event in.* KENT C. A. (Ed) The environment for entrepreneurship Lexington Book, D.C. Health.
- KANTIS, H.** (2005). *Desarrollo emprendedor, América Latina y la experiencia internacional* y Banco Interamericano de Desarrollo, BID.
- SHANE, S; VENKATARAMAN, S.** (2000). *THE promise of entrepreneurship a field of research.* Academy of management Review, vol 25 No 1.
- GARDNER, W. B.** (1990). *What are we talking About when we talk about Entrepreneurship?* Journal of Business Ventures.
- GIBB, A.** (2004). *Creating Conductive Environment for learning an entrepreneurship living with, dealing with creating and enjoying uncertainty and complexity.* 14th annual International Conference, University of Napoli, Federico 11 (Italy) Naples.
- KURATKO, D.F.** (2004). *Entrepreneurship Education in the 21 Century.* From legitimization to leadership, USASBA National Conference.
- SOLOMON, T.; DUFFY, S.** (2002). *The state of Entrepreneurship Education in the U.S. A Nationwide Survey and analysis.* International Journal of entrepreneurship Education.
- TIMMONS, J.** (1999). *New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21st Century.* IRWIN, Boston, Mc Graw Hill.
- DRUKER, P.** (1996). *La innovación y el empresario innovador.* Editorial Norma Cali, Colombia.