

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA

División de Investigación y Posgrados

Especialización en gestión del emprendimiento



PROYECTO DE EMPRENDIMIENTO SOCIAL

MANUAL PARA LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES: COMO PÚBLICO
OBJETIVO PASTORES Y ESTUDIANTES DE LICENCIATURA EN TEOLOGÍA

Lic. Zamir Eder Barahona Quebedo

Medellín Colombia

2011



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA

DIVISIÓN DE INVESTIGACIONES Y POSGRADOS

CENTRO DE INVESTIGACIONES

EN POSGRADOS DE ADMINISTRACIÓN Y CONTADURÍA

NOTA DE ACEPTACIÓN

Los suscritos miembros de la comisión Asesora del Proyecto de Grado: **“Manual para la Formación de Emprendedores: Como Público Objetivo Pastores y Estudiantes de Licenciatura en Teología”**, elaborado por el estudiante: ZAMIR EDER BARAHONA QUEBEDO, de la Especialización en Gestión del Emprendimiento, nos permitimos conceptuar que éste cumple con los criterios teóricos y metodológicos exigidos por la División de Investigaciones y Posgrados y por lo tanto se declara como:

Aprobado

Medellín, Octubre 19 de 2011

Esp. Ana Isabel Gutiérrez
Presidente

Mg. Libardo José Velásquez
Secretario

Mg. Ana María Holguín
Vocal

Zamir Eder Barahona Quebedo
Estudiante

Personería Jurídica según Resolución del Ministerio de Educación No. 8529 del 6 de junio de 1983 / NIT 860.403.751-3

Cra. 84 No. 33AA-1 PBX. 250 83 28 Fax. 250 79 48 Medellín <http://www.unac.edu.co>

AGRADECIMIENTO

Al Dios Todopoderoso, a la gracia del Señor Jesucristo, a la dirección del Espíritu Santo y a la compañía de los Santos Ángeles, que son apoyos divinos en la preparación para la predicación del evangelio, a mi esposa e hija y familiares por su apoyo incondicional, a las directivas de la UNAC por su apoyo financiero, asesores Ana María Holguín y Libardo Velásquez, profesores y estudiantes, a todos, ¡muchas gracias!

DEDICATORIA

Este proyecto lo dedico a todos los pastores y estudiante en licenciatura en teología, que ven en el ministerio como un medio para formar emprendedores y así ayudar en la predicación del evangelio.

TABLA DE CONTENIDO

Nota aprobatoria.....	ii
Agradecimientos.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Tabla de contenido.....	v
Resumen.....	vii
CAPITULO UNO – EL PROBLEMA.....	1
Planteamiento del problema.....	1
Antecedentes empresariales.....	2
Justificación.....	5
Objetivos generales.....	7
Objetivos específicos.....	7
CAPITULO DOS – MARCO TEÓRICO.....	8
Trascendencia del emprendimiento a través de la historia.....	8
El emprendimiento social y sus implicaciones.....	16
Enseñanza del emprendimiento.....	21

CAPITULO TRES – MARCO METODOLÓGICO.....	25
Presupuesto.....	26
Cronograma de actividades.....	27
CAPITULO CUATRO – CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	28
Conclusiones.....	28
Recomendaciones.....	29
Lista de referencia.....	30

RESUMEN DEL PROYECTO

Corporación Universitaria Adventista

Facultad:

Programa

Titulo: MANUAL PARA LA FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES: COMO PÚBLICO
PASTORES Y LICENCIADOS EN TEOLOGÍA DE LA IGLESIA ADVENTISTA
SÉPTIMO DÍA

Nombre: Zamir Eder Barahona Quebedo

Nombre de los asesores: Metodológico, Mg. Libardo Velásquez

Temático, Mg. Ana María Holguín

Fecha de terminación: Octubre 10 del 2011

Problema

La Iglesia Adventista del Séptimo Día (IASD) desde Septiembre de 1853, cuando abre la primera escuela hasta hoy 2011, ha podido obtener un total de 7.442 centros educativos entre universidades, colegios, institutos y escuelas, centros de salud un total de 168 hospitales y sanatorios; 130 hogares de ancianos; 433 clínicas y dispensarios; 33 orfanatos; 10 aviones médicos, todo para el servicio de la comunidad en la predicación del evangelio. Si dentro de la organización se ha obtenido todo este desarrollo, ¿Por qué dentro de la iglesia (miembros) no se promueve la formación de emprendedores y obtener desarrollos similares? Conociendo esta situación surge la necesidad de elaborar un “Manual para la formación de emprendedores: como público pastores y estudiantes de licenciados en teología” para que así, los dirigentes de la IASD posean conocimiento emprendedores durante y después de la academia e impartirlos a los miembros de iglesia.

Método

Para alcanzar lo propuesto se hizo un rastreo bibliográfico de la trascendencia del emprendimiento a través de la historia, sus implicaciones, enseñanzas, tipos, modelos, en el mundo secular y lo revelado por Dios a la iglesia Adventista del Séptimo Día y tomando como los personajes bíblicos.

Resultados

Edición de un “Manual para la formación de emprendedores: como público pastores y estudiantes de licenciados en teología” como herramienta para promover y fortalecer el tema del emprendimiento en las Iglesias Adventistas del Séptimo Día.

Conclusiones

Se concluye que el “Manual para la formación de emprendedores: como público pastores y estudiantes de licenciados en teología” lo necesita la IASD para su desarrollo interno (económico) y externo para agilizar la predicación del evangelio.

CAPITULO UNO – EL PROBLEMA

Planteamiento del Problema

Los Adventistas del Séptimo Día como organización ha logrado el avance de diferentes unidades de emprendimiento en diferentes campos: en el campo de la salud (hospitales, clínicas, centros de sanación....), la educación (escuelas, colegios y universidades), empresarial (panaderías, cereales, pastas...). Si la organización es pionera en el desarrollo diferentes tipos de unidades de emprendimiento reconocidas a nivel nacional y mundial, ¿por qué razones los ministros en su mayoría carecen o no practican la cultura emprendedora, siendo herramienta vital en el avance del evangelio y mejoramiento del nivel de vida de los feligreses?, Si se implementaran los conocimientos en estas áreas, el desarrollo de la iglesia seria mayor, se tendría mejores beneficios y mejoraría el nivel de vida de los feligreses, como ocurrió en los inicios de la IASD. Razones y proyecciones como estas serán los problemas a tratar y son las encargadas en el direccionamiento de este proyecto de investigación, el cual tratará de suplir necesidades a corto plazo (divulgación del tema del emprendimiento en las directivas de la Unión del Norte y del Sur), a mediano plazo (capacitación de las directivas en las Misiones y Asociaciones), y largo plazo (divulgación de los pastores a sus respectivas iglesias formando unidades de emprendimiento).

Antecedentes Empresariales

Según la página Web de la IASD Cajamarca – Perú (2011) menciona que, “la Iglesia Adventista del Séptimo Día, en el ámbito del emprendimiento tiene sus inicios con el nacimiento de la organización, aún antes de su constitución como tal, en 1863.

En Septiembre 1853, Martha Byington abre la primera escuela Adventista de enseñanza básica en Buck's Bridge, New York. Luego en 1855, comienza a trabajar la primera imprenta en Battle Creek, Michigan. Más adelante en el año 1858, se empieza con la iniciativa de imprimir algunas publicaciones. A partir de 1866, Septiembre se inaugura el Instituto de la Reforma para la Salud, luego conocido como Sanatorio de Battle Creek, primera institución médica de la “Iglesia Adventista del Séptimo Día”, que se instala en Battle Creek, Michigan. El Dr. John Harvey Kellogg la convierte en un centro médico reconocido internacionalmente. Para Agosto de 1874, se inaugura el Battle Creek College, la primera institución educacional adventista de nivel superior, se instala en Battle Creek, Michigan. 1909, 9 de Diciembre, se inaugura el College of Medical Evangelists, actual (Loma Linda University). Ya para el 1942, en Latinoamérica se emite por primera vez el programa radiofónico La Voz de la Esperanza con el Pr. Braulio Pérez Marcio.

En 1957, se inaugura la primera Universidad Adventista del mundo la Potomac University, en Washington, D.C. Y dos años después 1959, se

inaugura la Universidad de Andrews.

En Octubre de 1971 se inaugura la Adventist World Radio. Para sorpresa de todos en 1973, se inaugura la Universidad de Montemorelos, en México, la primera universidad adventista fuera de Norteamérica. Para, Octubre de 1984 se crea la Adventist Development and Relief Agency (ADRA) como una organización independiente para el desarrollo de individuos y comunidades, y para la ayuda en caso de desastres naturales.

En 1984, comienza a funcionar el canal de televisión adventista Three Angels Broadcasting Network. Para Noviembre de 1985, se realiza el primer trasplante de corazón a un bebé, la operación la efectúa el Dr. Leonard Bailey de la Universidad de Loma Linda”.

Finalmente Seventh Day Adventist. Church (2011) acertadamente dice, que la organización posee un total de 7.442 centros educativos entre universidades, colegios, institutos y escuelas, centros de salud un total de 168 hospitales y sanatorios; 130 hogares de ancianos; 433 clínicas y dispensarios; 33 orfanatos; 10 aviones médicos.

En Colombia la página web de la Corporación Universitaria Adventista (2011) realiza un somero rastreo de sus inicios. En el año de 1937 inició labores en Medellín el “Colegio Industrial Coloveno”, con el fin de atender las necesidades educativas de la Iglesia Adventista del Séptimo Día. 1950, se adoptó el nombre “Instituto Colombo–Venezolano” y continuó trabajando en los niveles de educación básica, media, media técnica y superior. El 18 de julio de 1981 se creó la

Corporación Universitaria Adventista con el objetivo de impartir la educación en la modalidad universitaria.

Además de estos logros en la actualidad ha creado unidades de negocios tales como: industrias Icolpan – Pastitálica, industrias de confecciones - confeunac, Publiunac, Litografía Icolven, Industrias alimenticias Vitarrico y Mercaunac; estas cumplen el propósito de ayudar a los estudiantes en su formación profesional.

Partiendo de los antecedentes anteriores, podemos decir que la “Iglesia Adventista del Séptimo Día”, como organización muestra un panorama emprendedor desarrollado durante varias décadas.

Sin embargo la mayoría de la feligresía que conforma esta organización presenta déficit en estas áreas, producto de ello se ve reflejado en el índice de empleo reflejado en las planillas de registro de cada uno de los miembros de iglesias en Colombia; contraparte a esta realidad existe una minoría de miembros de iglesias con excelentes unidades de negocios reconocidas a nivel nacional y departamental y regional como: Zuvida (zumos de uva), beisbol, penipan, y otras más; estas unidades de negocios en algún momento necesitan el apoyo del pastor, pero por la falta de conocimiento en estas área no dará un aporte efectivo.

Por tal razón se pretende con este proyecto de emprendimiento social, beneficiar finalmente a los miembros de la iglesia, con el aporte de conocimientos en el tema de emprendimiento a ministros de la IASD y licenciados en teología de la UNAC, para que ellos como líderes, sean los conductos regulares en la difusión de la información a toda la hermandad.

Justificación

Toda persona tiene espíritu emprendedor, solamente necesita desarrollar las habilidades y formar las iniciativas individuales o grupales, con características de personalidad que incluyen energía, visión pro activa, planeación, empuje, creatividad, innovación, progreso, liderazgo, trabajo en equipo y demás aspectos que hacen que la persona o personas desarrollen iniciativas aunque se presenten obstáculos o dificultades. Es tener un conocimiento previo de todas las situaciones o entornos en los cuales se va a mover el pastor solo como asesor del emprendimiento ¿por qué solo en el términos como asesor y no empresario? porque las sagradas escrituras lo mencionan, “Ninguno puede servir a dos señores; porque aborrecerá al uno y amará al otro, o estimará al uno y menospreciará al otro. No podéis servir a Dios y a las riquezas” Mateo 6:24

Ante tal situación casi todos los pastores se dedican a pastorear. Sin embargo, hay pastores que analizando la situación de desempleo y bajo nivel económico de sus iglesias promueven ideas de negocio para que los feligreses se beneficien. Por prudencia y evitar comentarios posteriores, presento el caso de cierto pastor, que preocupado por la situación económica de su iglesia; gestionó todo el equipo de panadería e insumos, la panadería se puso en marcha; con las ganancias creó fondos de ayuda para los más necesitados y apoyo a microempresas de miembros de la iglesia, funcionó varios años, pero al llegar el año de cambio de distrito y/o rotación de pastores como es costumbre en la Iglesia Adventista del Séptimo Día, la

panadería dejó de funcionar y los fondos se adquiridos se perdieron, y aún hasta el día hoy existen algunos implementos en proceso de deterioro.

También en los registros bíblicos encontramos el caso de Nehemías. Toda persona ansía tener el carácter de Nehemías, este ilustre personaje no solo se destacó como gran líder en el área de los negocios y la política del antiguo Medio Oriente. También fue un constructor, la influencia de este gran hombre de Dios fue tan impactante que reconstruyó los muros de Jerusalén, enfrentando y venciendo una serie de obstáculos. Dios quiere formar en la vida de los pastores, ministros y miembros de iglesia cualidades como las de Nehemías.

Con este proyecto no se pretende que los ministros del evangelio se conviertan en empresarios, pero sí, en canales de divulgación del tema del emprendimiento, para despertar aquel espíritu emprendedor que está dormido o no se ha puesto en marcha, lo podemos llamar “renovar la mente”. Cuando esto ocurra se manifestará en hechos; no se va a obtener una mentalidad emprendedora de la noche a la mañana, pero se conseguirán avances cada vez mayores y las iglesias lo necesitan para agilizar la predicación del evangelio.

Objetivos Generales

Diseñar un manual para la formación de emprendedores: Como público objetivo, pastores y estudiantes de Licenciatura en Teología.

Objetivos Específicos

Realizar rastreo bibliográfico general de unidades de negocio desarrolladas por la IASD en el mundo y en Colombia, como soporte e incentivo del tema del emprendimiento en la organización.

Suministrar información de las trascendencias del emprendimiento a través de la historia y sus implicaciones en la actualidad.

Mostrar las características emprendedoras de algunos personajes bíblicos

Presentar el “manual para la enseñanza de emprendimiento: como público pastores y licenciados en teología” a directivas de la Unión del Norte y del Sur en Colombia.

CAPITULO DOS - MARCO TEÓRICO

Trascendencia del emprendimiento a través de la historia

El tema del emprendimiento actualmente es muy debatido, aunque ha sido conocido y desarrollado desde hace mucho tiempo, por lo tanto se puede precisar desde el inicio de la humanidad, lo cual ha causado revuelo en los últimos años identificando diferentes facetas o enfoques que se pueda dar o emplear, todas las culturas adoptan la postura que más le conviene o les ha dado mayores resultados al iniciar procesos de emprendimiento en su comunidad.

Aunque todas las culturas adoptan o tienen sus posturas, razonamientos, conceptos, análisis, propuestas y hechos el tema del emprendimiento, aporta beneficios en toda la sociedad.

Sin embargo, Rodríguez (2009) preocupado por la comprensión del fenómeno del emprendimiento menciona que se requiere, primero que todo, analizarlo desde su evolución como aspecto económico y social, para luego estudiarlo desde diversas perspectivas, y en última instancia proponer su análisis desde el punto de vista cultural y psicoanalítico. Luego, el estado del arte del emprendimiento exige estudiar de manera inter y transdisciplinaria su naturaleza y sus diversos objetos de estudio para poder comprenderlo. (pág. 3).

Para Castillo (2007), ninguna definición del emprendimiento es lo suficientemente precisa o descriptiva para los ejecutivos que desean tener más espíritu emprendedor. Todo el mundo desea ser innovador, flexible y creativo (pág. 4).

Ante tal situación El Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de la República de Colombia (2009), conceptualiza el emprendimiento y lo define como el conjunto de personas, variables y factores que intervienen en el proceso de crear una empresa. Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza (pág. 8).

Ayudando este concepto el Diccionario de la Real Academia Española (2011) define emprendimiento como cualidad de emprendedor. Persona que se destaca por su emprendimiento, capacidad, acción y efecto de emprender.

Finalmente Rodríguez (2009) enfatiza que la palabra “emprendimiento” la cual se deriva del término francés *entrepreneur*, significa estar listo a tomar decisiones o a iniciar algo (Pág. 4).

Sin embargo en la búsqueda de los primeros términos del concepto emprendedor, Verin (1982) en su valioso trabajo doctoral muestra cómo a partir de los siglos XVII y XVIII se calificaba de emprendedor al arquitecto y al maestro de obra. De esta manera se identificaba en ellos características de personas que emprendían la construcción de grandes obras por encargo, como edificio y casas.

Pero Laverde (2007) añade que *entrepreneur* habla de la persona que se caracteriza por su Entrepreneurship, se traduce al castellano como emprendedor, del término “emprendedor: la persona que emprende y se determina hacer y ejecutar con resolución y empeño alguna operación considerable y ardua” (pág. 14).

Basados en estos conceptos y para construir, a partir de su evolución, diversas perspectivas que enriquezcan su análisis y estudio se pretende analizar y proponer pautas de estudios del emprendimiento a los empresarios, sus características personales, y sus implicaciones sociales, políticas, económicas y culturales.

Antes de hacer el seguimiento histórico de las escuelas, es importante reconocer que cada escuela aporta la comprensión del emprendimiento, pero esto no hace a una escuela mejor que las otras sino que aporta conocimientos claros para su fundamentación y comprensión.

Por tal razón Pereira (2007) concentrado en este, hace alusión que así como la escuela económica se concentra en estudiar el resultado de la acción del emprendedor y sus relaciones con el entorno económico, mientras que los rasgos psicológicos del emprendedor se interesan por responder cómo las características psicológicas del individuo permiten explicar el hecho de ser emprendedor. La escuela de proceso resalta la relación y la interacción (pág. 22).

Por lo tanto, Rodríguez (2009), teniendo en cuenta la evolución del pensamiento económico clásico, la economía actual, menciona que se originó a comienzos del siglo XVIII en Francia con los fisiócratas, cuyo autor más representativo fue Richard Cantillón (1680-1734), que introduce por primera vez el concepto moderno de *entrepreneur*, definido como el individuo que asume riesgos en condiciones de incertidumbre, dividiendo a los productores de la economía de mercado en “contratados”, que reciben salarios o rentas fijas, y los “emprendedores”, que reciben ganancias variables e inciertas (pág. 4).

Apoyando el término entrepreneur, Jaques Turgot (1727-1781), Barón de Laune, en su obra “Reflexiones sobre la formación y distribución de la riqueza” (1766), afirmó que los riesgos que asume el entrepreneur son respaldados por su propia porción de capital, y distinguió cinco formas de emplear el capital: la compra de tierras, la inversión en agricultura, la industria, el comercio, y los préstamos a interés, que proporcionan ganancias distintas (pág.4). Aunque Jean Baptiste Say (1767-1832) es uno de los grandes colaboradores del emprendimiento en este período, al manifestar que el empresario representaba o se constituía en el catalizador para el desarrollo de productos, y lo definía como un “trabajador superior”. Consideraba que el fundamento del valor está en la utilidad que los distintos bienes reporten a las personas. Esta utilidad puede variar en función de la persona, del tiempo y del lugar en el contexto del emprendimiento. La concepción de Say es, por lo tanto, que el valor es subjetivo para el empresario (pág. 5)

Herbert & Link, (1988) menciona, que en la época de la escuela inglesa Adam Smith (1723-1790), la gente vio la riqueza nacional en palabras de las acciones de un país de oro y plata, es considerado el padre de la economía, pues antes del siglo XVI nadie se preocupó por comprenderla ni explicarla tal como él lo hizo, manifestó inferencias indirectas sobre el papel del empresario en la economía, y reconoció la innovación como un sello de actividad profesional en el trabajador superior.

Pero en la escuela alemana se destaca en el emprendimiento la influencia de autores como Johann Heinrich. Von Thunen (1783-1850), quien enuncia explícitamente los principios fundamentales de la teoría de la productividad marginal,

la cual considera al hombre-empresario como un sujeto económico cuyo único objetivo es maximizar los beneficios, y es clara la relación entre el emprendedor y la descripción del beneficio, que se concibe sobre la base de lo complicado del riesgo y el ingenio usado.

En un estudio de los beneficios empresariales Hans K. Von Mangoldt (1824-1868) manifiesta que el emprendimiento y la innovación son aprobados como factores importantes para la vida empresarial, aunque no observaba un método de crecimiento dinámico. (pág. 6).

Tarapuéz y Botero (2007) en su investigación de algunos aportes Neoclásicos en la teoría del emprendimiento señalan que John Stuart Mill (1806 – 1873) manifiesta que el progreso empresarial se descompone en tres aspectos: aumento del capital, aumento de la población y mejoras en la producción. (pág. 8)

Para la Escuela Neoclásica, ya en el siglo XX, en *la ética protestante y el espíritu del capitalismo*, Weber (1864-1920) identifica dos tipos de empresarios: el tradicionalista, que surge en la época mercantilista, condicionado a una forma capitalista de producción en la que no se observan rasgos necesarios de mentalidad empresarial para desarrollar su actividad de manera acumulada; y el capitalista, que desarrolla una mentalidad empresarial, una personalidad diferente que lo impulsa a la multiplicación de su riqueza, transformando su actividad en un proyecto de vida, orientado por la moral puritana (pág. 7).

Nuevamente Tarapuéz y Botero (2007) Precisan en los planteamientos de Carl Menger (1840 – 1921), considerado uno de los fundadores de la teoría de la utilidad marginal, se encuentra el origen de lo que vendrá a configurar la lógica del

emprendedor. La importancia de dichos planteamientos está en la ruptura que marca con respecto a la forma como los economistas clásicos concibieron el proceso económico, también asume que existen diferentes órdenes de bienes, que lo son por su relación causal con la satisfacción de una necesidad.

Reconociendo que en el mundo real la existencia económica está estrechamente vinculada con la ética, lo social y lo político, no se debe ignorar, como lo dice, Alfred Marshall (1842-1924), que enfocó el emprendimiento como J. B. Say, al considerar el emprendedor como trabajador superior, haciendo referencia a las habilidades de liderazgo requeridas, y añadiendo el factor de la organización industrial.

Sin embargo Maynard Keynes (1883-1946) acoge la doctrina de trabajador superior, y desarrolla el concepto original de impulso espontáneo a la acción, conocido como "*animal spirits*". (Jackson et al., 2001). "Espíritus animales" describe el comportamiento humano y se mide en la confianza del consumidor.

Tomando el concepto del comportamiento humano, Francis E. Walter (1894-1963), político Luterano, quien acentuó los elementos de toma de decisiones y el liderazgo. Basado en el aumento del capital, aumento de la población y mejoras en la producción por Jhon Stuart, Frederick Hawley (1827-1889) referenció al tomador de riesgo, haciendo énfasis en la importancia del emprendedor en el crecimiento económico. Por tal razón John Bates Clark (1847-1938) haciendo referencia a este concepto, debate la teoría de los tomadores de riesgo y describió al emprendedor como el director de la actividad económica.

Por lo tanto Frank Knight (1885-1972) distingue entre los riesgos asegurables y la incertidumbre no asegurable, y el desarrollo de una teoría de las utilidades que relaciona la incertidumbre no asegurable con el cambio económico y con las diferencias de capacidad empresarial, en las cuales los riesgos no tienen importancia si la incertidumbre puede ser asegurada.

Después de Richard Cantillón (1680-1734), que introduce por primera vez el concepto moderno de *entrepreneur* a más de una década Joseph Alois Schumpeter (1883-1950), economista austriaco, profesor de Harvard, referencia por primera vez el término *entrepreneur* para referirse a aquellos individuos emprendedores y empresarios que con sus actividades generan inestabilidades en los mercados de bienes y servicios. (pág. 6, 7).

Castillo (1999) alude que en la década de los '80, Howard Stevenson, de la Universidad de Harvard interpretó la mentalidad emprendedora como un sistema de gestión apoyado más en las oportunidades que en los recursos. Pero también existen muchos líderes empleados en empresas establecidas que también lograron realizar su sueño, que son menos conocidos, salvo, claro está Ray Kroc, quien llevó a McDonalds de un pequeño local al emporio de hoy en día, y Roberto Goizueta, de la Coca-cola (pág. 8).

En sus conclusiones finales, Stevenson sugiere que esta perspectiva permite su aplicación al estudio y enseñanza del emprendimiento tanto para los dueños o empleados de empresas. Investigaciones posteriores señalan que el emprendimiento

no está relacionado con características de la personalidad sino con una forma de comportamiento, que puede ser cambiado y aprendido Pág. 10)

Según Amit y Muller:

“Las comparaciones entre emprendedores y no-emprendedores revelan que estos son, en general, similares en cuanto a atributos personales y a sus actitudes con respecto al riesgo. No existe un grupo de atributos o un atributo específico ‘requerido’ para la actividad emprendedores, o para predecir quien es más propenso o no a ser emprendedor”.

Hoy en día es reconocido que las bases del estudio y entrenamiento en emprendimiento fueron generadas por Schumpeter y la escuela austríaca en sus intentos por establecer cual era realmente el dominio del emprendimiento (pág. 9)

Establecidos estos conceptos de emprendimiento citados por personajes reconocidos en todas las décadas, los cuales sirven de guía en la enseñanza a toda persona y a todas las culturas; por tanto la adopción de estas posturas depende del emprendedor comunidad y /o empresa. Los aportes de Richard Cantillón, Jaques Turgot, Jean Baptiste Say, Adam Smith, J. H. Von Thunen, H. K. Von Mangoldt, Maximilian Carl Emil Weber, Alfred Marshall, John Bates Clark, Maynard Keynes, Frederick Hawley, Joseph Alois Schumpeter Frank Knight y otros son importantes para entender el emprendimiento empresarial y han servido como pilares para la construcción de nuevos conceptos. También cabe mencionar, que al estar en diferentes épocas estos autores presentan similitudes de conceptos apoyando

determinadas áreas como la economía, la cultura de la persona y el ser como tal, por eso el documento hace mucho énfasis en la relación entre la persona, la empresa y el entorno, de donde depende el éxito o el fracaso de los emprendedores.

El emprendimiento social y sus implicaciones

Pereira (2007), alude que en el escenario económico mundial, la presión de las organizaciones por innovar ha generado una gran demanda por la educación en emprendimiento, en la perspectiva de proveer la cultura del ámbito creador del ser humano al servicio de la economía capitalista dominante. De esta manera, la mayoría de los esfuerzos se orientan a estudiar el emprendedor desde sus acciones y experiencias prácticas y no se exploran las dimensiones sociales de este fenómeno (pág. 29).

Las anteriores consideraciones y conceptos implican para la investigación un direccionamiento lógico en el tema del emprendimiento, sin embargo, para mayor comprensión del tema del emprendimiento se presenta la posición de la universidad de los Andes (2009) que clasifica los emprendimiento en dos grupos: por expectativa y por objetivos dentro de los emprendimientos por expectativas encontramos: Emprendimiento de “Necesidad”, el cual teniendo que volverse un emprendedor porque no tiene una mejor opción; por “oportunidad”, volverse un emprendedor intencionalmente con base en la percepción de que existe una oportunidad de negocio sin explotar o sub-explotada; y de “altas expectativas”, un emprendedor naciente o nuevo que espera emplear al menos 20 empleados dentro de los primeros cinco años de su negocio. Dentro del emprendimiento por

objetivo tenemos: “de nuevos negocios”, es el arte de convertir una idea en un negocio; “corporativo”, es el arte de convertir una idea en un producto o servicio nuevo de una compañía; y el emprendimiento “social”, el cual tiene como objetivo convertir una idea en un producto o servicio con el objetivo de resolver un problema social y de lograr un cambio social (pág. 3)

Retomando las palabras textuales de las últimas frases de emprendimiento social donde enfatiza que su “objetivo es resolver un problema social y de lograr un cambio social”. Chiroque y Mutuberría (2009) hacen una mirada retrospectiva de la actualidad del mundo y plasman las estadísticas del Banco Mundial y de CEPAL, y registran que mil millones de niños viven en la pobreza (1 de cada 2 niños en el mundo), 640 millones viven sin refugio adecuado, 400 millones no tienen acceso a agua potable segura, 270 millones no tienen acceso a los servicios básicos. En total, 1400 millones de personas viven con menos de US\$1.25 al día, es decir, se encuentran por debajo de la línea de pobreza. Por otro lado el número de desempleados en el mundo alcanzó los 189.9 millones a finales del 2007.

Algunos datos encontrados en América Latina y el Caribe, mencionan que 194 millones de personas viven debajo de la línea de pobreza. Asimismo, 71 millones de personas se encuentran bajo línea de indigencia, esto significa que no cubren sus necesidades alimentarias mínimas.

Un alto número de personas están excluidas y en condiciones de pobreza, donde cada vez se deterioran las condiciones de vida y de trabajo. Sumado a ello, existen grupos invisibilizados que sufren de discriminación, exclusión y desigualdad, como los pueblos originarios, que ancestralmente contaban con sistemas que garantizaban

su reproducción y la de la comunidad de pertenencia, en equilibrio con la naturaleza (Pág.149).

Son cifras sorprendentes pero es la realidad del mundo de hoy, son realidades sociales que presenta la humanidad.

Por esta razón, Harding (2004) revela que actualmente no se cuenta con claridad respecto a lo que representa el emprendimiento social. “El crecimiento del emprendimiento social en términos globales en la última década ha sido impresionante, pero el significado preciso del término permanece como un asunto de debate” (pág. 40).

Sin embargo, “el emprendedor crece no porque sea capaz de comprender una situación existente en toda la complejidad de sus detalles, sino porque crea otra inédita que los otros deberán esforzarse en comprender” George Gilder. “la palabra emprendedor tuvo la intención de un manifiesto, de una declaración de disenso: el innovador altera y desorganiza. Como explico Schumpeter, su tarea es la destrucción creativa” Peter Druker.

Por lo tanto, Toledo (2001), alude que la aptitud del emprendedor se sustenta en la experiencia anticipatoria del futuro que inspira y genera un proyecto vital, orientado a transformarse en realidad, de modo que los actos ejecutados ahora adquieren significado actual en la perspectiva de un fin prospectivo (misión o meta) (pág. 53).

Después de plasmar los tipos de emprendimiento cabe destacar el emprendimiento social que es fundamental en el desarrollo de la sociedad.

Por lo tanto emprendimiento social, para Polo (2010), son personas con soluciones innovadoras para los problemas más acuciantes de la sociedad. Son ambiciosos y persistentes en su lucha por los asuntos sociales más importantes y en la búsqueda de nuevas ideas que provoquen cambios a gran escala. (Pág.1)

Para Guzmán y Trujillo (2008), el “emprendedor social identifica oportunidades que se presentan a sí mismas como problemas que requieren soluciones y se esfuerza por crear emprendimientos para resolverlos”. Los emprendedores sociales buscan soluciones para problemas tales como el analfabetismo, la drogadicción o la contaminación ambiental. “Es importante resaltar que el emprendimiento social no es lo mismo que caridad o benevolencia; incluso no es necesariamente sin ánimo de lucro. En esencia, es una actitud benevolente motivada por una necesidad profundamente arraigada de dar a otros, pero va más allá de esto [...] los emprendedores sociales son gente de negocios” (pág. 108)

Aschka.org (2011) define Los emprendedores sociales como personas que poseen dos atributos sobresalientes: una idea innovadora que produzca un cambio social significativo y una visión emprendedora a la hora de realizar sus proyectos.

Son individuos que poseen la visión, la creatividad y la determinación tradicionalmente asociada a los emprendedores de negocios pero su motivación es la de generar un cambio social profundo y duradero y no el beneficio económico.

Según Harding (2004), los emprendedores sociales “actúan como ‘agentes de cambio’ en el sector social, innovando y actuando de acuerdo con el deseo de crear un valor social sostenible” (Pág. 41).

Bornstein (2005) en su libro como cambiar al mundo muestra que un cambio social comienza con frecuencia con un único autor emprendedor: un individuo obsesivo que detecta un problema e imagina una nueva solución, que toma la iniciativa para actuar de acuerdo con esa idea, que reúne recursos y construye organizaciones para proteger y comercializar la idea, que surge de energía y de un enfoque sostenido para superar las inevitables resistencias, y que década tras década, continua mejorando, fortaleciendo y engrosando esa idea hasta que lo que en otro momento era una idea marginal se ha convertido en una nueva idea (Pág. 22).

Guzmán y Trujillo (2008), tomado de (Austin *et al.*, 2006, p. 3).hace la distinción entre emprendimientos social y comercial no es dicotómica, sino más bien más acertadamente conceptualizada como un continuo que varía desde lo puramente social a lo puramente económico. Aun en los extremos, sin embargo, existen elementos en común entre ambos. Así, la actividad caritativa debe reflejar realidades económicas, mientras que la actividad económica debe generar valor social (pág. 109).

Barrera (2007) dice, que el emprendimiento social es una herramienta personal y organizacional con mayor relevancia para incluir los segmentos de rentas bajas en los mercados (pág. 60).

Retomando los diferentes conceptos de emprendimientos sociales se puede predecir que este emprendimiento es básico en la exploración de soluciones a problemas sociales, Bornstein (2005) en su libro “como cambiar el mundo” dice, los emprendedores sociales representan para el cambio social lo que los emprendedores de negocios para la economía, se trata de individuos con iniciativas y creatividad que cuestionan el *statu quo*, aprovechan las nuevas oportunidades, no se rinden y acaban transformando el mundo que los rodea.

Es por ello que se necesitan más emprendedores sociales para cambiar las estadísticas negativas en estadísticas positivas.

Enseñanza del emprendimiento

La enseñanza del emprendimiento debe basarse en una instrucción teórica, para luego ser fundamentada en la práctica.

Castillo (1999) menciona, que en los Estados Unidos, la enseñanza de emprendimiento ha generado un interés galopante en los programas de administración de las universidades. En 1971, solo 16 instituciones enseñaban emprendimiento, para 1997, son 800. En la Kellogg School of Business, de la Universidad de Northwestern, en 1996, el 45 % de estudiantes del primer año expresaron un interés en la mención emprendimiento, comparados con el 30 % en 1995, 12 % en 1994 y 7 % en 1993. En 1996, siete de las mejores universidades de los Estados Unidos, se reunieron con sus decanos y directores de los

programas de emprendimiento para discutir cómo responder colectiva e individualmente al nuevo mercado de la enseñanza de emprendimiento (...) En 1997 se reunió en Lenox, por primera vez, un grupo de profesores del área, con el objetivo de fijar programas que permitan optimizar la enseñanza de este tópico. En este grupo se enfatizó en la importancia de los lineamientos de investigación en el área. El enlace entre la teoría y la práctica a su vez, es explicada por Bill Bygrave, director del Centro de Emprendimiento de Babson College. Hay dos maneras de arruinar un curso de emprendimiento: La primera es basándola totalmente en la aplicación práctica y el análisis de casos (un curso que solo tenga aplicaciones prácticas y casos no permite que los estudiantes actúen en base a sus decisiones). La segunda es hacerlo totalmente teórico (un curso de pura teoría puede considerarse como un botadero árido, donde solo los estudiantes más curiosos intelectualmente progresen. La mayoría de los estudiantes se aburren y no interiorizan el conocimiento debido a que, las nuevas tendencias educativas implican el uso combinado de teoría para explicar el éxito o fracaso de un caso (pág. 12, 13)

Para Orrego (2008) La Universidad y algunas instituciones de carácter público y privado han ofrecido varias alternativas en la enseñanza de creación de empresas; sin embargo, su formación se ha quedado en esquemas funcionalistas y operativos. Así, con la intención de superar esta visión reduccionista, se formula la tesis, La Enseñabilidad del Emprendimiento desde una perspectiva humana (...) Ciertamente, la dimensión humana del emprendimiento percibe al hombre como un ser que aprende a lo largo de la vida, interesado en saber ser, saber, hacer y emprender (...) hacia la educación y acción se vinculan íntimamente en una estrategia de cambio

social basada en el desarrollo integral de los seres humanos, con participación activa y consciente no sólo en la resolución de los problemas del entorno, sino en aras de la construcción de una nueva realidad, de una mejor calidad de vida. (pág. 226, 227, 233)

Castellanos, Chávez y Jiménez (2003), La educación y la formación para el desarrollo generan una profunda reflexión sobre el papel actual y futuro de la academia en nuestra sociedad (...) Existen dificultades para desarrollar el tema en el ámbito en la educación superior, puesto que son pocas las instituciones con un rol activo de investigación (pág. 145, 146).

En concordancia con lo anterior, Orrego (2009), puede afirmarse que no se ha explorado suficientemente el estudio del emprendimiento desde la dimensión humana, el cual parte de la noción fundamental del sujeto (subjetividad), hasta configurarse en la experiencia de interdependencia con los otros (intersubjetividad) a través del reconocimiento de la voluntad personal y común (...) De otro lado, el emprendimiento constituye un fenómeno cultural que encierra conductas, valores, creencias y modos de actuación, con la intencionalidad de generar bienestar social en una comunidad; a su vez, la cultura constituye una variable importante, tanto para el proceso de desarrollo de la idea emprendedora como para la acción o puesta en marcha (Pág. 23, 24)

Castillo (1999) enfatiza que el modelo Jeffrey Timmons, considera que los pilares básicos del emprendimiento se entrelazan entre si y necesariamente contemplan el efecto de las personas que sustentan la empresa. Así las ideas se filtran o se

transforman en oportunidades, los recursos que se necesitan se determinan y se evalúan en base a las múltiples alternativas.

En cambio el modelo Timmons se basa en capacidades adquiribles y no en la selección a priori de personas con la antiguamente llamada capacidad emprendedora. Timmons ha defendido en múltiples oportunidades que los emprendedores no nacen, sino que se forman, y que independientemente de la formación del individuo, en cualquier etapa de su vida puede adquirir la motivación para ser emprendedor (pág. 14)

Por lo tanto la construcción y enseñanza del emprendimiento es teórico práctico y su enseñanza es un proceso lento pero efectivo en la búsqueda de alternativas de solución para la comunidad.

CAPITULO TRES - MARCO METODOLÓGICO

Este proyecto tiene un enfoque cualitativo, el cual busca proporcionar una herramienta pedagógica en el tema del emprendimiento para los pastores de la IASD en Colombia y estudiantes de licenciados en teología de la UNAC.

Por tanto la investigación es documental propositiva, el cual busca aportar herramientas que ayuden a buscar alternativas de solución en el tema del emprendimiento social en la Corporación Universitaria Adventista - UNAC y directivas de la Iglesia Adventista del Séptimo Día - IASD.

Producto de dicha investigación se creará un “Manual para la enseñanza del emprendimiento: como público objetivo pastores y licenciados en teología”, el cual tendrá nueve secciones explicativas de referentes teórico – práctico para la enseñanza del emprendimiento.

Presupuesto

Actividades	Total
Consultas bibliográficas en libros, revistas, entidades de educación que apoyan el emprendimiento y páginas web.	\$ 400.000
Impresiones y anillado	\$100.000
DVD	\$ 6.000
Llamadas	\$ 30.000
Total	\$536.000

CAPITULO CUATRO – CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Vásquez y Dávila (2008) mencionan, que los emprendimiento sociales se diferencian de los emprendimientos de negocios por las características que adopta el emprendimiento social como una actividad emprendedora especial, la importancia del emprendimiento social está en el impacto que éste tiene sobre el desarrollo económico, y el cambio que genera al ente a beneficiar (pág. 18). Por lo tanto el fin de este proyecto es crear un “manual para la formación de emprendedores: como público objetivo Pastores y licenciados en teología”. Que sirva como herramienta de incentivo para inicio de ideas de negocios en los miembros de la Iglesia Adventista del Séptimo Día.

Recomendaciones

Que las directivas de la Unión del Norte y del Sur de Colombia y la Corporación Universitaria Adventista revisen el manual, para posteriormente editar y educar a pastores en el tema del emprendimiento social, y finalmente se conviertan en los canales de promoción y divulgación en toda la feligresía de la IASD.

Que las directivas de la UNAC puedan revisar el manual y realizar su posterior edición, para que se utilice como herramienta educativa a todos los estudiantes, especialmente a la licenciatura en teología.

Listado de referencias

- Barrera Duque, Ernesto, (2007). *La empresa social y su actividad social innovar*.
Revista de ciencias administrativas y sociales, Universidad Nacional de
Colombia, Bogotá Colombia. (Pág. 59 – 75).
- Castellano, Oscar Fernando, Chávez, David Renzo, Jiménez, Claudia Nelsy
(2003). *Propuesta de Formación en liderazgo y emprendimiento*, Innovar,
Revista de ciencias Administrativas y sociales, Bogotá – Colombia (pág. 146-
156).
- Comentario Bíblico Adventista, Tomo 1, 6. (Pág. 261 y 357)
- Castillo H. Alicia (1999). *Estado del arte en la enseñanza del emprendimiento*.
First Public Inc Chile. (Pág. 12 – 16)
- Rafael Flores Ochoa, (1998). *Hacia una pedagogía del conocimiento*. Editorial
Macgraw-hill, (Pág. 172).
- Harding, R. (2004). Social Enterprise: The New Economic Engine? *Business
Strategy Review*, 15 (4), (Pág. 39-43).
- Hellen G. White, (1993). *La Educación*, (Pág. 13 - 308)
- Orrego, Clara Inés (2008). *Dimensión humana del emprendimiento*, Revista
ciencias estratégicas, Universidad Pontificia Bolivariana, (pág. 225 – 235)
- Tarapuéz Chamorro Edwin, Botero Villa Juan José (2007). *Algunos aportes de los
Neoclásicos a la teoría del emprendedor*. Cuad. Adm. Bogotá – Colombia,
(pág. 6, 8).
- Orrego Correa, Clara Inés, (2009). *La fenología y el emprendimiento*, Revistas
ciencias estratégicas. Universidad Pontificia Bolivariana, (Pág. 21–31).

Pereira, Laverde Fernando. (2007) "La evolución del espíritu empresarial, como campo del conocimiento. Hacia una visión sistémica y humanista, en: *Cuadernos de Administración*. (Pág.11-37).

Rodríguez Ramírez, Alfonso (2009). *Nuevas perspectivas para entender el emprendimiento empresarial* pensamiento & gestión, 26. Universidad del Norte, Valle Colombia, (pág. 4-7).

Corporación Universitaria Adventista, (2009). *Sistema de emprendimiento y Empresarismo institucional SEEI*. Medellín, (Pág. 5-25).

Swindoll R. Charles, (2010). *Pásame otro ladrillo*, Editorial Caribe, México. (Pág. 21 - 189).

Toledo, Ulises (2001). *Ejercicios de Construcción de un Ideal – Tipo de la Vida Social*. Facultad de ciencias sociales – Universidad de Chile. (Pág. 48-68).

Universidad de los Andes, (2009). *Emprendimientos Destapa Futuro: Retos y Oportunidades, Una subsidiaria de SABmiller p/c*, Bogotá Abril 15 (pág. 1-14).

Universidad Pontificia Bolivariana, (2009) *Diseño de Modelo de Fortalecimiento de Unidades de Emprendimiento de las Instituciones de Educación Superior*. Producto: programa curricular, Diciembre, (Pág. 5, 6).

Vásquez, Guzmán Alexander y Dávila, Trujillo María Andrea, (2008). *Emprendimiento Social – Revisión de Literatura*. Universidad ICESI Colombia. (Pág. 105 – 125).

<http://capsulasdeemprendimiento.wordpress.com/fomento/emprendimiento-2/colombia/>

Fuente PROhumana Página Chilena (2011)

[http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=3581
&Itemid=91](http://www.prohumana.cl/index.php?option=com_content&task=view&id=3581&Itemid=91)

Polo, Francisco (2010, 11 Enero) ¿Qué es un emprendedor Social? Recuperado el 23 de Marzo del 2011 de <http://franciscopolo.com/%C2%BFque-es-un-emprendedor-social/>

Jóvenes Adventistas de Cajamarca (2006, Diciembre), recuperado Febrero 17 del 2011 de

<http://losjac.galeon.com/aficiones1371563.html>

Ashoka Argentina (2011) ¿Qué es un emprendimiento social? Tomado de <http://argentina.ashoka.org/contacto>