

UNIVERSIDAD Y SOCIEDAD ALIADO DE LA ACTIVIDAD EXTENSIONISTA PARA EL DESARROLLO DEL EMPRENDIMIENTO EN VENEZUELA¹

UNIVERSITY AND PARTNER SOCIETY OF EXTENSIONIST ACTIVITY FOR THE DEVELOPMENT OF ENTREPRENEURSHIP IN VENEZUELA

Annherys Paz Marcano²
 Elvis Pinto Aragon³
 Jesús García Guiliany⁴

RESUMEN

El artículo tiene como objetivo analizar la relación universidad y sociedad como aliado de la actividad extensionista para el desarrollo del emprendimiento en Venezuela. Metodológicamente, se sustentó bajo enfoque cuantitativo, paradigma positivista, con investigación descriptiva, diseño no experimental, transaccional, de campo. La población fue de 31 sujetos de Universidades privadas del Estado Zulia, Venezuela, utilizando un cuestionario estructurado por 15 ítems con opciones de respuesta múltiples, validado por 10 expertos, obteniendo 96% de fiabilidad. Para el análisis de la información, se utilizó estadística descriptiva. Se encontró que hay un comportamiento moderado en la relación universidad – sociedad el emprendimiento desde pilares de la gestión extensionista de las universidades privadas venezolanas. Concluyendo con base en los resultados obtenidos, que se deben sumar esfuerzos y recursos en la búsqueda de actividades emprendedoras destinadas a garantizar el bienestar común y propender el éxito de los servicios prestados, que coadyuven a dar respuesta a las necesidades de la sociedad mediante oportunidades, estudiando alternativas generadas del compromiso cooperado en la relación universidad- sociedad.

Palabras clave: Universidad, sociedad, alianza, cooperación, gestión universitaria, actividad extensionista, emprendimiento.

Fecha de recepción: Julio de 2019 / Fecha de aceptación en forma revisada: Octubre 2019

¹ Proyecto de Investigación. Producto resultado de la investigación titulada: Emprendimiento como estrategia impulsora de la competitividad en organizaciones académicas. Desarrollada en la Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín. Maracaibo. Venezuela.

² Doctora Ciencias Gerenciales. Postdoctora Gerencia de las Organizaciones. Postdoctora Integración y Desarrollo en América Latina. Postdoctora Gerencia pública y Gobierno Magister Gerencia de Recursos Humanos. Licenciada Administración de Empresas. Docente e investigadora de la Universidad de La Guajira Colombia. E-mail: annheryspaz@hotmail.com; aipaz@uniguajira.edu.co. Grupo de investigación: AIKA, CATEGORIA A. Investigador Senior Colciencias. <https://orcid.org/0000-0001-7538-1563>

³ Trabajo social. Magister en Gerencia de Recursos Humanos. Docente e investigadora de la Universidad de La Guajira Colombia. Grupo de Investigación: Encuentro Email: epinto@uniguajira.edu.co. <https://orcid.org/0000-0002-9866-9751>

⁴ Doctor Ciencias Gerenciales. Ingeniero industrial. Magister en Mercadeo. Docente de Universidad Simón Bolívar, Facultad de Administración y Negocios, e-mail: jesus.garcia@unisimonbolivar.edu.co. Investigador Sènior Colciencias. <https://orcid.org/0000-0003-3777-3667>

ABSTRACT

The objective of this paper is to analyze the relationship between university and society as an ally of extension activity for the development of entrepreneurship in Venezuela. Methodologically, it was based on a quantitative approach, a positivist paradigm, with descriptive research, non-experimental, transactional, field design. The population was 31 subjects from private universities in the State of Zulia, Venezuela, using a questionnaire structured by 15 items with multiple response options, validated by 10 experts, obtaining 96% reliability. For the analysis of the information, descriptive statistics were used. It was found that there is a moderate behavior in the university-society relationship, entrepreneurship from the pillars of the extension management of private Venezuelan universities. Concluding based on the results obtained, that efforts and resources must be added in the search for entrepreneurial activities aimed at guaranteeing the common well-being and promoting the success of the services provided, which help to respond to the needs of society through opportunities, studying alternatives generated from cooperative commitment in the university-society relationship.

Keywords: University, society, alliance, cooperation, university management, extension activity, entrepreneurship.

Introducción

A escala mundial las naciones, han mostrado cambios en las estructuras económicas, del sector productivo, por lo que a direccionados sus planes de trabajo, no solo para medir el alcance de su impacto financiero sino al igual social, con acciones para trabajar por el bienestar común de la sociedad, empleando sinergias empresas – sociedad y viceversa, a fin de mejorar la calidad de vida de las personas (Durán, García y Prieto, 2017); esto aunado en los cambios en el mercado global el cual es cada vez más competitivo, atraer inversión nacional o extranjera es vital para el crecimiento de las organizaciones y de las economías en vías de desarrollo (Yances, Lozano, Rodríguez, Roper y Solar, 2017; Mendoza y Cevallos, 2016). Ante esto, pues se demanda calidad en los productos o servicios, permeando la inclusión de tendencias en sus escenarios de gestión, las cuales las hacen evolucionar a un mercado globalizado, teniendo constantemente que adaptarse a los esquemas de vanguardia que coadyuvan sus actividades misionales, apoyándose entre otros aspectos en la aplicación de nuevas tecnologías de la comunicación, desarrollo de ideas emprendedoras, los cuales favorece el progreso y estabilidad en el mercado (Paz, Salom, García y Suarez, 2020). Para (Paz y Prieto, 2015) la orientación de actividades emprendedoras deben plantear esquemas de trabajo que favorezcan el bienestar social y promover la obtención de ingresos, calidad de vida, convivencia humana y el desarrollo socio económico. Asimismo, para (Paz, Castro y Palacios, 2019), el emprendimiento es el desarrollo de ideas, que estudia previamente las oportunidades del entorno para satisfacer sus necesidades y crear valor al desarrollo económico, teniendo presente que la integración internacional en el proceso globalitario son espacios excelentes de negociación comercial (Blanco, 2016). Siendo así, la reincorporación, el cual es regresar o retomar un lugar o espacio al que se pertenece (Sandino, Simanca, Paez, Cortés, Palacios y Castro (2019), deben de ser fuertemente asumidos por la academia.

De tal manera, que en los nuevos preceptos que inspiran el desarrollo de la sociedad, surge el fomento de una cultura del negocio, donde se incorpora el tema de emprendimiento, ocupando un espacio en los sectores de la economía de la nación, proporcionando resultados favorables a

los indicadores socio económicos, donde en ese quehacer, no es excluyente las universidades, pues las bases que sustentan la academia, investigación y extensión, debe adaptarse a las disposiciones del entorno (García, Paz y Cardeño, 2018); (Paz, Harris y Paz, 2015) teniendo que insertarse en la base de su gestión de sus procesos misionales, a modo de formar emprendedores que contribuyan al desarrollo de los mercados. En este particular, explica (García, Paz y Cardeño, 2018) que las universidades deben asumir, retos ante los cambios y transformaciones que acontece ante la mirada incólume de la sociedad; (Paz, Núñez, García y Salom, 2016); (Paz, Sánchez, Magdaniel y Robles, 2017) entre la misión de las universidades debe estar la formación del ser humano desde una perspectiva ética y emprendedora, no perdiendo de vista que las mismas cuentan con un capital intelectual que puede permitir a las instituciones educativas tener ventaja competitiva (Alzamora, 2018).

Pues hay que hacer notar, que, en los últimos veinte años , el emprendimiento ha gestado credibilidad en los mercados del mundo, como un fenómeno innovador, donde a pesar de no tratarse de un tema novedoso en la práctica, es visto como un tópico nuevo en los esquemas de investigación, estudiándose su surgimiento tanto en universidades como en los gobiernos y otras organizaciones del sector tanto público como privado, como un elementos que genera sostenibilidad a la economías nacionales, traspasando su quehacer a fronteras de la internacionalización. (Chell, Nicolopoulou & Karatas-Özkan, 2010).

Además, el tema de la responsabilidad social empresarial no se puede dejar de lado, esto porque le da a la organización un buen nombre lo cual le generará una mayor competitividad, esto al ser vista como una empresa respetuosa del medio ambiente ya que la industrialización ha incrementado la producción de desperdicio sólido (Castro, 2017; Gómez, Bohorquez y Severiche, 2018).

Por tanto esta realidad, del emprendimiento no debe ser ajeno en la gestión universitaria, puesto entre la planificación de su quehacer debe colocar en práctica acciones con el entorno, estableciendo alianzas universidad - sociedad con la participación de los grupos de interés que crean sinergia en el contacto con la institución, tales como: ONGs, asociaciones empresariales, cooperativas, empresas tanto pública, nacional como locales entre otras para el desarrollo de programas sociales que den lugar al fomento del emprendimiento desde su interior hacia el entorno, comenzando a tomar relevancia en sus actividades sustantivas suscritas en la agenda estratégica para ofertar servicios a la sociedad; asimismo, en la subcontratación con fines tecnológicos e innovativos. Según, (Suarez y Vera, 2015) el emprendimiento debe sustentarse del vínculo entre el sistema educativo, empresa, Estado; (Paz, Núñez, García y Salom, 2016); (Prieto, González y Paz, 2015) el plano estratégico de universidades, demanda la participación en entornos humanizados y emprendedores, siendo los motores que dinamizan el progreso, desarrollo y bienestar de la sociedad.

En este sentido, el emprendimiento en universidades se asocia a la formación de personas con un patrón de pensar y actuar desde el conocimiento interactivo de crear ideas que coadyuve a solventar las necesidades de la sociedad y el sector productivo del que hace parte en la economía de un país; soportado de oportunidades, que promueven el desarrollo de estrategias e induciendo de algún modo a la incorporación de actividades que demandan las directrices de una estructura económica global para ser más productivas, eficientes, y competitivas. Para (Paz y Prieto, 2015) el emprendimiento induce a estudiar la oportunidad para dar respuestas favorables al colectivo, mediante el estudio de sus necesidades, y con ello desarrollar que fortalezcan la calidad de vida, el desarrollo y crecimiento sostenible de la sociedad. También (Suarez y Vera, 2015), el

emprendimiento, es una alternativa que agrega valor al cumplimiento de metas u objetivos económicos y sociales para fortalecer el desarrollo local, trascendiendo al progreso nacional.

De tal manera, que desde las universidades se busca articular esfuerzos entre los actores administrativos, académicos, investigativos y extensionistas, para promover el espíritu emprendedor e introducir emprendimientos novedoso desde su interior, con proyectos, servicios que contribuyan a la sociedad; asimismo beneficien la medición en el alcance de los indicadores económicos que ayudan a su estabilidad en el mercado, donde al igual generan empleos, mejora en la calidad de vida y el bienestar del colectivo, es decir satisface las necesidades de la sociedad, mitigando los efectos de estancamiento tanto económico como social en el entorno. Para (Paz, Pinto y Mendoza, 2015) el emprendimiento desde la gestión universitaria es una alternativa que surge tanto en el interior de la gestión institucional como en la formación de individuos, donde a través de sus competencias brinda respuestas a las realidades del entorno.

En este particular, a razón de lo expuesto se infiere que la última década se ha incrementado la cultura del emprendimiento en la gestión de las universidades en América Latina, el cual muestra su aplicabilidad como argumento que sostiene sus actividades misionales, siendo parte del plan estratégico tanto en su interior como su actividad de proyección social, basado en un enfoque consolidado de cómo llevar con éxito su comportamiento en las realidades del entorno, en tal caso tener una mirada prospectiva de cómo conducir, organizar, vender, producir y administrar servicios como parte de los procesos de trabajo en la gestión universitaria. Al respecto (Pedraza, Cantillo & Dueñas, 2019), sostienen que el emprendimiento despierta el interés en las organizaciones mediante el estímulo de una conciencia empresarial orientada al desarrollo de la sociedad moderna, el cual estriba en el sistema económico de cada país.

Por tanto, al hacer inferencia de cómo llevar a cabo el emprendimiento desde la relación universidad y sociedad, resulta interesante otorgar valor a la función extensionista y su gente, por lo que la universidad como organización dinámica e innovadora, requiere responder a los escenarios que circundan la complejidad de sus actividades misionales, donde el emprendedor representa un papel gestor y promotor de cambio, propiciando la concepción de actividades y estudiando las oportunidades, a fin de idear acciones articulando las competencias innatas u adquiridas en la formación profesional, y con ello crear elementos impulsores del éxito en el mercado, siendo capaces de mostrar desde su actuación la inteligencia, talento y aprendizajes indispensables para su constante renovación, consiguiendo un desempeño competitivo en un mundo de retos desafiantes, en vez de comportarse como agentes pasivos, inertes y estáticos en los entornos donde interactúa. (Paz, Núñez, García y Salom, 2016) las universidades deben articular todas sus funciones, para ser dinámicas y sostenibles en la sociedad; (Harris, Paz y Franco, 2014) las instituciones de educación superior como ente sociales, deben propiciar la excelencia de sus funciones, entre ellas la formación de personas proactivas, dinámicas y emprendedoras.

En este contexto, las universidades venezolanas objeto de estudio, asentadas geográficamente en el estado Zulia, ubicadas en el occidente de la República Bolivariana de Venezuela emplean estrategias que impulsan los procesos de trabajos que articulan sus funciones tanto del conocimiento, como investigativas y proyección social, desarrollando la extensión con la práctica de los pilares del emprendimiento, sustentado del ejercicio característico de un emprendedor innovador en actividades que simbolizan el compromiso que las convierte en instituciones competitivas en el mercado, consintiendo su actuar en la oferta de proyectos de servicios que facilitan lograr metas e indicadores socioeconómicos, a través del desarrollo de una cultura emprendedora, con apoyo de personas capacitadas que idean actividades destinadas a

ofrecer respuestas efectivas y eficientes a la sociedad, aunado al mercado empresarial adquiere los productos de sus servicios. Para, (Formichela, 2004) la relación innovación–emprendimiento, el papel del emprendedor no se limita a desarrolla solo una empresa, sino que desde sus ideas aprovecha las oportunidades generando espacios de innovación constante incluso más allá del ámbito económico.

Sin embargo, debe existir un equilibrio racional entre la universidad - sociedad, a través del emprendimiento, constituyendo una dupla de éxito en el desarrollo de la sociedad, pero al igual rindan beneficios tangibles a la localidad. (Amorós, et al, 2013 citado en la revista Global Entrepreneurship Monitor de la universidad del desarrollo) admite que una sociedad que fomente e incentive a las personas para que desarrollen nuevos negocios, ofrece respuesta a país que tiene conciencia y consenso de la importancia del emprendimiento para el bienestar económico social de sus habitantes.

En virtud de ello, las universidades deben romper los esquemas tradicionales de actuación en el entorno, reflejada en la formación de individuos, desde un escenario académico, investigativo y extensión, para insertarse a la práctica de servicios con la relación universidad – sociedad y universidad – empresas, el cual coadyuven el desarrollo de la sociedad , por lo que es así como la presente investigación, se enfoca analizar la vinculación universidad y sociedad alianza extensionista para el emprendimiento en Venezuela. Ante esta realidad para (Paz y Prieto, 2015) el emprendimiento, es una oportunidad que agrega valor al desarrollo; reconociendo las necesidades sociales y los problemas presente en ella. Al igual, coinciden (Paz, Castro y Palacios, 2019) que el emprendimiento, es la conjunción de ideas y oportunidades para cubrir las necesidades de la sociedad.

De acuerdo a (Van & Versloot, 2007), el emprendimiento, estudia la contribución que realiza los emprendedores y no emprendedores a la economía, considerando cuatro áreas: empleo; innovación; productividad y crecimiento; y utilidad, concluyendo la importancia de la labor del emprendedor en la economía. Del mismo modo (Cantillo & Pedraza, 2014) sostienen que el emprendedor, es un líder que cuenta con habilidades que transmite o trasciende en la sociedad. Al igual coinciden (Paz, Castro y Palacios, 2019), que el emprendedor es un agente que respalda la inclusión de actividades hacia el cambio en la sociedad, con ideas que permiten resolver los problemas presentes en ella.

En líneas generales, se explica que el emprendimiento desde el interior de la universidades venezolanas comprende una mirada oportunidades para solventar las inquietudes que surgen de las necesidades de la sociedad, pero al igual de las empresas, acogiendo desde su función extensionista la ofertas de servicios, con programas, proyectos, capacitación, asesorías, consultorías entre otros actividades conducentes a dar orientar y crear respuesta a los problemas característicos surgidos de las necesidades tanto sociales como empresariales mediante propuesta de solución, que facilitan fomentar un espíritu emprendedor capaz de favorecer su inclusión en el mercado, siendo una alternativa que genera estabilidad económica; además al desarrollo local conllevando a una actuación con compromiso compartido para fortalecer la calidad de vida de la sociedad. Para (Celdas, 2011, citado en Franco, Prieto, Paz y Meslier, 2017) el espíritu emprendedor se asocia a la iniciativa; al igual a la acción de las personas dotadas de capacidad innovadora, y voluntad de probar cosas nuevas o hacerlas de manera diferente, aportando creatividad y flexibilidad.

Por ello, las universidades privadas del estado Zulia Venezuela desde su rol social que se sustenta de la acción extensionista buscan ofrecer oportunidades destinadas a procurar respuestas

a las necesidades de la sociedad; asimismo al mercado empresarial con la generación de nuevas formas de representación de servicios para la construcción de sociedades sostenibles. Según (Kurlat, 2010), el emprendimiento debe realizarse desde acciones, las cuales tiene sus bases en cuatro pilares básicos, entre ellos: conducir y organizar, vender, producir y administrar.

- **Conducir y Organizar:** según (Kurlat, 2010) para desarrollar un proyecto, se requiere de la capacidad para conducirlo y organizarlo, tomando decisiones sobre las acciones a realizar, organizar los tiempos, los espacios, los recursos humanos, entre otros. Por su parte, para Cleri (2013), la función de conducir una empresa, tiene en cuenta el propósito y una meta clara, saber transmitirlo, pudiendo desde su actuación lograr que el colectivo aplique su esfuerzo de cumplir con la misión y alcanzar la visión.

Al respecto, se admite que conducir es hacer las cosas correctas, mediante la estructura idónea de la (visión y orientación de la compañía, eficacia o efectividad) y hacerlas bien (buena instrumentación de las ideas, eficiencia). Entonces, la conducción efectiva alude a la sintonía entre los colaboradores, es decir entre quienes dirigen y quienes acompañan.; Por tanto, la conducción debe guiar los esfuerzos de los colaboradores de la organización para alcanzar el objetivo y hacerlo con el uso tanto eficaz como eficiente de los recursos que poseen para llevar a cabo sus procesos misionales.

Por otra parte, Tracy (2015) establece que la clave para organizar bien, consiste en pensar los aspectos a considerar para llevar a cabo el plan, de tal modo que el tiempo se convierte en un aliado, en el cual cuanto más se pase organizando antes de entrar en acción, mayor será su probabilidad de conseguir los indicadores de éxito; Por consiguiente, es la capacidad para organizar y completar una tarea o proyecto en un nivel de rendimiento aceptable, constituyendo la cualidad más significativa que puede desarrollar el emprendedor. Refiere (Berghe, 2010), organizarse significa que el gerente coordine los recursos, materiales y personal con que cuenta la empresa, para cumplir sus actividades misionales, teniendo esta como una actividad básica, por tratarse de la forma para alcanzar las metas, debido al medio tan competitivo en el que hoy deben desempeñarse las empresas.

- **Vender:** Para Kurlat (2010), es la capacidad de una empresa de ofrecer un producto o servicio a la sociedad, por tanto viene hacer una de las tareas complejas e importantes en el desarrollo del emprendimiento, pues bien, aquí termina el círculo de la gestión, lo que permite que se inicie nuevamente con el circuito, el cual comprende aspectos tales como: compra de insumos, producción y venta. En este sentido, admite el emprendedor, que existe sólo hay una manera de que la empresa llegue a ser exitosa y es vendiendo. Freire (2007), menciona que vender bien se traduce en la opción de saber vender, donde entender al consumidor, crea una relación de confianza consintiendo en suministrarle lo que desea, para desarrollar el sentido de la lealtad, siendo fundamental en el proceso competitivo.

Por su parte, García (2009), establece que hay que pasar de vender un producto a muchos consumidores, a vender muchos productos a un solo consumidor. Entonces, un emprendedor, naturalmente es un líder de ventas, donde a parte de otros conocimientos y actitudes deben tanto saber cómo conocer lo que desea vender. Dentro de este marco, para Artal (2016), se trata de vender bien para que todo funcione en la gestión de los procesos emprendidos, es decir que el emprendedor debe percibir sus fines y constituir su obligación fundamental con exactitud. Por ello, para vender hay que alcanzar un nivel de comprensión fácil y fluido de todo cuando se desea emprender.

En efecto, según los criterios de Fuentes (2016), vender es un arte que se puede aprender, un emprendedor que requiere de conocimiento que le permita navegar sobre las profundas aguas de las ventas con rumbo acertado, siendo esencial la praxis de la creatividad e innovación, la gestión de finanzas, los recursos humanos y la dirección de los productos, constituyendo áreas ineludibles en la gestión eficaz y eficiente de una empresa.

- **Producir:** menciona Kurlat (2010) que es imprescindible que el emprendedor tenga conocimientos acerca del proceso productivo, aunque éste puede ser tercerizado, es decir, delega en otras personas con el propósito destine su tiempo a otras tareas del proyecto y sólo realice un control de calidad de las actividades inmersas en el proceso. Para Ahoy (2010), producir dependerá de la habilidad, experiencia, conocimiento, capacidad y aptitud del emprendedor. En virtud de ello, la producción se alcanza por medio de los procesos constituidos para satisfacer las necesidades del cliente.

En este particular, admiten (Miato & Miato, 2013), que producir expresa la dirección a cumplir por el emprendedor en los procesos de trabajo, al momento de mostrar las competencias asociadas al proyectar, crear, construir, comunicar, innovar, saber, saber hacer, saber ser; por el cual induce a mostrar la capacidad de producción, siendo el resultado de una acción que implica la práctica de la mente y conduce a la acción; por ello, para tener éxito en los negocios el emprendedor debe producir un activo que le genere ganancias, logrando todas las metas funcionales, mediante el desarrollo de habilidades que le suministran la obtención de métodos y técnicas rápidas, mejores, comprensibles y posibles de producir los productos y servicios.

- **Administrar:** Kurlat (2010) expresa que este pilar del emprendimiento tiene como objetivo registrar los ingresos y egresos (entradas y salidas), pues bien, el administrar parte del arte de hacer las cosas a través de personas con habilidades y aptitudes bien definidas en su estructura física y emocional como ente social. De este modo, para Druker (2007), quien no administra bien su tiempo, no puede administrar bien ninguna otra cosa. En efecto, se relaciona con negociar interdependencias mediante el ejercicio de la autoridad formal, donde aprender a administrar implica valores personales, estilo, fuerzas y debilidades para ser eficaz en la administración. (García, Durán, Parra y Márceles, 2017).

Los criterios expuestos por González (2007) son que el emprendimiento se sustenta en pilares que materializan las acciones para emprender una idea, entre ellas, elección y presentación de idea, recursos, finanzas, comercialización y desarrollo del plan de trabajo, donde en conjunto ayudan al análisis, comprensión y desarrollo del plan que se desea alcanzar. Sin embargo, la relación universidad – sociedad debe llevar consigo el desarrollo de actividades emprendedoras bajo la figura de un emprendedor como protagonista de las responsabilidades que agregan valor a la oferta de los servicios u actividades adquiridas en el entorno, con la gestión de proyectos compartidos, estudiando las oportunidades, necesidades o problemas generados en el entorno. Paz, Harris, y Franco (2016) exponen que entre las funciones de un emprendedor, está la capacidad de cumplir con la consecución y diseños de proyecto/organización, los cuales den lugar a cubrir los requerimientos del entorno, aportando a la calidad de vida del colectivo, con la práctica de esquemas de progreso sostenible, no solo para dar respuestas a un determinado sector de la sociedad, sino que los beneficios se alcancen de forma objetiva e imparcial a todos, para la construcción de la sostenibilidad y el bien común

Por consiguiente, la gestión extensionista de las universidades venezolanas se ve conducida por los pilares del emprendimiento, donde los autores coinciden que se debe generar el cumplimiento de actividades que provean el seguimiento y administración de recursos necesarios

para desarrollar una idea que satisfagan las necesidades de la sociedad. Entonces, estas deben propender mecanismos que coadyuve el fomento de una cultura de emprendimiento sustentado en el desarrollo de iniciativas destinadas a solventar los problemas de la sociedad y el mercado empresarial, a través de la experiencia en la relación universidad- sociedad para alcanzar una gestión exitosa.

Sobre la relación universidad- sociedad para el emprendimiento, resulta un tema interesante el trabajo de investigación llevado a cabo por Fernández & Fdez-Jardon (2014) titulado: emprendimiento y universidad, donde los investigadores explican que la universidad debe asumir un nuevo papel y erigirse como una de las instituciones clave para promover no sólo la actitud sino también las aptitudes emprendedoras en toda la comunidad universitaria en su conjunto, pudiendo reflexionar sobre los posibles modelos de emprendimiento a potenciar la Universidad, el cual desde sus posturas buscan fomentar un cultura emprendedora con la participación compartida de la comunidad universitaria, reflejando una cultura emprendedora e innovadora en el ejercicios de sus funciones desde su interior al entorno. Es de este modo como el presente trabajo, puede aportar a promover el emprendimiento desde su interior involucrando las bases académicas, investigativas y extensionista que ofrece la interacción universidad – sociedad, y no solo la formación de profesionales emprendedores, pues en la actualidad las universidades requieren de la aplicación de sus actividades sustantivas con miras a agregar valor a la sociedad

Por otro lado, un trabajo relativo al emprendimiento, es el de Sanabria, Morales y Ortiz (2014), titulado: Interacción Universidad y entorno: marco para el emprendimiento, a través de este documento se desarrolló el tema de la relación universidad-entorno, especialmente en la vinculación con el sector productivo como parte del desarrollo de la función de extensión universitaria., teniendo como propósito proporcionar un marco de referencia para la creación o justificación de las unidades de emprendimiento universitarias como mecanismo de enlace para el desarrollo de la función extensión desde una de sus aproximaciones: el enfoque empresarial.

Como resultado, se evidencian los enfoques, los modelos, los mecanismos y las estrategias de interacción universidad-entorno; con una reflexión sobre el emprendimiento como medio para dicha interacción y se muestran las condiciones estructurales que favorecen el emprendimiento universitario. Coincidiendo este trabajo con los aspectos contemplados por (Suarez y Vera, 2015) al referir que el emprendimiento constituye un elemento estratégico e iniciativa en la creación de bienestar, al ser presentar propuesta de ideas novedosas e innovadoras en programas, planes y proyectos, a favor de la sociedad.

Campechano, Campechano, Achue y Gudiño (2014), desarrollaron un artículo titulado Universidad y emprendimiento: sistematización de una experiencia comunitaria en el municipio Iribarren. Lara, Venezuela en él se hizo referencia, a la dinámica social de las comunidades populares, el cual se caracteriza por el constante desarrollo de actividades económicas que persiguen mejorar sus ingresos, esto se traduce en emprendimientos a pequeña escala, tanto incipientes como consolidados que incluyen diferentes actividades comerciales formales e informales que aportan valor monetario al grupo familiar.

No obstante, las universidades como organizaciones generadoras de conocimiento presentan el compromiso social de apoyar iniciativas articulando esfuerzos con otros entes tanto públicos como privados para realizar acciones que consoliden su desarrollo y fortalezcan el capital social. Desde el contexto, metodológico, el estudio fue descriptivo presenta los resultados de un diagnóstico aplicado a una muestra intencional de 14 personas, residentes de los sectores La Peña I y II de la parroquia Unión, Municipio Iribarren, estado Lara; para ello se aplicó un

cuestionario, estructurado por preguntas cerradas dicotómicas y de selección múltiple, pudiendo los resultados arrojados de la opinión de los encuestados conocer el perfil del emprendedor de la zona. Con esta información se estructuró un programa de capacitación y acompañamiento que les permita a los habitantes de las comunidades de la Zona Industrial II crear y potenciar las condiciones para el desarrollo de sus capacidades de emprendimiento.

En cuanto, al impacto social esperado es fortalecer y consolidar la cultura del emprendedor en las comunidades para mejorar su calidad de vida. A través de este trabajo se puede observar la necesidad de crear una relación universidad – sociedad para promover la cultura emprendedora desde la actividad extensionista como referencia que contribuye a la calidad de vida de la sociedad, trascendiendo la universidad en los espacios de la sociedad como organización multiplicadora y generadora de conocimientos, pudiendo interactuar con el entorno desde su función social, planeados planes de acción desde la perspectiva de la responsabilidad social universitaria.

Metodología

El presente artículo se apoyó en técnicas metodológicas cuantitativas, con un paradigma científico positivista, analizando e interpretando el objeto de investigación con la práctica de herramientas válidas y confiables para conocer la opinión de los encuestados, bajo el empleo interpretativo de estimaciones estadísticas sobre la variable emprendimiento. Para Parella y Martins (2012) el enfoque cuantitativo el dato, es el elemento ineludible en la argumentación investigativa; reconociendo que la característica positivista surge de la aplicación del instrumentos durante el proceso de recolección de datos que, luego se convierte en el insumo en la redacción de conclusiones del estudio planteado.

Por otra parte, se sustenta el estudio en el tipo de investigación descriptiva, asumiendo la interpretación de la información del emprendimiento a través del análisis con la vinculación universidad – sociedad como elementos de la variable, recurriendo al uso de técnicas, métodos e instrumentos científicos, según la naturaleza investigativa, al igual el objetivo de estudio. Menciona Arias (2016) que la investigación descriptiva representa el estudio de hecho, fenómeno, individuo o grupo involucrado en el comportamiento de una variable o situación dada de un fenómeno en particular.

En relación al diseño aplicado en el objeto de estudio, acerca de la variable emprendimiento, es el diseño no experimental, transaccional de campo. Para Parella y Martins (2012) en el diseño no experimental no se construye una situación específica, si no que se observan las que existen. Por otra parte, se sustenta del diseño transeccional, en el que la recolección de información, transcurre en un momento determinado por los investigadores, teniendo como escenario el espacio donde surge la situación de estudio. De acuerdo a Arias (2016); Tamayo y Tamayo (2010), el diseño de campo se recolectan datos directamente en la realidad donde se generan los hechos, sin intervención o control de los investigadores sobre su manifestación real.

Participantes

En relación a las unidades informantes de la investigación, para conseguir los resultados de los objetivos de la variable emprendimiento, se recurrió como población al personal involucrado en la actividad extensionista de las universidades de estudio. (Hernández, et al, 2014); (Méndez, 2013), la población son todos los casos que coinciden con las especificaciones, partiendo de

características de contenido, de lugar y el tiempo; los cuales pueden suministrar información, teniendo en cuenta tanto los objetivos como el alcances del estudio , y las personas que la pueden ofrecer de manera objetiva.

Al respecto, la población estuvo conformada por 21 decanos y 10 coordinadores de universidades venezolanas localizadas en el Estado Zulia de Venezuela, que por especificarse como finita y accesible, se empleo un censo poblacional, correspondiéndole a la inclusión de la totalidad de los sujetos informantes. Como se muestra en siguiente cuadro 1.

Cuadro 1
Distribución Poblacional

UNIVERSIDADES PRIVADAS ESTADO ZULIA, VENEZUELA	DECANOS	COORDINADORES
Dr. Rafael Beloso Chacín (URBE)	7	1
Rafael Urdaneta (URU)	4	-
Dr. José Gregorio Hernández (UJGH)	5	1
Universidad Católica Cecilio Acosta (ÚNICA)	5	8
SUB TOTAL	21	10

TOTAL : 31 SUJETOS

Fuente: Elaboración propia (2020)

Instrumento

Para la búsqueda de la información, se utilizó la técnica de la encuesta, e instrumento se aplicó un cuestionario contentivo a 15 ítems en opciones de respuesta múltiples de siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca, validado por la experticia técnica ´profesional de 10 expertos, y alcanzando un nivel de confiabilidad de 96 % fiabilidad, luego de la aplicación de la fórmula de alfa cronbach, mientras que para el análisis de la información obtenida de la aplicación de la encuesta, se realizó con la estadística descriptiva, bajo un baremo de rangos promedios .

Resultados y discusión

Los resultados de la investigación, corresponden a la aplicación del cuestionario a la poblacional conformada por 31 sujetos que desempeñan funciones laborales con actividades de la unidad de extensión de las universidades privadas ubicadas en el estado Zulia Venezuela, los datos logrados son expuestos en cuadros según las medias aritméticas obtenidas e interpretadas, de acuerdo a un baremo de tendencias de rangos y categorías promedios. (Ver cuadro 2). Asimismo, la interpretación de la información compilada de los encuestados, se realizó contrastando con las teorías de los autores referenciados para argumentar y dar respuesta al objetivo de investigación.

Cuadro 2. Baremo de interpretación de datos promedios

RANGOS	CATEGORÍAS
1,00 ≥ 1,80	Muy baja
1,81 ≥ 2,60	Baja
2,61 ≥ 3,40	Moderada

3,41 ≥ 4,20	Alta
4,21 ≥ 5,00	Muy alta

Fuente: Elaboración propia (2020)

Cuadro 3 Pilares del emprendimiento

<i>Indicadores</i>	<i>Promedios</i>	<i>Rangos</i>	<i>Categorías</i>	<i>Significado</i>
<i>Conducir</i>	3,45	3,41 ≥ 4,20	Alta	Presente
<i>Organizar</i>	3,47	3,41 ≥ 4,20	Alta	Presente
<i>Vender</i>	4,00	3,41 ≥ 4,20	Alta	Presente
<i>Producir</i>	3,48	3,41 ≥ 4,20	Alta	Presente
<i>Administrar</i>	3,67	3,41 ≥ 4,20	Alta	Presente
<i>Total de la dimensión</i>	3,61	3,41 ≥ 4,20	Alta	Presente

Fuente: Resultados de la investigación (2020)

En el cuadro 3 ilustran los datos arrojados como resultados de la aplicación del cuestionario a la población objeto de estudio, donde se observan la dimensión pilares del emprendimiento, y sustentado con la teoría de (Kurlat, 2010), los cuales hacen referencia a conducir, organizar, vender, producir y administrar. Al respecto, el indicador conducir presenta un valor promedio de 3,45 ubicado en la categoría alta presencia, el indicador organizar arrojó se situó en un valor promedio de 3,47 con la categoría alta, cuyo significado es presente. Seguidamente, se indica el indicador producir con una tendencia de 3,48 ubicado en la categoría moderada, con significancia de medianamente presente. Finalmente, el indicador administrar, arrojando un valor promedio de 3,67 con la categoría alta, es decir presente.

El indicador conducir, reflejó un promedio de 3,45, donde los sujetos encuestados indicaron que de forma moderada toman decisiones sobre las acciones a realizar en un proyecto de servicios, además organizan el tiempo de ejecución para evitar márgenes de errores y escuchan ideas del grupo de trabajo al desarrollar un proyecto. En este contexto, los resultados coinciden con los criterios de (Kurlat, 2010), el cual indica que para desarrollar un proyecto, se requiere de la capacidad para conducirlo y organizarlo, tomando decisiones en las acciones a realizar, y organizando el cronograma de actividades a cumplir, teniendo en consideración el tiempos y los recursos disponibles para ejecutarlo. Dentro de este marco, los hallazgos permitieron destacar que las universidades privadas venezolanas, de forma moderada se lleva a cabo la conducción de los proyectos de servicios ejecutados, al considerar las acciones y actividades a seguir de acuerdo a la planificación del tiempo, espacio, recursos humanos necesarios, entre otros, para cumplir con el trabajo contratado.

En lo atinente al indicador organizar, es un elemento esencial en los procesos de gestión de las universidades, representando una función, que agrega valor a los objetivos a lograr; asimismo las metas planificadas, obteniendo un promedio de 3,47 ubicado en la categoría alta; en tanto los resultados reflejan que las universidades privadas venezolanas, de acuerdo a la opinión de los encuestados se organizan en relación al uso de los insumos antes de desarrollar el proyecto de servicios, también identifican los espacios para su ejecución y evalúan el entorno para conocer las oportunidades generadas del mismo. De este modo (Kurlat, 2010), en la gestión las empresas, el proceso de la organización constituye uno de los pilares básicos que dinamiza la actividad empresarial, teniendo en cuenta los recursos financieros, humanos, equipos, herramientas,

tiempo, espacios, instalaciones, entre otros. A este respecto, resulta importante la organización como pilar del emprendimiento en universidades privadas objeto de estudio, lo cual conlleva no solo planificar sino a asignar los recursos para conocer el tiempo en que las metas pueden ser alcanzadas, y los requerimientos disponibles para ello, así como el lapso.

En relación al indicador vender de la dimensión pilares del emprendimiento, alude a una de las tareas más compleja en el desarrollo del emprendimiento, ya que de acuerdo a su productividad, se miden los resultados de su gestión. En este orden, la media aritmética se situó en un valor de 4,00 ubicado en la categoría alta, lo cual muestra que en las universidades privadas objeto de estudio ofertan proyecto de servicio terminados al sector privado; al igual generan alianzas para atender las necesidades tanto del referido sector como el público, pudiendo diagnosticar sus necesidades, para crear y proponer proyectos con ideas, basadas en sus requerimientos dando lugar a la calidad de vida de la sociedad, con la orientación de la gestión extensionista. Según lo expuesto por (Kurlat, 2010), en las organizaciones las ventas permiten volver a comenzar con el circuito de compra de insumos, producción y venta; acorde a los lineamientos solicitados por el cliente, pudiendo ofertar proyectos terminados al sector privado para ejecutarlo con la finalidad de solventar las necesidades; siendo también aliados del sector públicos para cubrir necesidades con proyectos emprendedores y sostenibles.

Otro de los indicadores que conforma la dimensión de pilares del emprendimiento, es producir, actividad ineludible para el emprendedor, lo cual lo conduce a ejecutar el proceso productivo generado de acuerdo a las acciones desarrolladas para dar lugar a la articulación de las actividades insertas en el emprendimiento, dado a que es mensurable y de acuerdo a los resultados obtenidos, se pueden emplear actividades de mejora continua para convertir los indicadores eficaces y eficientes. En este particular, la media del indicador fue de 3,48 ubicado en la categoría alta con ideas para emprender las tareas del proyecto; y establecer controles de calidad en los procesos de un proyecto emprendido, además del fomento del diálogo entre los grupos de trabajo para corregir posibles errores durante la ejecución del proyecto. Estos resultados son similares a lo denotado por (Kurlat, 2010), puesto que se demuestra que, en las universidades, se puede delegar el proceso productivo o tercerizarlo con el objetivo que el emprendedor destine su tiempo a otras tareas del proyecto, conjuntamente, se realice un control de calidad sobre dicho proceso. De acuerdo a esto, se infiere que en las universidades privadas venezolanas según los investigadores la producción, constituye un pilar fundamental del emprendimiento llevado a cabo, con la actividad extensionista para ejecutar las tareas de los proyectos, siendo el proceso que se coloca en prácticas las actividades con los recursos establecidos.

Finalmente el indicador administrar, es un factor del emprendimiento; en esta actividad, se relacionan con los recursos humanos, tecnológicos, financieros, técnicos o materiales a utilizar, en la gestión del emprendimiento, con la ausencia de alguno de ello no se puede ser exitoso; el valor promedio fue de 3,67, ubicada en la categoría alta, debido a que las universidades privadas venezolanas, registran ingresos como resultados del desarrollo del proyecto de servicios como una estrategia de gestión lograda de sus actividades misionales; donde creando presupuestos prospectivos de inversión para calcular el costo del proyecto. Según lo expuesto por (Kurlat, 2010), en toda organización es importante que la administración realice el emprendimiento, esto con el objetivo de registrar tanto los ingresos como los egresos derivados de la actividad emprendedora

En referencia a la media de la dimensión pilares del emprendimiento fue igual a 3,61 ubicada en la categoría alta, cuyo significado se percibe los pilares del emprendimiento en las universidades estudiadas. En este sentido, los indicadores abordados fueron conducir, organizar, vender, producir y administrar, cuyos promedios obtenidos fueron 3,45; 3,47; 4.0; 3,48 y 3,67, respectivamente; representado los promedios de alta presencia en la gestión del emprendimiento , bajo la vinculación universidad y sociedad debido a la sinergia de un compromiso compartido. Los resultados, permiten inferir que las universidades venezolanas, las actividades del emprendimiento están enfocadas en la organización de los procesos articulados con la acción extensionista ; así como en la administración, necesario para armonizar el equilibrio en el incremento de los pilares del emprendimiento y obtener beneficios como resultado sostenibles que aportan los servicios cónsonos con la realidad del entorno.

Conclusión

El emprendimiento en universidades privadas venezolanas, se pudo conocer que de acuerdo a las respuestas emitidas por los encuestados, acerca de los pilares del emprendimiento, presentaron un comportamiento alto, mediante la toma de decisiones sobre las acciones a realizar en un proyecto de gestión de servicios ofertados en la sociedad, sin embargo al realizarlo desarrollan actividades que faciliten crear un espíritu emprendedor en la sociedad u empresas contratante de servicios como asesoría, consultoría, proyectos , programas sociales, actividades comunitarias entre otros, pudiendo desde sus requerimientos organizar la ejecución de ellas basado en el desglose de actividades a llevar a cabo, considerando los recursos a invertir y la identificación del tiempo a emplear para evitar márgenes de error, aunado a escuchar e intercambiar ideas con las personas involucradas en el servicio, a fin de alcanzar los indicadores de eficiencia y efectividad para contribuir a la excelencia institucional.

Por otra parte, se resalta la organización de los procesos de trabajos, utilizados por la actividad emprendedora en universidades objeto de estudio, ya que se asume desde la planificación en el uso de insumos, aunado a los espacios para la ejecución del proyecto de servicios. No obstante, se aprecia en las universidades objeto de estudio, ofertar proyectos terminados al sector privado; además para desarrollar proyectos en alianzas con el sector público, donde se exponen ideas creativas e innovadoras para dar respuestas a las necesidades del entorno.

En relación al indicador producir, se percibe que se fomenta en las universidades objeto de estudio ideas para emprender proyectos, al igual en el establecimiento de controles de calidad, asimismo el fomento del diálogo entre los grupos de trabajo pudiendo corregir posibles errores. Aun así, a pesar, de las debilidades en los controles de calidad, desde el contexto administrativo se registran los ingresos del desarrollo del proyecto como medida de control, y el análisis de las partidas presupuestarias asignadas para la inversión y obtener los costos derivados del proyecto.

Cabe destacar que el emprendimiento, comprende un enfoque estratégico utilizado como alianza desde la vinculación universidad – entorno, para apoyarse desde su interior el desarrollo de oportunidades y recursos, que incrementen el valor agregado a la producción y la puesta en práctica de equipos de trabajos competitivos, enfocada desde la dirección de actividades extensionista, los cuales destinan acciones para fomentar la cultura emprendedora estimulando el desarrollo de novedoso mecanismos de ingresos que contribuyan a la estabilidad y proyección social.

Referencias bibliográficas

- Ahoy, C. (2010). Administración de operaciones con enfoque en el cliente. Como alinear los procesos de negocio y las herramientas de calidad para alcanzar la efectividad operativa. México. Editorial McGraw-Hill. Editores. Primera edición.
- Alzamora, E. (2018). El poder del conocimiento y de la información como generador de valor en las organizaciones. *Conocimiento global* 3(1), 14-29. Recuperado a partir de <http://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/3>
- Amorós, E; Guerra, M; Pizarro, O & Poblete, C. (2013). Global Entrepreneurship Monitor de la Universidad del Desarrollo. Informe anual del emprendimiento en Chile.
- Arias, F. (2016). El Proyecto de Investigación. Venezuela. Editorial Episteme. Séptima Edición corregida y actualizada.
- Artal, M. (2016). Dinamización de ventas: El proceso comercial. Madrid España. Editorial ESIC.
- Berghe, E. (2010). Gestión y gerencia empresarial. Bogotá. Ediciones Ecoe. Segunda edición.
- Blanco Rangel, I. (2016). Apuntes sobre Colombia a propósito de su internacionalización y otros desafíos. *Aglala*, 7(1), 209-224. Recuperado de <http://revistas.curnvirtual.edu.co/index.php/aglala/article/view/905>
- Cantillo, N, & Pedraza, C. (2014). El emprendedor social y su relevancia en el desarrollo organizacional del nuevo siglo. Prospectiva del Emprendimiento Social y Solidario. Retos y Desafíos para la Construcción Social de Territorios de Futuro Editorial Universidad Nacional Abierta a Distancia, 78 – 97, Colombia. <https://repository.unad.edu.co/handle/10596/7391>
- Caraballo Julio, J., & López Mercado, J. (2017). La inversión extranjera y su incidencia en el desarrollo productivo del sector turismo en Cartagena. *Conocimiento Global*, 2(1), 41-55. Recuperado a partir de <http://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/15>
- Carballo Mass, E. (2017). Modelo de negocio para una tienda virtual de venta de llantas al sector público mediante la modalidad de contratación. *Conocimiento Global*, 2(1), 20-40. Recuperado a partir de <http://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/14>
- Campechano, Eduardo; Achue, José Enrique; Gudiño, Edinson (2014). Universidad y emprendimiento: sistematización de una experiencia comunitaria en el municipio Iribarren. Lara, Venezuela Multiciencias, vol. 14, núm. 1, enero-marzo, 2014, pp. 40-48 Universidad del Zulia Punto Fijo, Venezuela. <http://www.redalyc.org/pdf/904/90430816007.pdf>
- Castro Alfaro, A. (2017). La responsabilidad social empresarial y la competitividad en las organizaciones empresariales. *Revista Innova ITFIP*, 1(1), 78-89. Recuperado a partir de <http://revistainnovaitfip.com/index.php/innovajournal/article/view/16>
- Chell, E., Nicolopoulou, K. Y Karatas-Özkan, M. (2010). Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives. *Entrepreneurship & Regional Development* 22(6): 485-493.
- Cleri, C. (2013). El libro de la PYMES. Buenos Aires. Ediciones Granica, S.A. Primera edición.
- Drucker, P. F. (2007). The effective executive. London: Heinemann.
- Durán, S.; García, J. & Prieto, R. (2017). Influencia de la Calidad de Vida en el rendimiento del estudiante universitario. En libro Calidad de vida, Inclusión Social y Bienestar Humano. Caracas: Fondo Editorial UNERMB.

- Fernández, M y Fdez-Jardon, C. (2014). Emprendimiento y creación de empresas en la universidad. 4^{ta} Conferencias Ibérica de emprendimiento. Crea para emprender. Emprende para crear. España. Universidad de Vigo, del 23 al 26 de octubre de 2014. Pp.81-87. Disponible: www.empreend.pt/conferencia2014 www.ciem2014.com
- Formichella, M. M. (2004). El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local. Recuperado de http://www.inta.gov.ar/barrow/info/documentos/desarrollo_local/emprendydesarrollolocal.pdf.
- Freire, A. (2007). 50 Claves para emprender. Editorial Grupo Penguin Random House. México.
- Franco Segovia, F., Prieto Pulido, R., Paz Marcano, A., & Meslier, D. (2017). Emprendimiento social. Mecanismo integrador de las empresas mixtas petroleras. En E. Olivero Vega, K. Barrios Hernández, C. Acosta-Prado, N. Núñez Bravo, C. Miranda Medina, R. Prada Ospina, C. Osorio Torres, E. Olivero Vega, K. Barrios Hernández, & J. C. Acosta-Prado (Comp.), *Perspectivas Empresariales e Inclusivas del Emprendimiento* (pp.145-172). Barranquilla: Ediciones Universidad Simón Bolívar.
- Fuente, J. (2016). Top Chef Sales: El manual del perfecto vendedor. Todas las claves para dominar el terreno comercial y multiplicar las ventas. España Editorial LID.
- García, D. (2009). Mejoras Prácticas de emprendimiento innovadores en España. España. Editorial EOI.
- García, J.; Duran, S.; Parra, M & Márceles, V. (2017). Dirección estratégica del talento humano para el fomento de valores en los cuerpos policiales venezolanos. *Revista Espacios*, Vol. 38 (32), 16-28.
- García, J; Paz, A y Cardeño, E (2018). Liderazgo ético. Una perspectiva en universidades públicas del estado Zulia. Venezuela. *Opción*, Año 34, No. 86 (2018): 696-730. [file:///C:/Users/AR-N2840/Downloads/Dialnet-LiderazgoEticoUnaPerspectivaEnUniversidadesPublica-7338190%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/AR-N2840/Downloads/Dialnet-LiderazgoEticoUnaPerspectivaEnUniversidadesPublica-7338190%20(2).pdf)
- González, D. (2007). Plan de negocios para emprendedores al éxito. México. Editorial Mc GrawHill. Primera edición.
- Gómez Bustamante, E., Bohórquez Moreno, C., & Severiche Sierra, C. (2018). Social-demographic and health conditions in waste pickers in the city of Cartagena de Indias (Colombia). *Aglala*, 9(1), 430-442. Recuperado de <http://revistas.curnvirtual.edu.co/index.php/aglala/article/view/1237>
- Harris, J., Paz, A y Franco, F (2014). Compromiso organizacional: Estímulo del éxito del personal docente en las universidades privadas, *Revista Económicas CUC*, 35 (1), 91-106. <https://revistascientificas.cuc.edu.co/economicascuc/article/view/227>
- Hernández, R; Fernández, C y Baptista; M (2014). Metodología de la Investigación. México. Editorial Mc. Graw Hill Interamericana Editores, S.A. Sexta Edición
- Kurlat, J. (2010). Emprendimientos productivos: herramientas para la gestión de emprendimientos. Buenos Aires. Argentina. Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) 2010. <http://www.cecea.org.uy/innovaportal/file/5781/1/cuadernillo-gestion-e>
- Méndez, C (2013). Metodología Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación. Colombia Editorial Limusa. Cuarta Edición.
- Mendoza Rivadeneira, M., & Ceballos Polanco, N. (2016). El abastecimiento estratégico y su aplicación en las empresas. *Saber, Ciencia Y Libertad*, 11(1), 129-140. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2016v11n1.498>

- Miato, S y Miato, L (2013). *Producir: Una competencia cognitiva social*. Editorial Narcea. Madrid. España.
- Palella, S. y Martins, F. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Caracas, Venezuela. Fondo editorial de la Universidad Pedagógica Experimental Libertador (FEDUPEL.).
- Paz, A., Harris, J. & Franco, F. (2016). Responsabilidad social gestión compartida con el emprendedor social en empresas mixtas del sector petrolero. *Económicas CUC*, 37(2), 47-68. DOI: <http://dx.doi.org/10.17981/econcuc.37.2.2016.03>
- Paz, A, Harris, J y Paz, J (2015). Cultura ética y responsabilidad social: identidad con rostro humano en universidades. Venezuela. VII Jornadas Científicas Nacionales Dr. José Gregorio Hernández “El desarrollo de un país depende de la ciencia. Dr. Jacinto Convit” Maracaibo, 26, 27 y 28 de noviembre de 2015
- Paz, A; Núñez, M; García, J. y Salóm. (2016). Rol del liderazgo ético en organizaciones académicas. *Revista Opción*, Año 32, Especial No.12 (2016): 148-168. Venezuela Universidad del Zulia. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31048903008.pdf>
- Paz M, Annherys y Prieto P, Ronald (2015). Emprendimiento como estrategia en la formación universitaria en Colombia. Venezuela IV Jornadas de Investigación “Emprendimiento e Innovación Gerencial” Maracaibo, 16 y 17 de octubre de 2015. Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín. <https://www.urbe.edu/investigacion/centros/Memoria-IV-Jornadas-de-Investigacion-Emprendimiento-e-Innovacion-Tecnologica.pdf>
- Paz M, Annherys; Pinto A, Elvis y Mendoza C, Carmenza (2015). Emprendimiento: herramienta para la formación del emprendedor social en la universidad de La Guajira. *Revista Boletín Redipe*, 4(8), 79-85. Recuperado a partir de <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/365>
- Paz-Marcano, A., Castro-Alfaro, A., & Palacios-Rozo, J. (2019). Competencias del Emprendedor Social Aliado de las Comunidades del Entorno Empresarial Petrolero Venezolano. *Saber, Ciencia Y Libertad*, 14(2), 163-177. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2019v14n2.5883>
- Paz, A., Sánchez, J., Magdaniel, Y., & Robles, C. (2017). Estrategias de la responsabilidad social acción voluntaria en la universidad de la Guajira. *Desarrollo Gerencial*, 9(1), 126-143. <https://doi.org/10.17081/dege.9.1.2729>
- Paz, A.; Salom, M.; García, J & Suarez, H. (2020). Perfil emprendedor en la formación universitaria venezolana. *Revista de ciencias sociales* 26 (1), 161-174
- Pedraza R, Carlos; Cantillo C, Nair y Dueñas M, José (2019). *Emprendimiento Social en el Sector Lácteo*. Colombia. Editorial Universidad de la Guajira. Primera edición
- Prieto, R., González, D. & Paz, A. (2015). Responsabilidad social universitaria: Estrategia para el desarrollo sostenible en américa latina. Ponencia presentada en memorias arbitradas de las VII Jornadas Científicas Internas Dr. José Gregorio Hernández. Maracaibo-Venezuela. Universidad Dr. José Gregorio Hernández. Noviembre (2015). ISBN: 978-980-7437-12-7. Pp. 552-569
- Sanabria-Rangel, Pedro Emilio; Morales-Rubiano, María Eugenia; Ortiz-Riaga, Carolina (2014). *Interacción Universidad y entorno: marco para el emprendimiento Educación y Educadores*, vol. 18, núm. 1, enero-abril, 2015, pp. 111-134. Universidad de La Sabana, Cundinamarca, Colombia. <http://www.redalyc.org/pdf/834/83439194007.pdf>

- Sandino, V., Simanca, F., Páez, J., Palacios, J. y Castro, A. (2019). El proceso de reincorporación de las mujeres de las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia – Ejército del pueblo: necesidades, retos y perspectivas. En V. Meriño, E. Martínez, A. Pérez, A. Antúnez, H. Urzola y I. Rincón (Comp), *Gestión del conocimiento perspectiva multidisciplinaria. Vol 14*. (pp. 335-354). Zulia, Venezuela: Fondo Editorial Universitario de la Universidad Nacional Experimental Sur del Lago Jesús María.
- Suarez, Horacio y Vera, Carlos (2015). Emprendimiento y desarrollo para el municipio de Riohacha-Colombia. Investigación de Ciencias Humanas, Venezuela. Universidad del Zulia ISBN 978-980-402-086-5. Depósito legal lf 18520120011483. Vol. 6, 2015. Pp. 307 - 316
- Tamayo y Tamayo, M (2010). El Proceso de la Investigación Científica. México. Editorial Limusa. D.F. Séptima edición.
- Tracy, B. (2015). La biblioteca del éxito. Gerencia. Grupo Nelson. Estados Unidos de América.
- Van Praag, C y Versloot, P (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Business Economics* (2007) Volumen 29; p: 351-382. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-007-9074-x>
- Yances Córdoba, L., Lozano Leiva, I., Rodríguez Ramírez, J., Ropero Fernández, E., & Solar Manjarrez, G. (2017). Incidencia de la inversión extranjera en el desarrollo productivo de la sociedad terminar de contenedores de Cartagena S.A. (Contecar). *Conocimiento Global*, 2(1), 1-8. Recuperado a partir de <http://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/12>