

Competencias del emprendedor social aliado de las comunidades, en el entorno empresarial petrolero venezolano*

Competences of the Social Entrepreneur Allied of the Communities, in the Venezuelan Oil Industry Environment

Annherys Paz-Marcano¹
Alain Castro-Alfaro²
Jairo Jamith Palacios-Rozo³

Resumen

El emprendimiento es una actividad que se concibe como una oportunidad que aporta al desarrollo socioeconómico de los países, donde el emprendedor social se convierte en un agente transformador de las comunidades con ideas que coadyuvan a solventar sus necesidades. Es por ello que el presente artículo tiene como objetivo analizar las competencias del emprendedor social como aliado de las comunidades, en el entorno empresarial petrolero venezolano. Se sustenta metodológicamente en un paradigma cuantitativo, enfoque positivista, y es una investigación tipo descriptiva, con un diseño no experimental, transaccional, de campo. Los sujetos de la población estuvieron representados por 130 personas de los consejos comunales asentadas en zonas adyacentes de la actividad petrolera, cuya opinión se obtuvo con la aplicación de la técnica de la encuesta a través de un cuestionario de 15 ítems con alternativas múltiples de respuesta, validado previamente por 10 profesionales expertos, el cual alcanzó en su aplicación un nivel de 96% de fiabilidad. Para el análisis de los resultados de la información manifestada por los sujetos encuestados, se utilizó la estadística inferencial. A modo de conclusión, se pudo determinar la presencia de competencias del emprendedor social en comunidades en Venezuela: este tiene un espíritu emprendedor caracterizado por un sentido innovador, aplicando estrategias creativas que articula con los grupos de interés de manera responsable, visionaria y planificada. Sus actividades representan ideas que dinamizan el desarrollo de las comunidades, para contribuir a solventar sus necesidades.

Palabras clave

Competencias; emprendedor social; comunidades; entorno empresarial venezolano.

Fecha de recepción: 28 de enero de 2019
Fecha de evaluación: 20 de marzo de 2019
Fecha de aceptación: 2 de mayo de 2019

Este es un artículo Open Access bajo la licencia BY-NC-SA
(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)
Published by Universidad Libre



* Proyecto de investigación. Producto resultado de la investigación posdoctoral “Emprendimiento social en las comunidades asentadas en zonas petroleras”, en Gerencia Pública y Gobierno de la Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín, Maracaibo, Venezuela; 2018.

1 Doctora en Ciencias Gerenciales. Postdoctora en Gerencia de las Organizaciones. Postdoctora en Integración y Desarrollo en América Latina. Postdoctora en Gerencia Pública y Gobierno. Magíster en Gerencia Recursos Humanos. Licenciada en Administración de Empresas. Docente e investigadora de la Universidad de La Guajira, Riohacha, Colombia. Investigadora sénior reconocida por Colciencias, adscrita al grupo de investigación AIKA. Correo electrónico: annheryspaz@hotmail.com; aipaz@uniguajira.edu.co ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-7538-1563>.

2 Magíster Gestión de Alta Dirección (Universidad Federico Villarreal, Perú). Sociólogo (Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Perú). Docente e investigador de la Universidad Rafael Núñez, Cartagena, Colombia. Docente investigador CURN. Editor de la revista Aglala de la Universidad Rafael Núñez, Cartagena, Colombia. Grupo de investigación Cartaciencia. Director de la empresa de asesorías en investigación científica Tesis Colombia. Línea de investigación: responsabilidad social. Correo electrónico: alain.castro@curnvirtual.edu.co. <https://orcid.org/0000-0003-1727-7770>.

3 Docente de la Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca. Correo electrónico: jjpalacios@unicolmayor.edu.co ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1437-9838>

Abstract

Entrepreneurship is an activity that is conceived as an opportunity that contributes to the socio-economic development of the countries, where the social entrepreneur becomes a transforming agent of the communities with ideas that contribute to solve their needs. That is why the objective of this article is to analyze the competencies of the social entrepreneur as an ally of the communities, in the Venezuelan oil business environment. Methodologically, the investigation is supported in a quantitative paradigm, positivist approach, and has a descriptive, non-experimental, transactional, field design. The subjects of the population were represented by 130 people of the communal councils settled in adjacent areas of the oil activity, whose opinions were obtained through the application of the technique of the survey, with a questionnaire of 15 items with multiple response alternatives, previously validated by 10 expert professionals, which reached a level of 96% reliability. For the analysis of the results of the information expressed by the surveyed subjects, inferential statistics were used. As a conclusion, it was possible to determine the presence of competences of the social entrepreneurs in communities in Venezuela: they have an entrepreneurial spirit characterized by an innovative sense, applying creative strategies articulated with the groups of interest, in a responsible, visionary and planned manner. Their activities represent ideas that dynamize the development of the communities to help solve their needs.

Keywords

Competencies; social entrepreneur; communities; Venezuelan business environment.

Introducción

Las economías de las naciones a escala mundial, han mostrado su capacidad de cambios para adaptarse a las tendencias que marcan ventajas competitivas en el mercado (Castro y Escobar (2015), el cual se ve reflejado en los resultados de la gestión empresarial de los diversos sectores del aparato productivo, propiciando desde su desempeño la práctica de acciones estratégicas, a fin de impactar a la sociedad, mejorar el desarrollo productivo, y favorecer la calidad de vida de los habitantes de las comunidades. De acuerdo con (Paz, Harris y García, 2015), en la actualidad la globalización ha generado tanto avances como transformaciones sociales, teniendo que establecer estrategias que las llevan a adaptarse a las exigencias de un mercado competitivo, para dar respuestas a las realidades del entorno.

Es así como, la evolución empresarial en los países, sin exclusión de los latinos caracterizados por una economía emergente, insertan tendencias, que permiten ocupar espacios en los mercados donde oferta sus bienes y servicios (Arrázola, Valdiris y Bedoya (2017), siendo una alternativa el emprendimiento, el cual se ha desarrollado como un indicador estratégico

del desarrollo económico, mediante la creación de unidades productivas para cubrir las exigencias que demanda una economía globalizada, pudiendo forjar una cultura y espíritu emprendedor, caracterizado por sus conocimientos, y cualidades que favorecen la generación de oportunidades de nuevos negocios, pero al igual generador de un impacto social (Alzamora, 2018; Castro, Hoyos, Londoño y Mercado, 2017). Por su parte, Paz, Harris y Paz (2015), expresan que el hombre como actor social, debe ser dinámico con capacidad de adaptación ante las nuevas tendencias que demanda la sociedad.

Ante esta realidad, el emprendimiento ha sido un tema que se ha venido estudiando por diversos autores, tomado un interés central en las investigaciones, hasta convertirse en la actualidad en un indicador de la agenda estratégica de las naciones, siendo aliado del desarrollo económico sostenible en las comunidades, con acciones o bien la oferta de productos o servicios destinados a garantizar el bienestar de la sociedad; con la gestión de programas sociales, asimismo actividades que involucran a las personas que residen en las comunidades, asentadas en las zonas adyacentes a su función misional.

Ante esta realidad, para (Herrera, 2012; Paz y Prieto, 2015), el emprendimiento comprende una acción empleada por organizaciones tanto desde su interior como el apoyo a su exterior para activar la economía del país. Por su parte, expresan (Paz, Pinto y Mendoza, 2015; Castro, 2018; De Ávila y Díaz, 2016) que el emprendimiento, representa la conjunción de ideas y oportunidades para cubrir las necesidades de la sociedad, con opciones, que mejoran el nivel de vida de las personas, el desarrollo y crecimiento de ella.

Por consiguiente, Gamero, Medina y Escobar (2016), expresan que el emprendimiento en la sociedad de hoy día, actúa como un medio dinamizador de los indicadores económicos, razón por lo que señalan (Brown y Ulijn, 2004), que contribuye a la productividad, el crecimiento económico y generación de nuevas fuentes de empleo. Por lo tanto, se alude que el emprendimiento social comprende un conjunto de oportunidades donde el emprendedor como aliado que trabaja por el bienestar de las personas de la sociedad debe plantear ideas, según las necesidades de ella, a fin de proporcionar respuestas cónsonas con la realidad; pero al igual constituyendo un factor determinante del desarrollo.

Para (Franco, Prieto, Paz y Meslier, 2017), el emprendimiento social comprende las oportunidades que agregan valor al desarrollo de las comunidades a través de iniciativas que ayudan a propender una mejor calidad de vida, por el bienestar común de todos. En este particular, como el escenario de las empresas mixtas petroleras en Venezuela, no escapan a las realidades del entorno, en cuanto a la implantación de planes sociales en las comunidades, creando actividades bajo una sinergia permanente que las hacen meritorias de experiencia, equidad e imparcialidad en comparación a otras empresas del sector petrolero, es decir, trabajan uniendo esfuerzos en su gestión, no solo con funciones para alcanzar fines económicos sino también sociales, con ideas que coadyuvan a rescatar el deterioro del tejido social, con la colabora-

ción de los grupos de interés, los cuales trabajan por el bienestar colectivo (Albarracín, García y García, 2017). En este sentido, el emprendedor se convierte en un agente que propicia alternativas hacia el cambio de las comunidades, por lo que desde la revisión de literaturas se estudia las características distintivas de los emprendedores, a atribuyéndoseles la necesidad de alcanzar los objetivos planificados, mediante practica de competencias que le aportan desde el saber ser, saber conocer y saber hacer, desde la autoconfianza, optimismo, creatividad y autonomía.

Por su parte, (González, 2007), citado de Paz, Harris y Franco, 2016) el emprendedor muestra en su acciones rasgos característicos de su personalidad, como la iniciativa, la toma de decisiones, capacidad de riesgo, autocontrol entre otras.

Al igual plantean los autores que entre otras las cualidades del emprendedor, están las de naturaleza físicas, entre ellas: enérgico, mientras las de tipo intelectuales, están la versatilidad, creatividad, investigador, planificador, visionario, analítico, capacidad de solucionar problemas entre otras. Ante la realidad del emprendedor social en las comunidades se puede hacer referencia al trabajo desarrollado por (Madrigal, Arechavala y Madrigal, 2014), titulado: emprendedor social y su impacto en la comunidad, siendo que en esta investigación se reconoce el valor de promover el emprendimiento social en las comunidades en zonas tanto urbanas como rurales, donde sus resultados facilitaron comparar el perfil del emprendedor social con el emprendedor tradicional, pudiendo determinar el alcance entre la empresa tradicional y la empresa social, conllevando a estudiar a los emprendedores sociales, desde la percepción transmitida por los estudiante en este tema. Con los resultados del estudio, se pudo discernir acerca que en los últimos años el emprendedor social, es visto como un agente que respalda la inclusión de actividades hacia el cambio en la sociedad, ya que lleva a cabo ideas que permiten resolver los problemas de la sociedad, es así

como se infiere que no es trabajar para alcanzar un fin económico, sino un bienestar colectivo del mismo a través de la capacidad de generar ideas innovadoras, se puede obtener un cambio social y cierto beneficio económico.

Si bien es cierto, el papel del emprendedor social en las comunidades asentadas en zonas adyacentes a la actividad petrolera venezolana; ha creado algunos vacíos o aristas de interpretación en la gestión hacia afuera de las empresas, además de cómo se lleva a cabo el aporte o compromiso entre ellos con el entorno, los cuales permiten distinguir el desarrollo de sus actividades misionales, donde a pesar de las circunstancias que objetan su realidades en la participación a favor del bien común, se muestran síntomas como gestión centrados en la solución de necesidades eventuales generadas por las actividades resultantes de medición de los indicadores de las empresa asentadas en zonas adyacentes y no la participación compartida empresa- comunidad para estudiar situaciones constantes que pudiesen deteriorar el bienestar de las personas que residen de ellas.

Es así como bajo un esquema de reflexión simbiótica involucran los grupos de interés, a objeto de alcanzar un beneficio compartido, que coadyuve el desarrollo de comunidades sostenibles, donde además de ver resultados de algunas limitaciones como la poca toma de decisiones compartidas con agentes sociales, falta de planes alternativos para ofrecer soluciones a sus problemas, inestabilidad con bajo crecimiento sostenible, acciones poco proactivas inclinadas a una cultura social.

A partir de estudiar el entorno, surge analizar las competencias del emprendedor social como aliado de las comunidades del entorno petrolero venezolano en las comunidades en zonas adyacentes a las empresas mixtas petroleras, siendo las posibles causas que dan inicio a esta investigación las pocas manifestación de las competencias de los emprendedores sociales en las actividades de las comunidades en Ve-

nezuela junto al desconocimiento de las prácticas gerenciales de las empresas asentadas en el entorno, las cuales influyen en el intercambio de comunicación, además de poca integración de los equipos sociales trayendo consigo conflictos, aunado a emprendedores sociales poco comprometidos para trabajar en conjunto con el sector empresarial, el cual imposibilita dar respuesta a las requerimientos del entorno, dejando como consecuencia carecía de acciones socialmente competitivas.

De este modo, se explica la existencia de estudios empíricos, donde se ha compilado información sobre el tema del emprendedor social y su relación con el desarrollo de las comunidades, siendo beneficioso para el bienestar colectivo. Por lo cual, la incorporación de prácticas es aún naciente, a pesar de su análisis y practicidad prospectiva, pues forman parte del interés en las grandes empresas entre ellas la del sector objeto de estudio, a fin de crear alianzas de trabajo para crear comunidades sostenibles. No obstante, de allí la explicación que son diversas las que han incorporado el apoyo del emprendedor social, no sólo con el propósito de ser agente transformador y multiplicador de bienestar sino además garantizar su participación con los grupos de interés para fomentar acciones destinadas al desarrollo humano sostenible en la sociedad.

De tal manera, que el funcionamiento de las empresas del sector objeto de estudio, cumplen un rol de orientación y apoyo de los emprendedores sociales en las comunidades ubicadas en zonas adyacentes, con labores destinadas a propender los niveles de vida de las personas en las comunidades, aunado al fomento de la capacidad de emprender en proyectos que agregan valor a la sociedad, partiendo de la innovación, creatividad y transparencias de acciones que satisfagan las necesidades o solvente situaciones acuciantes de su entorno.

De acuerdo a (Choi y Majumdar, 2014), el emprendimiento social, vislumbra la aplicación

de acciones empresariales para apoyar el bienestar social. De tal modo, que este busca el fomento de comportamiento entre las personas de la sociedad, para propiciar el quehacer nuevos productos y servicios destinados a cubrir las necesidades y apoyar la transformación social sostenible (Hernández, Franco, Canabal y Sánchez, 2017).

Por lo antes expuesto, dada las situaciones en las cuales se encuentran las comunidades de la sociedad de hoy en día, resulta de interés estudiar las competencias del emprendedor social en comunidades adyacentes al sector petrolero venezolano; por cuanto los resultados alcanzados serán de utilidad al tomar de decisiones que conlleven a la ejecución de actividades destinadas a promover el espíritu y capacidad emprendedora para enfrentar las necesidades de ellas. Según (Paz y Prieto, 2015) los emprendedores sociales deben emplear proyectos para contribuir al bienestar social, siendo su participación la que aporte a la sostenibilidad social.

Por otra parte, (Paz, Paz y Franco, 2012), señalan que los emprendedores, son líderes que propician en su actuación actividades dirigidas a alcanzar niveles de calidad de vida en su gente, siendo agentes activos y transformadores de la sociedad, los cuales exponen desde su quehacer de conocimientos, cualidades y habilidades que los hacen meritorios de personas luchadoras por el bien común.

Las características que distinguen al emprendedor social, según (Cajina, 2014), se origina de la buena capacidad organizativa, el cual permite entender nuevos retos y proyectos e ir más allá de donde ha llegado. Así, (Curto, 2012), el emprendedor social busca cambiar una idea novedosa en una innovación exitosa utilizando competencias diferenciadoras en su actuación en el entorno donde se desenvuelve.

En este sentido, el emprendedor social es la persona que sabe descubrir, planificar, orientar e identificar una oportunidad para agregar valor al bien común. Precisa, (Bruna, 2007), que el

emprendedor social persigue la transformación social y medioambiental de la comunidad. No obstante, coincide (Vainrub, 2009) que las características de un emprendedor social, se ve articulado en iniciativas sociales, los cuales permiten la toma de decisiones objetivas e imparciales, conociendo sus limitaciones.

A su vez, se agrega que al mencionar las competencias del emprendedor social, (Sánchez, Sánchez y Paz, 2016) destacan que una competencia es entendida como la consecuencia de la integración de aquellos recursos como conocimientos, habilidades y actitudes, entre otras, expresadas en una labor ejecutada en el trabajo. Por tanto, el emprendedor social, entre sus competencias, debe desarrollar características que le dan sentido a lo que hace en su entorno.

Según (Soto y Cárdenas, 2007), el emprendedor debe manifestar competencias asociadas al sentido común, valor, iniciativa, motivador; creativo, innovador, exitoso, tolerante, optimista, versátil, responsable; capacidad de delegar, persuasivo, tenaz, planificador, visionario, comunicador, asertivo; en fin, mirarse hacia adentro para manifestar sus cualidades en los propósitos de vida para sí y su entorno; es decir, el emprendedor es un individuo que propicia la transformación y cambio social.

En este particular, son diversas las competencias que requiere manifestar el emprendedor social, para alcanzar el bien colectivo entre ello: a) **Innovador**, donde destacan por su parte, (Soto y Cárdenas, 2007) que los emprendedores sociales, son personas creativas, propendiendo con su actuación eliminar obstáculos que le irrumpen cumplir con los planes de trabajo del entorno. Señala (Tan, Williams y Tan, 2005), que emprendimiento, se traduce en la facultad de exponer y ejecutar ideas desde sus capacidades. Refiere (Ferreiro y Camino, 2014) los emprendedores innovadores, actúan buscando la transformación constante tanto de sus sistemas productivos como de su organiza-

ción interna y relación con las demás. De tal modo, que los emprendedores sociales son innovadores, tendientes a plantear ideas que favorecen el bienestar de las comunidades, con la articulación de alianzas y redes de contacto, tendientes a comunicar el bienestar y calidad de vida; b) **Responsable** (Soto y Cárdenas, 2007) donde la responsabilidad del emprendedor, se caracteriza por la práctica de acciones apegadas a la ética y valores morales; asimismo dirigir hombres bajo un trabajo en equipo para cambiar la realidad, consiguiendo resultados favorables hacia la comunidad. (De la Calle y Ortiz, 2006), la responsabilidad es la condición del emprendedor de responder por las acciones, decisiones y sus consecuencias, implica tomar decisiones con imparcialidad y autonomía, los cuales lo lleva a lograr resultados enmarcado en la eficiencia y eficacia. De acuerdo con los criterios contemplados por (Ramos, 2006), la responsabilidad, consiste en la obligación, depende del espíritu individual de las personas. Por consiguiente, establece Carrera (2004, citado por Urdaneta 2010), que la responsabilidad, viene hacer la capacidad del emprendedor de sentirse inexcusable a dar una respuesta o a cumplir un trabajo sin presión externa alguna, los autores citados admiten la existencia de dos vertientes contextos al hacer mención a la responsabilidad, esta puede ser individual, es decir que le proporciona al ser humano conocer y aceptar las consecuencias de sus actos; mientras la responsabilidad colectiva, comprende la capacidad de inducir hacia las decisiones colectivas; al igual responder a las tomadas en el grupo social donde se está incluido. Dentro de este contexto, la responsabilidad del emprendedor social viene dada por la capacidad de tomar decisiones o bien emprender acciones, ya sea individual o colectivo para propiciar respuestas a un problema o situación dada en el entorno, es decir implica asumir con libertad la actuación que deriva de las funciones que desarrolla en las actividades desempeñada y planificadas, a fin de lograr resultados satisfactorios en la comunidad; c) **Visionario**, (Austin, Gutiérrez, Ogliastri y Reficco, 2006) explican que los emprendedo-

res sociales como los convencionales, se caracterizan por su sentido visionario, observando las oportunistas, el cual conlleva su quehacer a plantear alianzas y redes de contacto, encaminadas a obtener el fin común. Vale acotar, que este término, aunque es caracterizado por diversos autores como la combinación de la creatividad con habilidades pragmáticas para alcanzar nuevas ideas y servicios a la comunidad. Desde el criterio planteado, por (Soto y Cárdenas, 2007) el emprendedor social aplica sus propias habilidades, con características visionarias de colaborar y pedir ayuda. Para (Gerber, 2007) una característica del emprendedor es su sentido visionario, soñador, catalizador del cambio, innovador, creador de nuevos métodos para penetrar en los mercados o para equipararse con los grandes líderes empresariales. (Marchesnay y Julien, 2008) el emprendedor es un visionario capaz de hacer lo que otros no son capaces de ver o hacer. Entonces en líneas generales, se denota s que el emprendedor social se caracteriza por mostrar su capacidad de innovar y soñar para exponer sus ideas en el entorno y hacerlas realidad, de manera sostenible y, d) **Planificador**, para (Soto y Cárdenas, 2007) el emprendedor es una persona saludable bajo el sustento de autoestima, merecedor de la prosperidad y la felicidad. Por otro lado, en su campo personal es un ser planificador y autónomo, predice la ganancia y percibe la oportunidad del mercado, de igual modo, se comporta como un ser humano apasionado con respecto a una idea; se sobrepone con rapidez a las caídas; corre riesgos; tiene la motivación, el impulso y la habilidad de movilizar recursos, a fin de ir al encuentro de dicha oportunidad de manera planificada y organizada.

Para Marijek (2004) el emprendedor social propone la introducción de nuevos bienes y servicios, materias primas y métodos de organización a través de la creación de alianzas entre otros aspectos. A los factores ya planteados, se agrega la postura de Shapero (2007) el emprendedor es una persona ordenada, que sigue un plan y que cuenta con iniciativa propia y organizador de escenarios determinados. Dentro

de este marco, se explica que una característica esencial en el emprendedor social es su capacidad de planificar, para promover ideas sostenibles y tomar decisiones de manera autónoma, asumiéndose desde estas perspectivas la teoría de Shapero.

Materiales y métodos

Este artículo se apoyó en técnicas metodológicas suscritas en el método científico, argumentándose en la naturaleza cuantitativa, basado en la interpretación de los datos emitidos por los encuestados, en lo atinente a las competencias del emprendedor social Para (Hernández, Fernández & Baptista, 2014) el paradigma cuantitativo se apoya en la recolección de datos, los cuales serán medidos empleando el lenguaje numérico, para posteriormente ser organizados para realizar el análisis estadístico, y establecer criterios de comportamiento y contrastar con las teorías que argumenta el contexto de estudio.

Asimismo, comprende un paradigma científico positivista, permitiendo analizar el objeto de investigación con la aplicación de un instrumento válido y confiable para conocer la opinión de los encuestados e interpretando la información con estimaciones estadísticas sobre la variable emprendedor social. (Guanipa, 2010), el enfoque positivista, consiste en estudiar y establecer hallazgos con el uso de números codificados de las respuestas obtenidas, en la actividad de recolección de datos arrojados por la opinión de los sujetos encuestados, durante la aplicación de instrumentos previamente validados y calculado su fiabilidad.

Por otra parte, se sustenta el estudio en la investigación descriptiva, interpretando la información con el análisis de elementos observables en la variable, con la aplicación de técnicas e instrumentos de acuerdo a la naturaleza investigativa y el objetivo planteado. (Hernández, Fernández & Baptista, 2014), la investigación descriptiva persigue obtener aspectos concretos del fenómeno objeto de estudio, a través de la

población según los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos u objetos o cualquier otro fenómeno sometido a análisis.

El diseño de investigación, es no experimental, transaccional de campo. (Hernández, et al, 2014), es no experimental, ya que no se hace variar intencionalmente la variable independiente, sino se obtienen datos de la observación del fenómeno en estudio en un escenario natural, para luego analizarlos, sin intervención alguna de los investigadores. Por otra parte, de acuerdo con los autores, se identifica con el diseño transaccional o transversal, donde se recogen los datos en un momento único, centrado en la descripción de la variable, y posteriormente analizar su posible causa o consecuencia en un momento dado.

En relación con el objetivo del estudio, es un diseño de campo, en los cuales la información sobre la situación investigada fue obtenida de la realidad, es decir se extrajo de la opinión de los sujetos representantes de las comunidades asentadas en las adyacencias de las empresas mixtas petroleras del estado Zulia, Venezuela. Señala (Arias, 2016), que el diseño de campo la recolección de información objetiva de la situación de estudio, se recogen en un escenario real, sin manipulación o control de la variable por los investigadores. Por su parte (Tamayo y Tamayo, 2010) un diseño de campo, recoge datos directamente de la realidad, por tanto, se le denomina primarios.

Participantes

En relación con los sujetos informantes de la investigación, para el alcance del objetivo sobre la variable emprendedor social, con la dimensión competencias del emprendedor social se recurrió a la opinión emitida por los representantes de las comunidades objeto de estudio del Estado Zulia, Venezuela. La población, según (Hernández, et al, 2014), es el conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones, partiendo de características

de contenido, de lugar y el tiempo. (Méndez, 2013), describe que la población es el número de personas, utilizadas por el investigador para solicitar información, el cual depende de los objetivos, el alcance del estudio y las características de las personas que la pueden suministrar.

Al respecto, la población estuvo conformada por 130 sujetos representantes de los consejos comunales de las comunidades asentadas en la zona de estudio caracterizando por ser finita y accesible, correspondiendo a un censo poblacional, estudiando la totalidad de sujetos informantes. (Tamayo y Tamayo, 2010) expresa que el censo concluye todos los miembros de la población, siendo más representativa.

Instrumento

Para la compilación de información, se utilizó la técnica de la observación por encuesta, (Méndez, 2013) es un instrumento de observación que contiene una serie de preguntas cuyas respuestas, son diligenciadas por el encuestador, permitiendo desde el conocimiento saber acerca del objeto de investigación del encuestado. (Arias, 2016), la población es una técnica que pretende obtener información que suministra un grupo o muestra de sujetos acerca de sí mismos o en relación con un tema en particular.

Según el instrumento, para estudiar la opinión de los encuestados, y registrar los datos emitidos por ellos, acerca de la variable estudiada, se aplicó un cuestionario con 12 ítems en opciones de respuesta múltiples de siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca, (Hernández, et al, 2014), el cuestionario, representa a un conjunto de ítems de acuerdo a una o más variables a medir.

En este sentido. el cuestionario fue previamente validado por el juicio de 10 expertos. (Hernández, et al, 2014) la validez es el grado donde un instrumento que mide la variable que busca medir. Con respecto a la confiabilidad del instrumento, se logró de la aplicación de la

fórmula de alfa cronbach proyectando un valor de 0,98, es decir 98 % fiabilidad. La confiabilidad del instrumento de medición de acuerdo a los criterios de (Hernández, et al, 2014), es el grado de aplicación de un instrumento repetido al mismo sujeto u objeto origina iguales resultados; el cual oscila entre 0 y 1. El análisis de la información derivada de la aplicación de la encuesta, se realizó mediante la estadística descriptiva e inferencial.

Procedimiento

El procedimiento de la presente investigación, se inicia con la propuesta de un anteproyecto, donde se plantearon aspectos tales como planteamiento, formulación del problema, objetivos, justificación y delimitación del estudio; seguido de la revisión de trabajos antecesores relacionados con la variable, asimismo se revisaron fuentes documentales disponibles tanto en físico como bases de datos electrónicas, apoyados en el sistema de variable con su respectiva operacionalización.

Posteriormente, se desarrolló la metodología, especificando el paradigma y enfoque epistemológico que guiará el estudio; asimismo el tipo y diseño de investigación, población, técnica e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad del instrumento, análisis estadístico utilizado para analizar e interpretar los datos pronunciados por la población encuestada. Concluyéndose, con el análisis y discusión de los resultados, conclusiones, recomendaciones, y las referencias bibliográficas que argumentan la consulta de autores del trabajo. Finalmente, luego de terminada la investigación se elaboró y presento el informe final, así como el artículo resultante del quehacer investigativo.

Resultados y discusión

Los datos que se muestran en este aparte de la investigación, son el resultado de la aplica-

ción del cuestionario a la poblacional de estudio representada por 130 sujetos pertenecientes a los consejos comunales de las comunidades adyacentes a la actividades misionales de las empresas mixtas petroleras del estado Zulia en Venezuela, la información recopilada y tabulada de la opinión de los encuestados se presentan en cuadros según las medias aritméticas obteni-

das e interpretadas, de acuerdo a un baremo de tendencias de rangos y categorías promedios. (Ver cuadro 1). Del mismo modo, se muestra la vinculación entre las teorías que sustentan el trabajo y los datos alcanzados para medir el comportamiento de la variable, a través de sus dimensiones e indicadores.

Cuadro 1. 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: Paz, Castro y Sánchez (2019)

Cuadro 2. Nivel de significancia. Dimensión: competencias del emprendedor social

ANOVA DE UN FACTOR					
Puntaje	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	23.721	3	7.907	42.096	.000
Dentro de grupos	21.789	116	.188		
Total	45.510	119			

Fuente: Paz, Castro y Sánchez(2019)

En relación a la comparación de la prueba de múltiples rangos Post Hoc de Tukey revela las diferencias entre los indicadores de la dimensión Competencias del emprendedor social

de la variable emprendedor social, al mismo tiempo se destaca la homocedasticidad de las varianzas entre los indicadores. (Ver cuadro 3).

Cuadro 3. Dimensión: competencias del emprendedor social. Anova de un factor. Subconjuntos homogéneos

HSD Tukey ^a	Factor	N	Puntaje	
			Subconjunto para alfa = 0.05	
			1	2
Responsable		130		4.20
Planificador		130	3.40	
Visionario		130	3.66	
Innovador		130		4.54
Sig.			.239	1.0

Se visualizan las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

a. Utiliza el tamaño de la muestra de la media armónica = 30.000.

Fuente: Paz, Castro y Sánchez (2019)

En el cuadro 3, se ilustran los datos resultantes de la comparación establecida, donde la prueba de múltiples rangos de Tukey situó dos subconjuntos, a través de los siguientes criterios, en primera instancia la similitud y segundo las diferencias de comportamiento entre los valores arrojados en sus medias, en tal sentido el indicador responsable, reflejó un valor promedio de muy alta presencia con 4.20, según el baremo de interpretación de datos promedios; seguido del indicador planificador con una media de 3,40 con una categoría de moderada presencia como competencia presente en el emprendedor social, el indicador visionario con una media de 3,66, al igual que el resto de los indicadores se ubicó en el rango y categoría de alta presencia; sin embargo el indicador innovador obtuvo una media de 4,54 colocándose en rango y categoría de alta presencia en el emprendedor social.

En el cuadro 3, se muestra en los datos ilustrados una diferencia significativa, en las respuestas de los encuestados, dando lugar al posicionamiento de los indicadores en grado de importancia, evidenciándose según el análisis estadístico de los datos arrojados de la población encuestada, valores que facilitan caracterizar la representación de las competencias del emprendedor social, siendo innovador y responsable las características que lo distinguen en su gestión, seguido de visionario y planificador, por último responsable.

En correspondencia, se asume que desde la gestión del emprendedor social en las comunidades se manifiestan las competencias mediante la propuesta y ejecución de iniciativas, donde su sentido de responsabilidad por el bien común lo lleva a rescatar el tejido social con personas en riesgo social, el cual lo conduce a establecer alianzas con entes públicos, privados y sin fines de lucro para generar capital social, inclusión social y emancipación, para apoyar el alcance de las metas comunitarias y construir la sostenibilidad de ellas. De tal modo, que en el desempeño de sus funciones sociales asume la

planificación estratégica con acciones innovadoras destinadas al mejoramiento continuo de las actividades de manera responsable, donde involucra la participación activa de los diferentes grupos de interés.

En relación a los promedios de los indicadores planificador, se ubica en el rango de $(2,61 < 3,40)$ logrando una presencia moderada, mientras visionario se reflejó en la categoría de alta presencia entre el intervalo establecido $(3,41 < 4,20)$, mientras responsable e innovador se situó muy alta presencia correspondiéndole el intervalo $(4,20 < 5,00)$, estos resultados revelan contradicciones en los criterios manifestados por los sujetos informantes, quienes conciben que las competencias del emprendedor social de las comunidades adyacentes a las empresas mixtas petroleras del estado Zulia, se encuentran altas y muy altas respectivamente.

Estos resultados revelan contradicciones en los criterios manifestados por los sujetos informantes, quienes conciben que las competencias del emprendedor sociales encuentran altas, lo cual concuerda con los criterios documentales planteados por el autor Cajina (2014), al referirse que el emprendedor social, debe mostrar conductas que originan buena capacidad organizativa, el cual permite entender nuevos retos y proyectos e ir más allá de donde ha llegado.

Los resultados arrojados del desarrollo de la investigación, acerca del emprendedor social, permiten estudiar algunos criterios semejantes con el trabajo desarrollado por Herrera (2012) titulado una investigación en emprendimiento: caracterización del emprendedor, el cual fue publicado a través de un artículo en la Revista Económicas Corporación Universitaria de la Costa (CUC) Barranquilla – Colombia, cuyo propósito es sobre la caracterización de los emprendedores del fondo emprender Sincelejo, donde los resultados facilitaron evidenciar que la tendencia en la gestión del emprendimiento social se trata de jóvenes del género masculino, con una edad promedio ubicada en jóvenes

con formación universitaria, caracterizados por mostrar competencias responsables, planificador e innovadoras, creativas, aprovechando las oportunidades, motivador, generador de empleos, con ingresos mensuales menores a tres salarios mínimos, y no presentan dedicación exclusiva a la empresa creada; donde además aporta a la sociedad de su entorno.

Por su parte el indicador innovador y responsable, maneja una media de muy alta presencia coincidiendo con los aspectos planteados por Ferreiro y Camino (2014) los emprendedores innovadores visionan sus ideas en constante transformación para crear cambios que se fecunden en el bien común, tanto de sus sistemas productivos como de su organización interna y relación con las demás. Seguidamente, en cuanto al indicador responsable, los resultados muestran una media muy alta lo cual concierne con los postulados de los autores De la Calle & Ortiz (2006:49), la responsabilidad, consiste en crear un compromiso en el actuar respondiendo por las acciones y decisiones llevadas a cabo y sus posibles efectos.

El resultado para el indicador planificador, maneja una media de moderada presencia, ra-

zón por lo que se discrepa de los aspectos contemplados por Shapero (2007 citado Ferrero y Ríos, 2014) quienes señalan que una característica básica en el emprendedor es su capacidad de planificador, para emprender ideas sostenibles y tomar decisiones de manera autónoma. Por consiguiente, el indicador Visionario, se posicionó en una media de alta presencia, que concuerda con lo enunciado por (Marchesnay y Julien, 2008) quienes establecen que el emprendedor es un visionario, con capacidad de propender el desempeño de una idea que transcurre en hacer lo que otros no son capaces de llevar a cabo.

Posterior a la discusión de los resultados, se ilustra un gráfico de polígono de frecuencias, donde se muestran las medidas de tendencia central; es decir las medias obtenidas del comportamiento de las unidades de análisis por cada uno de los indicadores de la dimensión competencias del emprendedor social. En éste sentido, se observa los promedios en orden descendentes de acuerdo con la importancia mostrada por los sujetos consultados en las comunidades asentadas en las adyacencias de las empresas mixtas del sector petrolero del Estado Zulia Venezuela. (Ver gráfico 1)

Medias de los puntajes

Factor

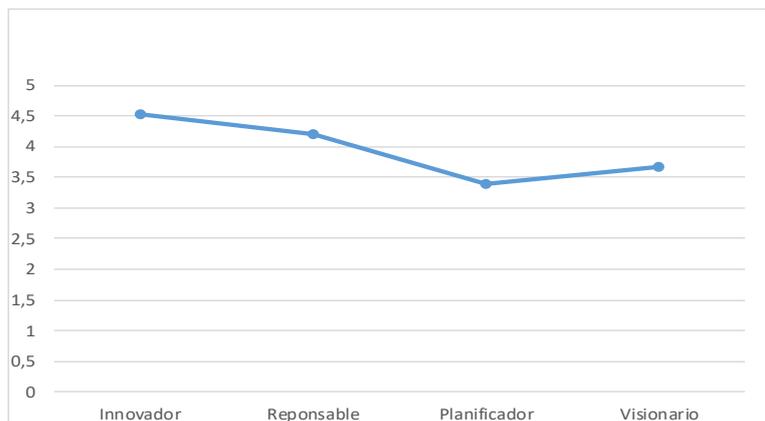


Gráfico 1. Medias para la Dimensión: Competencias del emprendedor social
Fuente: Paz, Castro y Sánchez (2019)

En cuanto al estudio de la variable emprendedor social, se desarrolló sobre la base del objetivo, para medir el comportamiento de la dimensión competencias del emprendedor social manifestadas por el en las comunidades asentadas en las adyacencias de las empresas mixtas petroleras del estado Zulia Venezuela, generando los resultados de la opinión emitida por los sujetos encuestados en el escenario del fenómeno investigado (ver cuadro 4)

Cuadro 4. Variable: Emprendedor Social. Anova de un factor. Subconjuntos homogéneos.

		Puntaje	
		HSD Tukey ^{a,b}	
Factor	N	Subconjunto para alfa = 0.05	
		1	
Competencias del emprendedor social	130	3.7850	
Sig.		.292	

Se visualizan las medias para los grupos en los subconjuntos homogéneos.

a. Utiliza el tamaño de la muestra de la media armónica = 4.615.

b. Los tamaños de grupo no son iguales, empleándose la media armónica de los tamaños de grupo, donde los niveles de error de tipo I no están garantizados.

Fuente: Paz, Castro y Sánchez (2019)

En el cuadro 4, se identifican los resultados generales derivados del análisis estadístico de la variable emprendedor social, donde el ANOVA de un factor proyectó en la dimensión competencias del emprendedor social con una media de 3,785, es decir 3,79 ubicándose en una media de alta presencia en las competencias aplicadas por el emprendedor en el desempeño comunitario.

En este particular, las competencias del emprendedor social en una categoría alta presencia entre el intervalo ($3.41 < 4.20$). En este orden de ideas, estas son altamente significantes en la variable emprendedor social en las comunidades asentadas en las adyacencias de las empresas mixtas petroleras. Dicha interpretación expone, que las empresas mixtas petroleras del estado Zulia, en Venezuela están fortalecidas por alianzas entre las comunidades y ellas, otorgando desde sus planes sociales un valor agregado al bienestar y los niveles de vida del colectivo social habitante en zonas adyacentes, pudiendo crear un espacio por el bien común. (Sánchez,

Sánchez y Paz, 2016) destacan que una competencia es entendida como la consecuencia de la integración de aquellos recursos como conocimientos, habilidades y actitudes, entre otras, expresadas en una labor ejecutada en el trabajo. Por tanto, el emprendedor social, entre sus competencias, debe desarrollar características que le dan sentido a lo que hace en su entorno.

El promedio alcanzado en las competencias del emprendedor social muestra su semejanza con los criterios de Gatica et al. (2012), al exponer que el emprendimiento social, comprende el desarrollo de una idea que aporta valor para la sociedad, conllevando a la transformación e impacto en la comunidad, a partir de la elaboración de productos o servicios que satisfagan sus necesidades; o bien a través de novedosas ideas de negocios. Por lo cual el puede interpretarse como una actividad promovida a influenciar desde el emprendedor en acciones destinadas al bien común.

Conclusiones

A modo de conclusión, se expone el objetivo del presente artículo referente a analizar las competencias del emprendedor social en las comunidades asentadas en las adyacencias de las empresas mixtas petroleras, Estado Zulia, Venezuela, en este sentido la opinión de los encuestados permitió sustentar que la innovación y la responsabilidad, comprende las prioridades que sustenta el desempeño de los emprendedores en las actividades desarrolladas en las comunidades, donde al igual muestran sentido visionario y planificador en el quehacer de ellas, mediante la propuesta y puesta en marcha de ideas para apoyar las estrategias planificadas por el consejo comunal de su entorno, pudiendo transmitir los problemas que le aquejan ante los organismos de

gestión local, como ente responsable de ayudar a solventar sus necesidades, en procura de propender la satisfacción y el bienestar del colectivo en las actividades planificadas.

Por otra parte, se pudo determinar que el emprendedor social acude al apoyo de empresas privadas para mitigar efectos derivados del incumplimiento de las actividades social planificadas por otros entes locales, logrando desde sus acciones crear una sinergia para incorporar a la gente en la solución de sus problemas y con ello atender las necesidades que le incomodan, donde posteriormente en actos público y abierto pueden divulgar los resultados de sus actividades ante los miembros de la comunidad, a fin de aportar a la formulación de proyecto que garanticen el bienestar de la localidad.

Referencias bibliográficas

- AIEST (1991). 41 Congress International Association of Scientific Experts in Tourism. AIEST. Alemania.
- Bañuls, L. A., Rodríguez, R. A. B., & Jiménez, M. (2007). El capital humano como factor estratégico para la competitividad del sector turístico. Cuadernos De Turismo, (19). Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/13831>
- Barbero, JM.; Cortès, F (2005). El trabajo comunitario y su delimitación. Trabajo Comunitario. (p.17-38). Madrid: Alianza Editorial
- Blanco M. M.; Riveros S. H. (2010). El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial Documento publicado en Desarrollo de los agronegocios y la agroindustria rural en América Latina y el Caribe. Conceptos, instrumentos y casos de cooperación técnica, Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
- Boo E. (1992), The ecotourism. Planning for development and management, Wildlands and Humans Needs. A program of World Wildlife Fund, WHN Technical Paper Series, núm. 2, julio.
- Bramwell, B. and Lane, B. (1993). "Sustainable tourism: an evolving global approach". Journal of Sustainable Tourism. 1(1): 1- 5.
- Bramwell, B.; Sharman, A. (1999). Collaboration in local tourism policymaking, Annals of Tourism Research, vol.26 (2), pp. 392-415
- Budowski, Támara (1989), Ecoturismo a la Tica, Tecnitur International Magazine, Costa Rica, p. 75.
- Butler, R. ; Curran, R. ; O’Gorman, (2013) KD Turismo en favor de los pobres en un entorno urbano del primer mundo: estudio de caso de Glasgow Govan. En t. J. Tour. Res 15, 443-457.
- Calderon, J. y López, D. (2014). Orlando Fals Borda y la investigación acción participativa: aportes en el proceso de formación para la transformación. Centro Cultural de la Cooperación Floreal Gorini. Buenos aires. Recuperado de www.centrocultural.com.
- Cañada, Ernest (2013). Turismo en Centroamérica. Un diagnóstico para el debate. Managua: Editorial Enlace.
- Cañada, E. y Fandiño M. (2009). Experiencias de Turismo Comunitario En Nicaragua. Aportes La Economía Campesina. Managua: Editorial Enlace.

- Casas Jurado, A. C.; Soler Domingo, A. y Jaime Pastor, V. (2012). “El turismo comunitario como instrumento de erradicación de la pobreza: Potencialidades para su desarrollo en Cuzco (Perú)”. Cuadernos de Turismo, n° 30, pp. 91-108.
- Carballeda, A. (2002). “Problemáticas sociales complejas y políticas públicas”. En: Carballeda, A. (2002) La intervención en lo social. Paidós. Buenos Aires.
- Colton, JW. (2005). Developing agritourism in Nova Scotia: Issues and challenges. In *Journal of Sustainable Agriculture*. 27 (1) p91-112.
- Ceballos Lascurain, Héctor (1988), *The Future of Ecotourism*, Mexico Journal, núm. 17, pp. 13-14.
- Cruz Blasco, M. (2012). “Turismo, identidad y reivindicación sociocultural en Chile”. *Turismo y Sostenibilidad: V Jornadas de Investigación en Turismo*, Universidad de Sevilla, Sevilla, pp. 127-147.
- Demartoto A (2009). *Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat*, Surakarta: Sebelas Maret University Press
- D Park, TJ Nam, CK Shi, (2010). *Designing an immersive tour experience system for cultural tour si-tes*. Resúmenes extendidos sobre factores humanos en sistemas de computación. Montréal, Québec, Canada
- Ellis, S (2014). El legado de la guerra para el desarrollo del turismo basado en la comunidad: Aprendizajes de Camboya. *Commun. Dev. J.* 49, 129–142.
- Escobar E.A.A: Romero G.Z, Londoño A. E. y Navas R.M.E. (2016). *Responsabilidad Social: Enfoques y perspectivas*. Tercera parte. *Responsabilidad social empresarial, desarrollo y pobreza*. Editorial Universidad Libre. Cartagena. P 114
- Formica, S. & Kothari, T. (2008). —Strategic destination planning: Analizing the future of tourismll. *Journal of Travel Research*, n° 46, p. 355-367.
- García, L. (2006). El uso de marcas como herramienta para apoyar estrategias competitivas en turismo comunitario. Ginebra: Organización Internacional de Trabajo.
- García Henche, B. (2005). Características diferenciales del producto turismo rural. *Cuadernos De Turismo*, (15), 113 134. Recuperado a partir de <https://revistas.um.es/turismo/article/view/18481>
- Godwin, H. (2012): «Ten years of responsible tourism: an assessment». *Progress in Responsible Tourism*, 2(1), 4–33.
- Grupo de trabajo de turismo de APEC (2010). *Turismo eficaz basado en la comunidad: un manual de mejores prácticas; Cooperación Económica Asia-Pacífico*: Sydney, Australia.
- Guzmán, T. J. L. G., & Cañizares, S. M. S. (2009). Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en El Salvador. *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 99, 85-103.
- Hall, M. y Lew, A. (2009): *Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach*, Londres: Routledge. 392 p.
- Hiernaux-Nicolas, D, et al. (2002). *Imaginarios Sociales y Turismo Sostenible*. Cuaderno de Ciencias Sociales 123. Sede Académica, Costa Rica. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales FLACSO.
- Inostroza, G. (2000). “La experiencia de desarrollo turístico de dos organizaciones campesinas de la comuna de Chonchi, provincia de Chiloé”. Publicado en la revista *Gestión Turística* N° 5, Año 2000. Editor Edgardo Guillermo Oyarzún Méndez. *Calidad en Agroturismo y Turismo Rural*. 4to Seminario Internacional.
- Jiménez, T. (2014). Energías renovables y turismo comunitario: una apuesta conjunta para el desarrollo humano sostenible de las comunidades rurales. *Energética*, (44), 93-105.
- Jurados, C. (2012). La importancia de las áreas protegidas naturales para las comunidades locales desde la perspectiva del turismo comunitario sostenible. *AIDIS*. Córdoba, España.
- López-Guzmán, T. y Sánchez Cañizares, S. M. (2009a) “Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en el Salvador”. *REVESCO: Revista de Estudios Cooperativos*, n° 30, pp. 85-103.
- López-Guzmán, T.; Millán Vázquez, G. & Melián Navarro, A. (2007) “Turismo solidario: Una perspectiva desde la Unión Europea”. *Gestión Turística*, Universidad Austral de Chile, Valdivia

- Lucchetti, VG;Font, X. Turismo comunitario: factores críticos de éxito. Disponible en línea:www.icrtourism.org/wp-content/uploads/2012/03/OP27.pdf (consultado el 10 de febrero de 2018).
- López, N.F. (2002). El análisis de contenido como método de investigación. *Revista de Education*. 4: 167-179. McIntosh R.W., Goeldner Ch.R (1985). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Wiley, 564 p
- Maldonado, C. (2005). Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo [OIT].
- Manyara, G. y Eleri J (2007). Community-based tourism enterprises development in Kenya: An exploration of their potential as avenues of poverty reduction. *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 15 (6), p. 628-644.
- Marín Ibáñez, R. (1985): «Análisis de documentos», en MARÍN IBÁÑEZ, R. y PÉREZ SERRANO, G.: *Pedagogía Social y Sociología de la educación*. Madrid, U.N.E.D.
- Martínez Quintana, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193 (785): a396. doi: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>
- Marajh, O. y Deborah R. M. (1992), *Ecotourism in Latin America and the Caribbean: Strategies and implications for development*, ponencia presentada en *Environ-Vienna'92*, 10 a 12 de noviembre, Viena
- Marchioni, M. (2001). Organización y desarrollo de la comunidad. La intervención comunitaria en las nuevas condiciones sociales. Recuperado de: http://extension.uned.es/archivos_publicos/webex_actividades/4698/acomunitariaponencia13b.pdf
- Montero, M. (2005). Comunidad y sentido de comunidad. En Hernández, C.N. (Comp.), *Trabajo comunitario: selección de lecturas*. (págs.193-211). La Habana: Editorial Caminos.
- Monterrubio Cordero, J. (2009). Comunidad receptora: elemento esencial en la gestión turística. *Gestión Turística*, (11), 101-111. doi: <https://doi.org/10.4206/gest.tur.2009.n11-06>
- Mowforth, M. M. e I. Munt (2009) *Tourism and Sustainability: Development, Globalisation and New Tourism in the Thrid World*. Londres/Nueva York, Routledge. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=2999131&pid=S0188-4557201300010000200043&lng=es.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A community approach*. Londres: Methuen. 200 p. ISBN: 0-461-359030-2.
- Nyaupane, G. P.; Duarte B. M. y Lorraine D. (2006). The role of community involvement and number/type of visitors on tourism impacts: A controlled comparison of Annapurna, Nepal and Northwest Yunnan, China. *Tourism Management*, vol. 27, p. 1373-1385.
- Organización Mundial del Turismo (1998). *Guía para administradores locales: desarrollo turístico sostenible*. OMT. España 1998.
- Organización de Desarrollo de los Países Bajos (SNV). (2007). *Red de turismo sostenible de Asia en favor de los pobres. Un juego de herramientas para monitorear y administrar el turismo comunitario* ; SNV Asia Pro-Poor Sustainable Tourism Network y Griffith University: Queensland, Australia
- Rivera, M. y Rodríguez, L. (2012): *Turismo responsable, sostenibilidad y desarrollo local comunitario*. Universidad de Córdoba. Córdoba. Argentina
- Santana T. A. (2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes Antropológicos*, 9(20), 31-57. <https://dx.doi.org/10.1590/S0104-71832003000200003>
- Stebbins, R. A. (1996). Cultural tourism as serious leisure. *Annals of Tourism Research*, n. 23, p. 948-950.
- Suansri P 2003 *Community Based Tourism Handbook Thailand: REST Project* .
- WORLD WIDE FUND FOR NATURE (2001). *Directrices para el desarrollo del turismo comunitario*. United Kingdom: WWF.
- WTTC, WTO y Consejo de la Tierra (1996): *Agenda 21 for the travel & Tourism Industry: Towards Environmentally Sustainable Development*.