

Habilidades estratégicas del emprendedor en medianas y pequeñas empresas comercializadoras de artesanía wayúu en Riohacha, Colombia

Strategic Skills of the Entrepreneur in Wayuu Handicraft Marketing SMES in Riohacha, Colombia

Alain Castro-Alfaro¹
Annherys Paz-Marcano²
Elvis Pinto-Aragón³

Cómo citar/ How to cite: Castro, A., Paz, A. & Pinto, E. (2020). Habilidades estratégicas del emprendedor en medianas y pequeñas empresas comercializadoras de artesanía wayúu en Riohacha, Colombia. *Revista Saber, Ciencia y Libertad*, 15(2), 133 – 150. <https://doi.org/10.18041/2382-3240/saber.2020v15n2.6725>

Resumen

El artículo tuvo como objetivo analizar las habilidades estratégicas del emprendedor en micros, pequeñas y medianas empresas comercializadoras de artesanía wayuu en Riohacha Colombia. Metodológicamente, el paradigma es cuantitativo, enfoque positivista, tipo de investigación descriptivo, diseño no experimental, transaccional, de campo. La población 80 gerentes de pequeñas y medianas empresas de estudio, muestra 30 inscritas en la cámara de comercio. La recolección de información, técnica la encuesta e instrumento de 12 ítems con opciones múltiples de respuesta, validado por 10 expertos con 90% fiabilidad. En conclusión, el emprendedor social muestra habilidades estratégicas que le facilitan articular las diversas áreas de la empresa hacia la búsqueda de objetivo común, aprovechando las oportunidades del entorno y estudiando alternativas para ubicar sus productos, es decir su desempeño se traduce en crear bienestar a la empresa, la sociedad y el desarrollo económico de la localidad.

Palabras clave

Habilidades estratégicas; emprendedor; pymes comercializadoras de artesanía wayuu.

Fecha de recepción: 28 de marzo de 2020

Fecha de evaluación: 20 de abril de 2020

Fecha de aceptación: 28 de mayo de 2020

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



1 Magíster en Gestión de Alta Dirección. (Universidad Federico Villarreal, Perú). Sociólogo. (Universidad Inca Garcilaso de la Vega, Perú). Docente e investigador de la Corporación Universitaria Rafael Núñez, Cartagena, Colombia. Editor de la Revisita Aglala de la Universidad Rafael Núñez, Cartagena, Colombia. Grupo de Investigación Cartaciencia. Línea de investigación: responsabilidad social Correo electrónico: alain.castro@curnvirtual.edu.co. ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0003-1727-7770>.

2 Post-doctora en Gerencia de las organizaciones. Postdoctorado de integración y desarrollo en Latinoamérica. Post-doctora en Gerencia Publica y Gobierno. Dra. Ciencias Gerenciales. Msc. Gerencia de Recursos Humanos. Licenciada en Administración de Empresas. Docente e investigadora de la Universidad de La Guajira, Colombia. Director y evaluador de tesis de pre y post grado nivel Maestría y Doctorado. Grupo de investigación AIKA, categoría A avalado por Minciencias. Investigador Senior. Correo electrónico: aipaz@uniguajira.edu.co. annheryspaz@hotmail.com ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0001-7538-1563>

3 Trabajadora social. Magíster en Gerencia de Recursos Humanos. Docente e investigadora de la Universidad de la Guajira - Colombia. Grupo de Investigación: Encuentro con la investigación. (ENCI). Categoría: A1 Correo electrónico: epinto@uniguajira.edu.co. ORCID iD: <https://orcid.org/0000-0002-9866-9751>

Abstract

The article aims to analyze the strategic skills of the entrepreneur in MSMEs that sell Wayuu crafts in Riohacha, Colombia. Methodologically, it has a quantitative paradigm; a positivist approach: a descriptive research type, and a non-experimental, transactional, and field design. The study population was 80 managers of small and medium-sized companies, the sample 30 managers of companies registered with the chamber of commerce. On the other hand, to collect information the survey was the technique and the instrument a 12-item questionnaire with multiple answer options, validated by 10 experts with 90% reliability. In conclusion, the social entrepreneur shows strategic skills that facilitate articulating the various areas of the company towards the search of a common objective, taking advantage of the opportunities of the environment, and studying alternatives to locate their products. In other words, their performance translates into creating well-being for the company, society, and the economic development of the locality.

Keywords

Strategic skills, entrepreneur, SMEs, traders of Wayuu crafts.

Introducción

En la actualidad, las economías emergentes, requieren de la participación dinámica de las empresas que conforman los segmentos de su sistema productivo, las cuales aportan a la construcción de la sostenibilidad económica del país, con los recursos que dispone y el desarrollo de las competencias del talento humano para cumplir con el quehacer de sus actividades misionales, siendo estas destinadas alcanzar los indicadores de gestión planificados, y a través de los resultados lograr potenciar su contribución en el mercado. Es así como, en este particular, los micros, pequeñas y medianas empresas desde su desempeño en el sector donde oferta sus bienes o servicios, deben manejar estrategias que atiendan la demanda del entorno, y cubra las necesidades de la sociedad, con iniciativas, que puedan solventar los problemas, aunado contribuir a su bienestar y calidad de vida.

Es de esta manera, como las tendencias del mercado, ayudan a crear ventajas competitiva viendo en las micros, pequeñas y medianas empresas surgir como un emprendimiento, sustentado en un modelo estratégico que contribuye a la sociedad, pero a su vez al sistema productivo, con el estudio de oportunidades para la concepción de ideas creativas e innovadoras, capaces de generar empleo, calidad de vida, inserción social, preservación ambiental, sostenibilidad,

es decir donde estos factores inducen a plantear prioridades en los criterios de su gestión, integrando al emprendedor, donde este pueda desarrollar habilidades, teniendo en cuenta las necesidades demandantes del entorno, a través de su participación como ejemplo de cambio social, sustentado como su principal actor al sujeto, así como las comunidades, el entorno y su estabilidad económica. De acuerdo a (Franco, Prieto, Paz y Meslier, 2017, citado en Paz, Salóm, García y Suarez, 2020); (Franco, Paz & Vílchez, 2018) el emprendimiento, es un proceso que estudia las oportunidades del entorno, favoreciendo desde su quehacer el bienestar de la sociedad, con la práctica de alternativas que agregan valor a su sostenibilidad, sin perder de vista lo expresado por Bernal (2018), donde expone que se debe de tomar en cuenta el desarrollo sostenible.

Por otra parte, (Torroba, 2014) señala que el emprendimiento ayuda al desarrollo de una economía, apoyado en organismos gubernamentales a nivel mundial, que propende su potencialización con acciones, entre ellas, la asignación de auxilios económicos (subvenciones) a los emprendedores, para protegerles legalmente. Asimismo, coinciden los aportes de (Paz, Salóm, García y Suarez, 2020; Soto, 2016) quienes señalan, que el emprendimiento es una opción para dinamizar las economías, apoyado de las ideas del emprendedor, el cual es capaz de

desarrollar mecanismos destinados a concebir empleo dignos y estables, aunado a contribuir a la sostenibilidad económica y social.

De este modo, se infiere que son diversos los aspectos del entorno, por los cuales se ha redimensionado la gestión de las empresas, sin dejar de lado las micros, pequeñas y medianas que engranan la economía emergente de Latinoamérica, en el cual no se excluye la colombiana, donde la incertidumbre y riesgos ha generado cambios consustanciales para mitigar los índices que afectan el desarrollo de ellas, como la economía informal, la violencia, desempleo, la exclusión, las fuentes de financiamiento, entre otros, constituyendo el emprendimiento una alternativa que se ha incrementado en los últimos 10 años, estando fortificada por las políticas de estado, con apoyo de instituciones privadas y organismos sin fines de lucro, en la creación de proyecto como estrategia creativas e innovadoras que sustentan la contribución a los indicadores económicos, siendo un aliado el emprendedor con el desarrollo de habilidades estratégicas, que proporcionan valor agregado al desarrollo sostenible del entorno donde se desenvuelve.

A este aspecto, según el Informe de Competitividad Global 2015-2016, Colombia ocupó la posición 61 entre 140 naciones que fueron analizadas (Arrita, Lora y Sánchez, 2018). Además, de que este país ha adaptado una serie de transformaciones para lograr un posicionamiento en la economía mundial (Caraballo y López, 2017). Más aun, se agrega los resultados del estudio de Global Entrepreneurship Monitor (GEM, 2017) donde se explica que los colombianos muestran la mayor percepción de oportunidades en su entorno, destacándose en el valor promedio de Latinoamérica y el Caribe, y a las economías basadas en eficiencia donde expresada en un 52%; esto admite una visión prospectiva de fortalecimiento de un entorno que favorece el desarrollo de oportunidades para crear emprendimientos sostenibles.

En este sentido, se explica el escenario del emprendimiento en Colombia, según el estudio planteado por la asociación Global Entrepreneurship Monitor (GEM) de Colombia, esta institución desarrollo un trabajo en el año (2017) destinada a darle seguimiento a la actividad emprendedora en diversos países; en el referido año el proyecto, se efectuó con la presencia de más de 73 países de los cinco continentes.; arrojando que en Colombia se ubicó como un país de Latinoamérica de mayor cultura emprendedora instituidos representando un valor porcentual de (6,8%) en comparación con la proporción de emprendedores nacies y nuevos que se situó en un (5,5% y 3,8%, respectivamente). Estos resultados, dieron lugar a una composición de una economía, en la cual prevalece el desarrollo de iniciativas emprendedoras, basada en la innovación, al igual en el estudio de oportunidades, y no en la necesidad por la carencia de oferta de empleo. A su vez de que los tratados de libre comercio han contribuido a dar mejora a los indicadores económicos. (Blanco, 2016; Gómez, Bohorquez y Severiche, 2018).

En este orden de ideas, también se esboza el trabajo expuesto por Matiz y Naranjo (2013) quienes señalan que Colombia la expansión de las micro, pequeñas y medianas empresas emprendedoras, no es la excepción y si bien durante los últimos años el fenómeno emprendedor, ha tenido una importante dinámica en diferentes campos de los sectores de la economía, en los que sea invertido en la formación de emprendedores, creación de políticas y programas de emprendimiento; asimismo el desarrollo de iniciativas con apoyo de entidades tanto financieras como no financieras de origen público como privado, para llevar a cabo iniciativas, incrementándose con el transcurrir del tiempo los emprendedores, que se acogen a la formulación y ejecución de ideas relevantes, a fin de construir al desarrollo social y económico de la sociedad. Debido a lo expresado, el sector estatal debe concretar estrategias donde se articulen el Plan Nacional de Desarrollo y el Plan de Or-

denamiento Territorial, donde de la mano con el sector privado se puedan fortalecer los sectores que generen desarrollo económico (Castro, Caballero y Palacios, 2018; Machado, 2018).

Por ello, partiendo de la conceptualización del emprendimiento, expuesta por diversos autores del tema, el cual han planteado que ha evolucionado incorporándose a las tendencias sociales, representando un patrón de trabajo impulsado, no sólo por el avance económico, sino también porta voz de una serie de cambios sociales y culturales, entre los que cabe destacar, una marcada disminución de las actitudes respetuosas para atender las necesidades del entorno, por parte, las acciones del estado; sumado a los cambios tecnológicos, y los adelantos de la comunicación para propender el bienestar de la sociedad, conllevando desde la incorporación de ideas novedosas cubrir las posibles falencias del entorno.

Entonces, se infiere que toda organización sea esta grande, mediana, pequeña o micro que aporta valor a la economía del país, como son las surgidas del emprendimiento habrá de ser gestionada por personas, que promuevan un espíritu emprendedor con la praxis de habilidades estratégicas, con alto sentido de una cultura ética y compromiso compartido para atender las necesidades del entorno, siendo un líder clave para transformar y adaptarse a los cambios del mercado propiciando las buenas costumbres, imparcialidad e inclusión social en su actuación y participación integral.

Según (Navas, 2007), considera que el emprendedor, es un concepto que ha evolucionado desde su inclusión en el siglo XX para distinguir un fenómeno antiguo que tiene como propósito aportar a la solución de necesidades sociales; admite el autor, que los emprendedores son entes valiosos en la sociedad, incluso pueden convertirse en personas claves para el desarrollo de una región o un país. Por tanto, como líderes con sentido social actúan, juzgan, guían y valoran, pero también asumen la responsabilidad de

concebir metas y fines desde concepción ética, contribuyendo a un comportamiento humano en el entorno social desde una perspectiva de la buena costumbre y transparencia de sus acciones. (Paz, Núñez, García y Salom, 2016)

De tal manera, que los emprendedores, son líderes colaborativos, impulsores de la calidad de vida de las personas; es decir, agentes activos y dinámicos de la sociedad con capacidades y habilidades, haciéndolos merecedores de un ser genuino, único y persistente por conseguir el bienestar de las comunidades. (García, Paz y Cantillo, 2019); es decir, el emprendedor se convierte en un agente que propicia alternativas hacia el cambio de las comunidades (Paz; Castro y Palacios, 2019); (Paz, Paz y Franco, 2012); además que el comportamiento del líder intuye la apertura de su actuación social, (Paz, Núñez, García y Salom, 2016)

Por consiguiente, no es menester señalar que la evolución de la sociedad asumirá más actores a medida que se consiga que las inquietudes de estas personas, forjan el bienestar de su alrededor; es de este modo como se puede inferir que los gerentes de las micro, pequeñas y medianas (MIPYMES) comercializadoras de artesanía wayuu del distrito especial, turístico y cultural de Riohacha Colombia, como emprendedores deben sustentar la base de su gestión desde su rol como agente que desarrolla habilidades distintivas en su quehacer, con características genuinas, equilibrando su iniciativa incansable, hacia la visión, determinación y práctica de estrategias orientadas a obtener resultados sostenibles, sin dejar de lado la capacidad de transformar ideas mediante su entereza por conseguir el bienestar de la sociedad, ya que las características internas de ella, deben direccionarlas al comportamiento competitivo, donde no se asocie exclusivamente su posicionamiento al resultado logrado del entorno, si no a la vez de las características intrínsecas, únicas, diferentes de su gestión, que combinada con los recursos únicos e inimitables, se convierte en la excelencia empresarial.

Vale acotar, que según la ley 590 de 2000, en Colombia referida al Fomento de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, en el artículo 2 establece, que

“ Se entiende por micro, pequeña y mediana empresa, toda unidad de explotación económica, realizada por persona natural o jurídica, en actividades empresariales, agropecuarias, industriales, comerciales o de servicios, rural o urbana, que responda a los siguientes parámetros: estas se clasifican considerando el número de trabajadores quedando establecidas como microempresa, aquellas donde su estructura cuenta con un personal no superior a 10 trabajadores; pequeña empresa, que cuenta con un personal entre 11 y 50 trabajadores y medianas con una planta de personal entre cincuenta y uno (51) y doscientos (200) trabajadores”.

En este sentido, resulta fundamental una revisión de la figura gerencial en las micro, pequeñas y medianas (MIPYMES) comercializadoras de artesanía wayuu del distrito especial, turístico y cultural de Riohacha Colombia, que posiblemente no esté aprovechando el cúmulo de habilidades estratégicas para impulsar la colocación de artesanía wayuu en el mercado, ya que como garantes de la excelencia en la gestión de las referidas empresas, deben articular las áreas funcionales de ellas, para conseguir el objetivo común, aunado a estudiar el entorno, como oportunidad para analizar las alternativas que generen posicionamiento de los productos en el mercado, asimismo se observa poco sentido del pensamiento creativo y estratégico; limitado por la carencia quizás del uso de habilidades del emprendedor que coloque de manifiesto el uso de técnicas competitivas que propenda el desarrollo de la cadena de valor necesaria para atender la demanda del entorno, debido a que ocasiones su gestión se caracteriza por la informalidad, indicador negativo, que restringe que se obtengan los indicadores de productividad y expansión hacia otros mercados

Si bien es cierto, las micro, pequeñas y medianas (MIPYMES) comercializadoras de artesanía wayuu del distrito especial, turístico y cultural de Riohacha Colombia, cuentan con características esenciales para su insertarse en el mercado nacional, pudiendo al igual enfrentarse a la participación en la económica internacional a través de la competitividad, no sólo en los resultados logrados de los indicadores de su productividad, sino también al potencial social, que muestra desde su visión de exponer la cultura ancestral; representando un pilar para la sostenibilidad económica de la localidad

De allí la importancia de los investigadores en analizar las habilidades estratégicas del emprendedor en micro, pequeñas y medianas empresas comercializadoras de artesanía wayuu en Riohacha, Colombia, por consiguiente estas buscan propender una estructura empresarial competitiva y sostenible, empleando en su gestión la práctica de herramientas gerenciales estructuradas, para lograr un desempeño organizacional significativo e integrado que contribuya al incremento de sus indicadores de productividad.

De acuerdo a (Sosa, Reyes & López, 2014) comentan que el papel de las pequeñas y medianas empresas (pymes) en la economía de los países ha proporcionado un aumento al valor de la producción, a las aportaciones fiscales, potencialidad del mercado interno, ampliación de los mercados de exportación, entre otros, constituyen su actuación en un impulso para la elaboración de políticas destinadas a promoverlas de ventajas distintivas e incrementar su posicionamiento y con ello competitividad en un mercado globalizado, sin olvidar de los emprendedores, donde las empresas líderes adoptan modelos de subcontratación y alianzas estratégicas con pymes, con la adaptación y flexibilidad de mecanismo de integración que se expande en un mercado en constante cambio, demostrando que cuando se organizan pueden superar las supuestas limitaciones en la estructura de su tamaño.

Fundamentos teóricos

Emprendimiento

Dentro del marco normativo de Colombia, específicamente en la Ley 1014 de 2006, del fomento a la cultura del emprendimiento en el Artículo 1:

“El emprendimiento es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.”

Para (Paz, Salom, García y Suarez, 2020) el emprendimiento es un pilar que participa en el quehacer económico de un país, con la concepción de empleos, contribución a la calidad de vida y el bienestar colectivo; asimismo a la satisfacción de las necesidades de la sociedad, y la mitigación de los efectos que traen estancamientos al entorno, y escaso progreso a la sociedad en general. Del mismo modo, coinciden Van Praag & Versloot (2007, citado en Peña, Cárdenas; Rodríguez y Sánchez, 2015), el emprendimiento, analiza la contribución a la economía de los emprendedores con los no emprendedores, mediante las áreas como empleo; innovación; productividad, crecimiento y utilidad, favoreciendo el rol del emprendedor en la economía.

Para (Pedraza, Cantillo y Paz, 2017), el emprendimiento comprende la intervención de ideas para dar respuesta a problemas del entorno y atención de sus necesidades generando un impacto o beneficio a la sociedad. Para los investigadores, el emprendimiento hoy en día, ha ganado espacios de posicionamiento en las economías emergentes, aportando al desarrollo, pudiendo desde el quehacer de sus funciones cubrir las necesidades la sociedad; al igual contribuir a la estabilidad económica; disminuir los indicadores de desempleo, baja calidad e ines-

tabilidad de los trabajos; de tal modo que desde el hacer de los emprendedores promover el desarrollo de sus habilidades para generar sus propios recursos e iniciar la puesta en marcha de los negocios propios.

Por tanto, el emprendimiento en las micro, pequeñas y medianas empresas comercializadoras de artesanía wayuu, objeto de estudio, propenden el desarrollo de ideas creativas e innovadoras para la creación de valor y posicionamiento en el mercado, donde sus acciones se visualizan en el estudio de oportunidades, donde los resultados en los indicadores de su desempeño, se traduce en una gestión que genera bienestar a la empresa, la sociedad y el desarrollo económico de la localidad. Ahora, el emprender va de la mano con el clima en las organizaciones siendo un elemento de gran importancia para elevar la productividad (Cardona, Lamadrid y Brito, 2018; Romero, 2018).

Para (González, 2010), el emprendedor, es el responsable de hacer que las cosas sucedan, es decir, detecta una necesidad insatisfecha o un nido de mercado desatendido, donde coloca de manifiesto una idea y trabaja para lograrlo; es decir fija su atención en aquello que le gusta e, incluso, admite su capacidad de vocación. En la ley 1014 de 2006 en Colombia, el emprendedor, es una persona muestra su sentido de innovar; para concebir bienes y servicios de un modo creativo, metódico, ético, responsable y efectivo.

Del mismo modo refieren (Paz, Paz y Franco, 2012) que los emprendedores, son líderes promotores de bienestar en el entorno y de calidad de vida de su gente; asimismo viene hacer según expresan, (García, Paz y Cardeño, 2018) el comportamiento del hombre como ente social, se sustenta de los principios y criterios de sus actitudes; mediante acciones que desarrollo en su quehacer de su cotidianidad. Entonces, el emprendedor, es un agente creativo e innovador que estudia y visualiza las oportunidades del entorno, para conseguir resultados favorables de la idea estudiada.

Habilidades estratégicas

Según (Duran, Parra y Márceles, 2015) habilidad se interpreta como una destreza, diplomacia, capacidad, competencia, aptitud; que al conjugarse con el término social supone una huella de acciones recíprocas de uno, con los demás y viceversa; propiciando el intercambio de ideas, acciones, en el cual las habilidades emprendedoras, aportando significado y relevancia a las dimensiones humanas del emprendedor; además de coadyuvar a promoverla en los espacios sociales de manera proactiva, dinámica y reflexiva; por lo que reconocer su aplicabilidad en un espacio social donde interviene con el entorno y las personas benefician, explican y desarrollan sus actitudes y competencias.

Entonces un emprendedor, de acuerdo a (Pedraza, Cantillo y Franco, 2013, citado Pedraza, Cantillo y Dueña, 2019) son personas con habilidades innovadoras, con visión prospectiva para generar proyectos no solo para atender las necesidades económicas, sino aquellas que respondan a iniciativas sociales. No obstante, admiten Van der Veen & Wakkee (2004), que las habilidades estratégicas comprometen al emprendedor con un proceso, el cual es influido por el contexto social en el cual está inserto, ya que factores socio-económicos, culturales, tecnológicos y políticos afectan el proceso de reconocimiento de una oportunidad y por lo tanto debe estar preparado para integrarse de manera exitosa. Es por ello que los emprendedores emplean sus redes para conseguir ideas y recolectar información para estudiar oportunidades.

Por consiguiente, la importancia del enfoque que proporcionan las habilidades estratégicas relacionadas con la formación del emprendedor se enfatiza en la necesidad de los gerentes de asumirlas e integrarlas en la práctica de su gestión tanto económica como social, pudiendo lograr resultados favorables en las ideas planificadas. (Stripeikis, 2011) afirma que el desarrollo de la capacidad emprendedora estimula el alcance de logros de índole económico y social.

Habilidad emprendedora: Para (Peña, Cárdenas; Rodríguez y Sánchez, 2015) el emprendedor, es una persona que divisa oportunidades, con el desarrollo de habilidades necesarias para crear un nuevo concepto de negocio. En este sentido admiten, (Austin, Gutiérrez, Ogliastri & Reficco, 2006), las habilidades del emprendedor, es la capacidad de un individuo para identificar y aprovechar las oportunidades del entorno hacia la apertura de un emprendimiento, independientemente de los recursos que posea, los cuales lleva a manifestar su actuación activa, con la orientación de sus inquietudes en el desarrollo del proyecto, mostrando sus competencias de liderazgo y capacidad motivadora.

Por su parte, (Duran, Parra y Márceles, 2015) la habilidad emprendedora, es la disposición personal a actuar de forma proactiva frente a cualquier situación; representando una competencia que genera ideas innovadoras que pueden materializarse en proyectos o alternativas para la satisfacción de necesidades, o bien la solución de un problema en particular; es decir, que la habilidad emprendedora se fundamenta, en el fomento y potenciación de las acciones de emprendedores exitosos.

Entonces, un emprendedor necesita de una serie de cualidades, los cuales materializan con el deseo de ver cumplido su sueño, pero sin las cuales eso sería imposible, por ello los gerentes de las MiPymes comercializadoras de artesanía Wayuu, deben direccionar acciones focalizadas al cambio positivo, para estudiar las alternativas que las beneficien, alcanzando ventajas distintas y competitivas.

Habilidad diagnóstica: Para (Austin, Gutiérrez, Ogliastri & Reficco, 2006), es la capacidad para estudiar las causas y consecuencias, en el corto, mediano y largo plazo, de los problemas del entorno; siendo estas habilidades útiles en situaciones favorables. En este orden de ideas, las habilidades del emprendedor, representa un elemento determinante para conocer las necesidades dentro y fuera de la organización, pudiendo

do dar lugar a la gestión de las micro, pequeñas y medianas empresas comercializadoras de artesanía wayuu asentadas en el distrito especial, turístico y cultural de Riohacha, a fin de comprender y aportar a las soluciones de problemas que pudiesen afectar su entorno.

Por tanto, los gerentes de las MiPymes objeto de estudio, deben reinventar su modelo de gestión teniendo como base una fuerza productiva y competitiva capaz de agregar valor a sus procesos. Por consiguiente, la habilidad de diagnóstico, de acuerdo a (Duran, Parra y Márceles, 2015) se promueve desde la actitud del emprendedor, que sin duda puede resultar útil en las actividades laborales y en la vida social, logrando desde sus competencias determinar los problemas que se generan en el entorno, para posteriormente estudiar las posibilidades de mejora que las conduzca a un sendero de excelencia.

Habilidad de trabajo en equipo: De acuerdo a (Gástelo, 2011), para conseguir equipos de alto rendimiento, resulta esencial determinar las necesidades individuales, del equipo y de la organización, articulados el estudio del entorno, mediante el desarrollo de la competencia; de aprender a trabajar en equipo de manera integral para obtener fines comunes. Precisa el autor, que un equipo funciona cuando existe confianza en los demás, propiciando encuentros, que dé lugar a la discusión, intercambio de ideas e impresiones ante el diálogo entre ellos. Sobre este particular, una buena parte del trabajo en equipo consiste en reuniones donde se solventan problemas y toman decisiones efectivas, acertadas y transparentes, esto requiere que sus participantes tengan habilidades intelectuales para pensar; asimismo puedan decidir colectivamente: comunicar, escuchar activamente, apoyar también buscar consenso.

Para Pedraza, Cantillo y Dueña (2019) la habilidad del trabajo en equipo en el emprendimiento refiere los autores coadyuva a fomentar y estimular la integración del equipo, promoviendo el don de la escucha y la comunicación

para el aporte de ideas creativas e innovadoras. En líneas generales, las habilidades del trabajo en equipo de los emprendedores, buscando la integración con los trabajadores, con iniciativas compartidas que puedan aportar ideas que coadyuven a la expansión de las empresas objeto de estudio en el mercado, además de estimular el pensamiento estratégico de sus gerentes para alcanzar las ventajas empresariales y trascender las fronteras de la competitividad (Castro, 2016).

Por otro lado, explica (Duran, Parra y Márceles, 2015) que la habilidad de trabajo en equipo en el emprendimiento viene a hacer la socialización emprendedora, relacionada con la vinculación de experiencias concernientes con la elaboración exitosa de las tareas emprendedoras, que pueden ser fácilmente mediante la interacción con personas que poseen características con iniciativas compartidas, las cuales sirven como modelos a imitar.

Habilidad de visión estratégica: (Niebles, Oñoro y Oñoro, 2007), plantean que la visión estratégica, se sustenta en la dinámica de la organización, articulando las diversas áreas funcionales para obtener el objetivo empresarial común; aunado al análisis fluctuante del entorno en el que interviene; con el propósito de redireccionar las acciones y procesos estratégicos en relación al escenario y en comunicación con el receptor de los servicios que oferta la organización. Asimismo, (Duran, Parra y Márceles, 2015) la habilidad de visión estratégica en el emprendimiento; propende el fomento y perfeccionamiento de las competencias de los colaboradores, donde emplean la prospectiva convirtiendo sus resultados en emprendedores exitosos.

En este orden de ideas, se destaca la coincidencia de la habilidad de visión estratégica para la gerencia y los colaboradores de la organización, sin excepción de las micro, pequeñas y medianas empresas de comercialización de artesanía Wayuu en el distrito especial, turístico y cultural de Riohacha, Colombia, comprende la

posibilidad de advertir las circunstancias en el desarrollo del tiempo de una manera previsiva, razón por la cual dentro de esta circunstancia de futuro resulta acorde ubicarse ante la posibilidad que el hecho suceda.

Metodología empleada

El desarrollo del presente artículo, suscribe en el campo metodológico como un paradigma cuantitativo, sustentado del enfoque positivista, permitiendo establecer el análisis de los datos recogidos de la opinión de los encuestados empleando criterios estadísticos, para conocer el comportamiento de la variable, y con ello la dimensión de las habilidades estratégicas en los emprendedores de la micro, pequeñas y medianas empresas de comercializadoras de artesanía wayuu del distrito especial, turístico y cultural de Riohacha departamento de La Guajira, Colombia.

Según (Palella y Martins, 2012), el paradigma de investigación es un modelo, que convalida la manera de percibir la realidad, utilizando un lenguaje y forma particular de ver las cosas; refiriéndose que el paradigma cuantitativo que se caracteriza por la objetividad como estrategia para obtener el conocimiento, el cual busca el logro de resultados, mediante el análisis e interpretación argumentada de las teorías, y empleando como instrumento de recolección de datos el cuestionario, test, pruebas objetivas; asimismo el análisis de los datos con la aplicabilidad de la estadísticas descriptivas e inferencial. Asimismo, coincide (Bernal, 2010) que la investigación cuantitativa, también conocida como tradicional, se sustenta de la medición de los aspectos contenidos en los fenómenos sociales, derivado de un marco conceptual que sustenta el problema objeto de estudio, mediante la revisión y consulta de postulados que expresan relaciones entre las variables estudiadas de forma deductiva; conllevando a generalizar resultados.

Por otra parte, se trata de una investigación descriptiva, estudiando las características de la

variable, a fin de conocer aspectos congruentes para determinar la realidad dada en el entorno objeto de estudio. Para (Hernández, Fernández y Baptista, 2014) los estudios descriptivos indagando aspectos contenidos en las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, comunidades, o cualquier otro fenómeno que se someta a interpretación investigativa. Del mismo modo coincide (Hurtado, 2012), que se trata de aquella, donde reinterpreta las características de la variable considerando criterios, de acuerdo a los objetivos en estudio.

Por consiguiente, comprende un diseño no experimental, transaccional, de campo, donde la información referente a la situación objeto de estudio, fue recogida de la opinión de los gerentes de las micro, pequeñas y medianas empresas objeto de estudio del distrito de Riohacha, departamento de La Guajira, Colombia, en un tiempo único en los espacios de las respectivas empresas. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014) los diseños no experimentales no se manipulan las variables, sino se observa su comportamiento de acuerdo al estudio planteado, desde un escenario natural, sin intervención alguna de los investigadores. En cuanto a la razón de campo, la información se obtuvo de la recolección en la realidad objeto de estudio, destaca los criterios de (Arias, 2016), la investigación de campo tiene como propósito recolecta los datos concisamente de los sujetos involucrados de manera directa en el objeto de estudio, sin altera las condiciones existentes durante su compilación.

Para compilar los datos, se tomó como población a 80 micros, pequeñas y medianas empresa comercializadoras de artesanía wayuu, y como muestra a 30 de ellas teniendo como criterio de elección, el registro formal en la cámara de comercio del distrito especial, turístico y cultural de Riohacha, departamento de La Guajira, siendo a tal efecto representada por 30 gerentes. No obstante, para compilar los datos se empleó las fuentes primarias, recurriendo a la aplicación de la técnica de la encuesta e instrumento de registro de información por los

sujetos encuestados a un cuestionario con 24 ítems de opciones de respuestas múltiples de siempre, casi siempre a veces, casi nunca y nunca; preliminarmente validado por la experiencia de 7 profesionales, logrando posteriormente la confiabilidad con la aplicabilidad de una prueba piloto con 10 sujetos similares a la población, pero ajenos a ella, obteniendo un valor de 90 % de fiabilidad, luego la interpretación de la información recogida de los encuestados fue con la estadística descriptiva, apoyado en un baremo de interpretación de datos promedios (ver cuadro 1). Méndez (2013) las técnicas estadísticas se utilizan para analizar e interpretar la información recopilada del instrumento

Parra (2019), que las fuentes de información son los medios que provee de información al equipo de investigación; representando la relación entre el investigador y el objeto de estudio, por lo que se clasifica en tipo primarias o secundarias. Dentro de este contexto, se explica que la técnica complementaria para el desarrollo investigativo, se utilizó la fuente secundaria consultando material bibliográfico tales como: textos, revistas arbitradas, periódicos entre otros; facilitando la revisión, consulta y desarrollo del

marco referencial para cumplir con los aspectos denotados en el estudio.

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: Elaboración propia (2020)

Analisis y discusión de los resultados

La representación y análisis de los resultados, constituye dentro del desarrollo de la investigación, la fase fundamentalmente, donde se expone la opinión de los encuestados, e interpreta la información recopilada, se analiza la variable emprendedora social y la dimensión habilidades estratégicas para medir el comportamiento de ellas en términos cuantitativos.

Tabla 1. INDICADOR: Habilidad Emprendedora

Alternativa de respuesta	S		Cs		Av		Cn		N		Promedios		
	Fa	Fr%	Fa	Fr%	Fa	Fr%	Fa	Fr%	Fa	Fr%			
Frecuencias	Gerentes										Ítem	Indicador	
1	12	40%	12	40%	6	20%	0	0%	0	0%	4,2	4,17	
Ítems	2	13	43%	8	27%	4	13%	3	10%	2	7%	3,9	Rango: 3,41 ≥ 4,20 Categoría Alta
	3	14	47%	14	47%	2	6%	0	0%	0	0%	4,4	

Fuente: Paz, Pinto y Castro (2020)

De acuerdo a los datos ilustrados en la tabla 1, para el indicador habilidad emprendedora, los gerentes de las micro, pequeñas y medianas empresas de artesanía Wayuu manifestaron en el ítem 1, con un 40% siempre y 40 % casi siempre aprovechan las oportunidades del entorno para fortalecer el emprendimiento, aunque los recursos sean escasos, mientras un 20 % aporato que a veces realizan tal aprovechamiento: En este particular, el promedio del ítem fue de 4,2; ubicándose en el baremo de interpretación de datos promedios en la categoría de alta presencia

Por otro lado, en el ítem 2, el 43% de los gerentes encuestados expreso que estudian las alternativas del mercado para ubicar los productos que comercializa, un 27 % plateo que casi siempre, un 13% a veces, un 10 % casi nunca y 7% nunca llevan a cabo el mencionado estudio; este ítem logro un valor promedio de 3,9 situándose en la categoría alta presencia, según el rango y categoría del baremo de interpretación datos promedios. En el ítem 3, según la opinión emitida por los encuestados un 47% siempre y casi siempre respectivamente, buscan oportuni-

dades para incursionar en el desarrollo de una idea, sin afectar la que tiene; sin embargo, un 6 % planteo hacerlo a veces. En este particular, los resultados muestran un promedio del ítem arrojo un 4,4 ubicándose en el intervalo de alta presencia como se describe en el baremo de interpretación de datos promedios.

Al respecto se infiere que el comportamiento porcentual del indicador fue de 4,17 reflejando alta presencia de la habilidad emprendedora en los gerentes de las micros, pequeñas y medianas empresas comercializadoras de artesanía wayuu de Riohacha, Colombia. Coincidiendo los datos arrojados desde la opinión de los encuestados con las teorías de (Austin, Gutiérrez, Ogliastrri & Reficco, 2006), las habilidades del emprendedor, es la capacidad de un individuo para identificar y aprovechar las oportunidades del entorno hacia la apertura de un emprendimiento, independientemente de los recursos que posea, los cuales lleva a manifestar su actuación activa, con la orientación de sus inquietudes en el desarrollo del proyecto, mostrando sus competencias de liderazgo y capacidad motivadora.

Tabla 2. INDICADOR: Habilidad Diagnostica

Alternativa de respuesta	Sp		Cs		Av		Cn		N		Promedios	
	Fa	Fr%										
Ítems	4	13%	5	17%	12	40%	5	17%	4	13%	3,0	3,70 Rango: 3,41 ≥ 4,20 Categoría Alta
	5	33%	12	40%	6	20%	2	7%	0	0%	4,00	
	6	37%	12	40%	7	23%	0	0%	0	0%	4,1	

Fuente: Paz, Pinto y Castro (2020)

En la tabla 2, referente al indicador habilidad diagnostica , el 40% de los gerentes de las micros, pequeñas y medianas empresas comercializadoras de artesanía wayuu de Riohacha , Colombia que a veces estudian los problemas del entorno para proponer soluciones oportu-

nas un 17% casi nunca y casi siempre respectivamente, un 13% siempre y nunca realizan el mencionado estudio , en este sentido el comportamiento promedio de este ítems fue de 3,0; ubicándose en un rango de moderada presencia, de acuerdo a los rangos de categoría promedio

planteados en el baremo Por otro lado, el ítems 2, se mostró que un 40 % de los sujetos encuestados inferir que casi siempre evalúa la capacidad de respuesta de la empresas aportar a las mejoraras del entorno , un 33% admitió hacerlo siempre, un 20% a veces y 7 % casi nunca, la media del ítems fue de 4,0 situándose en el rango de alta presencia.

En el ítem 6, se observa con un 40% de los sujetos encuestados, plantear que casi siempre se establecen estrategias para mitigar los problemas que pudiesen afectar el futuro de la em-

presa en el entorno, un 37% siempre y 23 % a veces; la media del ítem fue de 4,10 ubicándose en el rango de alta presencia. Por consiguiente, la media de la dimensión se situó en el rango de 3,70 representando una categoría alta presencia. Los datos arrojados para el ´presente indicador, concuerda con los aspectos teóricos de Para (Austin, Gutiérrez, Ogliastri & Reficco, 2006), es la capacidad para estudiar las causas y consecuencias, en el corto, mediano y largo plazo los problemas del entorno; siendo estas habilidades útiles en situaciones favorables.

Tabla 3. INDICADOR: Habilidad trabajo en equipo

Alternativa de respuesta	Sp		Cs		Av		Cn		N		Promedios		
	Fa	Fr%	Fa	Fr%	Fa	Fr%	Fa	Fr%	Fa	Fr%	Ítem	Indicador	
Gerentes													
Frecuencias	7	3	10%	7	23%	13	44%	7	23%	0	0%	3,2	3,43 Rango: 3,41 ≥ 4,20 Categoría Alta
Ítems	8	18	60%	7	23%	5	17%	0	0%	0	0%	4,4	
	9	2	7%	4	13%	11	37%	8	26%	5	17%	2,7	

Fuente: Paz, Pinto y Castro (2020)

En la tabla 3 indicador habilidad de trabajo en equipo, en el ítem 7 se muestra que el 44% de los gerentes de las micro, pequeñas y medianas empresas comercializadoras de artesanía wayuu de Riohacha, Colombia, señalaron que a veces articulan la solución de problemas sociales entre la comunidad con la empresa, para aportar alternativas favorables para ambos, un 23 % casi siempre e igual porcentaje en la opción casi nunca y 10% siempre, alude a tal articulación; la media del ítems fue de 3,2 teniendo una baja presencia. Para el ítem 8 se observa en los datos desglosados en la tabla 3, el 60% planteo que siempre desarrollan encuentros con el sector productivo para intercambiar ideas que les favorezca a ambos; un 23 % casi siempre y

17 % a veces; el promedio del ítem fue de 4,4 reflejando una categoría de alta presencia.

En relación a los datos porcentuales, obtenidos de los sujetos para el ítem 9, se muestra que el 37% refirió que a veces acepta la opinión de su personal para tomar decisiones; un 26% casi nunca, un 17% nunca un 13 % casi siempre y 7 % siempre acepta sugerencias con pertinencia para tomar decisiones. La media del ítem se situó en el rango de categoría moderada representando un 2,7. En cuanto a la media de la dimensión fue de 3,43 constituyendo un rango con categoría de moderada presencia. En este sentido, se discrepa del postulado de Gástelo (2011), para conseguir equipos de alto

rendimiento, resulta esencial determinar las necesidades individuales, del equipo y de la organización, articulados el estudio del entorno,

mediante el desarrollo de la competencia; de aprender a trabajar en equipo de manera integral para obtener fines comunes.

Tabla 4. INDICADOR: Habilidad visión estratégica

Alternativa de respuesta	Gerentes										Promedios		
	Sp		Cs		Av		Cn		N		Ítem	Indicador	
Frecuencias	Fa	Fr%	Fa	Fr%	Fa	Fr%	Fa	Fr%	Fa	Fr%			
Ítems	10	11	37%	15	50%	3	10%	1	3%	0	0%	4,2	4,2
	11	11	37%	15	50%	4	13%	0	0%	0	0%	4,2	Rango: 3,41 ≥ 4,20
	12	11	37%	15	50%	4	13%	0	0%	0	0%	4,2	Categoría Alta

Fuente: Paz, Pinto y Castro (2020)

En la tabla 4, del indicador habilidad visión estratégica, en el ítems 10 se ilustra que el 50% de los gerentes de las micro, pequeñas y medianas empresas comercializadoras de artesanía wayuu de Riohacha, refieren que casi siempre articulan las diversas áreas funcionales de ellas hacia la búsqueda de objetivos en común, un 37 % admitió que siempre, un 10% a veces y 3 % casi nunca, realiza la mencionada articulación, en cuanto a la media del ítems se situó en el rango de alta presencia con un valor de 4,2. En el ítem 11, se presenta que en un 50% de los sujetos encuestados reflejo que casi siempre redireccionan las estrategias cuando detecta que lo realizado no alcanzará con los resultados esperados, un 37 % menciono que siempre y un 13 % a veces; el promedio del ítem arrojó 4, 2 ubicándose en la categoría de alta presencia.

En cuanto al ítems 12, un 50% de los sujetos encuestados, admitió que comunica con su personal el plan a desarrollar para lograr los objetivos de la empresa, un 37 % indico que siempre y un 13 % a veces; el promedio del ítem fue de 4, 2 disponiéndose los resultados en la categoría de alta presencia. Del mismo modo, el indicador arrojó un valor promedio de 4,2 teniendo una categoría de alta presencia. Los datos per-

miten, colocar de manifiesto aspectos coincidentes con Niebles, Oñoro y Oñoro (2007), plantean que la visión estratégica, se sustenta en la dinámica de la organización, articulando las diversas áreas funcionales para obtener el objetivo empresarial común; aunado al análisis fluctuante del entorno en el que interviene; con el propósito de redireccionar las acciones y procesos estratégicos en relación al escenario y en comunicación con el receptor de los servicios que oferta la organización.

Como se observa en la tabla 5 resumen de la dimensión, habilidad estrategia del emprendedor social en las micro, pequeñas y medianas empresas comercializadoras de artesanía wayuu de Riohacha, Colombia, el promedio más alto del indicador fue visión estrategia seguida de la emprendedora, coincidiendo con Van der Veen & Wakkee (2004), los cuales explican que las habilidades estratégicas compromete al emprendedor con un proceso, el cual es influido por el contexto social donde está inserto, ya que, factores socio-económicos, culturales, tecnológicos y políticos afectan el proceso de reconocimiento de una oportunidad y por lo tanto debe estar preparado para integrarse de manera exitosa. Por otra parte, (Paz y Prieto, 2015) el

Tabla 5 Resumen de la Dimensión Habilidades estratégicas del emprendedor

	Habilidad Emprendedora	Habilidad Diagnostica	Habilidad de trabajo en equipo	Habilidad Visión estratégica	3,88
Indicadores	4,17	3,70	3,43	4,20	
Rango: $3,41 \geq 4,20$					
Categoría: Alta presencia					

Fuente: Paz, Pinto y Castro (2020)

emprendimiento, conlleva a crear una cultura emprendedora que promueve iniciativas, convirtiendo una idea nueva en una innovación exitosa, a través del desarrollo de las habilidades del emprendedor.

Del mismo modo los resultados, coinciden con los datos arrojados del trabajo de investigación, publicado por (Duran, Parra y Márceles, 2015), el cual mencionan que las habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos, es un reto para los actores involucrados, forjando en el emprendedor una persona que asume riesgos, por ello a mayor tolerancia al riesgo, incrementa el grado de asunción, o menor grado de aversión al mismo; ello implicará presentar menor miedo de auto-emplearse y en crear su propio emprendimiento.

Conclusiones

Una vez aplicado el instrumento de recolección de datos, ejecutados los métodos de interpretación y procedimientos estadísticos a la información suministrada por los sujetos encuestados. Se mencionan las generalidades alcanzadas del objetivo analizar las habilidades estratégicas del emprendedor en MiPymes comercializadoras de artesanía wayuu en Riohacha. En este sentido, se pudo evidenciar, que la habilidad emprendedora está presente en las acciones del emprendedor de las micro, pequeñas y medianas empresa objeto de estudio, aprovechando las oportunidades del entorno, a fin de fortalecer las ideas a pesar de las limitaciones que puedan presentarse en las fuentes de

financiación, además de estudiar las opciones del mercado para ubicar los productos, y de ser necesario incursionar en el desarrollo de nuevas ideas, sin afectar a los productos que oferta generando ventajas competitivas en el sector.

En cuanto a las habilidades diagnóstica, se determinó que los emprendedores de las micro, pequeñas y medianas empresas comercializadoras de artesanía wayuu objeto de estudio, analizan los problemas del entorno, donde para responder evalúan su capacidad de respuesta, estableciendo estrategias consonas a las realidades del entorno para mitigar, efectos que pudieran colocar en riesgo su posicionamiento futuro en el mercado y su expansión a nivel nacional e internacional.

En referencia a la habilidad de trabajo en equipo, se pudo conocer según la opinión de los encuestados, que en algunos casos se llega articular la solución de los problemas sociales entre la comunidad con la empresa, desarrollando encuentros para trabajar en conjunto a través del intercambio de ideas que favorezcan a todos, es decir, el entorno y la empresa, aceptando en oportunidades sugerencias del personal para construir empresas sostenibles. Por su parte, las habilidades estratégicas del emprendedor deben fundamentarse en el compromiso en la micro, pequeña y mediana empresa objeto de estudio, con una visión de sus actividades misionales destinada a la búsqueda del objetivo en común, creando una sinergia para trabajar en modo integral por el bienestar de la sociedad, pero al igual por el desarrollo económico del mercado.

En líneas generales, el emprendedor en Mipymes comercializadoras de artesanía wayuu en Riohacha, es un gestor, facilitador y promotor del desarrollo en la sociedad actual, en el cual las necesidades económico empresariales hace imperativo el talento humano con cuali-

dades, para ocuparse del compromiso con los ciudadanos del entorno, pudiendo contribuir al alcance de las oportunidades, mediante la potencialidad de sus habilidades, a fin de mejorar su participación en el mercado y en consecuencia la calidad de vida de la sociedad.

Referencias bibliografías

- Arias, F. (2016) **El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica**. Caracas, Venezuela. Editorial Episteme. Séptima edición
- Arrieta Rodríguez, D. A., Lora Guzmán, H., & Sánchez González, J. (2018). Análisis de las empresas de Cartagena del sector logístico portuario basado en el modelo de configuración estratégica de Danny Miller. *Aglala*, 9(1), 62-90. Recuperado de <http://revistas.curnvirtual.edu.co/index.php/aglala/article/view/1182>
- Asociación Global de Investigación de Emprendimiento (2017) Estudio de la actividad empresarial (GEM, Colombia). London Business School, Regents Park, Londres NW1 4SA, Reino Unido. <https://www.gemconsortium.org/report/gem-colombia-2017-report>
- Austin, J; Gutiérrez, R; Ogliastrì, E & Reficco, E (2006), **Gestión efectiva de emprendimientos sociales**. New York. Banco Interamericano de Desarrollo.
- Bernal, C. (2010). Metodología de la Investigación para la Administración y Economía, Humanidades y Ciencias Sociales. México. Editorial Pearson Educación. Bernal Payares, O. (2018). Planeación estratégica y sostenibilidad corporativa. *Conocimiento Global*, 3(1), 50-55. Recuperado a partir de <http://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/27>
- 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>
- Durán, Sonia; Parra, Margel; Márceles, Víctor (2015) Potenciación de habilidades para el desarrollo de emprendedores exitosos en el contexto universitario Opción, vol. 31, núm. 77, mayo-agosto, 2015, pp. 200-215 Universidad del Zulia Maracaibo, Venezuela. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31041172012.pdf>
- Castro Alfaro, A., Caballero Tovío, A., & Palacios Rozo, J. (2018). La competitividad potencial del puerto de Cartagena: una oportunidad para el comercio exterior. *Aglala*, 9(1), 22-40. Recuperado de <http://revistas.curnvirtual.edu.co/index.php/aglala/article/view/1180>
- Castro Alfaro, A. (2016). Estrategias para la disminución de la carga impositiva en las organizaciones empresariales. *Enfoque Disciplinario*, 1(1), 21-34. Recuperado a partir de <http://enfoquedisciplinario.org/revista/index.php/enfoque/article/view/6>
- 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>
- Cardona Arbelaez, D., Lamadrid Villarreal, J., & Brito Carrillo, C. (2018). La gestión y dirección del talento humano desde el análisis sobre clima organizacional y sus dimensiones. Un estudio de caso. *Aglala*, 9(1), 154-176. Recuperado de <http://revistas.curnvirtual.edu.co/index.php/aglala/article/view/1185>
- 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. Recuperado de <https://bit.ly/38zye4B>
- Franco, F; Paz, A y Vélchez, R (2018) Diálogos de saberes desde las Ciencias Económicas, Administrativas y Contables Vol. 3. Parte I Emprendimiento y Turismo como Alternativas de Desarrollo. Capítulo 1. Emprendimiento Social: Constructor de Comunidades Sostenibles en las Empresas Mixtas Petroleras Venezolanas. Editorial. Universidad Rafael María Baralt. Venezuela (2018). https://www.academia.edu/39504936/DI%C3%81LOGO_DE_SABERES_desde_las_Ciencias_Econ%C3%B3micas_Administrativas_y_Contables_II
- García, J., Paz, A., y Cantillo, N (2019). Estrategia y habilidades para la competitividad: Caso de pymes del sector construcción en Barranquilla. *Revista Aglala*, 10(1), 312-339. <https://doi.org/10.22519/22157360.1349>
- García, J., Paz, A., y Cardeño, E (2018) Liderazgo ético. Una perspectiva en universidades públicas del estado Zulia. *Revista Opción*, Año 34, No. 86 (2018): 696-730.
<file:///C:/Users/AR-N2840/Downloads/Dialnet-LiderazgoEticoUnaPerspectivaEnUniversidadesPublica-7338190.pdf>
- Gástelo, D (2011) El Trabajar en Equipo se Aprende Trabajando en Equipo.
<http://www.universidadperu.com/articulo-el-trabajar-en-equipo-se-aprende-trabajando-en-equipo-universidad-peru.php>
- González, D (2010). Plan de negocios para emprendedores al éxito. México Editorial McGrawHill
- 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>
- Hernández, R; Fernández, C y Baptista; M (2014) **Metodología de la Investigación**. México. Editorial Mc. Graw Hill Interamericana Editores, S.A. Sexta Edición
- Hurtado, J (2012) Metodología de la Investigación. Venezuela. Fundación Sypal. Editorial Magisterio
- Ley 1014 del Fomento de la Cultura del Emprendimiento, del 26 de enero de 2006. Reglamentada parcialmente por el Decreto 1192 de 2009 y por el Decreto 4463 de 2006
<https://minciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-1014-2006.pdf>
- Ley 590 Promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa., 10 de Julio de 2000. Diario oficial. Año CXXXVI. N. 44078. 12, julio, 2000. Pág. 1 [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/142E1FC0EAA47B310525771B005CE75F/\\$FILE/1_Ley_590_de_2000_de_promoci%C3%B3n_al_desarrollo_de_las_micro_peque%C3%B1as_y_medianas_empresas.pdf](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con2_uibd.nsf/142E1FC0EAA47B310525771B005CE75F/$FILE/1_Ley_590_de_2000_de_promoci%C3%B3n_al_desarrollo_de_las_micro_peque%C3%B1as_y_medianas_empresas.pdf)
- Machado Licon, J. (2018). Administración de residuos una política de gestión ambiental en la generación de valor empresarial. *Enfoque Disciplinario*, 3(1), 72-85. Recuperado a partir de <http://enfoquedisciplinario.org/revista/index.php/enfoque/article/view/13>
- Matiz, F y Naranjo, G (2013) La financiación de nuevas empresas En Colombia, una mirada desde la demanda. Colombia. *Revista Escuela de administración y negocio-Número 70*. Enero-Junio Bogotá, Pp. 118-131. Universidad EAE, Bogotá, Colombia. <https://journal.universidadean.edu.co/index.php/Revista/article/view/538>
- Méndez, C (2013) **Metodología Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación**. Colombia Editorial Limusa. Cuarta Edición.
- Navas, F (2007) **Generar programas de emprendedores sociales**. Madrid
- Niebles de las Salas, E; Oñoro Coneo, E y Oñoro Martínez, R (2007) Procesos desarrollados por gerentes sociales de ong's exitosas en el ámbito de la gestión del tercer sector en Cartagena. Edición electrónica gratuita. Texto completo en www.eumed.net/libros/2007a/

- Paella, S. Martins, F. (2012). **Metodología de la Investigación Cuantitativa**. Caracas. Venezuela. Fondo Editorial UPEL.
- Parra, E (2019) Las fases del proyecto de investigación. Colombia. Editorial Universidad de Manizales Segunda edición
- 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.2019v14n2.588>
- Paz, Annherys; Núñez, María Guadalupe; García, J y Salom, J (2016) Rol del liderazgo ético en organizaciones académicas. Venezuela Revista Opción, Año 32, Especial No.12 (2016): 148-168.
<file:///C:/Users/AR-N2840/Downloads/%C3%81gora-RolDelLiderazgoEticoEnOrganizacionesAcademicas-5852301.pdf>
- Paz, Annherys; Paz, Eduardo y Franco, Félix. (2012). El emprendedor social como eje transformador de las comunidades venezolanas. IV Jornadas Científicas Nacionales Dr. José Gregorio Hernández. “Valores en la Universidad: Elemento transformacional para una sociedad ética y equitativa”. Maracaibo/Venezuela 21 y 22 de noviembre de 2012.
- Paz, Annherys y Prieto, Ronald. (2015). Emprendimiento como estrategia en la formación universitaria en Colombia Maracaibo. Venezuela. IV Jornadas de Investigación “Emprendimiento e Innovación Tecnológica” Una Visión Gerencial. 16 y 17 de Octubre de 2015
<https://www.urbe.edu/investigacion/centros/Memoria-IV-Jornadas-de-Investigacion-Emprendimiento-e-Innovacion-Tecnologica.pdf>
- Paz, A; Salom, J; García, J y Suarez, H (2020) Perfil emprendedor en la formación Universitaria Venezolana. Venezuela Revista Ciencias Sociales. Volumen 26, NUMERO 1, ENERO –MARZO 202. OO.p. p 161-174.
<http://dx.doi.org/10.31876/rev.v26i1.31317>
- Pedraza Reyes, Carlos; Cantillo Campo, Nair y Paz Marcano, Annherys (2017) Emprendimiento social en empresas del sector lácteo colombiano. Caracas, Venezuela. Editorial IX Reunión Nacional de Gestión de Investigación y Desarrollo.
<http://hdl.handle.net/123456789/15935>
- Pedraza Reyes, Carlos; Cantillo Campo, Nair y Franco Segovia, Félix (2013) Emprendedor social: estrategia en la negociación de conflictos organizacionales. Maracaibo, Venezuela. Revista Forum Humanes. Vol. 2 Núm. 1 (2013) Junio - Noviembre 2013, pp. 8-21. <http://ojs.urbe.edu/index.php/forumhumanes/article/view/2467>
- Pedraza Reyes, Carlos; Cantillo Campo, Nair y Dueña, J (2019) Emprendimiento social en el sector lácteo. Colombia. Universidad de La Guajira. Primera edición
- Peña Calvo, J.V.; Cárdenas Gutiérrez, A.; Rodríguez Martín, A. y Sánchez Lissen, E. (2015). La cultura emprendedora como objetivo educativo: marco general y estado de la cuestión. L. Núñez Cubero (Coord.). Cultura emprendedora y educación. pp. 19-59. Sevilla, Editorial Universidad de Sevilla De Ciencias Económicas y Empresariales Universidad Pontificia de Madrid
- Romero, Z. (2018). Lineamientos estratégicos para la optimización del clima organizacional de la dirección sectorial de control de la administración descentralizada de la contraloría del Estado Mérida. *Conocimiento Global*, 3(1), 56-69. Recuperado a partir de <http://conocimientoglobal.org/revista/index.php/cglobal/article/view/28>
- Torraba, L (2014) Factores clave en el desarrollo del emprendimiento. Madrid, España Facultad de ciencias económicas y empresariales. Universidad Pontificia de Madrid.
<https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/61/TFG000007.pdf?sequence=1>
- Sosa, R. J. O., Reyes, R. Ó. B., & López, A. N. (2014), The competitiveness of small and medium enterprises in colima. (English), 9(1), 1264-1270.

Soto Lozada, J. (2016). Factor de competitividad financiera y contable de las organizaciones en Cartagena. *Enfoque Disciplinario*, 1(1), 1-13. Recuperado a partir de <http://enfoquedisciplinario.org/revista/index.php/enfoque/article/view/4>

Stripeikis, Osvaldas (2011), Enterprising Business Formation in Lithuanian Small and Medium-Sized Firms. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, 57. ISSN 1392-1142

Van der Veen, M & Wakkee, I (2004). Understanding the Entrepreneurial Process. *Annual Review of Progress in Entrepreneurial Research*, Volumen 2: 2002-2003. Bradford, UK: Emerald Group Publishing Limited. pg. 114.