



Revista de Ciencias Sociales (Ve)
ISSN: 1315-9518
rcs_luz@yahoo.com
Universidad del Zulia
Venezuela

Perfil emprendedor en la formación universitaria venezolana*

Paz Marcano, Annherys Isabel; Salóm Crespo, Jesús Alberto; García Guiliany, Jesús; Suarez Barros, Horacio Bienvenido

Perfil emprendedor en la formación universitaria venezolana*

Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XXVI, núm. 1, 2020

Universidad del Zulia, Venezuela

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28063104014>

Perfil emprendedor en la formación universitaria venezolana*

Entrepreneurial profile in Venezuelan university education

Annherys Isabel Paz Marcano
Universidad de La Guajira, Colombia
aipaz@uniguajira.edu.co

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28063104014>

Jesús Alberto Salóm Crespo
Universidad del Zulia, Venezuela
jasalomc@gmail.com

Jesús García Guiliany
Universidad Simón Bolívar, Colombia
jesus.garcia@unisimonbolivar.edu.co

Horacio Bienvenido Suarez Barros
Universidad de la Guajira, Colombia
hsuarez@uniguajira.edu.co

Recepción: 26 Agosto 2019
Aprobación: 15 Noviembre 2019

RESUMEN:

El emprendimiento, constituye una alternativa que agrega valor a los objetivos económicos y sociales en el desarrollo de las naciones, a razón de ello el emprendedor se convierte en agente que aporta ideas creativas e innovadoras, con respuestas a las necesidades del entorno, es así como este artículo tiene como objetivo analizar el perfil emprendedor en la formación universitaria venezolana. Metodológicamente, corresponde a un paradigma positivista, tipo de investigación descriptiva, diseño no experimental, transaccional, de campo. Se aplicó una encuesta, mediante cuestionario de 15 ítems, validado por 10 expertos, y confiabilidad por alfa de Cronbach de 0,96, a una población de 30 docentes y 366 alumnos, para un total de 396 sujetos de universidades privadas del estado Zulia, Venezuela. En el análisis, se utilizó la estadística inferencial, encontrando como resultado alta y moderada presencia en los indicadores analizados. Concluyendo que, el perfil del emprendedor en la formación de universidades venezolanas, se caracteriza por mostrar un espíritu emprendedor con valentía, visión, perseverancia, autoconfianza, orientación a los resultados, liderazgo y creatividad, representando sus ideas el motor que dinamiza el desarrollo de la nación, para satisfacer las necesidades de la sociedad, bajo el potencial innovador y oportunidades que agregan valor al sistema productivo.

PALABRAS CLAVE: Perfil emprendedor, formación universitaria, emprendimiento, desarrollo, innovación.

ABSTRACT:

Entrepreneurship is an alternative that adds value to the economic and social objectives in the development of nations, because of this the entrepreneur becomes an agent that provides creative and innovative ideas, with answers to the needs of the environment, this is how This article aims to analyze the entrepreneurial profile in Venezuelan university education. Methodologically, it corresponds to a positivist paradigm, type of descriptive research, non-experimental, transactional, field design. A survey was applied, using a 15-item questionnaire, validated by 10 experts, and reliability per Cronbach's alpha of 0.96, to a population of 30 teachers and 366 students, for a total of 396 subjects from private universities in Zulia state, Venezuela. In the analysis, inferential statistics was used, finding as a result high and moderate presence in the analyzed indicators. Concluding that, the profile of the entrepreneur in the formation of Venezuelan universities, is characterized by showing an entrepreneurial spirit with courage, vision, perseverance, self-confidence, results orientation, leadership and creativity, representing his ideas the engine that stimulates the development of the nation, to meet the needs of society, under the innovative potential and opportunities that add value to the productive system.

KEYWORDS: Entrepreneurial profile, university education, entrepreneurship, development, innovation.

INTRODUCCIÓN

Las economías de las naciones a escala mundial, han mostrado su capacidad de adaptación a las estructuras de gestión en los sectores del aparato productivo, tanto públicos como privados, conllevando sus acciones estratégicas a impactar la sociedad, para mejorar el desarrollo económico-social, y como respuesta aportar a la calidad de vida de la población (García, et al., 2017). De tal manera, que tales efectos de la economía no son excluyentes en las universidades, pues éstas deben emprender retos para enfrentar los cambios del entorno y apropiarse a las exigencias del mercado.

Paz, Harris y Paz (2015), refieren que hoy en día, la globalización ha traído consigo evolución y cambios trascendentales en la sociedad, donde las universidades no son ajenas, al contrario, han tenido 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 han marcado ventajas competitivas en el quehacer empresarial, donde la inserción de tendencias, entre ellas el emprendimiento, ha pasado a ocupar un espacio en la economía, donde las universidades como unidades al servicio de una sociedad en constantes cambios, para cubrir las exigencias de una economía globalizada, y formadoras de personas, en opinión de Durán, Prieto y García (2017), no son ajenas, puesto que desde las estructuras curriculares de las carreras que ofertan, requieren insertarlas, creando según refieren Borrayo, Valdez y Delgado (2019), una cultura y espíritu emprendedor, colocando de manifiesto a la sociedad, los conocimientos, y cualidades adquiridos en su formación, los cuales favorecerá la generación de oportunidades de nuevos negocios (Escalante y García, 2009; Paz, et al., 2015).

Desde siempre las universidades han sustentado el desarrollo humano de la sociedad, como fuente educativa generadora de conocimientos e ideas, siendo el pilar de formación para el desarrollo del hombre como actor social. Además, según Escalante y García (2009); Paz, et al. (2015), éstas deben ser dinámicas, con capacidad de adaptación ante las nuevas tendencias sociales.

De tal manera que, el emprendimiento, señalan Campo, Amar, Oliveros y Hugett (2018), en las últimas décadas, ha ganado fuerzas en el mundo, como un fenómeno innovador, donde sin ser nuevo en la práctica, es considerado uno de los tópicos de más investigación, siendo estudiado tanto por universidades, como gobiernos y otras organizaciones del sector tanto público como privado (Chell, Nicolopoulou y Karatas-Özkan, 2010).

Ante esta realidad, el emprendimiento ha tomado interés en la agenda estratégica de las universidades, al proponer productos o servicios en la sociedad, por lo que no es improcedente en las estructuras curriculares del sistema educativo, siendo actividades desarrolladas desde el pilar académico, trascendiendo tanto en investigación como extensión; con alianzas con organizaciones sin fines de lucro (ONG), asociaciones empresariales; así como en la participación de programas sociales de empresas tanto pública, nacionales como locales (Suárez, Suárez y Zambrano, 2017). Asimismo, es importante la subcontratación con fines tecnológicos e innovativos, pues según Fuentes y Sánchez (2010), en su estudio empírico en una amplia muestra de alumnado universitario, consideran que la formación a nivel educativo es un motor de desarrollo de potenciales emprendedores, de acuerdo a los resultados obtenidos en la Universidad de Córdoba, al sur de España.

En otra investigación, Sánchez y Fuentes (2013) señalan que las universidades han iniciado un proceso de apoyo a aquellos que ya han culminado su fase académica y que están dispuestos a construirse su propio empleo. Así, es habitual encontrar la formación universitaria entre las características definitorias del perfil mayoritario de la figura del emprendedor.

Por tanto, el emprendimiento converge en las universidades, como un patrón creativo e innovador de pensar y actuar de los alumnos; el cual se soporta a un sistema de formación profesional, que busca fomentar la cultura emprendedora, uniendo esfuerzos entre los actores del quehacer académico, investigativo y extensionista, para estimularlo, a la creación de emprendimientos novedoso que contribuya al sistema

económico del país, con la generación de empleos, mejorar la calidad de vida, bienestar del colectivo y satisfacer necesidades de la sociedad, mitigando los efectos que traen estancamientos al entorno, y con ello escaso progreso, entre otros aspectos.

Sobre este particular, se añade el trabajo de Fernández-Jardón (2014) titulado emprendimiento y universidad, donde se explica que la Universidad, debe asumir un nuevo papel y erigirse como una de las instituciones clave para promover no sólo la actitud sino también las aptitudes emprendedoras en toda la comunidad universitaria en su conjunto. Según los resultados alcanzados por el autor, en la investigación se reflexiona sobre los posibles modelos de emprendimiento a potenciar la Universidad, razón por la que en el estudio se consideró fundamental, no sólo realizar un primer análisis de las aportaciones teóricas tanto en el concepto como sus causas, sino además se estimó la actuación de la Universidad.

Bajo este orden de ideas, en la última década se ha incrementado el emprendimiento en el escenario universitario, aportando en la formación profesional conocimientos que agregan valor al desarrollo de la sociedad, donde es llevada a la práctica características que los distingue al momento de emprender una idea de negocio, trascendiendo sus cualidades a un rumbo estratégico basada en un perfil profesional integral. En este sentido, establece Stradi (2016) que a diferencia de otras formas de transmitir el conocimiento que tiene la universidad, los procesos de emprendedurismo e incubación de negocios, son un indicador de la eficacia de la formación universitaria, cuya finalidad es formar entes promotores de cambio social y ser impulsores de desarrollo.

No obstante, al hacer inferencia acerca de cómo llevar a cabo el emprendimiento desde la formación académica de las universidades, resulta interesante conocer y formar, desde un perfil del emprendedor como agente de cambio que desarrolla cualidades innovadoras, mediante competencias innatas o adquiridas en su formación profesional, forjando en él elementos impulsores del éxito, siendo capaces de demostrar la inteligencia, talento y aprendizajes indispensables para su constante renovación, pudiendo con sus acciones generar un desempeño competitivo en un mundo de cambios desafiantes, en vez de comportarse como agentes pasivos, inertes y estáticos.

Por su parte, Alcaraz (2011) establece ciertas características del perfil del emprendedor, como son aquellas que le facilitan no sólo emprender, sino también hacerlo con éxito, entre ellas: a) Creatividad e innovación; b) Confianza en él mismo y sus capacidades; c) Perseverancia; d) Capacidad para manejar problemas; y e) Aceptación del riesgo, entre otros. Fuentes y Sánchez (2010), consideran que el emprendedor presenta atributos como: Originalidad e innovación; moderada aversión al riesgo; aceptación de sus responsabilidades; conocimiento de los resultados de sus actos; así como planificación en base al largo plazo.

También la literatura suele coincidir en asociar a los emprendedores, atributos como la necesidad de logro; la autoconfianza y el optimismo; la creatividad y la autonomía. Por su parte, según Paz, Harris y Franco (2016) el emprendedor debe mostrar cualidades que los hacen diferentes desde sus características personales, el cual debe poseer iniciativa, capacidad de decisión, aceptar el riesgo moderado, orientarse hacia la oportunidad, estabilidad emocional, autocontrol, orientación hacia metas específicas, locus de control interno, tolerante, recepciones de las relaciones sociales, sentido de urgencia, honestidad, confianza, perseverancia, responsabilidad personal, individualista y optimista.

Al igual plantean los autores precitados, que entre las cualidades, se hace mención a las físicas, como la energía y trabajo duro, mientras las características intelectuales se atribuyen a la versatilidad, creatividad, búsqueda de información, planificador, visión comprensiva, capacidad de analizar el ambiente, de solucionar problemas, entre otras.

A razón de ello las universidades venezolanas objeto de estudio, como son las asentadas geográficamente en el estado Zulia de la República Bolivariana de Venezuela, emplean estrategias que impulsan en los estudiantes el espíritu emprendedor, con cátedras como creatividad e innovación, emprendimiento, formulación y ejecución de proyectos de negocios, entre otros, permitiendo desde la formación académica, tal como señalan Paz, Núñez, García y Salóm (2016); Steffens, et al. (2017) y García, Paz y Cardeno (2018),

motivar e incentivar el espíritu emprendedor e innovador en la práctica de actividades, que simbolizan el aprovechamiento de oportunidades en el mercado, para lograr metas, además de la humanización y una cultura que facilita dar respuestas a la sociedad.

Para Formichela (2004), en la relación innovación–emprendimiento, el emprendedor no es aquel que desarrolla una empresa, sino el que aprovecha las oportunidades para generar espacios de innovación permanente, inclusive más allá del ámbito económico. Sin embargo, debe existir un equilibrio racional del emprendimiento de manera que constituyan una dupla de éxito para la sociedad, pero al igual rinda beneficios tangibles a localidad. Amorós y Acha (2014) y Poblete, Amorós y Acha, A. (2014), argumentan que una sociedad que fomente e incentive a las personas para que desarrollen nuevos negocios, da cuenta de un país que posee conciencia y consenso sobre la importancia del emprendimiento, para el bienestar económico social de sus habitantes.

En virtud de ello, las universidades deben romper los esquemas que enquistan la formación de profesional de manera tradicional, por la incorporación de tendencias educativas que marquen transformación en la sociedad, es así como la presente investigación, se enfoca en analizar el perfil emprendedor en la formación universitaria venezolana.

1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS SOBRE EMPRENDIMIENTO

Ante la realidad descrita, para Herrera (2012) el emprendimiento es una estrategia utilizada por organizaciones públicas y privadas para activar la economía del país. Por su parte, expresan Lin y Li (2016), que el emprendedurismo está suscrito a la motivación, el cual conlleva a la oportunidad, obteniendo una visión y la satisfacción de ver hecha una realidad. Sobre este particular, requiere estar dispuesto a tomar riesgos, así como de esfuerzo y trabajo, pudiendo impulsar el desarrollo productivo de las naciones. Del mismo modo, Franco, Prieto, Paz y Meslier (2017) comentan que el emprendimiento comprende un proceso de estudio de oportunidades para garantizar el bienestar de la sociedad, representando una alternativa que agrega valor al desarrollo.

De acuerdo a Van Praag y Versloot (20079; y García-Macías, Zerón y Sánchez-Tovar (2018), el emprendimiento, analiza la contribución a la economía de los emprendedores con los que no lo son, en cuatro áreas: Empleo; innovación; productividad y crecimiento; así como utilidad, ultimando la importancia de la labor del emprendedor en la economía. Por su parte, Arce (2012) destaca que el emprendimiento, representa el motor que vitaliza la economía, donde los emprendedores tienen la alternativa de ser la opción en el país, creando conciencia y generando empleos.

Así entonces, la importancia del emprendedurismo en la sociedad actual, como mencionan Brown y Ulijn (2004) y; Paz, Pinto y Mendoza (2015), se debe a que comercializa conocimiento público, contribuyendo a la productividad, así como al crecimiento económico y creación de empleos. En líneas generales, se explica que el emprendimiento comprende un patrón de oportunidades, en el cual el emprendedor debe desarrollar ideas, a partir de las necesidades de la sociedad y ofrecer respuesta creativas e innovadoras en el mercado, siendo una alternativa que contribuye al desarrollo de la nación, estimulando el compromiso para fortalecer la mejora en la calidad de vida de las personas, aunado al análisis del comportamiento, las características de los individuos frente a la creación, desarrollo y consolidación de una empresa e idea, y los mecanismos externos que posibilitan la conformación desde los ámbitos legales de la misma.

Para Bracho, García y Jiménez (2012), los emprendedores, representan el líder impulsor de la calidad de vida de la gente, los cuales permanecen activos en la sociedad mostrando sus capacidades, habilidades, haciéndolo merecedor de un ser distintivo, persistente en su lucha incansable por el bienestar de los asuntos sociales importantes (García, Paz y Cantillo, 2019). Por ello, desde su comportamiento en las organizaciones académicas, facilitan la inclusión en la formación de personas con sentido creativo e innovadora, para ofrecer

oportunidades destinadas a brindar respuestas a las necesidades de la sociedad, con la generación de nuevas formas de representación en la construcción de sociedades sostenibles.

Según Stradi (2016), la forma de potenciar el emprendedurismo en las universidades, incluye modelos donde se les visualiza como referentes a nivel mundial en programas de emprendimiento, redes universitarias especializadas, proyectos e incubadoras de negocios. De acuerdo a Paz y Prieto (2015), el emprendimiento en la formación universitaria, conlleva a crear una cultura emprendedora que promueva iniciativas, convirtiendo una idea nueva en una innovación exitosa.

2. METODOLOGÍA

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 al perfil del emprendedor. De acuerdo con Cabeza, Andrade y Torres (2018), el enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar la hipótesis, con base en la medición numérica y análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías. Expresa Rodríguez (2010), que el método cuantitativo se centra en los hechos o causas del fenómeno social, con escaso interés por los estados subjetivos del individuo, este método utiliza el cuestionario, inventarios y análisis demográficos que producen números, los cuales pueden ser analizados estadísticamente para verificar, aprobar o rechazar las relaciones entre las variables definidas operacionalmente, además regularmente la presentación de resultados de estudios cuantitativos viene sustentada con tablas

Asimismo, se fundamenta en el paradigma científico positivista, permitiendo analizar el objeto de investigación con la aplicación de un instrumento válido y confiable con la finalidad de conocer la opinión de los encuestados e interpretando la información con estimaciones estadísticas sobre la variable perfil del emprendimiento. Para Guanipa (2010), el enfoque positivista permite la observación de los hechos sociales, con una visión objetiva de la labor científica determinada por una metodología basada en los números, derivada de la recolección de datos mediante la aplicación de cuestionarios tanto válidos como confiables.

En criterio de Hernández, Fernández y Baptista (2014), la investigación es descriptiva, puesto que busca especificar propiedades, características y rasgos importantes de cualquier fenómeno analizado, describiendo tendencias de un grupo o población, partiendo de perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos u objetos o cualquier otro fenómeno sometido a análisis.

En relación al diseño de investigación, es no experimental, transaccional de campo (Hernández, et al., 2014). Las no experimentales surgen cuando no se hacen variar intencionalmente las variables independientes, sino observan fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. Por otra parte, de acuerdo a los autores, se identifica con el diseño transeccional o transversal, llevando a cabo la recolección de datos en un solo momento, en un tiempo único, teniendo como propósito de describir variables y analizar su incidencia e interpretación en un momento dado.

De acuerdo al objetivo del estudio, se atribuyó a 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 poblacional en las universidades privadas venezolanas. Señala Arias (2016), que el diseño de campo consiste en la recolección de datos directamente en la realidad donde se generan los hechos, sin manipular o controlar variable alguna. Por su parte, Tamayo y Tamayo (2010) indican que un diseño de campo, recoge datos directamente de la realidad, por tanto, se le denomina primarios.

En relación a los sujetos informantes de la investigación, para el alcance del objetivo sobre la variable perfil del emprendedor, se recurrió a los efectos de población a 30 docentes y 366 alumnos cursantes de la cátedra de emprendimiento de las universidades privadas, localizadas en el municipio Maracaibo, del estado Zulia, Venezuela. Según Hernández, et al. (2014), la población 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 representa al número de personas a las cuales se les puede solicitar información, depende tanto de los objetivos y alcances del estudio, como de las características de las personas que la pueden suministrar.

Al respecto, la población estuvo conformada por 396 sujetos, que por caracterizarse como finita y accesible, se empleó un censo poblacional, estudiando la totalidad de sujetos informantes. Tamayo y Tamayo (2010), expresan que el censo comprende la muestra en la cual entran todos los miembros de la población, siendo más representativa.

Para la compilación de información, se utilizó la técnica de la observación mediante encuesta, Méndez (2013) plantea que ésta es un instrumento de observación formado por preguntas cuyas respuestas son anotadas por el encuestador, permitiendo desde el conocimiento saber acerca del objeto de investigación. Arias (2016), la define como 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.

En cuanto al uso de instrumento, para registrar los datos de la opinión de los encuestados sobre la variable estudiada, se aplicó un cuestionario, que de acuerdo con Hernández, et al. (2014) es un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir, por lo cual en la presente investigación el mismo estuvo conformado por 21 *ítems* en opciones de respuesta múltiples de siempre, casi siempre, a veces, casi nunca y nunca.

En este sentido, el cuestionario fue previamente validado por 10 expertos. Hernández, et al. (2014), explican que la validez es el grado donde un instrumento mide la variable que busca medir. En cuanto a la confiabilidad del instrumento, se alcanzó de la aplicación de la fórmula de *alfa cronbach* arrojando un valor de 0,96, es decir 96% de fiabilidad. La confiabilidad del instrumento de medición, según los criterios de los precitados autores, es el grado en que la aplicación de un instrumento repetido al mismo sujeto u objeto produce iguales resultados; este coeficiente puede oscilar entre 0 y 1. Asimismo, el análisis de la información derivada de la aplicación de la encuesta, se realizó mediante la estadística descriptiva.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados de la investigación, corresponden a la aplicación del cuestionario a la población conformada por 396 sujetos de las universidades privadas del estado Zulia Venezuela, los datos logrados son expuestos en cuadros según las medias aritméticas obtenidas e interpretadas, de acuerdo a un baremo de tendencias de rangos y categorías promedios (ver Cuadro 1). Asimismo, la interpretación de la información compilada de los encuestados, se realizó contrastando con las teorías de los autores referenciados para argumentar y dar respuesta al objetivo de investigación.

CUADRO 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

Elaboración propia, 2019.

En el Cuadro 2, se presentan los valores obtenidos de la aplicación del instrumento en relación a las características del perfil emprendedor, los datos estadísticos arrojados fueron los siguientes: El indicador valentía fue de 3,74 ubicado en el rango de (3,41 – 4,20) dentro de la categoría alta; seguido de la visión con un promedio de 3,53 dentro del rango (3,41 – 4,20) de la categoría alta, asimismo, el indicador perseverancia obtuvo una media igual a 3,73 con la misma categoría y significado.

CUADRO 2
Características del emprendedor

Indicadores	Promedios	Rangos	Categorías	Significado
Valentía	3,74	3,41 - 4,20	Alta	Presente
Visión	3,53	3,41 - 4,20	Alta	Presente
Perseverancia	3,73	3,41 - 4,20	Alta	Presente
Autoconfianza	2,97	2,61 - 3,40	Moderada	Medianamente presente
Orientación a los resultados	3,33	2,61 - 3,40	Moderada	Medianamente presente
Liderazgo	3,53	3,41 - 4,20	Alta	Presente
Creatividad	3,35	2,61 - 3,40	Moderada	Medianamente presente
Total de la dimensión	3,45	3,41 - 4,20	Alta	Presente

Elaboración propia, 2019.

Por otro lado, el indicador autoconfianza obtuvo un promedio igual a 2,97 centrado en el rango de (2,61 – 3,40) colocado en la categoría moderada, porque está medianamente presente; la orientación a los resultados se ubicó en la misma categoría y significado con un promedio de 3,33; el liderazgo obtuvo una media de 3,53 ubicado en el rango de (3,41 – 4,20) para la categoría alta; y finalmente, creatividad con un promedio de 3,35 ubicado en el rango (2,61 – 3,40), situado en la categoría moderada porque está medianamente presente (ver Cuadro 2).

El primero de los indicadores analizados fue la valentía, considerada una de las características que se distingue en el perfil del emprendedor, según la generación de oportunidades para la creación de empresas en medio de un entorno competitivo, y con dificultades que deben ser enfrentadas con el día a día, según se tenga la capacidad de persistir.

En relación a la media aritmética obtenida para el indicador fue 3,53; demostrando con ello que los emprendedores de las universidades privadas, del estado Zulia, Venezuela, se apoyan de forma moderada en personas claves, como sus agentes, para alcanzar los objetivos, asimismo, se mantiene una red de contactos de negocio para ofertar sus ideas, también se establecen estrategias para influir sobre otros en las ideas de emprendimiento. A pesar de la frecuencia, se cumple lo explicado por Lizarazo (2009), porque un emprendedor se vale de estrategias para influir, así como persuadir a otros, usar a personas claves para alcanzar los objetivos propios para desarrollar, así como mantener una red de contactos de negocios.

En este orden de ideas, los resultados concuerdan con lo denotado en la investigación de Herrera (2012), donde se obtuvieron resultados similares entre los emprendedores del Fondo Emprender Sincelejo; para los sujetos de la población, lo cual aporta valor a la variable, así como al estudio.

Tomando en consideración los resultados expuestos, se tiene que los investigadores consultados, coinciden en que la valentía es una acción necesaria para el emprendimiento, puesto que conlleva a perseguir un determinado fin económico, político o social, permitiendo aportar desde sus ideas a crear un valor interno que lleve a las personas a crecer, satisfaciendo deseos, así como necesidades.

Otro de los indicadores estudiados fue la visión, importante en el perfil emprendedor, porque lo lleva a ejecutar un grupo de esfuerzos organizados en la búsqueda de oportunidades, al enfrentar un riesgo. La media de este indicador fue igual a 3,53, ubicándose en el rango de la categoría alta, lo cual indica que el emprendedor se esfuerza para que sus ideas sean reconocidas, también dedica tiempo hacia la consecución en los planes estratégicos, y además, establece estrategias para influir sobre otros en las ideas de emprendimiento.

La visión, fue fundamentada por los planteamientos de Canseco (2014), quien identifica al emprendedor como la persona con una clara visión de futuro, autoconfianza, así como capacidad de sacrificio, porque tienen un sentido visionario para el común cumplimiento de los planes estratégicos, como ocurre con los sujetos pertenecientes a las organizaciones académicas.

Igualmente, los resultados son similares a los presentados en el artículo publicado por Herrera (2012), donde se formulan las características del emprendedor, listando un total de diecisiete, entre las cuales se encuentra la visión. Para los investigadores el emprendimiento es una manera de actuar y pensar, pero es indispensable una visión que direcciona al individuo a buscar nuevas oportunidades, con la finalidad de satisfacer necesidades individuales o del colectivo, lo cual se aplica en las organizaciones académicas, cuando se crean planes estratégicos que deben ser alcanzados.

Otro indicador fue la perseverancia, la cual establece en una persona la motivación necesaria para que alcance un determinado objetivo y lo lleva a tener un trabajo arduo, así como continuo, para hacer que su idea funcione. En este sentido, al aplicar el instrumento a la población objeto, se obtuvo una media igual a 3,73 situándola en la categoría alta, por tanto, los individuos encuestados estimulan a su grupo de trabajo para alcanzar los objetivos planificados, también asumen riesgos esforzándose a cumplir las metas, aunado a orientar a los equipos a aportar ideas que transformen las actividades diarias. Los resultados, coinciden con Amaru (2008), quien establece que el emprendedor de acuerdo con su compromiso se esfuerza para enfrentar tanto los riesgos como las dificultades, con el fin de demostrar que su idea funciona y, además, puedan alcanzar los objetivos y metas propuestas.

Del mismo modo, los resultados del indicador muestran que existe una relación entre los datos obtenidos, con los expuestos por Herrera (2012), donde los emprendedores son perseverantes de forma alta, no importando el perfil, ni la edad, ni la formación universitaria, cuando se enfocan en las oportunidades. En este particular, los investigadores infieren que la perseverancia es una de las características que presentan los emprendedores de las universidades venezolanas, enfocándose en alcanzar la productividad esperada, lo cual ofrece resistencia a la depresión a lo largo del proceso del cumplimiento de los objetivos propuestos.

Datos similares se presentan en los resultados del indicador autoconfianza, donde el emprendedor busca alcanzar autonomía de las reglas, así como del control, atribuyendo a sí mismo la causa de sus éxitos y fracasos, gracias al conocimiento de las propias habilidades, así como actitudes para afrontar nuevas circunstancias, desde su formación profesional. La media del indicador fue igual a 2,97 ubicándose en la categoría moderada, lo que expresa que se encuentra medianamente presente en los sujetos encuestados, con esta frecuencia muestran independencia al enfrentar la incertidumbre del entorno, así como autonomía en su grupo de trabajo, cuando detectan debilidades en la consecución de actividades, y al expresar confianza para alcanzar ideas difíciles.

Al considerar los valores resultantes en el estudio, se tiene diferencias con respecto a la postura del autor Lizarazo (2009), puesto que indica que un emprendedor busca alcanzar autonomía en sus reglas, gracias al conocimiento de las propias habilidades, así como actitudes de confianza para afrontar circunstancias nuevas y retadoras.

En este orden de ideas, los resultados obtenidos para este indicador reflejan similitud con los del artículo presentado por Aguilar y Rodríguez (2012), donde los sujetos de estudio aplican nuevas prácticas para beneficiar las iniciativas y también para desarrollar salidas que eleven el nivel de educación superior con la finalidad de proveer productos de calidad. Por otra parte, los investigadores infieren que, en las universidades privadas venezolanas, es necesario el sentido de independencia para enfrentar las incertidumbres, alcanzando ideas difíciles y atravesándolas en su desempeño como ejecutivo de negocio de manera integral, al adquirir valor para desarrollarse en los diferentes aspectos de la vida.

Otra característica del emprendedor en universidades venezolanas, está en el indicador orientación a los resultados, debido a que conlleva a las personas a estimularse a sí mismas, o a los equipos de trabajo a lograr los intereses particulares, con la finalidad de mejorar la calidad de vida del entorno. Con respecto a los resultados,

la media fue igual a 3,33 situada en la categoría moderada, de acuerdo a la opinión emitida por los sujetos, estos estimulan su grupo de trabajo para alcanzar objetivos más allá de los intereses propios, además con la misma frecuencia promueve el entusiasmo para desarrollar nuevas propuestas de trabajo, y los orientan para asumir responsabilidades con compromiso.

Al respecto, Soto y Cárdenas (2007) señalan que la orientación de los resultados es importante para estimular a las personas y empresas, a ir más allá de los intereses particulares, pensando en la sociedad; lo cual difiere un poco de lo expuesto por los sujetos encuestados, por lo tanto, es importante buscar un medio incansable del bienestar de todos a fin de mejorar la calidad de vida. Los resultados de esta investigación coinciden con los presentados en el artículo publicado por Herrera (2012), donde la orientación al logro se ubica medianamente entre los sujetos de la población de estudio como características de emprendedores respectivas, para aportar valor a dichas instituciones al plantearse nuevos desafíos.

En cuanto al indicador liderazgo, el emprendedor debe poseer esta característica con la finalidad de influir y apoyar a otros para que trabajen con entusiasmo en el logro de ciertos objetivos, así como de motivar a sus seguidores, tan intensamente que transformen su actitud y también despierten su conciencia. La media del indicador fue 3,53 la cual se ubica en la categoría alta, estando presente en los estudiantes universitarios en Venezuela, indicando que estimulan su grupo de trabajo para alcanzar objetivos más allá de los intereses propios, también promueven el entusiasmo para desarrollar nuevas propuestas de trabajo, así como, los orientan a asumir responsabilidades con compromiso.

Los resultados coinciden con Perozo y Paz (2016), quienes muestran el liderazgo como el proceso de influencia de líderes y seguidores para alcanzar los objetivos de la organización mediante el cambio. Del mismo modo, los resultados obtenidos son semejantes a los de Herrera (2012), donde los diecisiete sujetos participantes como población de estudio aseveraron tener esta característica tan fundamental para un emprendedor. De esto, se puede inferir que el liderazgo en las organizaciones académicas es fundamental, porque se puede aplicar desde una persona perteneciente a un nivel jerárquico hacia otras con otros cargos o en otros sentidos, con la finalidad de lograr un objetivo en común.

Como último indicador se tiene la creatividad, en la cual el emprendedor debe tener la habilidad de combinar ideas poco usuales para ofrecer a una organización una mejora de algo ya existente, haciéndola crecer y perdurar en el tiempo. La media para este indicador fue igual a 3,35 ubicada en la categoría moderada, estando medianamente presente en la población de estudio, promoviendo el desarrollo de ideas para mejorar actividades de trabajo establecidas, también al proponer ideas que conllevan a minimizar la ejecución de procesos de trabajo e innovar con el fin de generar un cambio en el desarrollo de los mismos.

Al respecto, se coincide con lo expuesto por Robbins y DeCenzo (2008), en cuanto a que las personas combinan ideas con la finalidad de crear algo, asimismo, como explica Mateo, Menchén y Diez (2005), al implicar un cambio en el razonamiento e invertir un orden lógico del pensamiento, permitiendo predisponer la mente para aceptar el cambio y gestionarlo de forma eficiente.

En este particular, los resultados obtenidos son similares a los publicados por Herrera (2012), donde los diecisiete sujetos participantes como población de estudio aseveraron tener esta característica tan importante en un emprendedor. Para los investigadores la creatividad es inherente a la formación de éste último, así como del empresario, puesto que mediante los tiempos de cambio actuales, la sociedad evoluciona a velocidad al utilizar las herramientas necesarias que conlleva a solucionar los problemas existentes o a descubrir problemas diferentes para crear cosas nuevas.

En relación a la media aritmética de la dimensión en su conjunto, ésta fue igual a 3,45 ubicada en la categoría alta, donde la mayoría de los indicadores están presentes en los individuos pertenecientes a las universidades venezolanas. Esto es importante porque entre las características del emprendedor se deben generar oportunidades para la creación de empresas, que conlleven a fundamentarse en la identificación, así como en la valoración de los activos y fortalezas que posee el territorio para su desarrollo, al persistir, además de determinar, el surgimiento de emprendedores exitosos.

En este aspecto de la dimensión, se aporta el trabajo realizado por Sung y Duarte (2015), quienes refieren que es el hombre el emprendedor de América Latina, pues las mujeres no participan mayormente en la creación de empresas dinámicas, representando solo una de cada diez emprendedores. Respecto a la motivación y la dimensión sociocultural para el emprendedor en América Latina, generalmente un familiar constituye la fuente de inspiración fundamental.

CONCLUSIONES

Al analizar el perfil emprendedor en la formación universitaria venezolana, se pudo evidenciar que se presentan varias de las características definidas por los autores y la teoría universal, respecto al emprendimiento y al emprendedor. Donde quien emprende, al momento de efectuar sus actividades, se apoya en las personas claves para alcanzar los objetivos propuestos, manteniendo contacto a modos de red al ofertar ideas, y tratando de influir en otros en las ideas emprendidas y esforzándose al ser reconocidas.

En este sentido, dedica tiempo hacia la consecución de los planes estratégicos, aun cuando se presenten dificultades en su entorno; se motiva siendo visionario para alcanzar los objetivos planificados, y transformando las actividades diarias, con independencia al enfrentar la incertidumbre en el medio que lo rodea, y con ello las ideas difíciles de obtener, en todo caso actuando desde la capacidad de desempeño, liderazgo, perseverancia, autoconfianza, creatividad y valentía. De tal manera, el emprendedor utiliza el sentido intuitivo para tomar decisiones ante las oportunidades, siendo positivo, detectando el estado de ánimo negativo y persuadiendo en sus acciones para no afectar sus estrategias de vida como persona y profesional.

Por consiguiente, promueve ideas, mediante la evaluación del entorno y consultando la viabilidad de propuestas con opiniones de expertos, para tomar decisiones con coherencia, actuando con determinación, y ofreciendo solución ante diversas alternativas para dar respuestas a las necesidades presentes, siendo optimista y visionario al detectar oportunidades, y alcanzar los objetivos con valentía, sentido de la confianza. Además de reconocer el espíritu de logro, que propicie la cultura emprendedora para aportar a la sociedad desde la formación adquirida.

Finalmente, de allí se destaca, que el emprendimiento desde la formación universitaria se sustenta en un enfoque estratégico, incentivado para apoyar las oportunidades y recursos, a fin de incrementar el valor agregado a la producción y la puesta en práctica de negocios con equipos de trabajos competitivos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alcaraz, R. (2011). *El emprendedor de éxito*. México: Editorial McGraw-Hill.
- Amaru, A. C. (2008). *Administración para emprendedores. Fundamentos para la creación y gestión de nuevos negocios*. México: Editorial Pearson Educación.
- Aguilar, M. J., y Rodríguez, J. L. (2012). Incubadoras en ambientes virtuales basadas en gestión de proyectos: Potenciando incubadoras de ciencia y emprendimiento. *Revista Ciencia y Tecnología*, (11), 19-28. doi: 10.5377/rct.v0i11.1071.
- Amorós, J. E., y Acha, A. (2014). Global Entrepreneurship Monitor. Reporte nacional de Chile 2013. Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo. Recuperado de <https://negocios.udd.cl/gemchile/files/2014/10/Reporte-GEM-Chile-2013-web.pdf>
- Arce, P. (2012). *¿Cuáles y cuántas empresas del sector financiero en Costa Rica realizan emprendedurismo social o tienen expectativas de desarrollar emprendimientos sociales y qué esfuerzos han venido realizando para alcanzarlos?* (Tesis de maestría). Universidad Latinoamericana de la Ciencia y Tecnología, San José, Costa Rica.
- Arias, F. (2016). *El proyecto de investigación*. Venezuela: Editorial Episteme.

- Borrayo, C., Valdez, A., y Delgado, B. (2019). Cultura emprendedora en jóvenes universitarios de Guadalajara, México. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(3), 72-87.
- Bracho, O. D. S., García, J. E., y Jiménez, E. E. (2012). Factores de liderazgo transformacional en contralorías municipales del estado Zulia. *Coeptum*, 3(2), 127-140.
- Brown, T. E., y Ulijn, J. (Eds.) (2004). Innovation, entrepreneurship and culture: The interaction between technology, progress and economic growth. Cheltenham, (UK): Edward Elgar Publishing. Recuperado de http://www.untag-smd.ac.id/files/Perpustakaan_Digital_1/ENTREPRENEURSHIP%20Innovation,%20Entrepreneurship%20and%20Culture%20-%20The%20Interaction%20Between%20Technology,%20P.pdf
- Cabezas, E. D., Andrade, D., y Torres, J. (2018). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Ecuador: Editorial Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
- Campo, L., Amar, P., Olivero, E., y Hugett, S. (2018). Emprendimiento e innovación como motor del desarrollo sostenible: Estudio bibliométrico (2006- 2016). *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXIV(4), 26-37.
- Canseco, R. D. (2014). *El arte de emprender*. Lima, Perú: Fondo Editorial Universidad San Ignacio de Loyola.
- Chell, E., Nicolopoulou, K., y Karatas-Özkan, M. (2010). Social entrepreneurship and enterprise: International and innovation perspectives. *Entrepreneurship & Regional Development*, 22(6), 485-493. doi: 10.1080/08985626.2010.488396
- Durán, S. E., Prieto, R. A., y García, J. E. (2017). Influencia de la calidad de vida en el rendimiento. En J. Hernández, J. Barboza, e I. Muñoz (Comp.), *Calidad de vida, inclusión social y bienestar humano del estudiante universitario* (pp. 89-110). Venezuela: Fondo Editorial UNERMB.
- Escalante, Z., y García, J. (2009). Modelos de negocios en entornos de desarrollo tecnológico. *CICAG*, 6(1), 77-104.
- Fernández-Jardon, C. (octubre de 2014). Emprendimiento y creación de empresas en la universidad. *4ta Conferencias Ibérica de emprendimiento. Crea para emprender. Emprende para crear*, Universidad de Vigo, España.
- Formichella, M. (2004). *El concepto de emprendimiento y su relación con la educación, el empleo y el desarrollo local*. Buenos Aires, Argentina. Recuperado de <http://municipios.unq.edu.ar/modules/mislibros/archivos/MonografiaVersionFinal.pdf>
- Franco, F., Prieto, R., Paz, A., y Meslier, D. (2017). Emprendimiento social. Mecanismo integrador de las empresas mixtas petroleras. En E. Olivero, K. Barrios, J. C. Acosta-Prado (Comps.), *Perspectivas empresariales e inclusivas del emprendimiento*, (pp. 145-172). Barranquilla, Colombia: Ediciones Universidad Simón Bolívar. Recuperado de <http://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/2604/Perspectempresariincludemprendimiento.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fuentes, F. J., y Sánchez, S. M. (2010). Análisis del perfil emprendedor: Una perspectiva de género. *Estudios de Economía Aplicada*, 28(3), 1-28.
- García, J. E., Durán, S. E., Cardeño, E., Prieto, R., García, E., y Paz, A. (2017). Proceso de planificación estratégica: Etapas ejecutadas en pequeñas y medianas empresas para optimizar la competitividad. *Revista Espacios*, 38(52), 16-30.
- García, J., Paz, A., y Cardeño, E. (2018). Liderazgo ético. Una perspectiva en universidades públicas del estado Zulia. *Opción*, 34(86), 696-730.
- 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.
- García-Macías, M. Á., Zerón-Félix, M., y Sánchez-Tovar, Y. (2018) Factores de entorno determinantes del emprendimiento en México. *Entramado*, 14(1), 88-103. doi: 10.18041/entramado.2018v14n1.2712.
- Guanipa, M. (2010). *Reflexiones básicas sobre investigación*. Maracaibo, Venezuela: Editorial de la Universidad Dr. Rafael Bellosso Chacín.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. México. Editorial Mc. Graw Hill Interamericana Editores, S.A.

- Herrera, C. (2012). Una investigación en emprendimiento: Caracterización del emprendedor. *Revista Económicas CUC*, 33(1), 191-204.
- Lin, C-K., y Li, M-F. (2016). Entrepreneurship the social enterprises with neo-fifth discipline-The emerging reciprocity organization. *American Journal of Industrial and Business Management*, 6(1), 45-59. doi: 10.4236/ajibm.2016.61004.
- Lizarazo, M. O. (2009). *Jóvenes emprendedores. Comprometidos con el desarrollo sostenible de los territorios rurales*. Quito, Ecuador: Editorial Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
- Mateo, E., Menchén, F., y Díez, M. D. (2005). *Como fomentar la creatividad en la familia, en la escuela*. Madrid, España: Editorial Marsiega.
- Méndez, C. (2013). *Metodología diseño y desarrollo del proceso de investigación*. Colombia: Editorial Limusa.
- Paz, A., Pinto, E., y Mendoza, C. (2015). Emprendimiento: Herramienta para la formación del emprendedor social en la Universidad de la Guajira. *Revista Boletín Redipe [Internet]*, 4(8), 79-85. Recuperado de <https://revista.redipe.org/index.php/1/article/view/365>
- Paz, A., y Prieto, R. (Octubre de 2015). Emprendimiento como estrategia en la formación universitaria en Colombia Maracaibo. *IV Jornadas de Investigación "Emprendimiento e Innovación Tecnológica" Una Visión Gerencial*, Venezuela. Recuperado de <https://www.urbe.edu/investigacion/centros/Memoria-IV-Jornadas-de-Investigacion-Emprendimiento-e-Innovacion-Tecnologica.pdf>
- Paz, A., Harris, J., y Paz, J. (noviembre de 2015). Cultura ética y responsabilidad social: identidad con rostro humano en universidades. Venezuela. *VII Jornadas Científicas Nacionales Dr. José Gregorio Hernández. "El desarrollo de un país depende de la ciencia. Dr. Jacinto Convit"*, Maracaibo, Venezuela.
- Paz, A., Harris, J., y Franco, F. (2016). Responsabilidad social gestión compartida con el emprendedor social en empresas mixtas del sector petrolero. *Económicas CUC*, 37(2), 47-68. doi: 10.17981/econuc.37.2.2016.03.
- Paz, A., Núñez, M. G., García, J., y Salóm, J. (2016). Rol del liderazgo ético en organizaciones académicas. *Opción*, 32(E-12), 148-168.
- Perozo, B., y Paz, A. (2016). Estilos de liderazgo femenino como factor influyente en las habilidades de los equipos de trabajo en el sector asegurador. *Clío América*, 10(19), 8-22.
- Poblete, C., Amorós, J. E., y Acha, A. (2014). Global Entrepreneurship Monitor. Reporte de la Región Metropolitana de Santiago 2013. Santiago, Chile: Universidad del Desarrollo. Recuperado de <https://negocios.udd.cl/gemchile/files/2016/01/GEM-RM-2013-21.pdf>
- Robbins, S. P., y DeCenzo, D. A. (2008). *Supervisión*. México: Editorial Mac Graw Hill.
- Rodríguez, M. (2010). *Métodos de investigación*. México: Editorial de la Universidad Autónoma de Sinaloa.
- Sánchez, S. M., y Fuentes, F. J. (2013). Mujer y emprendimiento: Un análisis en el contexto universitario español. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XIX(1), 140-153.
- Soto, E., y Cárdenas, J. (2007). *Ética en las organizaciones*. México: Editorial McGraw-Hill Interamericana.
- Steffens, E., Ojeda, D., Martínez, O., García, J., Hernández, H., y Marín, F. (2017). Niveles de pensamiento crítico en estudiantes de universidades en Barranquilla (Colombia). *Revista Espacios*, 38(30), 5-19.
- Stradi, M. S. (2016) El emprendedurismo universitario en estudiantes de administración de empresas de la UNED de Costa Rica. *Revista Nacional de Administración*, 7(2), 81-102. Recuperado de <https://investiga.uned.ac.cr/revistas/index.php/rna/article/view/1574>
- Suárez, M., Suárez, L., y Zambrano, S. (2017). Emprendimiento de jóvenes rurales en Boyacá-Colombia: Un compromiso de la educación y los gobiernos locales. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXIII(4), 23-32.
- Sung, S., y Duarte, S. (2015). El perfil del emprendedor y los estudios relacionados a los emprendedores Iberoamericanos. *Revista Internacional de investigación en Ciencias. Sociales*, 11(2), 291-314.
- Tamayo y Tamayo, M. (2010). *El proceso de la investigación científica*. México: Editorial Limusa. D.F.
- Van Praag, M., y Versloot, P. (2007). What is the value of entrepreneurship? A review of recent research. *Small Business Economics*, 29(4), 351-382.

NOTAS

- * Resultado de la investigación Posdoctoral en Gerencia Pública y Gobierno titulada: Formación del emprendimiento en Universidades Venezolanas, desarrollada en la Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín. Maracaibo-Venezuela, 2018