

El perfil emprendedor Ucabista en tiempos adversos: COVID-19

Francisco Velandia

Doctor en Educación (Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela), Magister Scientiarum en Administración de Negocios (Universidad Nacional Abierta, Venezuela). Licenciado en Educación Mención Matemáticas y Física (Universidad Católica Andrés Bello, Venezuela), TSU en Informática (Universidad Bicentenario de Aragua, Venezuela). Temas de investigación: desarrollo personal, emprendimiento, educación universitaria, pymes y planes de negocio. Profesor e Investigador del Centro de Innovación y Emprendimiento (CIEUCAB).

Resumen

Las Universidades abren espacios para la creatividad y para fomentar la formación integral del hombre que requiere la sociedad más en estos tiempos de COVID. Nos encontramos en un entorno de cambios constantes, para sobrevivir a esta realidad la universidad debe adaptar su formación a los nuevos cambios requeridos. En esta investigación se buscó estudiar la interrelación implícita estudiante-universidad con base a los contenidos de las representaciones sociales de un grupo de estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello dada la vinculación institucional del investigador desde los espacios de la Cátedra Institucional de Innovación y Emprendimiento, para conocer como bajo este contexto, como es visto el fenómeno emprendedor y como las Universidades coadyuvan a dar respuesta a los objetivos emergentes tales como la innovación la creatividad y el emprendimiento desde el ámbito educativo bajo la influencia de contextos adversos. Las universidades surgen como categoría principal en el presente estudio donde se reconoce por parte del estudiante que es un espacio en el que se gestan de manera natural bajo la influencia contextual los conocimientos formales e interacción académica para el desarrollo emprendedor.

Palabras clave: emprendimiento, universidad, estudiantes, representaciones sociales, influencia contextual.

The Ucabista entrepreneurial profile in adverse times: COVID-19

Abstract

The Universities open spaces for creativity and to promote the integral formation of man that society requires most in these times of COVID. We are in an environment of constant changes, in order to survive this reality the university must adapt its training to the new changes required. This research sought to study the implicit interrelationship of student university based on the contents of the social representations of a group of students of the Andrés Bello Catholic University given the institutional linkage of the researcher from the spaces of the Institutional Chair of Innovation and Entrepreneurship, to know how under this context, how the entrepreneurial phenomenon is seen and how the Universities help to respond to emerging objectives such as innovation, creativity and entrepreneurship from the educational field under the influence of adverse contexts. Universities emerge as a main category in this study where it is recognized by the student that it is a space in which formal knowledge and academic interaction for entrepreneurial development are born in a natural way under the contextual influence.

Keywords: covid-19, entrepreneurship, university, students, social representations, contextual influence

Introducción

En la actualidad dado el contexto global del COVID-19, la sociedad ha asumido un rol de ser emprendedora y generar actividades que aporten al desarrollo económico, tecnológico y social de la región y del país mayor innovación y actividades productivas para el desarrollo de las mismas. Debe incluirse al emprendimiento y la innovación como una nueva misión dentro de las Universidades.

La intención emprendedora está relacionada con las creencias, influencia social percibida en su entorno próximo, así como con las habilidades y capacidades del individuo para desarrollar un proyecto emprendedor.

Fe y Alegría (2004) afirma que: “si la educación está en función de la sociedad, no se podrá pensar en un cambio en la sociedad; ni tampoco en cambiar la sociedad sin realizar cambios en la educación” (p. 10). Como parte de estos cambios emerge la necesidad de un cambio curricular en la educación formal que acelere la transformación que surge de la burbuja social por así decirle a la dirección que toman los cambios sociales y los culturales.

El aporte de esta investigación busco analizar las representaciones sociales de un grupo de estudiantes para conocer la interacción estudiante-universidad basada en el contenido de dichas representaciones y estudiar la influencia de las universidades en la Educación en Emprendimiento en Venezuela dado el contexto global del COVID-19, en particular la influencia de la Universidad Católica Andrés Bello desde los espacios de la Cátedra Institucional en Innovación y Emprendimiento (Período 202115).

Planteamiento del Problema

Todo ser humano busca en la educación un andamiaje, para que esta se convierta en el medio para adquirir una profesión, un oficio o una ocupación, que le permita y le facilite la consecución de mayor bienestar económico y social y que le permita además cubrir sus propias necesidades y las de su entorno (familia: padres, esposa e hijos). Por ello, cabría preguntarse: ¿Qué están haciendo las universidades para asumir estas inquietudes en la actualidad dado el contexto del COVID-19?

Una manera de soportar sobre bases laborales reales y sólidas, no sólo el crecimiento manifiesto en el incremento de indicadores económicos, sino también el que se observa en el desarrollo local sostenible, que podría reflejarse o traducirse en una mayor ocupación o empleo, acceso a más y mejores servicios, salud, calidad de vida, así como en una mayor capacidad competitiva de los territorios locales.

Flores y Méndez (2010) aseveran que se: “genera la necesidad de nuevos estilos de enseñanza y de aprendizaje, toda vez que el profesional de hoy ha de desempeñar innumerables facetas en su entorno vital” (p. 73). El desafío del emprendimiento está aún más que vigente, en Venezuela algunas instituciones educativas públicas y privadas que han dado sus primeros pasos para abordar este sector que emerge con mayor profundidad respondiendo a la crisis económica, social, política, cultural y la más importante la “educativa”.

Objetivos del estudio

Surge la necesidad de conocer la percepción de los estudiantes dado el contexto del COVID-19, desde el ámbito de la praxis educativa del investigador para coadyuvar al diseño de acciones efectivas que incentiven el desarrollo emprendedor en la comunidad universitaria de la cual forma parte y poder elevar propuestas a las autoridades para atender las necesidades curriculares que implican tal nivel desarrollo.

Objetivo General:

Contribuir a la comprensión de las representaciones sociales acerca del emprendimiento que tienen los estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello desde los espacios de la Cátedra Institucional en Innovación y Emprendimiento (Período 202115).

Objetivos Específicos

Analizar los contenidos de las Representaciones Sociales de los estudiantes con relación al emprendimiento y el contexto del COVID-19 desde la Universidad Católica Andrés Bello especialmente desde los espacios de la Cátedra Institucional en Innovación y Emprendimiento (Período 202115).

Descripción del contexto:

Existe un compromiso declarado por parte de esta institución educativa de la Universidad Católica Andrés Bello de brindarle a su comunidad educativa un acercamiento entre la formación y el estudiante orientados a una educación que incorpora la innovación y el emprendimiento como una forma de retorno social.

Fundamentación teórica

Emprender

“Emprender” es una palabra del vocablo latino *prenderé* que significa acometer e intentar. El término, acuñado y enriquecido por economistas, llegó a ser identificado con innovación, desde la perspectiva administrativa se incorporó la evaluación de riesgos y beneficios, en respuesta a la dinámica propiciada por nuevas ideas y formas diferentes de hacer las cosas.

Ontológicamente, el emprendimiento es inseparable a la esencia del “ser”, la incesante búsqueda de transformar y mejorar las condiciones de vida está signada por el emprendimiento como atributo humano, que se requiere afianzar a través de una educación que facilite la materialización de las ideas.

Hablar de emprendimiento remite a percibir a la persona como un ser que aprende a lo largo de su vida, inserto en un ámbito cultural y en permanente interacción con otras personas e instituciones u organizaciones, así como con el medio ambiente. En consecuencia, se reconoce el ser humano como creador y emprendedor, llamado a adoptar comportamientos conducentes al aprendizaje personal y organizacional, así como al desarrollo de acciones

transformadoras de su ámbito contextual, que requiere voluntad para iniciar, responsabilidad para realizar y persistencia para continuar.

En términos generales, se entiende por emprendimiento el inicio y realización de una actividad que le es atractiva a cierto grupo de personas en el ámbito económico, artístico, cultural, deportivo, social, religioso, político, entre muchos otros, pudiendo tener carácter individual, familiar, comunitario o asociativo y que incluye cierto nivel de riesgo.

La Educación en Emprendimiento en tiempos adversos como el COVID-19

Dentro de los diferentes tipos de formación de emprendedores pudiesen concebirse entre ellas las siguientes:

- La educación sobre emprendimiento.
- La educación para emprender y
- La educación en la empresa.

Ripollés (2011) afirma que: “el estudiantado valora positivamente la formación universitaria en competencias emprendedoras ya que le proporciona el saber hacer necesario para crear su propio puesto de trabajo y salir de una situación de marginalidad social o laboral previa”. (p. 83). Asimismo se puede sobreentender que en situaciones de crisis económica es menos arriesgado depender de uno mismo para salir de una situación de cesantía laboral que depender de la voluntad y el saber hacer de terceras personas.

Krauss (2011) plantea que: “es fundamental analizar las diferentes formas en que se pueden formar los emprendedores, aprovechando las oportunidades que detectaron” (p. 31).

Metodología Aplicada

Se buscó adoptando el paradigma cualitativo ejercer una práctica donde el investigador de manera reflexiva, fuese capaz de dar significado a fenómenos complejos y crear teorías, partiendo de las vivencias, sentimientos y motivaciones de los informantes, tal como se llevó a cabo mediante la Teoría Fundamentada.

Detallando un poco más sobre se realizó el presente estudio mediante la recolección de datos mediante un grupo focal virtual mediante la herramienta zoom (cuya sesión fue de aproximadamente unos 60 minutos), la dinámica esta técnica permitió recoger información (evidencia empírica), donde existió una línea conductora mediante las preguntas utilizadas como lo es el Emprendimiento y el desarrollo de su cultura en el ámbito universitario. Se manifestaron las intenciones y se contestaron las preguntas expuestas por el moderador, en este caso (el mismo investigador fue el moderador), todo ello enmarcado en un cuadro interactivo y discursivo, cada persona con sus propias características físicas tales como edad, sexo, rasgos propios favorables para la investigación: como su condición como estudiantes. De la misma manera existió un contexto en el que se desarrolló la entrevista el cual tuvo alto nivel de importancia. Se diseñó una pauta semi-estructurada de 10 ítems a partir de la elaboración de una tabla de especificaciones. Ahora bien, partiendo que una muestra es una selección de una población mayor estadísticamente representativa, para la muestra se seleccionó de manera intencional los estudiantes ya mencionados, la mayoría y bajo los preceptos establecidos por Patton (1990) el investigador decidió que la población serían los estudiantes de la Cátedra Institucional de Innovación y Emprendimiento adscrita al Centro de Innovación y

Emprendimiento (CIEUCAB) de la Universidad Católica Andrés Bello; identificando todas las fuentes de variación para el caso de estudio.

Estos estudiantes bajo consentimiento informado decidieron participar como población de la presente investigación, debido a que es un grupo que el investigador posee a su alcance y de manera accesible, el cual permitirá cumplir con el objetivo general de la presente investigación para fines didácticos.

Las representaciones sociales son un modelo que posee por función conceptualizar lo real a partir del conocimiento previo, permite ver una forma específica de conocimiento: “**el saber de sentido común**”, en el que el contenido toma una forma particular de pensamiento social. Asimismo son tipos de creencias paradigmáticas, organizaciones de conocimiento, de creencias, y lenguajes que cobran múltiples estructuras de conocimiento.

Mora, M. (2002) define a la representación social de la siguiente manera:

La representación social es una modalidad particular del conocimiento, cuya función es la elaboración de los comportamientos y la comunicación entre los individuos. La representación es un corpus organizado de conocimientos y una de las actividades psíquicas gracias a las cuales los hombres hacen inteligible la realidad física y social, se integran en un grupo o en una relación cotidiana de intercambios, liberan los poderes de su imaginación. (p. 7).

Otros autores como Materán, A. (2008) comenta sobre esta teoría lo siguiente:

Es una teoría en desarrollo y debate permanente, surge en Francia en la década de 1960, han transcurrido más de 40 años desde su primera formulación y; sin embargo, el debate teórico, las investigaciones empíricas y la integración de planteamientos de orden interdisciplinario son indicadores de su evolución y actualidad. La Teoría de las Representaciones Sociales es uno de los modelos relativamente recientes en el área de Psicología Social, esta propuesta teórica esboza un planteamiento metodológico interesante y renovador dentro del análisis del sentido común y de lo cotidiano, podría valorarse como una explicación útil en el estudio de la construcción social de la realidad. (p. 244).

La vinculación con el artículo de investigación para con el fenómeno del emprendimiento en Venezuela, hace mención de la existencia organizaciones educativas que desarrollan las competencias del emprendimiento, entendido como una competencia básica para el apoyo de nuevas exigencias y transformaciones en los procesos y servicios de la colectividad. Dentro de este contexto, la investigación tiene relevancia puesto que permite caracterizar la representación social sobre el emprendimiento que está presente en los diferentes actores de la comunidad educativa de la UCAB, actores que comparten con las instituciones educativas, un rol en la producción, registro del capital cultural de un grupo social, en un contexto histórico, fundamentalmente porque en nuestro medio no se conocen experiencias previas que caractericen el significado del emprendimiento en contextos diferentes a los ya tradicionalmente acostumbrados.

Moscovici (1979) afirma que:

...que la representación social se muestra como un conjunto de proposiciones, de reacciones y de evaluaciones referentes a puntos particulares, emitidos en una u otra parte, durante una encuesta o una

conversación, por el "corazón" colectivo, del cual, cada uno, quiéralo o no, forma parte. Este corazón es, simplemente, la opinión pública, nombre que se le daba antes, y en la cual muchos veían la reina del mundo y el tribunal de la historia. Pero estas proposiciones, reacciones o evaluaciones están organizadas de maneras sumamente diversas según las clases, las culturas o los grupos y constituyen tantos universos de opiniones como clases, culturas o grupos existen. Cada universo, según nuestra hipótesis, tiene tres dimensiones: la actitud, la información y el campo de representación o la imagen (p.45).

El desarrollo que ha tenido la Teoría de las Representaciones Sociales en los últimos 40 años en el ámbito de las ciencias sociales, ha dado lugar a distintos modos de apropiación de la Teoría entre los que se destacan el enfoque procesual, centrado en el contenido de las Representaciones Sociales en términos de su sentido y significación y el enfoque estructural interesado en los mecanismos de organización de dichos contenidos. Lo anterior ha generado una "disyunción" entre ambos enfoques, que no solo se expresa teóricamente sino también metodológicamente, de tal modo que unas investigaciones se concentran en aspectos procesuales de las Representaciones Sociales, mientras que otras se ocupan fundamentalmente de la estructura y la jerarquía de las Representaciones y su carácter central periférico.

Proceso de la Teoría Fundamentada

Durante el desarrollo del proceso de análisis y codificación se realizó bajo el máximo nivel de atención para no incurrir en los tres riesgos principales que pueden llevar a un proceso de categorización erróneo:

1. Cierta prisa en finalizar la categorización, con tendencia hacia el estilo que los autores de la Teoría Fundamentada se refieren como "sobre visión".
2. Frecuentes desconexiones con los datos e influencia de concepciones teóricas previas; y
3. Uso excesivo y distorsionador de la elaboración lógica, surgiendo las categorías conceptuales de un modo rápido y con falsos criterios de saturación teórica.

Utilizando como antecedente formal como lo formula Restrepo-Ochoa (2013) en esta investigación surtió efecto permitiendo generar un aporte significativo utilizando la articulación metodológica propuesta por el autor en cuanto al uso de la teoría fundamentada permitiendo su uso como procedimiento fundamental para el análisis de los datos el método comparativo constante, codificar y analizar los contenidos de las representaciones sociales para el desarrollo de ideas teóricas del fenómeno en estudio y estableciendo su correspondencia con los datos.

Población

Desde el punto de vista estadístico, la población o universo se caracteriza según lo expuesto por Balestrini (2006), como "cualquier conjunto de elementos de los cuales pretendemos indagar y conocer sus características, o una de ellas, y para el cual serán válidas las conclusiones obtenidas en la investigación". (p. 137). Aunado a lo anterior, cabe agregar que uno de los aspectos importantes dentro de toda investigación se refiere a la identificación precisa de los sujetos u objeto de estudio, para lo cual es imprescindible. Al respecto, Arias (2012), define la población: "es el conjunto finito o infinito de elementos con características extensivas las conclusiones de la investigación" (p.25). Ahora bien, partiendo que una muestra es una selección de una población mayor estadísticamente representativa, para la muestra se seleccionó de manera intencional los estudiantes ya mencionados, la mayoría y bajo los preceptos establecidos por Patton (1990) el investigador decidió que la población serían los estudiantes del Universidad

Católica Andrés Bello desde los espacios de la Cátedra Institucional en Innovación y Emprendimiento; identificando todas las fuentes de variación para el caso de estudio.

Estos estudiantes además poseen atributos valiosos para la presentes tales como ser:

- Estudiantes universitarios de la Cátedra Institucional de Innovación y Emprendimiento de la UCAB
- Proporcionalidad en ambos sexos.
- Mostraron interés en el emprendimiento.
- Haber manifestado el interés particular de participar bajo consentimiento informado en la investigación.

Tabla 1.

Población: Estudiantes Semestre Varios de la Cátedra Institucional de Innovación y Emprendimiento de la Universidad Católica Andrés. Elaboración Propia (2020)

Población	Cantidad
Estudiantes universitarios de la Cátedra Institucional de Innovación y Emprendimiento de la UCAB	10
Total	10

Procedimiento y Técnicas de Análisis de Datos

Proceso del grupo focal.

Detallando un poco más sobre la dinámica esta técnica permitió recoger información, donde existió una línea conductora mediante las preguntas utilizadas como lo es el Emprendimiento y el desarrollo de su cultura en el ámbito universitario. Se manifestaron las intenciones y se contestaron las preguntas expuestas por el moderador, en este caso (el mismo investigador fue el moderador), todo ello enmarcado en un cuadro interactivo y discursivo, cada persona con sus propias características físicas tales como edad, sexo, rasgos propios favorables para la investigación: como su condición como estudiantes.

Se diseñó una pauta semi-estructurada de 10 ítems a partir de la elaboración de una tabla de especificaciones que permitieron indagar y guiar la conversación. Algunas de las preguntas para los estudiantes del grupo focal fueron:

- ¿Qué es para ti el emprendimiento dado el contexto del COVID-19?,
- ¿Qué tipos de emprendimiento conoces?
- ¿Cuál crees que es la finalidad del emprendimiento bajo este contexto?
- ¿Cuál crees es el papel que juega la UCAB en tu formación profesional desde el enfoque del Emprendimiento en contextos adversos?

Finalmente, se les pregunto ¿Cuáles son los recursos que posees para emprender? ¿Qué piensas sobre si el Emprendedor se constituye en el principal recurso para emprender?

Resultados

En el presente apartado se hace referencia a los resultados obtenidos de la investigación luego del análisis de los contenidos de las Representaciones Sociales de la población en estudio sobre el fenómeno emprendedor y su vinculación al ámbito universitario.

A través del análisis e interpretación de los contenidos de las Representaciones Sociales de los estudiantes de la Cátedra en Innovación y Emprendimiento quienes participaron como informantes clave, el investigador mediante **triangulación de datos**, y el refuerzo por **triangulación teórica**. Para tal efecto, se sostiene que el propósito del análisis fue sintetizar las observaciones realizadas, para generar respuestas a las interrogantes planteadas en la investigación, la interpretación de los datos buscando dar significado a la información, para explicar la misma.

Utilizando como antecedente formal como lo formula Restrepo-Ochoa (2013) el presente estudio empleando la articulación metodológica propuesta por el autor en cuanto al uso de La teoría fundamentada permitiéndole al investigador su uso como procedimiento fundamental para el análisis de los datos el método comparativo constante, codificando y analizando los contenidos de las representaciones sociales para el desarrollo de ideas teóricas del fenómeno en estudio y estableciendo su correspondencia con los datos.

Análisis de Resultados:

Con base a lo anterior, a continuación se presentan los análisis de las representaciones sociales mediante la generación de una Teoría Fundamentada mediante dicha articulación metodológica de donde desde la evidencia empírica, después de haber procesado los resultados mediante el Software de análisis Atlas Ti 9. Se validaron los siguientes resultados:

El Emprendimiento concebido desde las representaciones sociales como resultados obtenidos en el presente estudio es concebido por un grupo de estudiantes universitarios pertenecientes a la Universidad Católica Andrés Bello desde los espacios de la Cátedra Institucional en Innovación y Emprendimiento (Período 202115), como una interacción natural entre las siguientes categorías:

Definiciones de las categorías:

La categoría Influencia contextual (COVID-19): que surge desde las representaciones sociales por parte de los estudiantes constituye tres escenarios articulados en las siguientes sub-categorías dispuestas en lo emocional, en lo familiar y lo sociocultural.

La categoría Estudiantes: como ya se explicó en el apartado del marco metodológico, son la población en estudio, esta investigación está referida a las representaciones sociales de estudiantes universitarios los cuales dichas representaciones han permitido abducir, deducir e inducir significados sobre el emprendimiento en un contexto universitario, de las cuales derivaron las siguientes subcategorías: Habilidades sociales, prácticas y personales.

Las **habilidades sociales** están relacionadas con el “convivir” íntimamente ligado al desenvolvimiento social, incorporando elementos o destrezas en el plano expresivo y la capacidad de autogestión. Las **habilidades prácticas**, deben estudiarse desde dos competencias básicas “el saber y el hacer”, subrayando la importancia desde lo teórico, lo

técnico, pero además, estas involucran aspectos relacionados con la materialización de una idea o proyecto, destacan las **características personales**, que se vinculan con las competencias del “ser”, y aluden a actitudes, aptitudes y valores personales, donde se privilegia el aprendizaje vivencial y de práctica, sobre el saber teórico.

Surge una interrelación implícita argumentada en la necesidad de mestizar la academia (la universidad) con la realidad y el contexto, buscando dar respuesta al fenómeno emprendedor como una realidad para el fomento de la productividad del país, sino solamente también a la consolidación del proyecto de vida de los estudiantes. Es donde se establece como categoría y núcleo central al **EMPRENDIMIENTO** el cual permitirá al estudiante que desarrolle esta competencia basada en su capacidad para innovar, y generar ideas diferentes que mejoren su entorno y por ende su nivel de vida.

Las representaciones sociales sobre la concepción del emprendimiento por parte de los estudiantes de la Universidad Católica Andrés Bello desde los espacios de la Cátedra Institucional en Innovación y Emprendimiento, reflejaron varios elementos como por ejemplo: el asumir riesgos, de esta manera se generara una tendencia a aprender de los fracasos, desarrollando conexamente la capacidad de la perseverancia, de identificar oportunidades, las cuales están inmersas en una sociedad que actualmente experimenta diversos cambios acelerados, inciertos y continuos. Las transformaciones sociales, políticas, culturales y económicas ocurren en ciclos y con mayor frecuencia cada vez más rápidas y difíciles de predecir.

El emprendimiento además puede verse como una de las características que determina el crecimiento, la transformación y el desarrollo de sectores que emergen dentro de cualquier ámbito, principalmente el económico, se circunscribe a un espacio geográfico, y puede ser o no de alcance global. Su principal elemento es el ser humano, quien con base a sus intereses y de un posible equipo o grupo de personas mediante sus experiencias, destrezas y habilidades buscan mediante la dinámica comercial algo esperado que les genere un valor como elemento de intercambio, comúnmente: lucros económicos.

Alcances y Limitaciones del estudio

El marco referencial fue el circunscrito en una primera aproximación al fenómeno del emprendimiento en la Universidad Católica Andrés Bello desde los espacios de la Cátedra Institucional en Innovación y Emprendimiento con base a una población de 10 estudiantes que según sus características poblacionales corresponden al perfil emprendedor deseado el cual en cuanto a la cantidad se sugiere por parte del investigador ampliar el número de estudiantes y replicar el estudio en otras Universidades para poder contrastar los resultados hallados mediante la generación de la teoría fundamentada anteriormente descrita. Sin embargo, surge como un estudio piloto con las limitaciones ya mencionadas. Igualmente el investigador sugiere realizar el análisis del contenido de las representaciones sociales de otros miembros de la comunidad universitaria de la institución seleccionada para recabar y triangular este estudio piloto inédito con otros datos.

A modo de conclusiones

Surge una interrelación implícita argumentada en la necesidad de mestizar la academia (la universidad) con la realidad y el contexto, buscando dar respuesta al fenómeno emprendedor como una realidad para el fomento de la productividad del país, sino solamente también a la consolidación del proyecto de vida de los estudiantes. Es donde se establece como categoría y núcleo central al **EMPRENDIMIENTO** el cual permitirá al estudiante que desarrolle

esta competencia basada en su capacidad para innovar, y generar ideas diferentes que mejoren su entorno y por ende su nivel de vida.

Para lograr los objetivos y metas los estudiantes tendrán que tener una capacidad de análisis para poder desarrollar un saber teórico, el cual le permitirá establecer e iniciar mediante su capacidad organizativa y de concreción: negocios, proyectos sociales y cualquier tipo de proyectos como su propio proyecto de vida.

Las habilidades prácticas permiten establecer que un estudiante universitario, posea la capacidad de analizar adecuadamente los elementos presentes en el contexto que lo llevará a dilucidar la viabilidad de diferentes iniciativas o proyectos a emprender tanto en el ámbito empresarial o social; en el cual es posible destacar la capacidad de concreción frente a escenarios que le posibiliten la generación de recursos monetarios en favor propio, o bien la de un trabajo con sentido de servicio orientado a la comunidad en beneficio de los demás.

El emprendimiento como enfoque sistémico y atendiendo a todos aquellos objetivos emergentes que no son cubiertos directamente por el sistema educativo formal representar un aprendizaje durante la vida o educación permanente (*Lifelong Learning*) representa un gran paradigma educativo con apertura abierto a cualquier nivel de aprendizaje de la vida de una persona.

Referencias bibliográficas

- Arias, F. (2012). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica*. 6ta. Edición. Caracas, Venezuela. Editorial Epísteme C.A.
- Balestrini, M. (2006). *Cómo se elabora el proyecto de investigación*. 7ma. Edición. Caracas, Venezuela. Consultores Asociados BL Servicio Editorial.
- Banchs, M. (2000). Aproximaciones Procesuales y Estructurales al estudio de las Representaciones Sociales. [Documento en línea]. Disponible en: http://www.psr.jku.at/PSR2000/9_3Banch.pdf Consultado: [Septiembre, 10, 2020]
- Fe y Alegría. (2004). “Educación No Formal y Educación Popular”. [Documento en línea]. Disponible en: http://www.feyalegría.org/images/acrobat/EducNoFormalEducPopular_4834.pdf [Octubre, 29, 2020]
- Flores y Méndez (2010). “La creatividad en la formación de individuos emprendedores desde el ámbito universitario”. [Documento en línea]. Disponible en: <http://revistas.upel.edu.ve/index.php/educare/article/viewFile/354/164> Consultado: [Noviembre, 22, 2020]
- Krauss (2011). “Actitudes emprendedoras de los estudiantes universitarios: El caso de la Universidad Católica del Uruguay”. [Documento en línea]. Disponible en: http://www.uac.edu.co/images/stories/publicaciones/revistas_cientificas/dimension-empresarial/volumen-9-no-1/articulo3.pdf Consultado: [Noviembre, 27, 2020]
- Materán, A.; (2008). “Las representaciones sociales: un referente teórico para la investigación educativa”. *Geoenseñanza*, Julio-Diciembre, 243-248. Disponible en: www.redalyc.org/pdf/360/36021230010.pdf Consultado: [Septiembre, 30, 2020]
- Mora, M. (2002). *La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici*. *Athenea Digital*, 2. [Documento en línea]. Disponible en: <http://blues.uab.es/athenea/num2/Mora.pdf> Consultado: [Diciembre, 8, 2020]
- Moscovici, S. (1979) *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul, 1979. [Documento en línea]. Disponible en: <https://taniars.files.wordpress.com/2008/02/moscovici-el-psicoanalisis-su-imagen-y-su-publico.pdf> Consultado: [Octubre, 31, 2020]
- Patton M. (1990). *Qualitative Evaluation and Research Methods*. 2nd ed. Newbury Park: Sage Publications. [Documento en línea]. Recuperado de: <http://legacy.oise.utoronto.ca/research/field-centres/ross/ctl1014/Patton1990.pdf> Consultado: [Agosto, 22, 2020]
- Restrepo-Ochoa, D. A. (2013). La Teoría Fundamentada como metodología para la integración del análisis procesual y estructural en la investigación de las Representaciones Sociales. *Revista CES Psicología*, 6(1), 122-133. [Documento en línea]. Disponible en:

<http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=fua&AN=89737354&lang=es&site=ehost-live>
Consultado: [Julio, 29, 2020]

Ripollés, M. (2011). “Aprender a emprender en las Universidades”. [Documento en línea]. Disponible en:
<http://arbor.revistas.csic.es/index.php/arbor/article/viewFile/1413/1422> Consultado: [Octubre, 25, 2020]

Salazar, A. (2014). “Haz del éxito un camino”. 1era Edición. Caracas.