

# El espíritu empresarial en la perspectiva de los medios impresos venezolanos: una reflexión para los actores que intervienen en la educación empresarial

Leslie Borjas de Xena

[lborjasp@gmail.com](mailto:lborjasp@gmail.com) • [lborjas@unimet.edu.ve](mailto:lborjas@unimet.edu.ve)

Facultad de Ciencias Económicas y Sociales

UNIMET / UNESR

## Resumen

La educación empresarial es una necesidad en los contextos latinoamericanos. En Latinoamérica las universidades: UTEC, ICESI, ESPOL, UNITA, UFSC, han venido desarrollando esfuerzos para el desarrollo de la competencia del espíritu empresarial (EE). En Venezuela existen organizaciones que promueven la formación empresarial, en algunas universidades públicas y privadas: UNIMET, USB, UCV, el currículo se «encuentra centrado» en el desarrollo de las competencias en espíritu empresarial (EE). Asimismo, se exige a los docentes su desarrollo en los educandos, sin embargo las concepciones que tienen los actores, –educadores, empresarios y medios de prensa–, sobre la importancia de la formación en espíritu empresarial está conformada por factores inherentes a la realidad sociocultural en la presencia de representaciones sociales (RS), entendidas como sistemas de valores y prácticas que tienen como función caracterizar los saberes implícitos sobre el mundo social. El objetivo del trabajo es develar las representaciones sociales sobre el EE que subyacen en los actores: educadores, empleadores y medios impresos. El estudio es cualitativo, de tipo interpretativo. Los métodos utilizados fueron el análisis de contenido de 75 artículos de prensa publicados en dos periódicos: *El Nacional* y *El Universal* y las entrevistas semi-estructuradas a gerentes académicos y especialistas en el medio prensa. Las evidencias de la pesquisa aportan la RS del venezolano como «emprendedor por necesidad», prevalencia del uso del término *emprendedor*. Estos hallazgos determinan una oportunidad para el medio académico a fin de reorientar esta RS, de acuerdo con las exigencias del contexto internacional y cultural.

**Palabras clave:** educación empresarial, espíritu empresarial, representación social, cultura nacional.

