



Universidad Pedagógica Experimental Libertador
Vicerrectorado de Investigación y Postgrado
Instituto Pedagógico “Rafael Alberto Escobar Lara”
Subdirección de Investigación y Postgrado

PERCEPCIÓN Y DISPOSICIÓN DOCENTE HACIA LAS ESTRATEGIAS MOTIVACIONALES PARA EL FOMENTO DEL CARÁCTER EMPRENDEDOR EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

Autora: Tania Stalina Rondón Marcano

taniarondon859@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0009-0552-3672>

*Universidad Politécnica Territorial José Antonio Anzoátegui
El Tigre, Anzoátegui - Venezuela*

PP. 165-183





PERCEPCIÓN Y DISPOSICIÓN DOCENTE HACIA LAS ESTRATEGIAS MOTIVACIONALES PARA EL FOMENTO DEL CARÁCTER EMPRENDEDOR EN ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

Autora: Tania Stalina Rondón Marcano

taniarondon859@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0009-0552-3672>

Universidad Politécnica Territorial José Antonio Anzoátegui

El Tigre, Anzoátegui - Venezuela

Recibido: Septiembre 2025

Aceptado: Noviembre 2025

Resumen

El estudio examinó la percepción y disposición de los docentes universitarios respecto al uso de estrategias motivacionales orientadas al fortalecimiento del carácter emprendedor en estudiantes universitarios. Se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con diseño descriptivo de campo, aplicando un cuestionario tipo Likert a 26 docentes del Programa Nacional de Formación en Agroalimentación de la Universidad Politécnica Territorial José Antonio Anzoátegui, en Venezuela. Los resultados evidenciaron que, aunque existe conocimiento y disposición hacia dichas estrategias, factores socioeconómicos limitan su implementación sistemática en la práctica docente. Se identificó que los profesores reconocen la importancia de la motivación en el proceso educativo y valoran su potencial para vincular la enseñanza con proyectos socioproductivos. El estudio aporta evidencia sobre la necesidad de fortalecer la formación docente en gerencia de aula y fomentar espacios de reflexión institucional que permitan articular la motivación educativa con el emprendimiento universitario.

Palabras clave: Emprendimiento, estudiante universitario, motivación.

TEACHER PERCEPTION AND DISPOSITION TOWARD MOTIVATIONAL STRATEGIES TO PROMOTE AN ENTREPRENEURIAL CHARACTER IN UNIVERSITY STUDENTS

Abstract

The study examined university teachers' perceptions and willingness to use motivational strategies aimed at strengthening entrepreneurial character in university students. It was developed using a quantitative approach, with a descriptive field design, applying a Likert-





type questionnaire to 26 teachers from the National Agri-Food Training Program at the José Antonio Anzoátegui Territorial Polytechnic University. The results showed that, although there is knowledge and willingness to use such strategies, socioeconomic factors limit their systematic implementation in teaching practice. It was found that teachers recognize the importance of motivation in the educational process and value its potential to link teaching with socio-productive projects. The study provides evidence of the need to strengthen teacher training in classroom management and to promote spaces for institutional reflection that allow for the articulation of educational motivation with university entrepreneurship.

Key words: Entrepreneurship, college student, motivation.

Introducción

La universidad, como institución generadora de conocimiento y promotora de transformación social, desempeña un papel estratégico en la construcción de capacidades emprendedoras entre sus actores fundamentales: estudiantes, docentes (entre otros trabajadores) y egresados. Su influencia no se limita al ámbito académico, sino que se extiende hacia el entorno socioproductivo, donde puede incidir directamente en el desarrollo endógeno de las comunidades.

En contextos marcados por el desempleo estructural y la escasez de recursos, como el que atraviesa Venezuela, esta función adquiere un carácter imperativo. La paradoja entre la falta de oportunidades laborales y la escasez de personal calificado para cubrir las demandas del aparato productivo revela una brecha que la educación superior está llamada a cerrar (UNESCO, 2022; Reimers, 2025).

En este sentido, el vínculo entre educación y desarrollo ha sido ampliamente documentado, pues, la calidad de vida de una nación está estrechamente relacionada con su sistema educativo y, en particular, con el capital humano que éste forma. En palabras de Hernán y García, citados por Serna et al. (2018) la educación debe ejercer un poder transformador sobre el individuo y su entorno, orientando el desarrollo integral en dimensiones físicas, sociales, vocacionales, intelectuales, éticas y creativas. Esta visión





holística exige que las universidades no solo transmitan saberes técnicos, sino que cultiven actitudes emprendedoras que permitan a los estudiantes convertirse en agentes de cambio.

Para ello, es indispensable que el docente universitario asuma un rol activo como gestor de aula, capaz de identificar las potencialidades de sus estudiantes y aplicar estrategias motivacionales que favorezcan el aprendizaje significativo. En este punto, el docente estratega no se limita a instruir, sino que diseña experiencias formativas que despiertan el interés, fortalecen la autonomía y promueven la iniciativa personal. Como señala Zabalza (2007), el profesor universitario debe ser un profesional reflexivo, con dominio de herramientas pedagógicas que le permitan adaptar su práctica a las necesidades reales del contexto.

Sin embargo, la motivación estudiantil no es un fenómeno lineal, es decir, cada estudiante construye sus propios referentes motivacionales al iniciar su trayectoria académica, pero estos pueden verse afectados por factores estructurales, institucionales y personales. Es por ello que, las dificultades económicas, las carencias formativas previas, la rigidez de los programas de estudio y la escasa vinculación con el entorno productivo pueden generar procesos de desmotivación que impactan negativamente en el rendimiento y la proyección profesional (Deci y Ryan, 2000). En este escenario, el docente se convierte en un mediador clave, capaz de reorientar el proceso formativo mediante estrategias que reconozcan la diversidad de intereses y estilos de aprendizaje.

Se parte del supuesto de que, la motivación, entendida como motor interno que impulsa la acción, puede ser estimulada mediante prácticas pedagógicas contextualizadas, capaces de generar sentido y propósito en el aprendizaje. En este sentido, el carácter emprendedor no se reduce a la creación de empresas, sino que se concibe como una actitud proactiva, resiliente y creativa frente a los desafíos del entorno (Gibb y Hannon, 2005). La pertinencia del estudio se enmarca en las exigencias de un mundo globalizado, caracterizado por la aceleración tecnológica y la valorización del conocimiento especializado. En este contexto, la educación superior debe asumir el reto de formar



profesionales con capacidad investigadora, pensamiento crítico y vocación emprendedora. Además, el estudio busca aportar elementos teóricos y metodológicos que sirvan de referencia para futuras investigaciones en el campo de la motivación educativa y el emprendimiento universitario.

Marco Referencial

Motivación educativa

Según Campanario, citado en (Polanco 2005), “motivar supone predisponer al estudiante a participar activamente en los trabajos en el aula. El propósito de la motivación consiste en despertar el interés y dirigir los esfuerzos para alcanzar metas definidas” (p. 2). En tal sentido, la motivación constituye uno de los pilares fundamentales en los procesos de enseñanza y aprendizaje, al influir directamente en la disposición del estudiante para involucrarse activamente en su formación. En el ámbito educativo, se ha abordado desde diversas perspectivas teóricas que permiten comprender su complejidad y dinamismo.

La teoría de la autodeterminación, desarrollada por Deci y Ryan (1985), plantea que los individuos tienen tres necesidades psicológicas básicas: autonomía, competencia y relación. Cuando estas necesidades son satisfechas, se favorece la motivación intrínseca, entendida como el impulso interno que lleva al estudiante a aprender por interés, curiosidad o satisfacción personal. En cambio, la motivación extrínseca se vincula con factores externos como recompensas, reconocimientos o presiones sociales. En contextos universitarios, ambas formas de motivación coexisten, pero es la motivación intrínseca la que se asocia con aprendizajes más significativos y sostenibles (Deci y Ryan, 2000).

Por su parte, el enfoque socio-cognitivo de Bandura (1986) introduce el concepto de autoeficacia, definido como la creencia del individuo en su capacidad para ejecutar acciones necesarias en situaciones específicas. Esta percepción influye en la elección de tareas, el esfuerzo invertido y la persistencia ante los obstáculos. En el aula, los docentes

pueden fortalecer la autoeficacia mediante retroalimentación positiva, modelaje de conductas exitosas y establecimiento de metas alcanzables. Así, la motivación se convierte en un proceso relacional, donde el entorno educativo y las interacciones sociales juegan un papel determinante.

La autora de este artículo considera que la motivación educativa no es un atributo estático, sino una construcción dinámica que puede ser estimulada mediante prácticas pedagógicas contextualizadas, capaces de responder a las necesidades, intereses y expectativas de los estudiantes. Es aquí donde el docente estructura y organiza una serie de actividades para que el educando construya su conocimiento, lo transforme y lo evalúe; además de participar con él en la recuperación de su propio proceso.

Estrategias motivacionales

Las estrategias motivacionales son intervenciones pedagógicas diseñadas para estimular el interés, la participación y el compromiso del estudiante con su proceso de aprendizaje. Su aplicación en el aula permite crear ambientes propicios para el desarrollo de competencias emprendedoras, al fomentar la autonomía, la colaboración y la resolución de problemas reales. Como lo señalan Suárez y Fernández (2005) citado por Torres y Montañez (2007), “aquellos procedimientos que los estudiantes utilizan durante su proceso de aprendizaje para incidir y gestionar su propia motivación y afectividad” (p. 5).

El aprendizaje basado en proyectos (ABP) es una de las estrategias más efectivas en este sentido. Consiste en la elaboración de productos o soluciones a partir de problemas contextualizados, lo que permite al estudiante asumir un rol activo y desarrollar habilidades de planificación, investigación y trabajo en equipo (Thomas, 2000). Esta metodología favorece la motivación intrínseca al conectar el aprendizaje con situaciones significativas.

Otra estrategia es el feedback positivo, entendido como retroalimentación constructiva y oportuna, contribuye a fortalecer la autoeficacia y la confianza del

estudiante. Según Hattie y Timperley (2007), la retroalimentación efectiva debe centrarse en el proceso, ofrecer orientación clara y promover la reflexión sobre el desempeño. La gamificación, por su parte, incorpora elementos lúdicos en el diseño de actividades académicas, como desafíos, recompensas y niveles de logro. Esta estrategia ha demostrado ser útil para aumentar la motivación y la participación, especialmente en contextos donde el aprendizaje se percibe como monótono o distante (Deterding et al., 2011).

También, está el trabajo colaborativo que permite la construcción colectiva del conocimiento, el desarrollo de habilidades sociales y la generación de sentido de pertenencia. En equipos diversos, los estudiantes aprenden a negociar, compartir responsabilidades y valorar diferentes perspectivas, lo que enriquece el proceso formativo. Finalmente, el uso de referentes inspiradores como emprendedores locales, docentes innovadores o egresados exitosos puede despertar el interés y la identificación del estudiante con modelos positivos. Estas figuras actúan como catalizadores de la motivación, al mostrar que es posible transformar ideas en proyectos concretos.

Desarrollo del carácter emprendedor a través de la educación

El carácter emprendedor se concibe como un conjunto de disposiciones personales que habilitan al individuo para actuar con iniciativa, creatividad y resiliencia en la identificación y aprovechamiento de oportunidades. No se limita al ámbito empresarial, sino que abarca competencias transversales aplicables en diversos contextos sociales, académicos y laborales. En Gibb y Hannon (2005) se define como una actitud orientada a la acción, que implica asumir riesgos calculados, tomar decisiones autónomas y perseverar ante la incertidumbre.

Esta visión se complementa con el enfoque de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO, 2022), que considera el emprendimiento como una competencia clave para la ciudadanía activa, la inclusión social

y el desarrollo sostenible. En este sentido, el carácter emprendedor integra valores como la responsabilidad, la ética, la colaboración y el compromiso con el entorno.

Desde la perspectiva educativa, el desarrollo del carácter emprendedor requiere experiencias formativas que promuevan la autonomía, el pensamiento crítico y la resolución de problemas. En virtud de ello, la universidad, como espacio de construcción de saberes y de interacción social, tiene el potencial de cultivar estas competencias mediante estrategias pedagógicas que vinculen el conocimiento académico con la realidad socioproductiva.

En este orden, el carácter emprendedor no se hereda ni se impone; se construye a través de procesos formativos que estimulan la creatividad, la curiosidad y la capacidad de transformar ideas en acciones concretas. Por ello, su fortalecimiento en el ámbito universitario representa una apuesta por la formación integral y por la generación de agentes de cambio comprometidos con el desarrollo de sus comunidades.

Con base en lo anterior, la educación emprendedora se ha consolidado como una estrategia clave para enfrentar los desafíos del siglo XXI, al promover competencias que trascienden el ámbito económico y se proyectan hacia la transformación social. Su incorporación en los currículos universitarios responde a la necesidad de formar profesionales capaces de generar soluciones innovadoras, liderar procesos de cambio y contribuir al desarrollo sostenible.

En América Latina, diversos países han impulsado políticas educativas que integran el emprendimiento como eje transversal. Por ejemplo, en Colombia, el Ministerio de Educación ha promovido la formación emprendedora desde la educación básica hasta la superior, mediante programas como *Universidad Emprendedora* y *Ruta de la Innovación* (Ministerio de Educación Nacional de Colombia, 2019). En Venezuela, aunque existen iniciativas aisladas, aún se requiere una articulación más sólida entre las instituciones educativas y el sector productivo.

En Europa, la Comisión Europea ha desarrollado el marco EntreComp, que define quince competencias clave para el emprendimiento, agrupadas en tres áreas: ideas y oportunidades, recursos, y acción. Este enfoque ha sido adoptado por universidades en España, Finlandia y Alemania, que han rediseñado sus planes de estudio para incluir asignaturas, prácticas y proyectos vinculados al emprendimiento (Bacigalupo et al., 2016).

La autora de este artículo considera que la educación emprendedora no implica únicamente enseñar a crear empresas, sino formar ciudadanos críticos, creativos y comprometidos con su entorno. En este marco, el docente se convierte en facilitador de experiencias significativas, capaz de motivar, orientar y acompañar el proceso de construcción del carácter emprendedor.

Metodología

El presente estudio se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo, idóneo para describir y analizar fenómenos educativos mediante datos numéricos y procedimientos estadísticos. Este enfoque se fundamenta en la objetividad, la medición precisa y la replicabilidad de los resultados, lo que lo convierte en una herramienta útil para explorar percepciones en contextos específicos (Hernández y Mendoza, 2018).

La investigación se enmarcó en un diseño de campo con carácter descriptivo, orientado a la observación directa de los sujetos en su entorno natural. Este tipo de estudio busca identificar patrones de comportamiento, actitudes y percepciones sin intervenir en las condiciones del fenómeno observado. En este caso, se pretendió describir la percepción y disposición de los docentes respecto al uso de estrategias motivacionales en el proceso formativo universitario, sin establecer relaciones causales ni correlaciones con el emprendimiento estudiantil, dado que no se presentaron evidencias empíricas que lo sustentaran.

Para la recolección de datos se empleó la técnica de encuesta estructurada, aplicada mediante un cuestionario diseñado por la investigadora. Este instrumento constó de diez



ítems cerrados, formulados en escala tipo Likert con tres opciones de respuesta: siempre (S), algunas veces (AV) y nunca (N). La escala permitió captar la frecuencia con la que los docentes declaran aplicar determinadas estrategias motivacionales en el aula, así como su percepción sobre la relevancia de estas prácticas en el contexto educativo.

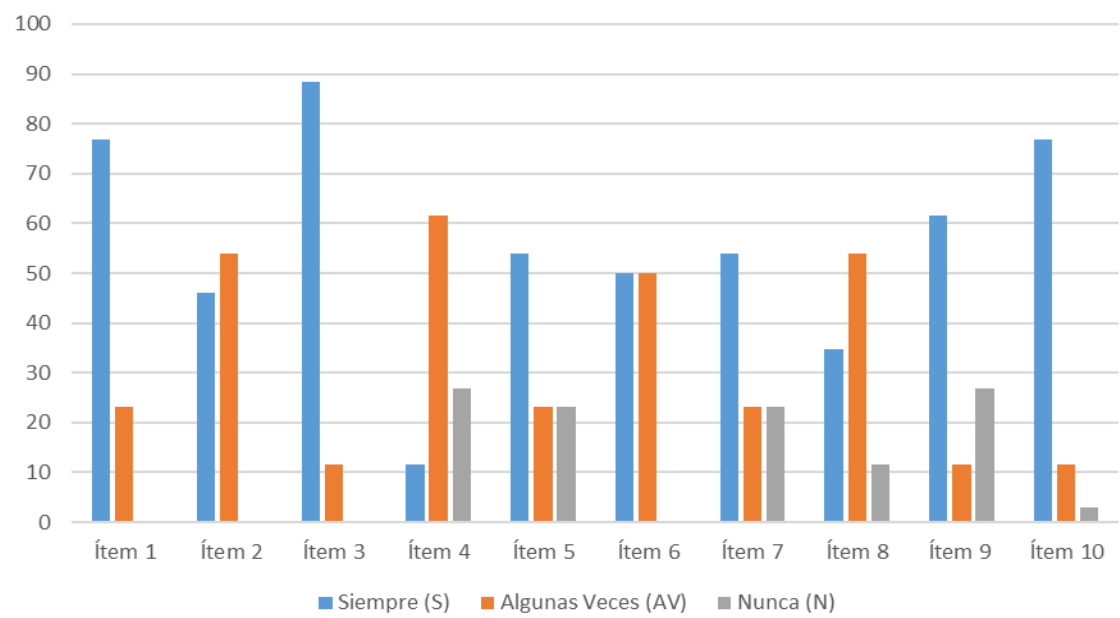
La población objeto de estudio estuvo conformada por veintiséis (26) docentes adscritos al Programa Nacional de Formación en Agroalimentación de la Universidad Politécnica Territorial José Antonio Anzoátegui (UPTJAA), ubicada en la ciudad de El Tigre, estado Anzoátegui - Venezuela. Dado que se trató de un grupo finito y accesible, se optó por una muestra censal, es decir, se incluyó la totalidad de los sujetos en el proceso de recolección de datos. Esta decisión metodológica se justifica en la definición de Silva (2006), quien señala que “el censo implica la obtención de información de todas las unidades del universo cuando la población es pequeña y controlable.” (p. 40).

La aplicación del cuestionario se realizó de forma presencial, garantizando la confidencialidad de las respuestas y el consentimiento informado de los participantes. Posteriormente, los datos fueron codificados y procesados mediante técnicas de estadística descriptiva, lo que permitió establecer patrones de comportamiento asociados a la percepción y disposición docente frente a las estrategias motivacionales. En consecuencia, los resultados deben interpretarse como una aproximación exploratoria a las percepciones docentes, sin extender conclusiones hacia los estudiantes ni hacia la relación directa con el emprendimiento universitario.

Resultados, análisis y Discusión

La presente investigación se sustentó en un análisis descriptivo que combinó técnicas estadísticas básicas frecuencia simple y análisis porcentual con una interpretación orientada al juicio valorativo del comportamiento de la variable en estudio (Ver Tabla 1 y Figura 1). Esta aproximación permitió no solo cuantificar las respuestas obtenidas, sino inferir algunos elementos en relación con el contexto educativo actual. En este sentido, a

Figura 1.
Distribución porcentual de los ítems



Fuente: Autora

Ítem 1) *Conocimiento del término “estrategias motivacionales”*. El 76,92% de los docentes afirmó conocer *Siempre* el término estrategias motivacionales, mientras que el 23,08% lo reconoció *Algunas veces*. Este hallazgo evidencia un dominio conceptual generalizado entre los docentes. Estudios recientes confirman que el conocimiento docente sobre motivación es un factor clave para diseñar prácticas pedagógicas efectivas (Radil, Goegan y Daniels, 2023). Este conocimiento constituye una base fundamental para su aplicación efectiva en el aula, en línea con el enfoque de Deci y Ryan (2000), quienes destacan que la motivación puede ser promovida mediante prácticas que satisfagan las necesidades de autonomía, competencia y relación.

Ítem 2) *Aplicación de estrategias motivadoras*. El 46,16% de los docentes indicó que *Siempre* utiliza estrategias motivadoras, mientras que el 53,84% lo hace *Algunas veces*.



Aunque la mayoría reconoce su uso, se observa una oportunidad de mejora en la sistematización de estas prácticas. Según Bandura (1986), la autoeficacia del estudiante se fortalece cuando el docente proporciona retroalimentación positiva y experiencias de logro, lo que implica que la motivación debe ser parte integral de la planificación pedagógica. Coincide con López (2025), la motivación en educación superior depende de la capacidad docente para integrar estrategias en contextos diversos.

Ítem 3) *Importancia de la motivación en la praxis educativa*. Una amplia mayoría (88,46%) considera que la motivación es *Siempre* importante en la praxis educativa. Este consenso coincide con investigaciones que destacan la motivación como motor del aprendizaje significativo (Gavín et al., 2024). En este sentido, el docente actúa como líder que impulsa la acción formativa, generando sinergias positivas en el aula.

Ítem 4) *Existencia de motivación estudiantil en el contexto actual*. Solo el 11,54% de los docentes percibe que *Siempre* existe motivación estudiantil, mientras que el 61,54% lo observa *Algunas veces* y el 26,92% *Nunca*. Este resultado refleja el impacto de factores socioeconómicos en la disposición estudiantil. En este sentido, Polanco (2005) sostiene que la motivación está vinculada al esfuerzo dirigido hacia metas significativas, por lo que el docente debe generar dinámicas que conecten el aprendizaje con la realidad profesional del estudiante.

Ítem 5) *Contribución de las estrategias motivacionales a la participación socio-productiva*. El 53,84% considera que las estrategias motivacionales *Siempre* contribuyen a la participación estudiantil en actividades socio-productivas. Este dato sugiere que la motivación no solo mejora el rendimiento académico, sino que también impulsa la actitud emprendedora, en consonancia con lo planteado por Gibb y Hannon (2005), quien destaca que el carácter emprendedor implica actuar con iniciativa y resiliencia ante los desafíos del entorno.

Ítem 6) *Estímulo al carácter emprendedor*. El 50% de los docentes afirma estimular *Siempre* el carácter emprendedor en sus estudiantes, mientras que el otro 50% lo hace



Algunas veces. Esta paridad indica que la cultura emprendedora está presente en la práctica docente, aunque no de forma homogénea. La UNESCO (2022) subraya que el emprendimiento debe ser promovido como competencia transversal, mediante experiencias formativas que desarrollen autonomía, creatividad y pensamiento crítico.

Ítem 7) *Emprendimiento como solución a los problemas sociales*. El 53,84% considera que el emprendimiento *Siempre* podría ser solución a los problemas sociales, mientras que el 46,16% se divide entre *Algunas veces* y *Nunca*. Este resultado revela una visión positiva sobre el potencial transformador del emprendimiento. Investigaciones recientes sobre ecosistemas universitarios muestran que el emprendimiento puede fortalecer la resiliencia social, aunque no es un factor único (Villegas-Mateos y Amann, 2025).

Ítem 8) *Propiciación de proyectos de emprendimiento*. Solo el 34,64% de los docentes propicia *Siempre* la realización de proyectos de emprendimiento, mientras que el 53,84% lo hace *Algunas veces* y el 11,54% *Nunca*. Esta tendencia evidencia una brecha entre la intención y la acción, que podría estar relacionada con limitaciones institucionales o personales. La creatividad y la innovación, como señala la UNESCO (2022), deben ser promovidas dentro y fuera del aula para generar mecanismos de vinculación efectivos.

Ítem 9) *Potencial de la UPTJAA para desarrollar proyectos de emprendimiento*. El 61,54% considera que la UPTJAA *Siempre* es un potencial para desarrollar proyectos de emprendimiento, mientras que el 26,92% lo cree *Algunas veces* y el 11,54% *Nunca*. Este resultado reafirma el encargo social de la universidad, establecido en la Gaceta Oficial N°40.403 (2014), como agente activo del desarrollo territorial sustentable. La universidad, como señala Gibb y Hannon (2005), debe convertirse en un espacio que promueva el emprendimiento como eje transversal de la formación.

Ítem 10) *Disposición a contribuir con foros y talleres*. El 76,92% de los docentes está dispuesto *Siempre* a contribuir con foros y talleres de formación, lo que representa una oportunidad valiosa para consolidar espacios de reflexión y acción en torno a la



motivación y el emprendimiento. Según Daniel y Villanueva (2023), la disposición docente es un predictor de innovación pedagógica. Esta disposición docente es clave para fortalecer el carácter emprendedor del estudiante y fomentar una cultura institucional orientada al desarrollo.

Los resultados obtenidos permiten identificar una tendencia clara que apunta al hecho de que los docentes universitarios poseen un conocimiento conceptual sólido sobre las estrategias motivacionales y reconocen su importancia en la praxis educativa. Sin embargo, la aplicación de estas estrategias se presenta de manera parcial y no sistemática, lo que refleja una brecha entre el saber pedagógico y la práctica cotidiana. Asimismo, se evidencia que la percepción sobre la motivación estudiantil está condicionada por factores socioeconómicos y estructurales, lo que limita la disposición de los estudiantes a participar activamente en su formación.

En relación con el carácter emprendedor, los resultados muestran que los docentes estimulan esta dimensión en sus estudiantes, aunque de manera heterogénea. La disposición a vincular la enseñanza con proyectos socioproductivos refleja una visión positiva del emprendimiento como herramienta de transformación social, pero no se puede afirmar que exista una correlación directa entre motivación y emprendimiento estudiantil. En suma, la alta disposición de los docentes a participar en foros y talleres constituye un hallazgo relevante, pues confirma la apertura hacia procesos de formación continua.

Conclusiones

El estudio permitió describir la percepción y disposición de los docentes universitarios respecto al uso de estrategias motivacionales, evidenciando un conocimiento conceptual generalizado pero una aplicación parcial y no sistemática en la práctica pedagógica.



Se constató que la motivación estudiantil es percibida por los docentes como fluctuante y condicionada por factores socioeconómicos, lo que confirma que las estrategias motivacionales requieren acompañamiento institucional para ser efectivas en contextos de vulnerabilidad. Los docentes reconocen la importancia de estimular el carácter emprendedor, aunque su práctica es heterogénea y no puede establecerse una correlación directa con el emprendimiento estudiantil. Este hallazgo debe interpretarse como una aproximación exploratoria a las percepciones docentes.

La disposición mayoritaria de los docentes a participar en foros y talleres abre una oportunidad para fortalecer la formación continua en gerencia de aula y consolidar espacios de reflexión institucional que vinculen motivación y emprendimiento como ejes transversales de la educación superior. En consecuencia, el estudio aporta evidencia sobre la necesidad de diseñar políticas educativas que fortalezcan la práctica docente, promuevan la sistematización de estrategias motivacionales y potencien el rol de la universidad como agente de transformación socioproductiva.

Finalmente, la Universidad Politécnica Territorial José Antonio Anzoátegui (UPTJAA) es percibida como un potencial institucional para el desarrollo de proyectos de emprendimiento, lo que reafirma su encargo social como promotora del desarrollo endógeno. Para que esta visión se materialice, es necesario fortalecer la articulación entre docentes, estudiantes y comunidad, generando sinergias que permitan transformar la motivación en acción y el conocimiento en soluciones concretas.

Referencias

- Bacigalupo, M., Kampylis, P., Punie, Y., y Van den Brande, G. (2016). *EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework*. European Commission. <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC101581/lfn27939enn.pdf>
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall. California, Estados Unidos.





- Daniel, M., y Villanueva, H. (2023). Prácticas pedagógicas de los profesores en relación con la motivación de los estudiantes en el aprendizaje mixto. *ARRUS Journal of Social Sciences and Humanities*, 3(5), 612-620. <https://doi.org/10.35877/soshum1719>
- Deci, E., y Ryan, R. (1985). *Intrinsic motivation and self-determination in human behavior*. Plenum Press. New York and London
- Deci, E. L., y Ryan, R. M. (2000). The “What” and “Why” of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268. https://selfdeterminationtheory.org/SDT/documents/2000_DeciRyan_PIWhatWhy.pdf
- Deterding, S., Dixon, D., Khaled, R., y Nacke, L. (2011). *From game design elements to gamefulness: Defining “gamification”*. Proceedings of the 15th International Academic MindTrek Conference. <https://doi.org/10.1145/2181037.2181040>
- Gaceta Oficial N°40.403 (2014). Gaceta Oficial de la República Bolivariana de Venezuela. *Ordinaria*, N°40.403, 2 de mayo de 2014. Decreto 936. <http://www.gacetaoficial.gob.ve/gacetas/40403>
- Gavín, O., García, I., Pérez, E. y Luque, A. (2024). Learner engagement, motivación académica y estrategias de aprendizaje de estudiantes universitarios. *Educación XX1*, 27(1), 57-79. <https://revistas.uned.es/index.php/educacionXX1/article/view/36951/28645>
- Gibb, A. y Hannon, P. (2005). *Towards the Entrepreneurial University: Entrepreneurship education as a lever for change*. National Council for Graduate Entrepreneurship (NCGE). https://www.ut-ie.com/articles/gibb_hannon.pdf
- Hattie, J., y Timperley, H. (2007). The power of feedback. *Review of Educational Research*, 77(1), 81–112. <https://simvilledev.ku.edu/sites/default/files/PD%20Resources/Hattie%20power%20of%20feedback%5B1%5D.pdf>
- Hernández, R., y Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw-Hill. México. <https://bellasartes.upn.edu.co/wp-content/uploads/2024/11/METODOLOGIA-DE-LA-INVESTIGACION-Sampieri-Mendoza-2018.pdf>
- López, F. (2025). Factores motivacionales en estudiantes de educación superior: una revisión sistemática. *Revista InveCom*, 6(1), 1-8. <https://ve.scielo.org/pdf/ric/v6n1/2739-0063-ric-6-01-e601107.pdf>
- Ministerio de Educación Nacional de Colombia (2019). *Política de emprendimiento en educación superior*. MEN. https://www.mineducacion.gov.co/1759/articles-382974_recurso_1.pdf
- Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2022). Transformar la Educación para lograr el desarrollo sostenible y un futuro de paz, justicia y prosperidad.





- UNESCO – México. https://mexico.un.org/sites/default/files/2025-01/unesco_transformar_educacio%CC%81n.pdf
- Polanco, A. (2005). La motivación en los estudiantes universitarios. *Revista Electrónica "Actualidades Investigativas en Educación"*. Vol. 5, No. 2, pp. 1 – 14. <https://www.redalyc.org/pdf/447/44750219.pdf>
- Radil, A., Goegan, L., y Daniels, L. (2023). Estrategias auténticas de los profesores para apoyar la motivación del alumnado. *Frontiers in Education*, 8, 1040996. <https://www.frontiersin.org/journals/education/articles/10.3389/feduc.2023.1040996/full>
- Reimers, F. (2025). Educación en emprendimiento para mejorar el mundo. El papel de los Objetivos de Desarrollo Sostenible para estimular la innovación en la Educación Superior. *Revista mexicana de investigación educativa*. vol.30 no.105, pp. 599 -624. <https://www.scielo.org.mx/pdf/rmie/v30n105/1405-6666-rmie-30-105-599.pdf>
- Serna, N., Ramos, Y., y Rangel, C. (2018). La autovaloración y la proyección futura en la motivación profesional de los estudiantes. *Revista Conrado*, 14(63), 214-220. <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v14n63/1990-8644-rc-14-63-214.pdf>
- Silva, J. (2006). *Metodología de la investigación educativa: Elementos Básicos*. Editorial Colegial Bolivariana. Venezuela.
- Thomas, J. (2000). *A review of research on project-based learning*. The Autodesk Foundation. http://www.bobpearlman.org/BestPractices/PBL_Research.pdf
- Torres, J. y Montañez, C. (2007). *Estrategias motivacionales para el aprendizaje a través de ambientes virtuales*. https://www.researchgate.net/publication/277254577_Estrategias_Motivacionales_para_el_Aprendizaje_a_Traves_de_Ambientes_Virtuales
- Villegas-Mateos, A., y Amann, W. (2025). The impact of university-based entrepreneurial ecosystems on students' entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurship*, 29(2S), 1–14. <https://www.abacademies.org/articles/the-impact-of-universitybased-entrepreneurial-ecosystems-on-students-entrepreneurial-intentions.pdf>
- Zabalza, M. (2007). *Competencias docentes del profesorado universitario: Calidad y desarrollo profesional*. Narcea Ediciones. España. https://biblioteca.empresainteligente.com/resources/biblioteca/archivos/competencias_docentes_del_profesorado_universitario._calidad_y_desarrollo_profesional.pdf





Síntesis Curricular



Tania Stalina Rondón Marcano

Magíster en Gerencia Educacional (UPEL). Ingeniera en Agroalimentación. Licenciada en Seguridad Alimentaria y Cultura Nutricional de la Universidad Politécnica Territorial José Antonio Anzoátegui (UPTJAA). Docente e investigadora de la UPTJAA, con experticia en metodología de la investigación, proyectos socio integradores, sistemas de producción vegetal y animal, higiene alimentaria. Desempeña funciones académicas en docencia, investigación y gerencia, orientadas al fortalecimiento institucional y la innovación educativa.