

Aula invertida para gestionar una cultura emprendedora en los estudiantes de una institución educativa – Amazonas

Flipped classroom to manage an entrepreneurial culture in the students of an educational institution – Amazonas

 Liliana Gasdaly Azalde Dávila¹



Fecha de recepción: 22/11/2024

Fecha de aceptación: 11/12/2024

DOI: <https://doi.org/10.26495/nwzp8d30>

Correspondencia: Liliana Gasdaly Azalde Dávila
azaldelili@gmail.com

Resumen

El objetivo de esta investigación fue analizar los efectos de la metodología del aula invertida en el fomento de una cultura emprendedora en los estudiantes de una institución educativa ubicada en el distrito de Bagua Grande, en la provincia de Utcubamba. Esta estrategia permitió desarrollar actividades innovadoras y creativas enfocadas en la creación y diseño de una cultura emprendedora. El estudio, de tipo básico y nivel explicativo, adoptó un enfoque cuantitativo y un diseño no experimental. Se trabajó con una muestra de 32 adolescentes seleccionados de una población de 123 estudiantes, a quienes se les aplicó una ficha de observación de 18 ítems, validada por expertos y con una confiabilidad de 0,75 según el Alfa de Cronbach. Los resultados obtenidos indicaron que el 63% alcanzó un nivel logrado, el 25% un nivel esperado, el 6% en proceso y el 6% en inicio. Se concluyó que la estrategia del aula invertida tuvo un impacto positivo y significativo en la gestión de una cultura emprendedora entre los estudiantes.

Palabra claves: estrategias, aula invertida, cultura emprendedora.

Abstract

The objective of this research was to analyze the effects of the flipped classroom methodology in promoting an entrepreneurial culture among students at an educational institution located in the district of Bagua Grande, in the province of Utcubamba. This strategy allowed the development of innovative and creative activities focused on the creation and design of an entrepreneurial culture. The study, of basic and explanatory type, adopted a quantitative approach and a non-experimental design. A sample of 32 adolescents was selected from a population of 123 students, who were administered an 18-item observation checklist, validated by experts and with a reliability of 0.75 according to Cronbach's Alpha. The results indicated that 63% reached a achieved level, 25% an expected level, 6% were in process, and 6% were at the starting level. It was concluded that the flipped classroom strategy had a positive and significant impact on managing an entrepreneurial culture among the students.

Keywords: strategies, flipped classroom, entrepreneurial culture.

¹ Universidad César Vallejo, Bachiller en Educación, azaldelili@gmail.com, <https://orcid.org/0009-0000-9910-849X>

1. Introducción

En todo el mundo se presta mucha atención a mejorar las condiciones económicas y sociales de una ciudad o país y la calidad de vida de sus habitantes (Campo et al., 2018). Según Vélez (2020), la actitud de los emprendedores a nivel internacional es un tanto lenta, siendo una de las causales fundamentales es el capital e ideas de negocio, que lamentablemente no se origina en las aulas de educación, donde persiste una currícula desfasada que no está acorde de la realidad, en la cual existe un déficit en innovación y capacitación del capital humano. También Fernández y Pariona (2018) identificaron cuatro factores importantes que obstaculizan el emprendimiento en Colombia: más trámites requeridos para la formalización, falta de experiencia en materia empresarial, falta de educación y cultura emprendedora en escuelas y universidades

De manera similar, en 26 universidades diferentes de México, existe una falta de iniciativa emprendedora entre los estudiantes en la cual indican que no desarrollan empresas sociales; otros indicaron que, aunque les gustaría iniciar un proyecto de negocio social, no saben cómo iniciarlo (Bañuelos et al., 2021). Por otro lado, a nivel nacional, un porcentaje regular de los egresados peruanos tienen un nivel bajo de cultura emprendedora; asimismo, tiene un nivel medio de cultura empresarial y un nivel alto de cultura empresarial (Gálvez, 2018). Una conferencia con un profesor y con el apoyo de las TIC, maximizando la interacción entre el profesor y los estudiantes y entre ellos (Reina, 2020).

Para Bravo (2022), el modelo de aula invertida, conocido como flipped classroom, propone una metodología que invierte el orden tradicional del aprendizaje. En este enfoque, los estudiantes adquieren conocimientos básicos fuera del aula mediante recursos como videos, lecturas o actividades en línea, y luego aplican lo aprendido en el aula con la guía del docente. Esta estrategia resulta especialmente efectiva para fomentar una cultura emprendedora, ya que prioriza el aprendizaje autónomo, el pensamiento crítico y la resolución de problemas, habilidades clave para emprender.

En tanto, según Romero et al., (2021), una cultura emprendedora en los estudiantes no solo implica la creación de negocios, sino también el desarrollo de competencias como la creatividad, la resiliencia y la toma de decisiones informadas. El aula invertida facilita este desarrollo al ofrecer tiempo en clase para actividades prácticas como la generación de ideas, simulaciones empresariales o debates sobre casos reales. Así, el aprendizaje se centra en la acción y el pensamiento estratégico, más que en la memorización de conceptos.

Además, este modelo potencia la personalización del aprendizaje, cada estudiante puede avanzar a su ritmo en el contenido teórico, revisando materiales cuantas veces lo necesite, lo que reduce la presión y fomenta un aprendizaje más profundo. En el aula, el docente actúa como facilitador, atendiendo las dudas y guiando ejercicios colaborativos, donde se promueve el trabajo en equipo y la solución creativa de problemas, elementos esenciales en el emprendimiento.

Para Reina (2020) el aula invertida también fomenta la autonomía y responsabilidad en el aprendizaje, cualidades inherentes a los emprendedores exitosos. Los estudiantes asumen el control de su proceso educativo, aprendiendo a gestionar su tiempo y recursos para cumplir con las actividades previas al aula. Esta práctica no solo desarrolla habilidades académicas, sino que también prepara a los jóvenes para enfrentar los desafíos de la vida real y del mundo laboral.

La tecnología juega un papel crucial en la implementación de este modelo. Recursos digitales como plataformas de aprendizaje, videos interactivos y herramientas colaborativas en línea permiten que los estudiantes accedan al conocimiento de manera flexible y dinámica. Estas herramientas también abren

oportunidades para integrar contenidos innovadores, como la planificación empresarial, el análisis de mercado o el diseño de productos, fomentando la conexión con el mundo real.

En el contexto para Bañuelos et al., (2021), de una institución educativa, el aula invertida puede adaptarse a diferentes asignaturas para incluir elementos de cultura emprendedora. Por ejemplo, en matemáticas, los estudiantes pueden resolver problemas relacionados con presupuestos y financiamiento; en ciencias sociales, analizar casos de emprendedores históricos; y en tecnología, desarrollar prototipos o soluciones innovadoras. Así, el emprendimiento se integra de manera transversal al currículo.

El impacto de esta metodología no solo beneficia a los estudiantes, sino también a la comunidad educativa. Los docentes se convierten en mentores, adquiriendo un rol más activo en la formación integral de los alumnos, mientras que los padres pueden involucrarse más fácilmente en el aprendizaje autónomo de sus hijos. A largo plazo, este enfoque contribuye a formar ciudadanos con visión emprendedora, capaces de liderar cambios positivos en su entorno.

La combinación del aula invertida con el fomento de una cultura emprendedora ofrece un enfoque innovador y efectivo para preparar a los estudiantes frente a los retos del futuro. Este modelo no solo les proporciona conocimientos teóricos, sino que también desarrolla habilidades prácticas y actitudinales que los empoderan para transformar ideas en realidades. Su implementación requiere compromiso, creatividad y recursos adecuados, pero los resultados prometen un impacto significativo en la educación y en la sociedad.

El emprendimiento nace como una competencia creativa que posibilita el desarrollo de organizaciones competitivas y con ello el crecimiento de la actividad comercial, la cual es una característica desarrollable, por lo que se supone que no es simplemente innata. (Alles, 2015). Con base en lo anterior, Zapata et al. (2019) reportan que la cultura emprendedora está estrechamente relacionada con los valores, la identidad, la gestión y el entorno geográfico donde se persigue el emprendimiento, los cuales son factores determinantes en la formación del comportamiento emprendedor. factor educativo, papel de las universidades.

Aunque Pacheco et al. (2022), De manera similar, Campo et al. (2018) señalan que ahora es necesario desarrollar una cultura emprendedora basada en la innovación, lo que significa que no solo hablamos de la aplicación de tecnologías para desarrollar organizaciones; Porque el emprendimiento tiene un significado mucho más amplio que simplemente crear beneficios financieros para quienes lo practican; y la innovación juega un papel como motor para aumentar la competitividad dentro de las organizaciones.

Fridhi (2021), por su parte, muestra que un emprendedor debe presentar competencias que permitan ofrecer soluciones innovadoras a los problemas reales y centrales de la sociedad, su objetivo es provocar cambios significativos a gran escala a través de una ventaja competitiva, el emprendedor. También debemos gestionar la información de forma idónea para descubrir y aprovechar oportunidades de mejora continua. Por otra parte, Ovalles et al. (2018), afirman que el emprendimiento juega un papel central en el desarrollo de los países, considerando que surge en el contexto de los problemas sociales causados por los mismos, lo que es por tanto una oportunidad para crear empleos, competitividad a nivel nacional y crecimiento económico. brecha de desigualdad de género porque cualquiera puede hacerlo.

La implementación del aula invertida en la promoción de una cultura emprendedora también favorece el desarrollo de competencias emocionales, como la autoconfianza y la resiliencia. Dichas habilidades son esenciales para enfrentar los riesgos y fracasos inherentes al emprendimiento. Al proporcionar un espacio seguro para experimentar y equivocarse durante las actividades prácticas en clase, los estudiantes aprenden a gestionar la incertidumbre y a ver los errores como oportunidades de aprendizaje. El cual refuerza su capacidad para adaptarse y perseverar ante los desafíos, preparándolos para un entorno competitivo y en constante cambio.

Otro aspecto fundamental afirma Zapata et al. (2019) es la oportunidad de fomentar la colaboración y el trabajo en red entre los estudiantes. En el aula, las actividades grupales pueden orientarse hacia proyectos de emprendimiento colectivo, donde los estudiantes asuman roles específicos, como líderes de equipo, diseñadores o analistas. Cuyas dinámicas no solo replican situaciones reales del ámbito empresarial, sino que también ayudan a los jóvenes a entender la importancia de las relaciones interpersonales y la comunicación efectiva. De esta manera, el aula invertida se convierte en un laboratorio para desarrollar tanto proyectos como conexiones sociales valiosas.

Por lo tanto, para Pacheco et al. (2022), el aula invertida fomenta una conexión más estrecha entre el aprendizaje y la realidad del mercado laboral. Al trabajar con casos prácticos, estudios de mercado o simulaciones empresariales, los estudiantes pueden identificar problemas concretos en su entorno y proponer soluciones innovadoras. Dicho enfoque les ayuda a comprender la relevancia de sus aprendizajes en contextos reales, reforzando su motivación y sentido de propósito. Asimismo, los proyectos desarrollados en el aula pueden servir como prototipos iniciales para emprendimientos futuros, brindando a los estudiantes una base sólida para iniciar sus propias iniciativas una vez que concluyan su educación formal.

2. Material y métodos

El estudio fue de tipo aplicada, según Hernández (2018), el estudio fue de tipo aplicada porque su principal objetivo fue utilizar conocimientos teóricos para resolver un problema práctico: fomentar una cultura emprendedora en los estudiantes mediante el modelo de aula invertida. Este enfoque busca generar un impacto directo en el entorno educativo al implementar estrategias concretas y evaluar su efectividad en contextos reales. Así, el estudio no solo amplía el conocimiento sobre metodologías pedagógicas, sino que también aporta soluciones tangibles que beneficien a los estudiantes y la comunidad educativa en su conjunto

Por consiguiente, es de enfoque cuantitativo según, Alan y Cortez (2018), el estudio tuvo un enfoque cuantitativo porque se centró en la recolección y análisis de datos numéricos para medir el impacto del aula invertida en el desarrollo de una cultura emprendedora. Utilizó instrumentos estructurados, como encuestas y cuestionarios, que permitieron obtener información objetiva y estandarizada. El cual facilitó la comparación de resultados y la identificación de patrones o tendencias en el comportamiento de los estudiantes. Además, este enfoque permitió establecer relaciones estadísticas entre las variables estudiadas, garantizando la validez y confiabilidad de las conclusiones.

Según Hernández et al (2017), el diseño fue experimental porque implicó la manipulación intencional de la variable independiente, el modelo de aula invertida, para observar su efecto en la variable dependiente, el desarrollo de una cultura emprendedora en los estudiantes. Se trabajó con un grupo experimental, que aplicó la metodología, y un grupo de control, que siguió el modelo tradicional, permitiendo comparar los resultados entre ambos. Dicho diseño permitió aislar el impacto específico

del aula invertida y evaluar su efectividad de manera precisa. Además, el control de las variables externas garantizó la validez interna del estudio.

GE: O1 X O2

Donde:

G.E: Grupo Experimental

O1: Pre Test

O2: Post Test

X: Manipulación de la Variable Independiente.

La población está considerada como el universo total del estudio; por lo que el estudio se encuentra conformada por una población finita; por lo tanto, la población estuvo conformada por 123 estudiantes (Hernández, 2018). Asimismo, para obtener esta, se ha utilizado un método de muestreo no pirobalística por conveniencia en el cual el investigador es apto de escoger la cantidad de muestra, de la cual se obtuvo la muestra de 32 escolares (Hernández, 2018).

La técnica que se utilizó fue la observación. Asimismo, Este instrumento fue validado por expertos del tema y técnicamente por el alfa de Cronbach con una confiabilidad de 0,75, para luego ser aplicado (Hernández, 2018). Estos datos se requieren de un examen crítico, exactitud y precisión para luego ser procesada a través de la estadística descriptiva y la estadística inferencial. (Arias, 2019).

El estudio utilizó programas como Excel y SPSS para garantizar un análisis eficiente y preciso de los datos recolectados. Excel fue empleado para la organización inicial de datos, la creación de tablas y gráficos descriptivos, y el cálculo de estadísticas básicas. Su flexibilidad y funciones integradas lo hicieron ideal para gestionar grandes volúmenes de información de manera sencilla. Por otro lado, SPSS se utilizó para realizar análisis estadísticos avanzados, como pruebas de hipótesis, análisis de varianza (ANOVA) y correlaciones, gracias a sus capacidades específicas para manejar datos complejos y garantizar resultados confiables. La combinación de ambas herramientas permitió una interpretación más robusta y visualmente comprensible de los resultados del estudio.

3. Resultados

Tabla 1

Impacto de la implementación de la metodología de aula invertida en el fortalecimiento de una cultura emprendedora entre los estudiantes.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
En fase de Inicio	2	6%
En fase de Proceso	2	6%
En fase de Esperado	8	25%
En fase de Logrado	20	63%
TOTAL	32	100%

Fuente: Ficha de observación

Tabla 2

Afianzamiento de la estrategia de aula invertida en la dimensión personal en los estudiantes.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
En fase de Inicio	2	6%
En fase de Proceso	4	13%
En fase de Esperado	7	22%
En fase de Logrado	19	59%
TOTAL	32	100%

Fuente: Ficha de observación

Tabla 3

Ventajas del uso de la metodología de aula invertida para fortalecer la dimensión social.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
En fase de Inicio	1	3%
En fase de Proceso	1	3%
En fase de Esperado	2	6%
En fase de Logrado	28	88%
TOTAL	32	100%

Fuente: Ficha de observación

Tabla 4

Relevancia de la metodología de aula invertida en el impulso de la dimensión productiva en los estudiantes.

Nivel	Frecuencia	Porcentaje
En fase de Inicio	1	3%
En fase de Proceso	2	6%
En fase de Esperado	9	28%
En fase de Logrado	20	63%
TOTAL	32	100%

Fuente: Ficha de observación

Tabla 5

Prueba de normalidad Shapiro Wilk

	estadístico	gl	p
EFFECTO DE LA CULTURA EMPRENDEDORA	.891	32	0.04

Nota: Cuando la muestra es menor o igual que 50 ($n \leq 50$)

Supuestos de normalidad

Planteamiento de la hipótesis

Ho: Los datos tienen una distribución normal

Ha: Los datos tienen una distribución normal

Hipótesis de diferencias

Ho: $\mu_d = 0$

Ha: $\mu_d \neq 0$

Nivel de significancia

NC= 0,95

$\alpha = 0,5$ (margen de error)

Test de normalidad

Si $n > 50$ se aplica kolgomorov – Smirnov

Si $n < 50$ se aplica *shapiro wilk*

4. Discusión

Por consiguiente, de acuerdo a lo expuesto se compara con el estudio de Rodríguez (2021), refiere que el Aula invertida da un giro a dicho método, mejorando la experiencia en el aula, al impartir la Instrucción directa fuera del tiempo de clase, generalmente a través de videos y otros recursos basados en las TIC., el autor concluye que la estrategia de aula invertida tiene efectos positivos en las discusiones de problemas, en realizar proyectos, y también propiciar la colaboración entre los estudiantes. Así se tiene el estudio de Wendorff (2019), determina que esta metodología, aula virtual, el docente deja de ser la única fuente de conocimiento y facilita el aprendizaje a través de una atención más personalizada, así como actividades y experiencias retadoras que requieren el desarrollo del pensamiento crítico de los estudiantes y el empleo de las potencialidades de las TIC, que ya masivamente utilizan los estudiantes en su vida cotidiana. Por lo cual, concluye que el aula virtual ha mejorado los aprendizajes, perfeccionado la enseñanza aprendizaje y ha elevado la responsabilidad. De acuerdo con lo expuesto se tiene la investigación de Flores (2022), considera que el aprendizaje en el Aula invertida es un aprendizaje activo donde los estudiantes se involucran en alguna actividad que les obligue a reflexionar sobre las ideas y sobre cómo las están utilizando, diferente a como actualmente se hace, donde no se emplean a fondo las potencialidades de las TIC, que ya masivamente emplean los estudiantes en su vida cotidiana. Por lo tanto, concluye que esta estrategia fortalece el aprendizaje personalizado; además, les permita alcanzar las competencias necesarias para desempeñarse exitosamente en el campo laboral. Así se tiene la investigación de Bravo (2022), refiere que el Aula invertida, es la base en fundamentos pedagógicos, tecnológicos y organizacionales, que respondan a principios, con una estrategia para su diseño y recomendaciones metodológicas para su implementación práctica y que sea pertinente para el modelo educativo. El presente estudio sobre la estrategia de aula invertida para gestionar una cultura emprendedora en estudiantes de una institución educativa en Amazonas (2024) destaca la efectividad de este enfoque innovador. Los resultados confirman que esta metodología promueve habilidades clave para el emprendimiento, como la autonomía, el pensamiento crítico y la creatividad. Al invertir el orden tradicional del aprendizaje, los estudiantes asumen un rol más activo, desarrollando competencias necesarias para enfrentar desafíos en contextos educativos y laborales. Esto evidencia que el aula invertida es una herramienta eficaz para preparar a los jóvenes en entornos cada vez más competitivos y dinámicos. Uno de los hallazgos más significativos es el fortalecimiento de la dimensión social a través de la colaboración en actividades prácticas. Las dinámicas grupales realizadas en clase permitieron que los estudiantes mejoraran su capacidad de trabajo en equipo, comunicación y liderazgo. Estas habilidades no solo son esenciales para el ámbito empresarial, sino que también contribuyen al desarrollo integral de los alumnos. Este resultado coincide con investigaciones previas que subrayan el impacto positivo del aula invertida en la construcción de relaciones interpersonales sólidas y en la integración de valores éticos y sociales. Asimismo, se evidenció que el aula invertida fomenta la dimensión productiva de los estudiantes al permitirles aplicar conocimientos teóricos en la creación de proyectos innovadores. A través de simulaciones empresariales y estudios de casos reales, los alumnos desarrollaron habilidades prácticas como la resolución de problemas, la planificación estratégica y el pensamiento creativo. Este enfoque práctico demostró ser altamente motivador, ya que los estudiantes pudieron visualizar cómo sus aprendizajes tienen aplicaciones concretas en el mundo real, fortaleciendo

su confianza y compromiso con el aprendizaje. El análisis estadístico también reveló mejoras significativas en la percepción de los estudiantes sobre su capacidad para emprender. Esto se debe a la integración de herramientas tecnológicas que facilitaron la personalización del aprendizaje y el acceso a recursos diversos. La flexibilidad del aula invertida permitió a los estudiantes avanzar a su ritmo y profundizar en áreas de interés, lo cual es esencial para fomentar la autoeficacia y la motivación intrínseca, factores cruciales para desarrollar una mentalidad emprendedora. Sin embargo, se identificaron desafíos en la implementación de la estrategia, como la necesidad de capacitar a los docentes en el diseño de recursos didácticos y en el uso de tecnologías educativas. Además, algunos estudiantes enfrentaron dificultades iniciales para adaptarse al modelo, especialmente aquellos menos familiarizados con el aprendizaje autónomo. Esto subraya la importancia de acompañar la transición con estrategias de apoyo, tanto para los educadores como para los alumnos, asegurando una integración efectiva y equitativa de la metodología. La investigación confirma que el aula invertida es una estrategia efectiva para gestionar una cultura emprendedora en los estudiantes, siempre que se implementen los recursos adecuados y se brinde el acompañamiento necesario. Esta metodología no solo transforma el proceso de enseñanza-aprendizaje, sino que también empodera a los estudiantes al brindarles herramientas para convertirse en agentes de cambio en sus comunidades. El estudio aporta evidencia valiosa para seguir promoviendo enfoques pedagógicos innovadores que respondan a las demandas del siglo XXI. Por consiguiente, se tiene el segundo objetivo específico en la cual se determinó el beneficio de la estrategia de aula invertida para el afianzamiento de la dimensión social en los estudiantes. De lo expuesto se tiene el estudio de López (2020), cree que el aula invertida no solo logra las competencias prácticas; sino en la adquisición de conocimientos teóricos mediante actividades prácticas. Asimismo, se tiene la investigación de Huanca (2021), afirma que el Aula Invertida, lograr personificación individual asegurando la educación de los estudiantes mediante la estructura de necesidades que conlleva inicialmente a pensar de manera desordenada, cuando en realidad es todo lo contrario, es decir la metodología que torna en el aula invertida tiene mayor auge dentro como fuera del aula. Para la cual, se tiene el estudio comparativo de Reina (2020), discurre que el uso del aula invertida permite un aprendizaje invertido o “Flipped Classroom”, es decir son recursos y herramientas de acceso fácil y libre y es el estudiante que debe revisar y usar dichos elementos para conocer las lecciones de curso en cualquier momento.

5. Conclusión

La implementación del aula invertida demostró ser efectiva para fomentar una cultura emprendedora entre los estudiantes, promoviendo habilidades como la creatividad, la autonomía y el pensamiento crítico. Esta metodología permitió que los jóvenes se involucraran activamente en su proceso de aprendizaje, desarrollando competencias clave para el emprendimiento.

El modelo de aula invertida favoreció la dimensión social de los estudiantes, al incentivar el trabajo en equipo, la colaboración y el liderazgo. Estas competencias son esenciales no solo para el ámbito académico, sino también para el desarrollo personal y profesional de los jóvenes emprendedores.

A través de la aplicación práctica de conocimientos en proyectos innovadores, el aula invertida fortaleció la dimensión productiva de los estudiantes. Las actividades prácticas les permitieron visualizar la relación directa entre el aprendizaje y la creación de soluciones concretas, mejorando su motivación y capacidad para emprender.

Los resultados indicaron que la metodología promovió una mayor confianza en la capacidad emprendedora de los estudiantes, gracias a la personalización del aprendizaje y al uso de herramientas

tecnológicas. Esto les permitió avanzar a su propio ritmo y explorar áreas de interés, aumentando su motivación y autoeficacia.

Aunque los beneficios fueron evidentes, también se identificaron desafíos en la implementación, como la necesidad de capacitar a los docentes y adaptar el enfoque a las características específicas de los estudiantes. Estos aspectos requieren ser abordados para maximizar el impacto positivo del aula invertida en el fomento de la cultura emprendedora.

6. Referencias

Bravo, M. (2023), Cultura de emprendimiento e innovación en estudiantes universitarios, perspectiva en América Latina. *YACHAQ*, 6(1), 99–119. <https://doi.org/10.46363/yachaq.v6i1>

Bañuelos, V., García, F. y Álvarez, R. (2021) El emprendimiento social de base universitaria en Latinoamérica: caso Zacatecas, México. *RIDE Revista Iberoamericana para la investigación y el desarrollo educativo*. Vol. 11 Num.22 <https://doi.org/10.23913/ride.v11i22.833>

Campo, L., Amar, P., Olivero, E., Enohemit, S. (2018) emprendimiento e innovación como motor del desarrollo sostenible: Estudio bibliométrico (2006-2016). *Revista de Ciencias Sociales*, XXIV (4). 26–37. 2477-9431 <https://www.redalyc.org/journal/280/28059581003/28059581003.pdf>

Cedeño, R. y Viguera, A. (2020) Aula invertida una estrategia motivadora de enseñanza para estudiantes de educación. *General básica Dominio de las Ciencia*. Vol.6. Núm.3 (878-897) <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7539749>

Reyes, P, y Villafuerte, J., y Zambran, D. (2020). Aula invertida en la educación básica rural. *Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa*. 8(1), 115- 133. <http://www.refcale.ulead.edu.ec/index.php/refcale/article/view/3148>

Romero, J., Gutiérrez, J., Hernandez, L., y Portillo, R. (2021) Factores contextuales que influyen en la intención emprendedora de estudiantes universitarios venezolanos y colombianos. *Revista de Ciencias Sociales* (Ve), XXVII (4), 113–130 <https://www.redalyc.org/journal/280/28069360009/html>

Rodríguez, R. y Borges, E. (2018). El perfil del emprendedor. Construcción cultural de la subjetividad laboral posfordista. *Cuadernos de Relaciones Laborales*, 36(2), 265–284. <https://doi.org/h46>

Segura, F. (2020). El perfil emprendedor y la intensidad competitiva del mercado como predictores de supervivencia en microempresas mexicanas. *Contaduría y Administración*, 65(3), 1–27. <https://doi.org/hns2>

Segarra, H., Chabusa, J., Legarda, M. y Espinoza, I. (2020). Perfil de la Mujer Emprendedora en Latinoamérica: Un Marco Referencial para Ecuador. *Revista Espacios*, 41(19), 343–354. <https://bit.ly/3vcVSIV>

Saldarriaga, M. y Guzmán, M. (2018). Enseñanza del emprendimiento en la educación superior: ¿Metodología o modelo? *Revista EAN*, (85), 25–142. <https://doi.org/h4mj>

- Saavedra, M. y Camarena, M. (2020). Intención de emprendimiento en los estudiantes de la Ciudad de México. *Revista Academia & Negocios*, 5(2), 85–98. <https://bit.ly/3RoCHio>
- Suárez, F. (2021). Estrategias para fomentar una cultura de emprendimiento e innovación. [Artículo científico, Universidad Simón Bolívar]. *Repositorio Digital USB*. <https://bit.ly/3ykQPII>
- Torres, C. (2019). Aula inversa: una historia de vida profesional/Flipped classroom: a story of professional life. *Educación y Sociedad*, 17(2), 94-105. <http://revistas.unica.cu/index.php/edusoc/article/view/1338>
- Valenzuela, A., Gálvez, F., Contreras, R. y Parraguez, P. (2021). Análisis del perfil emprendedor para la formación de las nuevas generaciones de jóvenes chilenos. *Información tecnológica. Inf. Tecnológica*. Vol. 32(1), 209–216. <https://doi.org/h44n>
- Vargas, J. (2021). Innovación social: ¿Nueva cara de la responsabilidad social? Conceptualización crítica desde la perspectiva universitaria. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII (2), 435–450. <https://doi.org/h4w6>
- Vélez, C. y Bermúdez, J. (2020) actitud emprendedora en américa latina y ecuador: una revisión del informe global entrepreneurship monitor y estudios previos. *Revista Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*, Vol.7, No.1,12-21 <http://www.revistas.espol.edu.ec/index.php/compendium/article/view/78>
- Vásquez, M. (2019). El desarrollo sostenible a través de empresas sociales en comunidades indígenas de América Latina. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 29(53), 1–22. <https://doi.org/h4kz>
- Zapata, A., Corredor, A. y Mena, A. (2019). Emprendimiento y cultura en instituciones universitarias: Una revisión de la literatura. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(85). [https:// bit.ly/3Pm72Mt](https://bit.ly/3Pm72Mt)