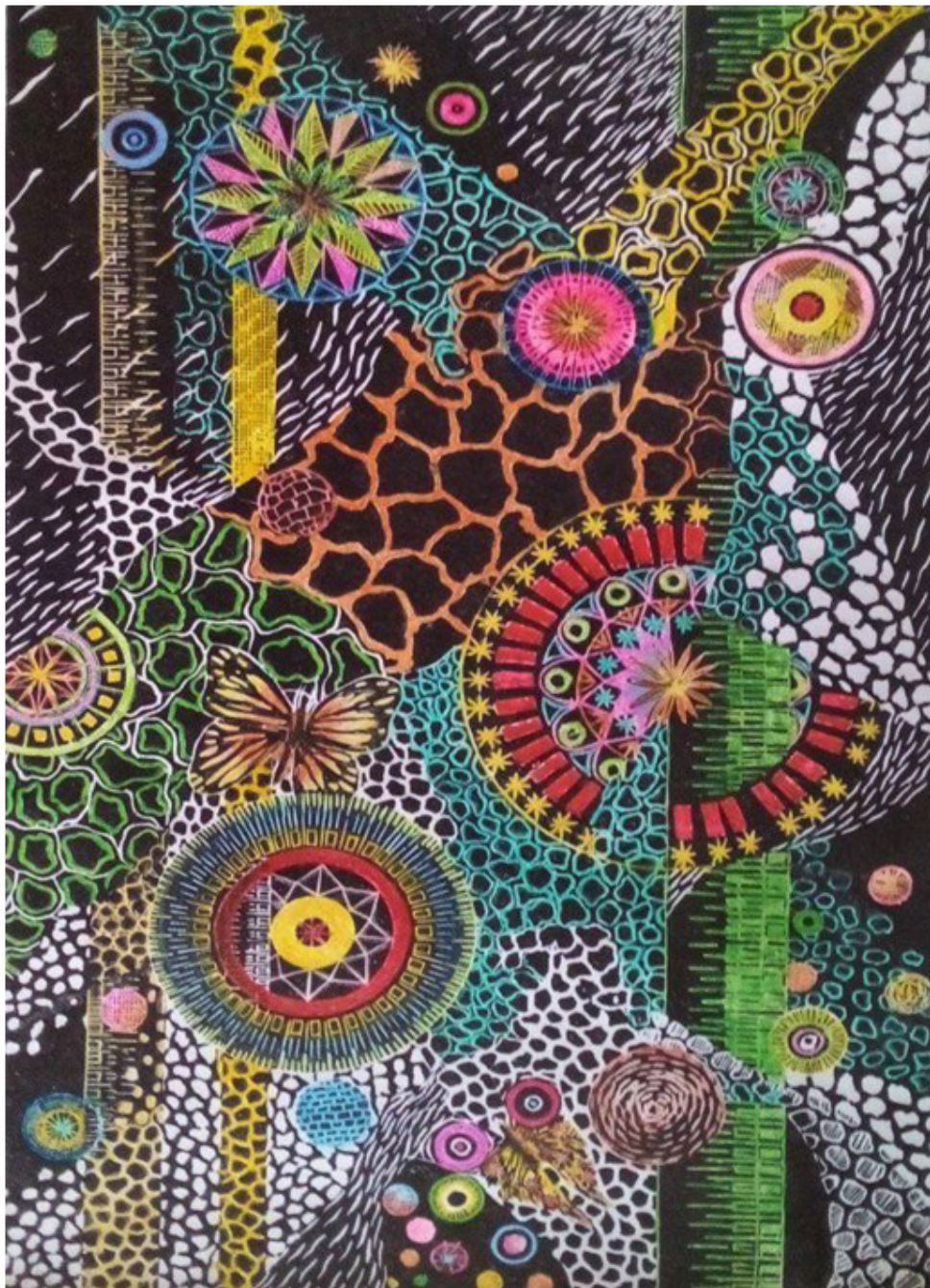




ESPACIO ABIERTO

Cuaderno Venezolano de Sociología



Volumen 34
Nº 1
Enero-Marzo, 2025

1

Auspiciada por la International Sociological Association (ISA)
y la Asociación Latinoamericana de Sociología (ALAS).
Revista oficial de la Asociación Venezolana de Sociología (AVS)



**ESPACIO
ABIERTO**

Cuaderno Venezolano de Sociología

Volumen 34 No. 1 (enero-marzo) 2025, pp. 110-120

ISSN 1315-0006. Depósito legal pp 199202zu44

DOI: 10.5281/zenodo.14510451

Narrativas de Emprendimiento: Transformando los Procesos de Enseñanza-Aprendizaje en Educación Superior

*Ana Vélez Falcones**, *María Mendoza Zambrano***, *Derli Alva Rosado****,
*Gladys Salazar Olives***** y *Aura Palacios López******

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo examinar la narrativa del emprendedor como estrategia pedagógica entre estudiantes de Administración de Empresas en Pedernales, Manabí, Ecuador, utilizando una recolección bibliográfica un enfoque de métodos descriptivo, mixtos para analizar cómo el aprendizaje basado en narrativas influye en el espíritu emprendedor y el desarrollo profesional. La investigación encuestó a 90 estudiantes universitarios y reveló importantes conocimientos sobre innovación educativa. Los resultados muestran que el 66% estaba muy satisfecho con la metodología basada en narrativas, y el 70% enfatizó la importancia de la comunicación efectiva y el intercambio transparente de experiencias emprendedoras, incluidos tanto los éxitos como los fracasos. Las narrativas emprendedoras surgieron como poderosas herramientas pedagógicas que trascienden la transmisión tradicional de información al establecer conexiones emocionales y aumentar la motivación de los estudiantes. En particular, el 81% de los participantes consideró que las historias emprendedoras son cruciales para transformar el conocimiento académico en habilidades prácticas. Se concluyó que el estudio identifica elementos críticos para desarrollar un ecosistema emprendedor, destacando la innovación, la resiliencia. Subraya la necesidad de integrar recursos digitales y enfoques didácticos innovadores para mejorar la creatividad y el rendimiento académico. Es importante destacar que la investigación valida las estrategias narrativas como mecanismos de aprendizaje participativo que conectan las dimensiones cognitivas y emocionales. Al posicionar a los emprendedores como protagonistas de sus propias historias, la metodología desafía los modelos de enseñanza convencionales y proporciona un enfoque más holístico a la educación en emprendimiento.

Palabras clave: Narrativa emprendedora; Aprendizaje experiencial; Desarrollo profesional; Ecosistema del emprendedor; Universitarios.

*Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Bahía de Caráquez, Ecuador. ORCID: 0000-0001-7835-7075
E-mail: anac.velez@uleam.edu.ec

**Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Pedernales, Ecuador. ORCID: 0000-0001-6193-8439
E-mail: guadalupe.mendoza@uleam.edu.ec

***Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Pedernales, Ecuador. ORCID: 0000-0001-9906-5784
E-mail: derli.alava@uleam.edu.ec

****Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Ecuador. ORCID: 0000-0003-4684-4324
E-mail: gladys.salazar@uleam.edu.ec

*****Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Pedernales, Ecuador. ORCID: 0000-0003-1003-6691
E-mail: aura.palacios@uleam.edu.ec

Entrepreneurship Narratives: Transforming Teaching-Learning Processes in Higher Education

Abstract

The present study aimed to examine the entrepreneur's narrative as a pedagogical strategy among Business Administration students in Pedernales, Manabí, Ecuador, using a bibliographic collection and a descriptive, mixed methods approach to analyze how narrative-based learning influences entrepreneurship and professional development. The research surveyed 90 university students and revealed important insights into educational innovation. Results show that 66% were highly satisfied with the narrative-based methodology, and 70% emphasized the importance of effective communication and transparent sharing of entrepreneurial experiences, including both successes and failures. Entrepreneurial narratives emerged as powerful pedagogical tools that transcend traditional information transmission by establishing emotional connections and increasing student motivation. In particular, 81% of participants considered entrepreneurial stories crucial to transform academic knowledge into practical skills. It was concluded that the study identifies critical elements for developing an entrepreneurial ecosystem, highlighting innovation, resilience. It underlines the need to integrate digital resources and innovative teaching approaches to improve creativity and academic performance. Importantly, the research validates narrative strategies as participatory learning mechanisms that connect cognitive and emotional dimensions. By positioning entrepreneurs as protagonists of their own stories, the methodology challenges conventional teaching models and provides a more holistic approach to entrepreneurship education.

Keywords: Entrepreneurial narrative; Experiential learning; Professional development; Entrepreneur ecosystem; University students

Introducción

En el contexto actual de globalización y transformación digital, el mercado laboral demanda profesionales que integren conocimientos teóricos con experiencia práctica. La educación universitaria se constituye la clave de la cadena formativa, donde los estudiantes, no solo adquieren conocimientos académicos, sino que desarrollan competencias aplicables al entorno profesional. Más allá del título universitario, las organizaciones buscan profesionales emprendedores, capaces de transferir conocimientos innovadores, adaptarse rápidamente y demostrar experiencia práctica que garantice su desempeño eficiente y eficaz en los roles laborales.

En muchos países han priorizado la formación del emprendedor, como una estrategia, que abre puertas para mejorar las economías globales, asimismo el tema de emprendimiento es de interés mundial, integrando factores que involucran la creatividad, disposición para asumir riesgos, capacidad de identificar oportunidades, habilidades de liderazgo, gestión (Arias et al., 2022), también se promueve la transferencia de conocimientos, creando competencias y habilidades innovadoras de un emprendedor, dentro del ambiente empresarial, como guía del cambio a los sectores productivos (Bernat, 2022; Minniti, 2012).

Soria et al., (2016) destacan las nuevas tendencias en la educación empresarial, haciendo énfasis en un enfoque experiencial del aprendizaje. Este método vincula la

experiencia directa con la reflexión, posicionando ambos elementos en el centro del proceso educativo. De este modo, el conocimiento se construye a través de la experimentación y la vivencia personal, lo que a su vez fomenta una reflexión fundamentada en bases emprendedoras. Esta articulación no solo enriquece el desarrollo pedagógico, sino que también potencia la formación en la educación superior, preparando a los estudiantes para enfrentar los desafíos del entorno laboral contemporáneo.

Para Rivera et al. (2024), el 75% de los estudiantes expresaron un interés notable por la narrativa, pues qué, este enfoque pedagógico no solo capta la atención de los alumnos, sino que también tiene el potencial de mantener su motivación en el aula durante el proceso educativo. Este interés puede entenderse en el contexto de la psicología cognitiva, que estudia cómo los procesos mentales evolucionan a través de la interacción con el entorno y los demás. Esta disciplina está relacionada directamente con la formación del espíritu emprendedor, promoviendo el desarrollo de habilidades que generan oportunidades de crecimiento profesional y laboral (Arango et al., 2022). Además, la capacidad de solucionar problemas en el mundo de los negocios y, que contribuye a la mejora de la sociedad.

Es importante resaltar que Ecuador posee, la ley del emprendedor, normativa que, promueve la cultura y la educación emprendedora mediante la colaboración entre instituciones educativas y el sector productivo. Esta legislación facilita la formación en técnicas específicas y en habilidades blandas, esenciales para el desarrollo operativo de los emprendedores ecuatorianos (Ley de Orgánica de Emprendimiento e Innovación, 2020). La normativa es esencial para incentivar a jóvenes emprendedores, facilitando creación y constitución jurídica de Sociedades por Acciones Simplificadas (SAS), en el menor tiempo posible.

Soria et al. (2016) destacan las nuevas tendencias en la educación empresarial, haciendo énfasis en un enfoque de narrativa con herramienta pedagógica. Este método vincula la experiencia directa con la reflexión, posicionando ambos elementos en el centro del proceso educativo. De este modo, el conocimiento se construye a través de la experimentación y la vivencia personal, lo que a su vez fomenta una reflexión fundamentada en bases emprendedoras. Esta articulación no solo enriquece el desarrollo pedagógico, sino que también potencia la formación en la educación superior, preparando a los estudiantes para enfrentar los desafíos del entorno laboral contemporáneo.”

Para Rivera et al. (2024), el 75% de los estudiantes expresaron un interés notable por la narrativa, con ello, el enfoque pedagógico no solo capta la atención de los alumnos, sino que también tiene el potencial de mantener su motivación en el aula durante el proceso educativo. Este interés puede entenderse en el contexto de la psicología cognitiva, que estudia cómo los procesos mentales evolucionan a través de la interacción con el entorno y los demás. Esta disciplina está relacionada directamente con la formación del espíritu emprendedor, promoviendo el desarrollo de habilidades que generan oportunidades de crecimiento profesional y laboral (Arango et al., 2022). Además, la capacidad de solucionar problemas en el mundo de los negocios y, que contribuyendo a la mejora de la sociedad.

Asimismo, la actividad emprendedora en sectores vulnerables surge, como una respuesta a la necesidad de mejorar la calidad de vida de la sociedad. Por ello, es fundamental potenciar cualidades en jóvenes desde la educación universitaria superior, por medio de estrategias pedagógicas para incentivar la creatividad innovadora con responsabilidad, el sentido de la iniciativa y la disposición a asumir riesgos, entre otros atributos (Leyva et al., 2019). Este impulso emprendedor se manifiesta desde la formación

universitaria, creando confianza en su proyecto de inversión y suministrar de habilidades y recursos necesarios para alcanzar el éxito. Tal confianza es clave para crear valor, ya que permite aprovechar oportunidades y desarrollar ideas innovadoras (López et al., 2021). Sin embargo, los emprendedores están expuestos a constantes cambios en el proceso de ejecución y desarrollo; a pesar de tener una noción clara del negocio, a menudo se encuentran en las etapas iniciales de implementación. Para Guachimosa et al. (2019), estos emprendedores emergen como creadores de oportunidades, lo que sugiere que la formación en este campo no solo responde a una aspiración personal, sino también a la necesidad de adaptarse y satisfacer las demandas del entorno.

Barragán et al. (2023) identifican diversas dificultades que enfrentan los emprendedores universitarios, desde la integración en un mercado laboral cada vez más competitivo, la asumir riesgos y la búsqueda de un empleo adecuado a su perfil son aspectos desafiantes. Estos retos abarcan el desempleo, los bajos salarios, la limitada actividad empresarial, la informalidad en las empresas y la alta tasa de cierre de empresas, además de los cambios económicos provocados por factores medioambientales (Cora, 2023). A medida que los estudiantes se convierten en emprendedores y se involucran en el mercado laboral, su participación no solo contribuye a la generación de empleo, sino que también promueve el desarrollo de la sociedad en su conjunto.

La investigación adquiere relevancia ante la creciente falta de oportunidades, el desempleo y la desigualdad, ya que puede ofrecer alternativas para mitigar estas problemáticas. Emprender implica transformar una idea innovadora en un negocio factible, esto requiere un adecuado manejo de técnicas, habilidades y desarrollo de la creatividad y persistencia ante las barreras y riesgos que puedan presentarse. De esta manera, el emprendimiento tiene un impacto positivo en la economía, (Díaz y Pérez, 2019)

En concordancia con lo antes mencionado, la investigación se centró en examinar la narrativa emprendedora y su impacto en estudiantes universitarios de la carrera de Administración de Empresas del Cantón Pedernales, provincia de Manabí, resaltando el enfoque pedagógico, que permita mejorar, la comprensión, creatividad, seguridad en asumir riesgos y que jóvenes participen activamente en los sectores productivos del país y del mundo.

Metodología

El estudio adoptó un enfoque de investigación que combina aspectos cualitativos y cuantitativos, con un alcance y enfoque descriptivo multivariado. Se emplearon métodos teóricos, empíricos y de estadística matemática, junto con diversas técnicas para el análisis y procesamiento de la información, como, encuestas y observaciones científicas. También se realizaron pruebas y mediciones, aplicando estadísticas descriptivas con análisis de porcentajes (distribución empírica de frecuencias), lo que facilitó la recopilación de datos sobre las percepciones y experiencias de los estudiantes en relación con el uso de la narrativa de emprendedores como estrategia pedagógica de aprendizaje. Se llevó a efecto un muestreo no probabilístico intencional seleccionando a 90 estudiantes universitarios de la carrera de administración de empresas de la Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí-Extensión Pedernales en una jornada de encuentros de emprendedores de la localidad. Se diseñó un cuestionario de 10 ítems con escalas tipo Likert para evaluar la percepción de estudiantes universitarios sobre la narrativa emprendedora como estrategia

de aprendizaje, también los datos fueron procesadas empleando el paquete de programas SPSS versión 22.

Resultados

Desde la fundamentación teórica (Bruner, 2019) sostiene que, fomentando el interés hacia la narrativa como estrategias participativas a través del aprendizaje, no solo facilita la comprensión de modelos de emprendimientos complejos, sino que también permite a los jóvenes conectarse emocionalmente con el material, puesto que incrementa su motivación y compromiso.

Desde esta perspectiva la narrativa actúa como la guía que transforma la información en experiencias relevantes, permitiendo a los estudiantes desarrollar una comprensión más profunda de los temas tratados. Este vínculo emocional es crucial, ya que los estudios indican que los jóvenes aprenden mejor cuando están emocionalmente involucrados (Nussbaum, 2022).

Por tanto, los elementos importantes del trabajo investigativo fue la confiabilidad del instrumento Tabla 1, dado por alfa de Cronbach de 0,85, como se presenta en tabla 1.

Tabla 1. Estadística de Fiabilidad

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
,849	,904	7

Fuente: Datos de sistema SPSS

Entre los resultados más relevantes esta la respuesta referente a la medición de la narrativa del emprendedor, para conocer el nivel de satisfacción de la aplicación de la estrategia en los estudiantes de la carrera de administración de empresas, cuyas evidencias se reflejan en la tabla 2.

Tabla 2. Medición de satisfacción de narrativa del emprendedor

	Frecuencia	Porcentaje
Muy Satisfecho	59	66%
Satisfecho	27	30%
Neutral	3	3%
Insatisfecho	1	1%
Total	90	100%

Fuente: Datos de la encuesta (2024)

Respecto a la satisfacción de los estudiantes universitarios con las exposiciones y presentaciones de emprendedores y sus experiencias empresariales, los resultados fueron los siguientes:

Un 66% de los encuestados expresó estar muy satisfecho con la metodología empleada, destacando que los emprendedores fueron protagonistas al compartir sus vivencias, desafíos y logros en el desarrollo de sus negocios.

El 30% se mostró satisfecho con la participación y la exposición de los emprendedores.

Un 3% mantuvo una postura neutral frente a las presentaciones.

Solo el 1% se declaró insatisfecho.

Adicionalmente, se busca evaluar el nivel de satisfacción de los encuestados tras haber escuchado las historias y presentaciones de los emprendedores. Esta medición es crucial para conocer la interacción generada entre todos los participantes y, a su vez, determinar el impacto que las narrativas de los emprendedores tienen en términos de inspiración, aprendizaje y motivación para que los estudiantes implementen estos conocimientos en sus propios entornos.

Como observamos existe una correlación a la siguiente interrogante sobre descripción porcentual del nivel de aspectos considerados en la narrativa de emprendedores locales, realizados en evento, como se refleja de la tabla 3.

Tabla 3. Descripción porcentual de exposición de testimonio del emprendedor

	Frecuencia	Porcentaje
Comunicación efectiva de los emprendedores participante	63	70%
Temas tratados del evento	19	21%
Gestión del evento	2	2%
Intervención de estudiantes en el evento	2	2%
Otros	4	5%
Total	90	100%

Fuente: Datos de la encuesta (2024)

Los resultados del análisis de tabla 3, revelan una perspectiva favorable sobre la percepción de los estudiantes universitarios, respecto a la jornada de emprendimiento. Un dato importante es que el 70% de los encuestados valora primordialmente la comunicación efectiva de los emprendedores, especialmente en la transparente exposición de sus trayectorias de sus emprendimientos, donde la narrativa de éxitos y fracasos se constituye como un elemento fundamental para la comprensión integral del proceso emprendedor. Asimismo, un 21% de los participantes enfatiza la relevancia de rescatar la totalidad de los temas abordados, reconociendo el valor holístico de las actividades desarrolladas.

Esta apreciación sugiere una comprensión profunda de la complejidad del ecosistema emprendedor, donde cada experiencia y temática contribuye al aprendizaje colectivo. Finalmente, representado por un 5%, identifica aspectos adicionales de interés, mientras que un 2% destaca específicamente la gestión del evento y la intervención de los estudiantes como elementos cruciales en el desarrollo de la exposición. Esta diversidad de percepciones refleja la riqueza metodológica y la multiplicidad de perspectivas inherentes a los espacios de intercambio académico-empresarial.

Para conocer el nivel de importancia de la narrativa del emprendedor, y el interés que tiene el estudiante sobre el enfoque pedagógico utilizado en el evento, se presenta en tabla 4.

Tabla 4. Nivel de importancia de temas en la narrativa del emprendedor

	Frecuencia	Porcentaje
Poco importante	1	1%
Algo importante	3	3%
Importante	12	13%
Muy Importante	73	81%
Total	89	99%
Sistema	1	1%
	90	100%

Fuente: Datos de la encuesta (2024)

Los resultados de la tabla 4 revelan una valoración positiva de las historias de emprendedores del Cantón Pedernales. El 81% de los encuestados consideran “muy importante” la exposición de historias emprendedoras, interpretándolas como un impulso fundamental para transformar el conocimiento académico en práctica empresarial. Esta percepción se complementa con un 13% que las considera “importantes”, mientras que un 3% las estima “algo importantes” y solo un 1% las cataloga como “poco importantes”.

Las narrativas emprendedoras constituyen un ecosistema de conocimiento, que integra elementos estratégicos y experienciales. Los temas centrales comprenden: el origen de creación del proyecto, estrategias de superación de adversidades, innovación, impacto social, trayectoria de crecimiento, desarrollo personal del emprendedor, visión prospectiva y lecciones aprendidas. Cada historia se configura como un relato único que trasciende de forma descriptivo para convertirse en una fuente de inspiración y aprendizaje colectivo.

En el contexto de las estrategias del emprendedor en el proceso de exposición de la narrativa y su incidencia en estudiantes universitarios de la carrera de administración de empresas, se manifiesta en tabla 5.

Tabla 5. Estrategias utilizadas del emprendedor en narrativa del emprendedor.

	Frecuencia	Porcentaje
Casi nunca	1	1%
Frecuentemente	56	62%
Cada mes	20	22%
Una vez por semana	13	14%
Total	90	100%

Fuente: Datos de la encuesta (2024)

Los resultados de la tabla 5 revelan una dimensión del valor formativo de las experiencias emprendedoras en el contexto ecuatoriano. Un 62% de los participantes considera frecuentemente que las estrategias expuestas por emprendedores de diversos sectores constituyen referencias fundamentales para el desarrollo de nuevos modelos de negocio. La diversidad de percepciones se evidencia en los siguientes hallazgos: un 22% reconoce la necesidad mensual de explorar estas narrativas para comprender las fortalezas y debilidades inherentes al proceso emprendedor, mientras que un 14% valora semanalmente estos espacios de intercambio. Resulta sintomático que solo un 1% considere

marginalmente relevantes estas jornadas de compartimiento de experiencias.

Las estrategias narrativas de los emprendedores se convierten así en un dispositivo pedagógico fundamental, donde cada testimonio opera como un ecosistema de conocimiento que articula la experiencia individual con las dinámicas colectivas del emprendimiento. La capacidad de cautivar audiencias, generar credibilidad y comunicar eficazmente la trayectoria empresarial se constituye como una herramienta de transformación social y económica, Además permite comprender el emprendimiento no como un fenómeno exclusivamente económico, sino como un proceso de construcción de significados, aprendizajes y resiliencia que impacta directamente en el desarrollo socio productivo de las comunidades.

Discusión

De la recolección bibliográfica se analizaron algunas teorías, indican que, hacer uso de la narrativa como estrategia participativa no solo facilita la comprensión de modelos de emprendimiento complejos, sino que también ayuda a los jóvenes a establecer una conexión emocional con el contenido. Esto resulta en un aumento de su motivación y compromiso con el aprendizaje. Desde esta perspectiva, la narrativa se convierte en una herramienta clave que transforma la información en experiencias significativas, lo que permite a los estudiantes adquirir una comprensión más profunda de los temas.

La investigación revela dimensiones críticas en la configuración del ecosistema emprendedor, donde la metodología educativa y la transferencia de experiencias se constituyen como elementos fundamentales para la transformación socioeconómica. Un hallazgo importante es el 66% de aceptación positiva de las metodologías que posicionan a los emprendedores como protagonistas de sus propias narrativas (Paños et al., 2024), esto evidencia una brecha ente los modelos tradicionales de enseñanza.

La comunicación efectiva surge como un elemento vital, con un 70% de los estudiantes encuestado destacando la importancia de la exposición de éxitos y fracasos de la práctica emprendedora (Aldana et al., 2019). Este dato trasciende la transmisión de información, sugiriendo que el emprendimiento se configura como un proceso de construcción de conocimiento que va más allá de las prácticas comerciales tradicionales, incorporando dimensiones de aprendizaje experiencial y transferencia de saberes.

Las estrategias desarrolladas por emprendedores del Cantón Pedernales revelan la complejidad del aspectos internos y externos del desarrollo del emprendedor Pedernalino (Asabere et al. ,2023) destacan la constancia como factor crítico de éxito, mientras que Abreu y Grinevich (2013) amplían la comprensión del emprendimiento académico como una actividad que trasciende los roles tradicionales, incorporando elementos de riesgo y potencial de transformación.

Un aspecto fundamental de la investigación: la brecha existente entre la enseñanza del emprendimiento y las políticas educativas. Damián (2022) señala las limitaciones institucionales, particularmente en el desempeño docente, que restringen el alcance de los objetivos formativos. Esta observación se complementa con los hallazgos de Mendoza et al. (2024) sobre la transformación radical provocada por las Tecnologías de la Información y la Comunicación en los niveles educativos y el progreso social (Vélez et al.,2024) indican que, la preparación de la fuerza laboral del futuro, y la elaboración de políticas educativas adaptadas a la era digital, destacando la necesidad de alinear las percepciones de los

estudiantes con las demandas tecnológicas del mercado laboral contribuyen alcanzar una economía estable en cada país

La implementación de recursos digitales y didácticos innovadores, según Cobeña et al. (2024), no solo potencia la creatividad del estudiante, sino que facilita un aprendizaje adecuado, que mejora el rendimiento académico. Esta perspectiva se alinea con el objetivo de Raza et al. (2023) de fomentar la enseñanza-aprendizaje desde las universidades, promoviendo estudios de aseguramiento de calidad y satisfacción estudiantil.

Conclusiones

La investigación valida la narrativa del emprendedor como estrategia participativa, trascendiendo la transmisión de información para convertirse en un mecanismo de conexión emocional y cognitiva. Un 66% de aceptación metodológica, evidenciando la potencialidad de las historias emprendedoras como dispositivos de aprendizaje. Asimismo, la comunicación efectiva surge como vector central, con un 70% de los estudiantes encuestados destacando la importancia de exponer éxitos y fracasos, este hallazgo indica que, el emprendimiento como un proceso de construcción colectiva de conocimiento, más allá de las prácticas comerciales tradicionales.

La innovación se constituye como eje fundamental, siguiendo las conceptualizaciones, donde las historias emprendedoras generan aprendizajes críticos alineados con la teoría schumpeteriana de desarrollo económico. Se identifican restricciones en los modelos educativos tradicionales, es importante destacar la transformación provocada por las Tecnologías de la Información y Comunicación. Además, las estrategias de emprendedores de Pedernales revelan que el éxito depende de la constancia y la capacidad de trascender roles tradicionales, incorporando elementos de riesgo y transformación, y que, con implementación de recursos digitales innovadores, permitirá el fomento de la enseñanza-aprendizaje del ecosistema que promueve la creatividad, el aprendizaje y la satisfacción estudiantil.

Referencias

ABREU, M., & GRINEVICH, V. (2013). "The nature of academic entrepreneurship in the UK: Widening the focus on entrepreneurial activities" **Research Policy Volume 42, Issue 2** <https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.10.005>

ALDANA-RIVERA, E. E., TAFUR-CASTILLO, J., GIL, I., & MEJÍA, C. (2019). "Práctica pedagógica de emprendimiento en docentes de educación superior en Institución Educativa Universitaria de Barranquia". **Archivos venezolanos de farmacología y terapéutica**, 38(2), 9. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=55964524002>

ARANGO-BOTERO, D., VALENCIA-ARIAS, J., PALACIOS-MOYA, L., & GIRALDO, L. F. G. (2022). "Análisis de perfiles de espíritu emprendedor en jóvenes universitarios". **Revista Virtual Universidad Católica del Norte**, (67), 37-67. <https://www.doi.org/10.35575/rvucn.n67a3>

ARANGO-BOTERO, D. M. (2022). "Competitiveness of Rural Enterprises Run by Millennials in Antioquia". **Revista CEA**, v.8, n. 16, e1993. <https://doi.org/10.22430/24223182.1993>

ASABERE, N. Y., GYIMAH, G. K., ACAKPOVI, A., & PLOCKEY, F. (EDS.). (2023).

“Technological Innovation Driving Sustainable Entrepreneurial Growth in Developing Nations”. **IGI Global**. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-9843-9>

BARRAGÁN-PEREA, E. A., CHAPARRO-MEDINA, P. M., & CORDERO-HIDALGO, A. (2023). “Caracterización de la formación emprendedora de los programas académicos en humanidades en instituciones de educación superior en México”. *Economía & Negocios*, 5(1), 101–117. <https://doi.org/10.33326/27086062.2023.1.1626>

BERNAT, T. (2022). “El emprendimiento: la necesidad de una investigación interdisciplinaria”. *Revista CEA*, 8(16), e2262. <https://doi.org/10.22430/24223182.2262>

BRUNER, J. (2019). *Mentes actuales, mundos posibles*. **Harvard University Press**

COBEÑA-NAPA, M., PARRALES-MENDOZA, D., VÉLEZ-FALCONES, A., & MENDOZA-ZAMBRANO, M. (2024). “Recursos digitales y didácticos para el mejoramiento del proceso de enseñanza-aprendizaje”. *593 Digital Publisher CEIT*, 9(2), 578-589. <https://doi.org/10.33386/593dp.2024.2.2362>

CORA, Y. T. (2023). “Schoolgirls-cum-carpet weavers: the role of the market in public girls’ schools in the late Ottoman Empire”. *Middle Eastern Studies*, 60(1), 1–15. <https://doi.org/10.1080/00263206.2023.2177641>

SORIA-BARRETO, K., ZUNIGA-JARA, S., & RUIZ-CAMPO, S. (2016). “Educación e intención emprendedora en estudiantes universitarios: Un caso de estudio”. *Formación universitaria*, 9(1), 25-34. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062016000100004>

DAMIÁN SIMÓN, J. (2022). “Teaching entrepreneurship: Between politics and educational practice”. *Education Policy Analysis Archives*, 30, (148). <https://doi.org/10.14507/epaa.30.7078>

DÍAZ F. & PÉREZ G. (2019). «Presentación del monográfico: Emprendimiento social y empleabilidad». *REVESCO. Revista de Estudios Cooperativos*, 129, 9-15. <https://doi.org/10.5209/REVE.62962>

GUACHIMBOSA, V., LAVÍN, J. M., & SANTIAGO, N. (2019). “Universidad para el emprendimiento. Perfil formativo profesional y vocación de crear empresas. Universidad Técnica de Ambato, Ecuador”. *Revista Venezolana De Gerencia*, 24(85), 31-47. <https://doi.org/10.37960/revista.v24i85.23827>

LEYVA, A., ALCÁNTARA, J., ESPEJEL, J., & CORONADO, M. (2019). “Formación del perfil emprendedor en educación superior en la Universidad de Sonora, México”. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, 86, 115-132. <https://doi.org/10.21158/01208160.n86.2019.2293>

LÓPEZ, M., RUBIO, S., DÍAZ, E., & MARTÍN, G. (2021). “Perfil emprendedor de estudiantes universitarios: un modelo predictivo”. *Revista de Educación*, 392 (11-33). <https://doi.org/10.4438/1988-592X-RE-2021-392-477>

MENDOZA-ZAMBRANO, M. G., MEZA-MONTES, J. K., VÉLEZ-FALCONES, A. C., COBEÑA-NAPA, M. Á., & PARRALES-MENDOZA, D. G. (2024). “Impacto de las tecnologías en el bienestar emocional de los estudiantes”. *Revista científica multidisciplinaria arbitrada yachasun-ISSN: 2697-3456*, 8(14 Ed. esp.), 19-34.

MINNITI, M. (2012). “El emprendimiento y el crecimiento económico de las naciones”. *Economía Industrial*. (383), 23-30. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3903869>

NUSSBAUM, M. (2022). *Ciudadanía e imaginación: el papel de las artes en la educación*. **University of Chicago Press**

PAÑOS CASTRO, J., BEZANILLA, M., & MARKUERQUIAGA, L. (2024). “Percepciones de los emprendedores sobre su proceso emprendedor: un análisis cualitativo de entrevistas en profundidad a titulados en educación en el País Vasco, España”. **Revista Internacional de Educación, Economía y Desarrollo**. <https://doi.org/10.1504/IJEED.2024.136209>

RAZA, H., ANWAR A., NAZIA R., LIU X., TAHSEEN A., & CHENGJIE J. (2023). “Comparison of Higher Education in Pakistan and China: A Sustainable Development in Student’s Perspective” **Sustainability** 15, no. 5: 4327. <https://doi.org/10.3390/su15054327>

RIVERA MONTENEGRO, D. P., ZAMBRANO ALCIVAR, C. F., FAREZ CRESPO, M. E., & BASANTES BEDOYA, M. V. (2024). “La narrativa y los cuentos como estrategia interactiva de aprendizaje en la Educación Imaginativa: una visión metodológica desde las ciencias sociales”. **Revista Interdisciplinaria De Educación, Salud, Actividad Física Y Deporte**, 1(3), 108–125. <https://doi.org/10.70262/riesafd.v1i3.2024.28>

VÉLEZ FALCONES, A. C., MENDOZA-ZAMBRANO, M. G., COBEÑA-NAPA, M. A., PARRALES-MENDOZA, D. G., ÁLAVA-ROSADO, D. F., MEZA-MONTES, J. K., & SALAZAR OLIVES, G. G. (2024). “The profile of the high school graduate towards the era of education 5.0: A case study.” **Salud, Ciencia Y Tecnología**, 5, 1131. <https://doi.org/10.56294/saludcyt20251131>

Documentos oficiales:

ASAMBLEA NACIONAL REPÚBLICA DEL ECUADOR. (2020, 28 de febrero). “Ley Orgánica de Emprendimiento e innovación”. Obtenido de <https://www.gob.ec/regulaciones/ley-organica-emprendimiento-innovacion>