

Artículo de investigación

<https://doi.org/10.47460/uct.v29i128.983>

Uso de la gamificación en la enseñanza de planes de negocio en estudiantes universitarios

Mercedes Nancy Santos Reyes*
<https://orcid.org/0009-0006-7609-7074>
nancysantos2104@hotmail.com
Universidad Estatal del Sur de Manabí
Jipijapa, Ecuador

Raquel Vera Zavala
<https://orcid.org/0000-0003-2873-2134>
raquelverazavala@gmail.com
Universidad Estatal del Sur de Manabí
Jipijapa, Ecuador

Leticia Guillot Mustelier
<https://orcid.org/0000-0003-3812-4861>
leticiagm7130@gmail.com
Universidad de Oriente
Santiago de Cuba, Cuba

Dayron Rumbaut Rangel
<https://orcid.org/0009-0001-9087-0979>
drumbautr@ube.edu.ec
Universidad Bolivariana del Ecuador
Quito, Ecuador

*Autor de correspondencia: nancysantos2104@hotmail.com

Recibido (22/05/2025), Aceptado (16/07/2025)

Resumen. Este estudio investigó el uso de la gamificación en la enseñanza del plan de negocios en la asignatura de Emprendimiento en estudiantes de nivelación de la Universidad Estatal del Sur de Manabí. Se utilizó una metodología mixta, descriptiva y no experimental, aplicando encuestas a 50 estudiantes y 8 docentes. Los resultados revelaron dificultades en la comprensión de aspectos clave del plan de negocios, pero los estudiantes mostraron una actitud positiva hacia la gamificación, destacando su capacidad para mejorar el aprendizaje y aumentar la motivación. En respuesta, se diseñaron seis actividades gamificadas utilizando herramientas digitales como Google Classroom y Kahoot. La validación de estas actividades sugirió mejoras en el diseño pedagógico. En conclusión, la gamificación se presenta como una herramienta eficaz para el aprendizaje del plan de negocios, aunque se requiere mejorar la formación docente y la infraestructura tecnológica para su implementación exitosa.

Palabras clave: aprendizaje, emprendimiento, gamificación, plan de negocios.

Using gamification in teaching business plans to university students

Abstract. This study investigated the use of gamification in teaching business plans in the Entrepreneurship course to undergraduate students at the State University of Southern Manabí. A mixed, descriptive, and non-experimental methodology was used, administering surveys to 50 students and 8 teachers. The results revealed difficulties in understanding key aspects of the business plan, but students displayed a positive attitude toward gamification, highlighting its ability to improve learning and increase motivation. In response, six gamified activities were designed using digital tools such as Google Classroom and Kahoot. The validation of these activities suggested improvements in the pedagogical design. In conclusion, gamification is presented as an effective tool for teaching business plans, although teacher training and technological infrastructure need to be improved for its successful implementation.

Keywords: learning, entrepreneurship, gamification. business plan.

I. INTRODUCCIÓN

El crecimiento del espíritu emprendedor y su incorporación como política en diversos países han llevado a las instituciones académicas a integrar en sus programas de estudio contenidos relacionados con esta temática, con el objetivo de promover en los futuros egresados habilidades y competencias que faciliten el desarrollo de iniciativas emprendedoras. De esta manera, desarrollar los programas de formación durante la nivelación universitaria puede ser un reto para los estudiantes, así como para los docentes, quienes deben generar el contenido de estos programas.

El emprendimiento se ha consolidado como una tendencia en el ámbito de la educación universitaria en Latinoamérica, impulsado por las diversas condiciones sociales, económicas, políticas e incluso religiosas que han marcado la región [1]. Los cambios derivados de las crisis han motivado a las instituciones de educación superior a generar un entorno propicio para la mejora, promoviendo, a través de proyectos, el fomento de ideas emprendedoras entre los estudiantes y apoyando su desarrollo como profesionales capaces de crear nuevas empresas.

En los últimos años, la participación de los jóvenes en actividades emprendedoras ha registrado un incremento significativo, consolidándose como un segmento poblacional destacado en este ámbito. Este grupo muestra un gran interés por mejorar su calidad de vida a través de propuestas innovadoras que generan impacto en el mercado. No obstante, es importante destacar que pueden carecer de un conocimiento profundo del entorno competitivo, lo que podría afectar su desempeño y sostenibilidad en el mercado [2].

En este contexto, se ha identificado que los estudiantes del programa de nivelación de la Universidad Estatal del Sur de Manabí (UNESUM) enfrentan diversos desafíos en la adquisición de habilidades relacionadas con la asignatura de Emprendimiento, específicamente con el contenido asociado al plan de negocios. Estos obstáculos afectan el cumplimiento de los objetivos académicos y la preparación de los estudiantes para enfrentar el entorno empresarial.

En ese sentido, la gamificación emerge como una alternativa que fomenta el rol activo de aprendizaje de los estudiantes, facilitando la comprensión de los contenidos del plan de negocios en la asignatura de Emprendimiento. Este trabajo tiene como objetivo desarrollar un conjunto de actividades propuestas para mejorar el aprendizaje asociado al diseño de un plan de negocios, dirigido a los estudiantes de nivelación de la UNESUM.

II. DESARROLLO

El plan de negocios se entiende como un documento en el que se plantea un nuevo proyecto comercial centrado en un bien, un servicio o el conjunto de una empresa [3]. Esta herramienta permite a las organizaciones trazar una ruta mediante la cual alcanzarán sus objetivos y metas propuestas —destacando entre ellas la rentabilidad esperada— y abordar, con soluciones concretas, los posibles obstáculos que se presenten durante su implementación y el desarrollo futuro de actividades [4].

En el ámbito universitario, el emprendimiento recibe una atención creciente como habilidad clave en la formación de los estudiantes, lo que se refleja en el aumento de estudios sobre la temática. En universidades de Europa, América del Norte y Sudamérica, se lo considera prioritario e incluso se lo incorpora como política pública, con el objetivo de incentivar un cambio de mentalidad y dotar a los estudiantes de herramientas para crear empresas y generar empleos que dinamicen la economía, fortalezcan la conexión de mercados internos y externos y contribuyan al desarrollo regional [5].

En ese marco, se sugiere que dicha situación se atribuye a la implementación de un enfoque de transversalidad en el ámbito educativo, que facilita espacios propicios para una formación integral y comprometida con el desarrollo social, humano, cultural y cognitivo. Al aprender sobre este tema, los estudiantes pueden adquirir habilidades para detectar oportunidades, planificar de forma estratégica y afrontar los retos propios del proceso de emprender, lo que mejora su preparación para el mundo de los negocios. La educación empresarial debe centrarse en promover la creatividad y la eficiencia, fomentando el interés y el desarrollo de habilidades y mentalidades orientadas al ámbito empresarial [6].

La cultura emprendedora impulsa en los estudiantes una visión empresarial integral, que provee habilidades y conocimientos para la toma de decisiones estratégicas en la creación y gestión de una empresa. Sin embargo, en ciertos casos, esta iniciativa puede carecer de sostenibilidad si no se dispone de un conocimiento profundo sobre metodologías y estrategias efectivas para competir en el mercado y garantizar la viabilidad a largo plazo de los proyectos [7].

En el caso de la UNESUM, el aprendizaje del plan de negocios se aborda desde la nivelación, con foco en desarrollar en los estudiantes las habilidades necesarias para estructurar y elaborar un plan de negocios viable. A través del análisis de oportunidades, el estudio de mercado y la proyección financiera, se busca fortalecer su capacidad emprendedora. Cabe destacar que la nivelación es un curso de período

semestral definido en el Reglamento de Régimen Académico Nacional del Ecuador, cuyo objetivo es nivelar y uniformar los saberes de quienes aspiran a ingresar a la universidad, de modo que se adapten a las nuevas condiciones de este cambio y se reduzcan los índices de deserción en los semestres iniciales [8].

A. Gamificación del aprendizaje del plan de negocios mediante el uso de herramientas digitales

La formación de emprendedores en las aulas contribuye al crecimiento de la nación y se destaca como un elemento crucial en la actividad productiva, dado que promueve el desarrollo sostenible, la generación de empleos y el reparto de riquezas [9]; sin embargo, para que esto sea efectivo, es necesario poseer la habilidad de iniciar, sostener y, principalmente, enfrentar nuevos retos característicos de la tecnología contemporánea.

En ese sentido, los educadores deben aprovechar los hallazgos sobre innovación y tecnología en la educación emprendedora, con el fin de enriquecer enfoques pedagógicos e incentivar un aprendizaje experiencial y condicionado a los contextos locales [10]. Así, la gamificación se consolida como una herramienta aplicada a la enseñanza del emprendimiento y del plan de negocios, que ofrece una oportunidad para abordar estos desafíos. Este enfoque no solo responde a las tendencias globales en educación, sino que también se adapta a la realidad tecnológica de los estudiantes, quienes están altamente familiarizados con las redes sociales y los entornos digitales recreativos.

En la dinámica de la gamificación, se implementan mecanismos de reconocimiento, como puntos, logros y seguimiento del progreso, con el fin de fomentar la motivación y el compromiso de los estudiantes. Este enfoque les permite evidenciar sus avances, fortaleciendo su autoestima, y busca promover un proceso de aprendizaje más ameno e interesante mediante metodologías lúdicas y participativas. Sin embargo, es importante tener en cuenta las limitaciones de la gamificación y la necesidad de investigar exhaustivamente sus beneficios reales, así como identificar las mejores prácticas para su implementación, destacando entre ellas la dependencia de la tecnología y la formación docente para aprovechar la metodología [11].

La gamificación facilita el acceso a la información, gestionando espacios para una asignatura específica. Dado que esta metodología permite incluir una gran variedad de actividades y hacer seguimiento al trabajo realizado por los estudiantes de una determinada clase, se desarrolla un vínculo entre el docente y estos a través de juegos que proporcionan una educación de calidad [12]. Además, promueve habilidades de compromiso e incentivo, logrando que los estudiantes participen de manera activa en el desarrollo de su propio conocimiento mediante un enfoque práctico [13].

Por consiguiente, la incorporación de herramientas tecnológicas y elementos lúdicos en la enseñanza del plan de negocios es fundamental para la formación superior, especialmente en disciplinas como la administración y el emprendimiento. Este enfoque pedagógico ha propiciado una importante transformación en la manera en que los estudiantes adquieren, desarrollan y aplican sus conocimientos.

La integración de herramientas digitales en el aprendizaje del plan de negocios presenta múltiples beneficios: fomenta la interactividad y la participación activa de los estudiantes —cruciales para un aprendizaje efectivo—, pues las aulas virtuales favorecen el aprendizaje ubicuo [14]. Además, mejora la accesibilidad a información actualizada y relevante, facilitando el desarrollo de proyectos, y permite a los estudiantes adquirir habilidades digitales esenciales para el mercado laboral actual, preparándolos para enfrentar los retos del entorno empresarial [15].

La incorporación de metodologías didácticas que fomenten el proceso de enseñanza-aprendizaje en materia de emprendimiento, enfocadas en desarrollar habilidades y competencias emprendedoras, representa una alternativa viable que podría generar un mayor interés en los estudiantes en comparación con otras metodologías [16].

La gamificación ha sido una herramienta efectiva en el apoyo al emprendimiento y en el mejoramiento de la educación emprendedora; para conseguir mejores resultados, es conveniente desarrollarla en espacios agradables y propiciar estados de flujo en los estudiantes, por lo que se requieren pruebas y estrategias minuciosas antes de implementar las actividades [17]. Asimismo, se ha mostrado que la gamificación integrada de forma efectiva en la educación empresarial mejora la comprensión y el compromiso de los estudiantes, además de desarrollar habilidades técnicas, creativas y colaborativas [18].

A partir de estos criterios, se comparte que el aprendizaje del plan de negocios en la educación superior se ve significativamente enriquecido por el uso de herramientas digitales. Estas, además de facilitar la colaboración y el acceso a información, también preparan a los estudiantes para enfrentar los retos del mundo empresarial moderno. La formación continua de docentes y estudiantes en el uso de tecnologías digitales es esencial para maximizar el impacto de este enfoque educativo.

En el uso de la gamificación en el proceso de enseñanza-aprendizaje han incursionado varios investigadores, y de manera general destacan las potencialidades de esta estrategia para el logro de un aprendizaje duradero. Se evidencia el impacto del juego y la gamificación en la motivación y el apren-

dizaje, así como la relación positiva entre actividades lúdicas y aprendizaje significativo [19]. Con base en estudios previos, se reconoce la validez y variedad de los aportes realizados, atendiendo al nivel educativo y su contribución al logro de un aprendizaje interactivo y dinámico [20].

III. METODOLOGÍA

La investigación se desarrolló mediante un enfoque mixto, descriptivo y no experimental. La población objeto de estudio estuvo compuesta por 12 docentes y 150 estudiantes del programa de Nivelación de la Universidad Estatal del Sur de Manabí (UNESUM), ubicada en la ciudad de Jipijapa, Ecuador. Para la conformación de la muestra se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando a 50 estudiantes y 8 docentes, a quienes se administró una encuesta a través de Google Forms. La selección consideró únicamente a estudiantes que tenían previsto postularse a la carrera de Administración de Empresas y a docentes que imparten asignaturas afines.

La investigación comprendió tres fases: la primera consistió en aplicar un cuestionario a los estudiantes para identificar su nivel de conocimiento sobre el contenido asociado al plan de negocios, así como un cuestionario a los docentes para evaluar la implementación de metodologías activas —en particular, la gamificación— en la enseñanza del tema de plan de negocios.

La encuesta a estudiantes constó de 12 ítems —9 de respuesta abierta y 3 de respuesta cerrada—; su aplicación fue viable, dado que habían recibido previamente contenidos relacionados con el plan de negocios y se encontraban en la fase final de nivelación. El instrumento se diseñó en torno a indicadores clave para garantizar la precisión y relevancia de los datos: (i) dificultades en el aprendizaje y comprensión de los conceptos del plan de negocios; (ii) recursos necesarios para superar dichas dificultades; (iii) elementos del tema en los que persisten desafíos de comprensión; (iv) experiencias previas con gamificación; (v) impacto percibido de la gamificación en el aprendizaje; (vi) mejora de la comprensión mediante gamificación; y (vii) aceptación de futuras estrategias gamificadas.

El cuestionario a los docentes agrupó seis indicadores: (i) métodos de enseñanza utilizados; (ii) actividades efectivas para la enseñanza del plan de negocios; (iii) implementación de la gamificación en el aula; (iv) impacto de la gamificación en la motivación y comprensión del estudiantado; (v) viabilidad de la gamificación para la enseñanza del plan de negocios; y (vi) desafíos en la implementación de metodologías activas. El instrumento incluyó 12 preguntas —9 cerradas y 3 abiertas— seleccionadas para abordar aspectos relevantes sobre el uso de la gamificación y su efectividad en el aprendizaje del plan de negocios.

En la segunda fase, a partir de los resultados del diagnóstico, se diseñaron actividades de aprendizaje para facilitar la adquisición de conocimientos, habilidades y competencias. Se formularon seis actividades que emplean estrategias de gamificación implementadas mediante Google Classroom. El propósito fue favorecer un aprendizaje activo, práctico y dinámico sobre el contenido del plan de negocios en la asignatura de Emprendimiento; entre las herramientas empleadas se incluyeron cuestionarios interactivos, foros de discusión y otras metodologías digitales.

En la tercera fase se realizó la validación del conjunto de actividades mediante el criterio de especialistas. Para ello, se aplicó un cuestionario a 5 docentes con experiencia en Emprendimiento, estructurado en 4 secciones: (1) datos generales; (2) evaluación de la factibilidad del diseño de actividades gamificadas —diseño pedagógico, dimensión tecnológica e impacto en el aprendizaje—; (3) preguntas abiertas; y (4) comentarios finales. El instrumento constó de 17 preguntas: 4 de datos generales, 9 cerradas en escala de Likert y 4 abiertas. La validación se llevó a cabo en dos rondas: en la primera, los especialistas evaluaron la propuesta; en la segunda, se realizó su perfeccionamiento a partir de las recomendaciones recibidas.

Durante el proceso se emplearon métodos teóricos —analítico-sintético e inductivo-deductivo— y métodos empíricos, incluyendo la revisión documental y la aplicación de encuestas. Para el análisis de la información se utilizó estadística descriptiva, lo que permitió determinar frecuencias y porcentajes de las respuestas y organizar los datos en tablas para su adecuada interpretación.

IV. RESULTADOS

Se presentan los resultados derivados del diagnóstico llevado a cabo mediante la aplicación de un instrumento de encuesta a los participantes. Se proporcionó una visión integrada de las principales percepciones, dificultades y valoraciones que tienen los estudiantes de nivelación frente al aprendizaje del tema sobre el plan de negocios.

Uno de los aspectos más destacados es que el 30% de los encuestados señala tener dificultades en la comprensión teórica, así como en la estructuración del plan, lo que refleja una problemática en la enseñanza de estos contenidos, posiblemente relacionada con métodos poco integradores entre

teoría y práctica. Este dato se complementa con el hecho de que un 48% de los estudiantes califica su comprensión como “media”, mientras que un 32% se sitúa en niveles bajos o muy bajos, lo que demuestra que se deben mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje, no solo en términos de cantidad de contenidos, sino también en la forma de abordarlos.

En cuanto a los recursos pedagógicos percibidos como más útiles para superar estas dificultades, los estudiantes priorizan los ejercicios prácticos (44%), seguidos por el material complementario y las tutorías, lo que evidencia la preferencia por metodologías activas centradas en el “aprender haciendo”. Entre los elementos del plan de negocios considerados difíciles de comprender, destacan el modelo de negocios (26%) y el plan financiero (44%), y en menor medida el análisis de mercado (14%); con base en esta comprensión, se pueden orientar los esfuerzos de gamificación hacia la familiarización de estos elementos técnicos en la estructuración del contenido del tema asociado al plan de negocios.

La mayoría de los estudiantes sostuvo haber participado previamente en actividades gamificadas (66%), evidenciando la integración de esta metodología en su proceso educativo. Respecto al impacto de la gamificación en el aprendizaje, se percibe que esta aumenta de forma moderada el aprendizaje (60%), lo que a su vez mejora la comprensión de conceptos relacionados con el plan de negocios como temática de la asignatura, con un 54% que está de acuerdo con este enunciado.

Finalmente, un 94% de los encuestados manifiesta su deseo de que se implementen más estrategias gamificadas en el futuro, lo cual refuerza la idea de que no solo se percibe como útil, sino también como motivadora y efectiva. De forma conjunta, los datos revelan un panorama claro: los estudiantes valoran las metodologías activas y gamificadas como mecanismos eficaces para superar las barreras tradicionales del aprendizaje, demandando un rediseño pedagógico acorde con sus necesidades y contextos.

El análisis de los resultados de la encuesta aplicada a los docentes reveló un panorama educativo en el que la enseñanza tradicional sigue siendo predominante. Esta metodología ha sido fundamental para los avances del mundo moderno y continúa siendo un pilar esencial en el proceso educativo; sin embargo, es importante complementarla con tecnologías y metodologías activas que enriquezcan el proceso de aprendizaje. Entre los hallazgos, de forma generalizada, se destaca que, entre las metodologías para la enseñanza del contenido asociado al plan de negocios, prevalece la exposición magistral. Este enfoque tradicional podría estar generando confusión entre los estudiantes, dado que —como se mencionó previamente— presentan dificultades para comprender los conceptos teóricos relacionados con el tema; por ello, a través de la gamificación se espera reforzar la motivación de los estudiantes en el aula, de tal forma que presten más atención a los contenidos.

En cuanto a las actividades consideradas más efectivas para el aprendizaje del contenido asociado al plan de negocios, predominan la competencia de trabajo en equipo y los proyectos grupales, fomentando así la colaboración y la resolución conjunta de problemas; sin embargo, a criterio de los estudiantes, persisten desafíos de aprendizaje pese a la aplicación de estas actividades.

Por otro lado, la mayoría de los docentes indicó no haber implementado la gamificación entre sus métodos de enseñanza (88%), pese a que un porcentaje significativo (63%) sugirió que este método puede aumentar moderadamente la motivación del estudiantado. Además, el 50% de los docentes consideró que esta metodología facilita la comprensión de conceptos en torno al plan de negocios.

Se identifican desafíos importantes en la implementación de metodologías activas de enseñanza, entre los cuales destacan el acceso limitado a tecnología (37,5%) y la resistencia de algunos estudiantes (37,5%), además de la dificultad para mantener los juegos atractivos y pedagógicamente efectivos (25%). Estos obstáculos evidencian la necesidad de continuar fortaleciendo la infraestructura tecnológica, capacitar al cuerpo docente y diseñar actividades lúdicas que mantengan un equilibrio entre motivación y profundidad académica. En conjunto, los resultados reflejan una comunidad docente que reconoce el valor de la gamificación y las metodologías activas, pero que también enfrenta barreras prácticas que deben abordarse para consolidar un modelo educativo más dinámico, inclusivo y eficaz.

Partiendo de los resultados del diagnóstico, se prosiguió con la segunda etapa, en la cual se presentó el conjunto de actividades diseñadas para facilitar el aprendizaje relacionado con el tema de plan de negocios en la asignatura de Emprendimiento. Las actividades combinan herramientas digitales, juegos interactivos y trabajos colaborativos que brindan un enfoque integral y dinámico, que va desde juegos de pista hasta simulaciones empresariales.

Se incorporaron métodos de evaluación interactiva, como *quizzes* y foros de discusión, con el fin de reforzar los conocimientos adquiridos y alentar la reflexión crítica de los estudiantes. Las actividades están estructuradas para permitir que el estudiantado aplique de forma práctica los conceptos aprendidos, lo que facilita su internalización y prepara a futuros emprendedores para desafíos reales.

Se realizaron seis actividades propuestas (Tabla 1, activas y mediadas por tecnología, orientadas a mejorar la comprensión del tema en el contexto de nivelación universitaria. Cada actividad está diseñada con un propósito pedagógico específico y vincula herramientas digitales que fomentan la participación, la autonomía y el pensamiento crítico.

Tabla 1. Propuesta de actividades para comprender el Plan de negocios de la asignatura de Emprendimiento en estudiantes de nivelación de la UNESUM

Actividad	Objetivo de aprendizaje	Herramienta	Metodología
Juego de pistas interactivas	Comprender la definición, importancia y estructura del plan de negocios	Genially	El estudiantado resuelve desafíos alineados con el objetivo de la actividad y desbloquea pistas al responder correctamente
Simulación empresarial: "Crea tu Startup"	Desarrollar habilidades en el diseño de modelos de negocio y trabajo en equipo	Canva; Mentimeter; Kahoot	El estudiantado diseña un modelo de negocios usando plataformas colaborativas y herramientas digitales, avanzando por diferentes secciones del plan de negocios
Plan de negocios interactivo	Aprender la estructura del plan de negocios mediante una plataforma digital	Google Slides; Padlet; Miro	El estudiantado crea un plan de negocios con plataformas colaborativas y herramientas digitales, avanzando por diferentes secciones del plan
Desafío de <i>pitching</i>	Mejorar habilidades de comunicación y persuasión en la presentación de un plan de negocios	Zoom	Los grupos preparan un <i>pitch</i> de 5 minutos para presentar su plan de negocios ante un panel de "inversores", simulando un entorno empresarial real
Foro de discusión virtual	Fomentar el análisis crítico y la reflexión sobre la importancia del plan de negocios en el éxito empresarial	Google Classroom	Participación en un foro donde se debate la importancia del plan de negocios y se comparten ejemplos de empresas reales que lo han utilizado con éxito
Quiz interactivo	Evaluar y consolidar los conocimientos sobre los componentes del plan de negocios, identificando áreas de mejora	Quizzes	Realización de un <i>quiz</i> interactivo sobre los componentes de un plan de negocios

En primer lugar, el juego de pistas interactivas con Genially apunta al aprendizaje lúdico y exploratorio de los conceptos fundamentales del plan de negocios, promoviendo la resolución de problemas mediante el desbloqueo progresivo de conocimientos. Esta estrategia no solo refuerza el contenido, sino que también estimula la motivación intrínseca del estudiantado.

La simulación empresarial “Crea tu Startup”, que emplea Canva, Mentimeter y Kahoot, permite el desarrollo de habilidades prácticas en el diseño de modelos de negocio, impulsando el trabajo en equipo y la toma de decisiones en entornos simulados. A su vez, el plan de negocios interactivo, desarrollado con Google Slides, Padlet y Miro, consolida la comprensión estructural del documento empresarial mediante la creación colaborativa de contenido, lo que favorece la construcción colectiva del conocimiento desde un enfoque constructivista.

Finalmente, el desafío de *pitching* a través de Zoom introduce una dinámica de comunicación persuasiva y exposición pública, esencial en entornos reales de emprendimiento. Al simular un entorno empresarial con “inversores”, se fomenta la competencia comunicativa, el manejo de la presión y la síntesis de ideas clave, competencias fundamentales en la formación emprendedora. En conjunto, esta propuesta metodológica evidencia un diseño pedagógico coherente con las demandas del siglo XXI, que prioriza el aprendizaje activo, significativo y mediado por TIC, y se posiciona como una estrategia replicable para contextos educativos similares.

En la tercera etapa se aplicó un cuestionario a 5 especialistas en dos rondas para valorar la factibilidad del conjunto de actividades elaboradas. Los resultados alcanzados en la primera ronda fueron los siguientes: en la sesión 1 se obtuvo que el 100% eran especialistas de la asignatura Emprendimiento y con más de 10 años de experiencia profesional, lo cual constituyó una fortaleza para el trabajo. En la sesión 2, respecto del diseño pedagógico, el 50% manifestó desacuerdo con la facilidad de las actividades gamificadas para la comprensión de los contenidos del plan de negocios, la participación activa del estudiantado y la motivación para aprender de forma autónoma. Todos los participantes estuvieron de acuerdo con la viabilidad técnica y la accesibilidad de las actividades gamificadas en las plataformas, así como con los recursos utilizados para la enseñanza del contenido; por otra parte, el 50% se mantuvo neutral en relación con la integración de las actividades gamificadas para lograr el objetivo del tema. Además, el 50% expresó desacuerdo respecto del impacto alcanzable sobre la mejora de la comprensión y la aplicación práctica de los contenidos del plan de negocios, así como sobre el logro de un aprendizaje colaborativo y la interacción entre estudiantes, aspecto que corrobora los criterios relativos a la facilidad de las actividades para la comprensión del tema.

En la sesión 3, todos los encuestados reconocieron las ventajas de implementar actividades gamificadas para la enseñanza de este contenido, que puede constituirse en un modelo sostenible en la educación superior. En los comentarios finales de la sesión 4 se incluyeron recomendaciones relacionadas con el diseño pedagógico de las actividades, considerando la definición clara de objetivos de aprendizaje, la progresión adecuada de las tareas para alcanzarlos y la selección de metodologías y criterios de evaluación que aseguren la comprensión de los contenidos, la colaboración y la interacción efectiva entre los estudiantes.

CONCLUSIONES

Los resultados permiten afirmar que Kahoot se puede utilizar para cualquier materia, nivel educativo y en diferentes momentos del aula, al inicio para evaluar conocimientos previos, a la mitad para despertar el interés y romper la monotonía, o al final para reforzar o evaluar conceptos; por eso las mecánicas de juego ofrecen mucho cuando se registran. Gracias a esta comodidad, los estudiantes estarán muy motivados durante la revisión o evaluación. Sin embargo, resulta importante destacar que la preparación del docente es clave para asegurar un uso efectivo de la herramienta y así poder contribuir con su aplicación en el aula.

Basadas en referentes teóricos, las herramientas Kahoot permiten a los estudiantes priorizar la motivación y la competitividad durante el aprendizaje, brindándoles beneficios como desarrollar el pensamiento crítico, mantener la comprensión lectora, crear un ambiente confortable en el aula, aprender de los errores y reforzar contenidos. Pero, además, le ofrece a los estudiantes la motivación por las habilidades computacionales, que son indispensables en el mundo moderno y que servirán de soporte para futuras herramientas y necesidades educativas.

Se pudo confirmar que esta herramienta es útil para el maestro porque permite revisar instantáneamente los fracasos y los éxitos de cada respuesta, lo que facilita la justificación de su retroalimentación de forma individual. Esto facilita la comprensión de los temas desarrollados en el aula, y además enriquece el reconocimiento de los errores y posteriores mejoras del aprendizaje. Además, ayuda que el estudiante pueda conocer de forma rápida sus debilidades y hacer los refuerzos necesarios.

REFERENCIAS

- [1] R. Dávila, M. Martín, D. Zapana, and L. Velarde, "La educación universitaria y el emprendimiento de los estudiantes de una universidad limeña," *Revista Universidad y Sociedad*, vol. 14, no. 4, pp. 700–716, 2022. [Online]. Available: <http://scielo.sld.cu/scielo>
- [2] M. Cuarán, O. Torres, and L. Pacífico, "El emprendimiento joven: Un desafío para el desarrollo local," *Dilemas contemporáneos: educación, política y valores*, vol. 9, no. 1, 2021. [Online]. Available: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-78902021000700048
- [3] P. Sánchez and M. Dávalos, "Plan de negocio para la creación y comercialización de galletas a base de malta en la ciudad de Quito," Master's thesis, Universidad de Las Américas, 2018. [Online]. Available: <https://dspace.udla.edu.ec>
- [4] J. Gaytán, "El plan de negocio y la rentabilidad," *Mercados y Negocios*, vol. 42, pp. 131–140, 2020. [Online]. Available: <https://www.redalyc.org>
- [5] M. Saldarriaga and M. Guzmán, "Enseñanza del emprendimiento en la educación superior: ¿metodología o modelo?" *Revista EAN*, no. 85, 2018.
- [6] F. Karin, C. Carbonell, L. Sosa, and E. Millones, "Cultura emprendedora como eje de una docencia transformadora," *Revista arbitraria interdisciplinaria Koinomía*, no. 1, pp. 541–5228, 2024. [Online]. Available: https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2542
- [7] S. Ramón, V. Bustamante, O. Obando, N. Saltos, E. Cabrera, and E. López, "El emprendimiento: un reto para los estudiantes universitarios en la contemporaneidad," *Revista Cognosis*, vol. 3, no. 4, pp. 1–12, 2018. [Online]. Available: <https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Cognosis/article/view/1553>
- [8] M. Altamirano and G. Alarcón, "Importancia del semestre de nivelación en el ingreso a las universidades ecuatorianas," *Conrado*, vol. 16, no. 76, pp. 362–368, 2020. [Online]. Available: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000500362
- [9] M. Zapata, C. Navarrete, and C. Jara, "La educación superior y su influencia en el desarrollo de habilidades emprendedoras," *Revista Podium*, no. 42, pp. 137–150, 2022. [Online]. Available: http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2588
- [10] A. Espindola, F. Del Pino, and F. Fritzchmann, "El papel del emprendimiento en la educación superior: un estudio comparativo de programas universitarios," *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, vol. 7, no. 4, pp. 6440–6461, 2023.
- [11] J. Cobos, "El uso de la gamificación para aumentar la participación y el compromiso estudiantil," *Nexus Research Journal*, vol. 1, no. 1, pp. 34–42, 2022. [Online]. Available: <https://editorialinnova.com>
- [12] L. Hernández, "La importancia del uso de las plataformas educativas," *Con-ciencia Ser-rana. Boletín dicentífico*, vol. 3, no. 5, pp. 20–26, 2021, repositorio de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.

- [13] R. Zatarain, "Reconocimiento afectivo y gamificación aplicados al aprendizaje de lógica algorítmica y programación," *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, vol. 20, no. 3, 2021.
- [14] P. Peñafiel, B. Ordoñez, and L. Fernández, "El juego y la gamificación como facilitadores del aprendizaje en estudiantes," *Revista InVeCom*, vol. 5, no. 3, 2025. [Online]. Available: https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2739
- [15] W. Díaz, E. Mendocilla, and T. Rosario, "Herramientas virtuales para mejorar las competencias digitales en los docentes en tiempos de pandemia," *Horizontes Revista de Investigación en Ciencias de la Educación*, vol. 6, no. 4, pp. 1059–1073, 2022.
- [16] A. Verá, J. Constela, and P. Jara, "Emprendimiento, innovación y gamificación en la educación media técnico profesional," *RIDE Revista Iberoamericana*, vol. 14, no. 27, 2023.
- [17] G. Vargas, "Educación emprendedora y gamificación como estrategias de aprendizaje," *Revista Espiga*, no. 43, pp. 126–155, 2022. [Online]. Available: <https://www.redalyc.org/journal/4678/467869603007>
- [18] F. García, N. Alabau, and C. De Paredes, "Integración de gamificación y aventuras conversacionales en la enseñanza de analítica de negocios: Un enfoque innovador en la educación empresarial," *Revista Tecnología, Ciencias y Educación*, pp. 59–82, 2024.
- [19] P. Peñafiel, B. Ordoñez, and L. Fernández, "El juego y la gamificación como facilitadores del aprendizaje en estudiantes," *Revista InVeCom*, vol. 5, no. 3, 2025. [Online]. Available: https://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2739-00632025000300109
- [20] R. Hernández and C. Mendoza, *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill, 2020.