

Metodologías didácticas innovadoras en la educación superior: estudio en la carrera de Comercio

(Innovative Teaching Methodologies in Higher Education: A Study of the Commerce Degree Program)

César Geovanny Ortiz Mosquera*
<https://orcid.org/0000-0003-1359-7048>
Universidad Técnica de Babahoyo, Ecuador. cortiz@utb.edu.ec

Jonathan Israel Rendón García***
<https://orcid.org/0009-0009-7791-8008>
Universidad de Guayaquil, Ecuador. jonathanrendon2019@gmail.com

Ximena Minshely Guillín Llanos**
<https://orcid.org/0000-0002-7317-5990>
Universidad Técnica Estatal de Quevedo, Ecuador. xguillin@uteq.edu.ec

Resumen

Esta investigación analiza la aplicación de metodologías didácticas innovadoras en la educación superior, centrando su estudio en la carrera de Comercio de la Universidad Técnica de Babahoyo. El objetivo fue determinar la asociación entre el uso de metodologías didácticas innovadoras y la percepción de aprendizaje y motivación de los estudiantes de la carrera de Comercio. Se empleó un enfoque cuantitativo, descriptivo y de diseño transversal, aplicando una encuesta a 274 estudiantes de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática. Los resultados evidenciaron una relación significativa entre la implementación de metodologías innovadoras y la valoración positiva del aprendizaje, lo que demuestra que la innovación docente contribuye al desarrollo de habilidades prácticas y al compromiso académico. No obstante, se identificaron limitaciones asociadas a la disponibilidad tecnológica, la formación docente y la estructura curricular, que dificultan su aplicación sostenida. Estos hallazgos reafirman la importancia de fortalecer la capacitación pedagógica y promover políticas institucionales que impulsen la enseñanza innovadora. El estudio aporta evidencias empíricas que respaldan el papel de las metodologías activas como mediadoras del aprendizaje significativo, constituyéndose en un referente para el mejoramiento de la práctica docente universitaria.

Palabras clave: Aprendizaje activo, innovación pedagógica, desarrollo de competencias, práctica docente, rendimiento académico.

Abstract

This research analyzes the application of innovative teaching methodologies in higher education, focusing on the Commerce program at the Technical University of Babahoyo. The objective was to determine the association between the use of innovative teaching methodologies and students' perceptions of learning and motivation in the Commerce program. A quantitative, descriptive, cross-sectional design was employed, using a survey administered to 274 students from the Faculty of Administration, Finance, and Information Technology. The results revealed a significant relationship between the implementation of innovative methodologies and a positive assessment of learning, demonstrating that teaching innovation contributes to the development of practical skills and academic engagement. However, limitations were identified regarding technological availability, faculty training, and curricular structure, which hinder their sustained application. These findings reaffirm the importance of strengthening pedagogical training and promoting institutional policies that foster innovative teaching. The study provides empirical evidence supporting the role of active methodologies as mediators of meaningful learning, serving as a reference for improving university teaching practice.

Keywords: Active learning, pedagogical innovation, competency development, teaching practice, academic performance.

Recibido: 28/08/2025 | Aceptado: 26/03/2026
<https://doi.org/10.18779/csye.v10i2.1202> | Páginas: 57-68

 Cita sugerida (APA séptima edición):

Ortiz Mosquera, C., Guillín Llanos, X. y Rendón García, J. (2026). Metodologías didácticas innovadoras en la educación superior: estudio en la carrera de Comercio. *Revista de Ciencias Sociales y Económicas*, 10(2), 57-68. <https://doi.org/10.18779/csye.v10i2.1202>

Introducción

La educación superior enfrenta actualmente importantes desafíos en la incorporación de metodologías didácticas innovadoras, especialmente en carreras del área comercial, donde aún predominan enfoques tradicionales centrados en la transmisión de contenidos (González-Ferriz, 2021; Baque *et al.*, 2016). En este contexto, la pandemia de COVID-19 aceleró los procesos de transformación educativa, impulsando a las instituciones a adoptar estrategias más dinámicas, mediadas por tecnologías digitales y orientadas a responder a nuevas demandas formativas (Soria-Barreto y Cleveland-Slimming, 2022; García, 2021). Esta situación evidenció la necesidad de replantear los modelos pedagógicos hacia enfoques centrados en el estudiante, que favorezcan el desarrollo de competencias prácticas, pensamiento crítico y aprendizaje autónomo (Sandobal *et al.*, 2021; Pizarro *et al.*, 2015).

En este marco, diversas investigaciones en el ámbito de la educación superior han demostrado que la implementación de metodologías activas, como el aprendizaje basado en proyectos (Zambrano *et al.*, 2022) ampliamente reconocido por su efectividad en el desarrollo de competencias educativas y el aprendizaje-servicio (Ruiz-Corbella y García-Gutiérrez, 2020), contribuye significativamente al mejoramiento del rendimiento académico y al desarrollo de habilidades interpersonales, tales como el trabajo en equipo, la comunicación efectiva y la resolución de problemas (Ganga-Contreras *et al.*, 2019). En particular, estudios realizados en carreras del área de negocios evidencian que estas estrategias favorecen el compromiso estudiantil y fortalecen la formación integral, promoviendo una participación más activa en el proceso educativo (Soria-Barreto y Cleveland-Slimming, 2022).

La literatura académica destaca que las metodologías didácticas innovadoras fomentan la creatividad, la innovación en el aula y facilitan un aprendizaje más profundo al involucrar al estudiante como protagonista de su propio proceso formativo (Paguay *et al.*, 2022; Gómez-Hurtado *et al.*, 2020). En este sentido, la educación superior debe trascender

el enfoque tradicional centrado en la transmisión de conocimientos teóricos, incorporando estrategias que permitan el desarrollo de habilidades prácticas y adaptativas, necesarias para enfrentar un entorno profesional caracterizado por cambios constantes (Peña y Ruíz, 2023; Romero-Rodríguez *et al.*, 2019). No obstante, la implementación de estas metodologías enfrenta diversas limitaciones en el contexto universitario, entre las que se destacan la insuficiente formación pedagógica de los docentes, la escasez de recursos tecnológicos y la rigidez de las estructuras curriculares (Roig-Vila, 2019; Córlica, 2020). Estas barreras dificultan la adopción sostenida de enfoques innovadores y generan una brecha entre las competencias que demanda el mercado laboral y las que se desarrollan en el proceso formativo (Tejada-Fernández, 2022).

En el caso específico de la carrera de Licenciatura en Comercio, la limitada aplicación de metodologías didácticas innovadoras constituye un factor que incide negativamente en la calidad del aprendizaje. Diversos estudios han evidenciado que la incorporación de estrategias activas favorece el desarrollo de competencias profesionales y mejora la motivación de los estudiantes; sin embargo, su implementación continúa siendo parcial debido a factores institucionales y pedagógicos (Nóbile *et al.*, 2021; Peña y Ruíz, 2023; Guillin *et al.*, 2024). Esta situación pone en evidencia la necesidad de analizar de manera más profunda cómo estas metodologías son percibidas por los estudiantes y cuál es su impacto en el aprendizaje y la motivación en el contexto de la educación superior en América Latina.

A pesar de los avances en la investigación sobre innovación educativa, existe una limitada producción científica enfocada en el análisis de metodologías didácticas innovadoras en carreras del área comercial en el contexto latinoamericano, lo que dificulta la construcción de propuestas pedagógicas contextualizadas y pertinentes (Nóbile *et al.*, 2021). En consecuencia, se identifica un vacío de conocimiento que justifica la necesidad de estudios empíricos que permitan comprender la relación entre la innovación didáctica y los procesos de aprendizaje en este campo disciplinar.

En función de lo expuesto, la presente investigación se plantea como pregunta: ¿Qué asociación existe entre la aplicación de metodologías didácticas innovadoras y la percepción de aprendizaje y motivación de los estudiantes de la carrera de Comercio? El objetivo general es determinar la asociación entre el uso de metodologías didácticas innovadoras y la percepción de aprendizaje y motivación de los estudiantes de la carrera de Comercio. Como objetivos específicos se establecen: identificar los factores que limitan la aplicación de metodologías didácticas innovadoras, analizar la percepción de los estudiantes respecto al aprendizaje y la motivación, y proponer estrategias que fortalezcan su implementación en la docencia universitaria. La relevancia de este estudio radica en que aporta evidencia empírica sobre el uso de metodologías didácticas innovadoras en la educación superior, específicamente en el ámbito de la formación en comercio, contribuyendo al diseño de prácticas pedagógicas más efectivas y alineadas con las demandas del entorno laboral actual. Es así que sus resultados pueden servir como base para la formulación de políticas institucionales orientadas a fortalecer la innovación docente y mejorar la calidad del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Materiales y métodos

Esta investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, de tipo descriptivo y de corte transversal, ya que se recolectaron los datos en un único momento temporal sin manipular las variables de estudio. El propósito principal fue determinar la asociación entre el uso de metodologías didácticas innovadoras y la percepción de aprendizaje y motivación de los estudiantes de la carrera de Comercio. Para la recolección de datos se empleó una encuesta estructurada, elaborada con base en la revisión bibliográfica y estudios previos sobre estas variables en la educación superior. El cuestionario fue sometido a un proceso de validación de contenido mediante una prueba piloto para verificar su confiabilidad, a través del coeficiente Alfa de Cronbach.

Los datos fueron procesados utilizando Microsoft Excel 2016 y el software SPSS versión 29.0, aplicando estadística descriptiva para la caracterización de la población y la prueba de Chi-cuadrado de independencia para determinar la asociación entre las variables. El nivel de significancia adoptado fue de $\alpha = 0,05$.

Población y muestra

La población estuvo conformada por los 940 estudiantes matriculados en la carrera de Licenciatura en Comercio de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática de la Universidad Técnica de Babahoyo, durante el período académico abril-agosto de 2024. Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la fórmula estadística para poblaciones finitas, considerando un nivel de confianza del 95 %, un margen de error del 5 % y una proporción esperada de 0,5. Con estos parámetros, se obtuvo un tamaño muestral de 274 estudiantes, seleccionados mediante muestreo aleatorio simple, lo que garantizó la representatividad de los distintos niveles y jornadas de estudio.

La selección aleatoria se efectuó utilizando el listado oficial de estudiantes proporcionado por la Secretaría de la Facultad. Los cuestionarios fueron distribuidos de manera digital a través de Google Forms, previa autorización de los docentes responsables de cada nivel, asegurando la participación voluntaria y el anonimato de las respuestas.

Validación de la encuesta con Alfa de Cronbach

El coeficiente Alfa de Cronbach fue utilizado para realizar la validación empleando el software de análisis estadístico SPSS 29.0 y gracias a este proceso se logró obtener los resultados de fiabilidad del cuestionario que se detallan a continuación (véase Tabla 1).

Tabla 1. Estadística de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Nº de ítems analizados
0,9875	11

Nota. Elaborado por los autores, basado en encuesta piloto aplicada.

Si el coeficiente de correlación es igual a 0,25, se considera una baja confiabilidad, igual a 0,50 indica un nivel moderado o estándar de confiabilidad. Si es igual a más de 0,75, esto es suficiente; si es igual a más de 0,90, esto es muy alto $P > 0,999$ (Quero, 2010).

Finalmente, luego del análisis completo de los datos aplicando una encuesta piloto a 20 estudiantes, con el coeficiente de confiabilidad Alfa de Chronbach, se obtuvo un valor final de 0,9875 para el instrumento, es decir, una medida alta y crucial para la validez de contenido del cuestionario para los estudiantes de la carrera de comercio.

Resultados

A continuación, se presentan los resultados más importantes de la encuesta, con finalidad de hacer más sencilla su comprensión

Frecuencia de uso de metodologías didácticas innovadoras en el aula y percepción de facilitación en el aprendizaje de los estudiantes

En la Tabla 2, se observa que el 1,4 % de los estudiantes identificó como “Nunca” la aplicación de metodologías didácticas en el aula

por parte de los docentes, un 6,8 % como “Rara vez” y un 12,3 % como “A veces”. Por el contrario, el 46,6 % de los encuestados afirmó que estos métodos de enseñanza se utilizan “A menudo” en sus sesiones de clase y el 32,9 % dijo que es “Siempre”. Estos resultados muestran una clara prescripción de procesos formativos en el aula, aunque todavía hay un uso limitado de ellas en algunos casos.

Sin embargo, al preguntar más a los estudiantes sobre si los métodos de enseñanza les ayudan a comprender mejor los contenidos, el 5,4 % señaló que estos “No facilitan en absoluto”, mientras que hasta un 6,8 % dijo que “Facilitan poco”. Por el contrario, el 35,1% de los encuestados opinó que las metodologías didácticas “Facilitan moderadamente” su aprendizaje, y el 43,2 % “Facilitan mucho”: y un 9,5 % “Facilitan enormemente” su comprensión. Este nivel de respuesta indica una percepción positiva general de estos procesos formativos en cuanto a su capacidad para mejorar la comprensión académica.

Tabla 2. Frecuencia de uso de metodologías didácticas innovadoras en el aula y percepción de facilitación en el aprendizaje de los estudiantes.

Frecuencia de uso de metodologías didácticas en el aula	Frecuencia	Porcentaje (%)	Percepción de facilitación en el aprendizaje	Frecuencia	Porcentaje (%)
Nunca	4	1,4	No facilitan en absoluto	15	5,4
Rara vez	19	6,8	Facilitan poco	19	6,8
A veces	34	12,3	Facilitan moderadamente	96	35,1
A menudo	128	46,6	Facilitan mucho	118	43,2
Siempre	90	32,9	Facilitan enormemente	26	9,5
Total	274	100	Total	274	100

Nota. La tabla muestra la relación entre la frecuencia de uso de metodologías didácticas y la percepción de facilitación en el aprendizaje por parte de los estudiantes.

Barreras percibidas para la implementación de metodologías didácticas innovadoras y nivel de motivación de los estudiantes

La Tabla 3 muestra que entre los factores que dificultan la implementación de metodologías didácticas innovadoras, la barrera más frecuente fue “Escasez de recursos tecnológicos”, que representa el 40,1 % de los encuestados. Al mismo tiempo, “Falta de motivación de los estudiantes” fue representada por el 30,7 % y “Estructura curricular rígida” por 18,2 %. Además, 10,9 % de los participantes creen que “Falta de formación de los docentes” es también un limitante. Por lo tanto, según los resultados de la encuesta, los recursos tecno-

lógicos y la motivación de los estudiantes son elementos esenciales para la implementación de estas nuevas prácticas docentes.

Por consiguiente, en relación con la motivación de los estudiantes, el 4,1 % se sintió “Nada motivado”, “Poco motivado” y “Moderadamente motivado” con el 1,4 %, 35,1 % y el 50,0 % con el uso de las metodologías activas, respectivamente, el 50,0 % se sintieron “Muy motivado” y el 9,5 % “Extremadamente motivado”. Por lo tanto, los hallazgos revelaron que los estudiantes aumentarían su motivación por aprender si se aplicaran más metodologías innovadoras.

Tabla 3. Barreras percibidas para la implementación de metodologías didácticas y nivel de motivación de los estudiantes

Barreras percibidas para la implementación	Frecuencia	Porcentaje (%)	Nivel de motivación de los estudiantes	Frecuencia	Porcentaje (%)
Falta de formación de los docentes	30	10,9	Nada motivado	11	4,1
Escasez de recursos tecnológicos	110	40,1	Poco motivado	4	1,4
Estructura curricular rígida	50	18,2	Moderadamente motivado	96	35,1
Falta de motivación de los estudiantes	84	30,7	Muy motivado	137	50,0
			Extremadamente motivado	26	9,5
Total	274	100	Total	274	100

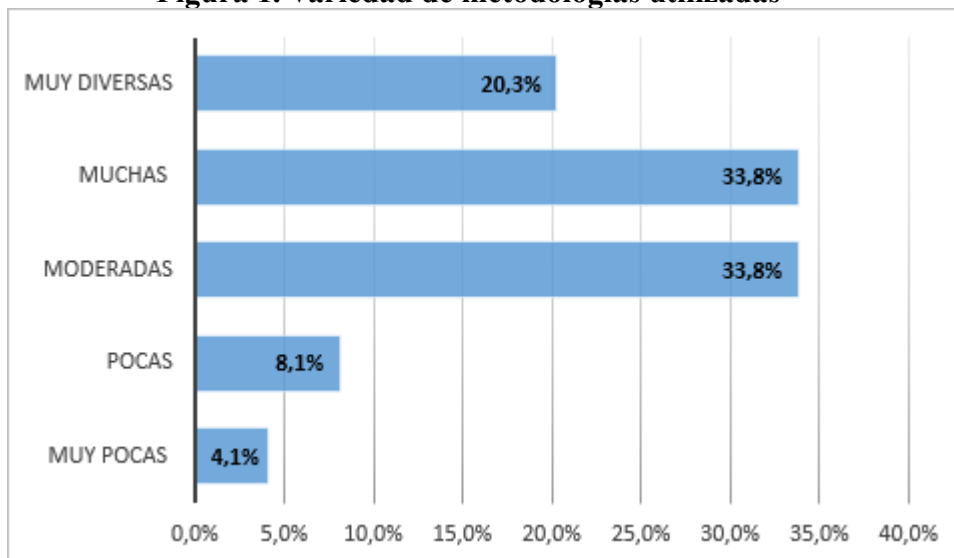
Nota. La tabla muestra las barreras percibidas para la implementación de metodologías didácticas junto con el nivel de motivación de los estudiantes.

Variedad de metodologías utilizadas

En la Figura 1 se observa la diversidad de estrategias establecidas, por ello, un 4,1 % de los encuestados consideró que los docentes utilizan “Muy pocas” metodologías didácticas y un 8,1 % opinó que son “pocas”. Por otro lado, el 33,8 % de los encuestados percibe una cantidad “Moderada” de diferentes metodologías, mientras que el mismo porcentaje de estudiantes de la encuesta, el 33,8 %, cree que se

utilizan “muchas.” Pocos estudiantes, un 20,3 %, argumentan que las metodologías establecidas en clase son “Muy diversas”.

Dichas cifras muestran que la gran parte de los encuestados percibe una variedad de recursos de enseñanza en las clases, a diferencia de una pequeña parte quienes ven la diversidad limitada.

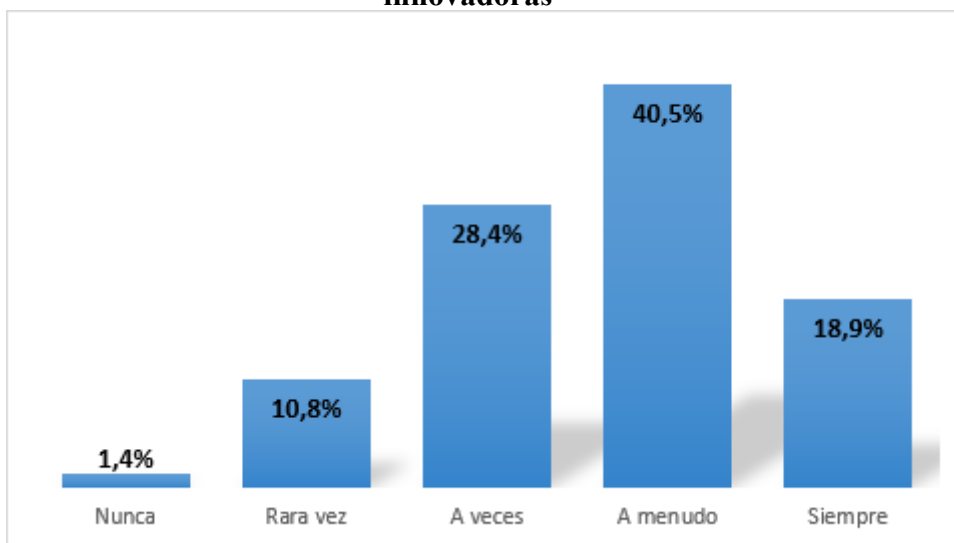
Figura 1. Variedad de metodologías utilizadas

Nota. Encuesta a los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Comercio. Secretaría de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática, Universidad Técnica de Babahoyo

Nivel de participación en actividades de clase con metodologías didácticas innovadoras

En la Figura 2, en lo que refiere al nivel de participación activa en el aula, al aplicarse las metodologías innovadoras, el 1,4 % de los estudiantes expresó que “Nunca” participa en sus actividades, mientras que el 10,8 % dijo que “Rara vez” lo hace. Además, también el

28,4 % constituyó que “A veces” lo hace, el 40,5 % expuso que “A menudo” acompaña a sus actividades y el 18,9 % manifestó que “Siempre” lo hace. Estos resultados demuestran que, la mayoría de los estudiantes participa significativamente con las actividades en clase al aplicarse las metodologías didácticas.

Figura 2. Nivel de participación en actividades de clase con metodologías didácticas innovadoras

Nota. Encuesta a los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Comercio. Secretaría de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática, Universidad Técnica de Babahoyo.

Resultados de la prueba de hipótesis (chi-cuadrado de independencia)

Con el objetivo de determinar la asociación entre el uso de metodologías didácticas innovadoras y la percepción de aprendizaje y motivación de los estudiantes de la carrera de Comercio, se llevó a cabo la prueba estadística Chi-cuadrado de independencia. De esta manera, las hipótesis planteadas para este análisis fueron las siguientes:

Hipótesis nula (H_0): No existe una asociación significativa entre la frecuencia de uso de metodologías didácticas innovadoras y la percepción de los estudiantes sobre el aprendizaje y motivación.

Hipótesis alternativa (H_1): Existe una asociación significativa entre la frecuencia de uso de metodologías didácticas innovadoras y la percepción de los estudiantes sobre el aprendizaje y motivación.

La fórmula utilizada para calcular el es-

tadístico chi-cuadrado es la siguiente es la Ecuación 1.

$$\chi^2 = \sum \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i} \quad (1)$$

Donde:

- O_i son las frecuencias observadas.
- E_i son las frecuencias esperadas, calculadas bajo la hipótesis nula de que no existe una asociación entre las variables.

Por ello, las Tablas 4 y 5 presenta las frecuencias observadas y esperadas en relación a las preguntas 1 y 9 de la encuesta realizada.

Cabe señalar que se determinaron las frecuencias esperadas mediante cálculos bajo la premisa de la hipótesis nula que sostiene la inexistencia de asociación entre las variables (Tabla 5).

Tabla 4. Frecuencias observadas para la asociación entre la frecuencia de uso y motivación de las metodologías didácticas innovadoras

Frecuencia de uso/Motivación por aprender	Nada motivado	Poco motivado	Moderadamente motivado	Muy motivado	Extremadamente motivado	Total
Nunca	4	7	0	0	0	11
Rara vez	0	4	8	0	0	12
A veces	0	0	34	0	0	34
A menudo	0	0	54	74	0	128
Siempre	0	0	0	63	26	89
Total	4	11	96	137	26	274

Nota. Encuesta a los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Comercio. Secretaría de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática, Universidad Técnica de Babahoyo.

Tabla 5. Frecuencias esperadas para la asociación entre la frecuencia de uso y motivación de las metodologías activas

Frecuencia de uso/Motivación por aprender	Nada motivado	Poco motivado	Moderadamente motivado	Muy motivado	Extremadamente motivado
Nunca	0,16	0,44	3,85	5,50	1,04
Rara vez	0,18	0,48	4,20	6,00	1,14
A veces	0,50	1,36	11,91	17,00	3,23
A menudo	1,87	5,14	44,85	64,00	12,15
Siempre	1,30	3,57	31,18	44,50	8,45

Nota. Encuesta a los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Comercio. Secretaría de la Facultad de Administración, Finanzas e Informática, Universidad Técnica de Babahoyo.

Comprobación de la hipótesis del estudio

La prueba estadística de Chi-cuadrado de independencia permitió contrastar ambas hipótesis con base en las frecuencias observadas y esperadas obtenidas en el análisis. El resultado del cálculo fue $\chi^2 = 402,77$ con 16 grados de libertad y un nivel de significancia de $p < 0,05$. Dado que este valor excede el valor crítico de 26,30 correspondiente a $\alpha = 0,05$, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alternativa (H_1).

En consecuencia, los resultados obtenidos permiten dar respuesta directa a la pregunta de investigación, al comprobar que la relación entre el uso de metodologías didácticas innovadoras y la percepción de aprendizaje y motivación de los estudiantes sí existe y es significativa. Esto confirma que, dentro del contexto de la carrera de Comercio, la aplicación frecuente de estrategias didácticas acti-

vas se asocia con una valoración más positiva del proceso de enseñanza-aprendizaje.

Estrategias para la adopción de metodologías didácticas innovadoras en la enseñanza de la carrera de licenciatura en comercio

El tercer objetivo específico puede lograrse identificando e implementando estrategias pedagógicas innovadoras que mejoren el proceso de enseñanza-aprendizaje en los programas académicos de grado en comercio. Estas estrategias han sido ampliamente validadas en estudios previos de la literatura revisada, indicando resultados positivos en la motivación y habilidades de los estudiantes. Por lo tanto, buscan promover el desarrollo de habilidades prácticas, así como competencias transversales que coinciden con las demandas actuales del mercado laboral los cuales se pueden observar en la Tabla 6.

Tabla 6 Estrategias, instrumentos, y procedimientos para la adopción de metodologías didácticas innovadoras en la carrera de licenciatura de comercio

Estrategia	Instrumento	Procedimiento
Aprendizaje Basado en Proyectos	Proyectos prácticos evaluados	Definir proyectos relacionados con asignaturas de profesionalización de la malla curricular aplicados a problemas reales del entorno.
Aula Invertida	Videos y materiales de estudio	Enviar material de estudio antes de clase para facilitar la participación activa en discusiones.
Aprendizaje-Servicio	Actividades de servicio comunitario	Desarrollar actividades que integren teoría con práctica en beneficio de la comunidad.
Capacitación Continua Docente	Talleres de actualización	Realizar talleres periódicos de actualización en metodologías didácticas para docentes.

Nota. Las estrategias listadas en la tabla han sido implementadas y validadas en contextos de educación superior, mostrando resultados positivos en la motivación y habilidades de los estudiantes tal y como lo demuestra la literatura revisada.

Discusión

Los resultados obtenidos evidencian que existe una relación significativa entre la aplicación de metodologías didácticas innovadoras y la percepción positiva del aprendizaje y la motivación de los estudiantes de la carrera de Comercio. Este hallazgo confirma que la incorporación de enfoques pedagógicos activos favorece la comprensión de los contenidos, fortaleciendo el compromiso académico y la participación en el proceso educativo. En este sentido, los resultados coinciden con lo planteado por Paguay *et al.* (2022) y Gómez-Hurtado *et al.* (2020), quienes sostienen que las metodologías activas promueven un aprendizaje más profundo al involucrar al estudiante de manera directa en la construcción del conocimiento. La evidencia empírica obtenida respalda lo señalado por Ganga-Contreras *et al.* (2019), al demostrar que estrategias como el aprendizaje basado en proyectos (Zambrano *et al.*, 2022), y el aprendizaje-servicio contribuyen al desarrollo de competencias interpersonales y profesionales relevantes para el contexto laboral.

De igual manera, los hallazgos muestran que los estudiantes perciben de forma favorable el uso de metodologías innovadoras, lo que refuerza su motivación y disposición hacia el aprendizaje. Este resultado se alinea con lo expuesto por González-Ferriz (2021), quien indica que la integración de enfoques didácticos activos en la formación en comercio permite mejorar la conexión entre teoría y práctica. En concordancia, Soria-Barreto y Cleveland-Slimming (2022) destacan que estas metodologías favorecen el compromiso estudiantil y la participación activa, especialmente en contextos educativos marcados por la virtualidad y los cambios derivados de la pandemia. No obstante, a pesar de los beneficios identificados, los resultados también evidencian la existencia de limitaciones que dificultan la implementación sostenida de estas metodologías. Entre los principales obstáculos se encuentran la escasez de recursos tecnológicos, la falta de formación docente en innovación pedagógica y la rigidez de las estructuras curriculares. Estos hallazgos coin-

ciden con lo señalado por Roig-Vila (2019) y Córlica (2020), quienes destacan que la resistencia al cambio y las condiciones institucionales pueden limitar la adopción de prácticas innovadoras en la educación superior.

Se debe destacar la importancia de la formación docente emerge como un elemento clave para garantizar la efectividad de estas metodologías. En este sentido, Gargallo *et al.* (2015) y Romero *et al.* (2023) señalan que el rol del docente debe evolucionar desde un modelo tradicional centrado en la transmisión de conocimientos hacia un enfoque facilitador del aprendizaje, capaz de promover la participación activa del estudiante y el desarrollo de competencias.

Por otro lado, los resultados del estudio reflejan que el contexto postpandemia ha impulsado la necesidad de adoptar metodologías más dinámicas y apoyadas en tecnologías digitales. Esta tendencia ha sido ampliamente documentada por Villamil *et al.* (2023) y Nóbile *et al.* (2021), quienes destacan que la pandemia actuó como un catalizador en la transformación de las prácticas docentes, favoreciendo la incorporación de estrategias más flexibles, interactivas y centradas en el estudiante. En términos generales, los hallazgos permiten afirmar que la innovación didáctica constituye un elemento mediador en el proceso de aprendizaje significativo, en la medida en que favorece la motivación, el compromiso y la construcción activa del conocimiento. Este planteamiento se encuentra en línea con lo expuesto por Romero-Rodríguez *et al.* (2019) y Tejada-Fernández (2022), quienes resaltan la importancia de diseñar estrategias metodológicas que respondan a las exigencias de un entorno educativo y profesional en constante transformación.

No obstante, es importante reconocer que el estudio presenta ciertas limitaciones; en primer lugar, el diseño transversal no permite establecer relaciones de causalidad, sino únicamente asociaciones entre las variables analizadas. En segundo lugar, el uso de encuestas puede estar sujeto a sesgos de percepción por parte de los estudiantes. Finalmente, el hecho de que la investigación se haya desarrollado en una sola institución limita la generalización

de los resultados a otros contextos educativos. A partir de estos hallazgos, se sugiere que futuras investigaciones incorporen enfoques longitudinales y metodologías mixtas que permitan profundizar en el análisis del impacto de las metodologías innovadoras en el aprendizaje. Por lo que sería pertinente ampliar el estudio a diferentes instituciones y contextos, con el fin de obtener una visión más integral sobre la implementación de estas estrategias en la educación superior latinoamericana.

Conclusiones

La investigación permitió confirmar la existencia de una relación significativa entre la aplicación de metodologías didácticas innovadoras y la percepción de aprendizaje y motivación de los estudiantes de la carrera de Comercio. Este hallazgo, sustentado mediante la prueba de Chi-cuadrado, demuestra que la innovación en la práctica docente favorece el aprendizaje activo y estimula el compromiso académico, validando la hipótesis planteada en el estudio.

Además, los resultados reflejan que los estudiantes valoran positivamente las estrategias pedagógicas activas como el aprendizaje basado en proyectos o el trabajo colaborativo al considerarlas más dinámicas, participativas y acordes con las exigencias actuales de la educación superior. Sin embargo, también se identificaron limitaciones que restringen su implementación sostenida, entre ellas la falta de recursos tecnológicos, la escasa formación docente en innovación didáctica y la rigidez curricular.

Por ello, la innovación metodológica constituye un factor determinante para fortalecer la percepción del aprendizaje y la motivación estudiantil. Promover una cultura institucional que incentive la formación continua de los docentes y la adopción de metodologías activas resulta esencial para consolidar una enseñanza universitaria de calidad, pertinente y centrada en el estudiante.

Referencias bibliográficas

- Baque Morán, A. B., Jaime Baque, M. Á., Zea Barahona, C. A. y Ayón Ponce, G. I. (2016). Visión holística de las tecnologías de métodos y técnicas didácticas en el proceso enseñanza aprendizaje en la educación superior. *3C Empresa*, 5(3), 61 – 83. <http://dx.doi.org/10.17993/3cemp.2016.050327.61-83>
- Córica, J. L. (2020). Resistencia docente al cambio: Caracterización y estrategias para un problema no resuelto. *RIED-Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 23(2), 255–272. <https://doi.org/10.5944/ried.23.2.26578>
- Ganga-Contreras, F. G., Cabrera, N. G., Olguín, C. y Garrido, P. A. (2019). Percepción estudiantil de la metodología “aprendizaje-servicio” en la asignatura de marketing. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 90, 475-505. <https://investigadores.uta.cl/es/publications/percepci%C3%B3n-estudiantil-de-la-metodolog%C3%ADa-aprendizaje-servicio-en/>
- García Aretio, L. (2021). COVID-19 y educación a distancia digital: preconfinamiento, confinamiento y posconfinamiento. *RIED-Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 24(1), 09–32. <https://doi.org/10.5944/ried.24.1.28080>
- Gargallo, B., Morera, I. y García, E. (2015). Metodología innovadora en la universidad: sus efectos sobre los procesos de aprendizaje de los estudiantes universitarios. *Anales de psicología*, 31(3), 901-915. <http://dx.doi.org/10.6018/analesps.32.1.179871>
- Gómez-Hurtado, I., García-Rodríguez, M. d., González Falcón, I. y Coronel Llamas, J. M. (2020). Adaptación de las Metodologías Activas en la Educación Universitaria en Tiempos de Pandemia. *Revista Internacional De Educación Para La Justicia Social*, 9(3), 415–433. <https://doi.org/10.15366/riejs2020.9.3.022>

- González-Ferriz, F. (2021). Aprendizaje Basado en Proyectos en Formación Profesional: la aplicación de las nuevas tecnologías a la investigación de mercados en los ciclos de comercio y marketing. *ENSAYOS, Revista de la Facultad de Educación de Albacete*, 36(1), 105-121. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8468983>
- Guillin Llanos, X. M., Ortiz Mosquera, C. G., Mosquera Arevalo, A. P. y Elizondo Saltos, A. H. (2024). Percepción de los estudiantes de Administración Pública sobre el uso e implementación de metodologías didácticas innovadoras en la docencia. *Runas. Revista de Educación y Cultura*, 5(9), 1-16. <https://doi.org/10.46652/runas.v5i9.154>
- Nóbile, C. I., Aude Berizonce, M. P., Gaudina Domínguez, C. D. y Pérez, J. (2021). Metodologías activas y gestión del conocimiento para promover la creatividad y la innovación en el aula. *Innoeduca*, 7(1), 61-74. <https://doi.org/10.24310/innoeduca.2021.v7i1.9887>
- Paguay Guacho, E., Adriano, G., Baldeón, M. D. y Vizuite, M. G. (2022). Metodologías activas de enseñanza-aprendizaje para propiciar la innovación en la educación superior. *Revista Científica Arbitrada Multidisciplinaria PENTACIENCIAS*, 4(3), 73-87. <https://editorialalema.org/index.php/pentaciencias/article/view/135>
- Peña, M. y Ruíz, M. (2023). *Innovación educativa en la educación superior. Miradas docentes*. Universidad Tecnocientífica del Pacífico S.C. <https://libros-utp.com/index.php/editorialutp/index>
- Pizarro Torres, V. P., Held, B. H. y Cifuentes, T. G. (2015). Innovación en docencia: metodología de “aprendizaje y servicio” en contabilidad de costos. *CAPIC REVIEW*, 13, 89-99. doi:<https://doi.org/10.35928/cr.vol13.2015.47>
- Quero, M. (2010). Confiabilidad y coeficiente Alfa de Cronbach. *Telos*, 12(2), 248-252. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99315569010>
- Roig-Vila, R. (2019). *Investigación e innovación en la Enseñanza Superior. Nuevos contextos, nuevas ideas*. Octaedro. <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/98731/1/Investigacion-e-innovacion-en-la-ES.pdf>
- Romero Alonso, R., Valenzuela Gárate, J. y Anzola Vera, J. J. (2023). El rol facilitador del docente en la formación online asincrónica y los resultados académicos: Un estudio exploratorio. *RIED-Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 26(1), 83-100. <https://doi.org/10.5944/ried.26.1.33982>
- Romero-Rodríguez, S., Figuera-Gazo, P., Freixa-Niella, M. y Llanes-Ordóñez, J. (2019). Adaptabilidad de la carrera en estudiantes universitarios: un estudio a través de entrevistas autobiográficas. *Revista de Investigación Educativa*, 37(2), 379-394. <http://dx.doi.org/10.6018/rie.37.2.322441>
- Ruiz-Corbella, M. y García-Gutiérrez, J. (2020). Aprendizaje-Servicio en escenarios digitales de aprendizaje: propuesta innovadora en la educación superior. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 23(1), 183-198. <http://dx.doi.org/10.5944/ried.23.1.24391>
- Sandobal Verón, V. C., Marín, M. B. y Barrios, T. H. (2021). El aula invertida como estrategia didáctica para la generación de competencias: una revisión sistemática. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 24(2), 285-308. <https://doi.org/10.5944/ried.24.2.29027>
- Soria-Barreto, K. L. y Cleveland-Slimming, M. R. (2022). Aprendizaje y servicio en modalidad virtual: experiencia de estudiantes del área de negocios en contexto de pandemia. *Formación universitaria*, 15(3), 43-52. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-50062022000300043>
- Tejada-Fernández, J. T. (2022). Claves para la selección y diseño de estrategias metodológicas y secuencias didácticas en educación superior. *Roteiro*, 47(1), 1-23. <https://doi.org/10.18593/r.v47.30083>
- Villamil, V., Vega, J. I., Sancho-Álvarez, C. y Bisquert, M. (2023). Propuesta de Innovación Docente sobre Metodologías Participativas para el Alumnado Universitario: Resultados de un Estudio. *Revista Iberoamericana De Evaluación Educativa*, 16(2), 55-72. <https://doi.org/10.15366/rie2023.16.2.004>

Zambrano Briones, M. A., Hernández Díaz, A. y Mendoza Bravo, K. L. (2022). El aprendizaje basado en proyectos como estrategia didáctica. *Conrado*, 18(84), 172-182. <http://scielo.sld.cu/pdf/rc/v18n84/1990-8644-rc-18-84-172.pdf>

