

**ESCUELA DE EDUCACIÓN SUPERIOR TECNOLÓGICA PRIVADA
TOULOUSE LAUTREC**



**ESTRATEGIA LÚDICA Y MOTIVACIÓN PARA LOS
ESTUDIANTES DE 3RO AL 5TO DE SECUNDARIA EN LIMA
METROPOLITANA**

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en
Dirección y Diseño Gráfico

AUTOR:

SEBASTIAN ALONSO BORJA OTOYA

(<https://orcid.org/0000-0002-0598-4550>)

Trabajo de investigación para obtener el grado de Bachiller en
Comunicación Audiovisual Multimedia

MAURICIO ALEJANDRO ENCISO HIDALGO

(<https://orcid.org/0000-0002-0370-4164>)

Asesor

CÉSAR AUGUSTO OSHIRO GUSUKUMA

(<https://orcid.org/0000-0002-4221-5232>)

Lima-Perú

Septiembre 2022

Resumen del Proyecto de Investigación

Resumen

La docencia en educación secundaria es una tarea compleja debido a los retos de aprendizaje en los estudiantes como captar la atención del adolescente de manera estable. Esta situación nos obliga a pensar en diferentes estrategias, especialmente en el uso de las nuevas estrategias lúdicas como los juegos razonables y entretenidos que son bastante populares entre los estudiantes.

El objetivo es proponer una nueva estrategia lúdica en los centros educativos para motivar a estudiar a los alumnos de 3° a 5° de secundaria en Lima Metropolitana. La metodología empleada es la de Toulouse Thinking basado en investigar, idear, desarrollar y transferir. Por ende, se realizó una investigación de estudios previos que tienen la finalidad de analizar el contexto y las posibles soluciones a la falta de motivación de los estudiantes escolares en determinadas materias, lo que nos llevó a aplicar las variables de motivación según Flores y Gomez (2010), principalmente la motivación extrínseca para la creación de esa propuesta. Los beneficiarios del proyecto son los arquetipos del estudiante de secundaria amigero, el estudiante con problemas familiares, el profesor moderno y el padre de familia. Asimismo, como propuesta de valor se ofrece romper la rutina a través de una estrategia lúdica, lo cual mejorará el aprendizaje y la relación con los demás mediante un juego de cartas que incentive la motivación en distintos temas que tocan en las escuelas que permita a cualquiera de los actores participar.

Para ello, se realizó una muestra de estudio que consta de encuestas a 94 estudiantes de 3° a 5° año de educación secundaria de diferentes colegios de la ciudad de Lima, identificando las causas que generan la desmotivación escolar, 10 entrevistas a diferentes docentes, 3 observaciones en distintas áreas del colegio Santa Cecilia de Calera, Surquillo, un taller de co-creación con los profesores y otro de validación con estudiantes y padres. Los resultados obtenidos mostraron que las actividades recreativas como complemento a las clases del docente o como forma de estudiar en casa tendrán un mayor efecto en el aprendizaje y las calificaciones de los estudiantes. Esto demuestra que los juegos de este tipo pueden ser utilizados como estrategia lúdica en la interacción de las clases en la educación secundaria y la motivación para que los estudiantes se inclinen por aprender y así desarrollar sus estudios.

Palabras clave: estrategia lúdica; motivación; estudiantes; educación; estudiar; interés; aprendizaje; educación secundaria; adolescentes.

Abstract

Teaching in secondary education is a complex task because of the learning challenges in students such as capturing the attention of adolescents in a stable manner. This situation forces us to think about different strategies, especially the use of new play strategies such as reasonable and entertaining games that are quite popular with students. In this way, the present research attempts to moderate the lack of motivation to study in secondary school students.

The objective is to propose a new strategy of play in educational centers to motivate students from 3° to 5° of secondary school in Metropolitan Lima to study. The methodology used is that of Toulouse Thinking based on research, ideation, development and transfer. Therefore, an investigation of previous studies aimed at analyzing the context and possible solutions to the lack of motivation of school students in certain subjects was carried out, which led us to apply the motivation variables according to Flores and Gomez (2010), mainly the extrinsic motivation for the creation of such a proposal. The beneficiaries of the project are the archetypes of the middle school student, the student with family problems, the modern teacher and the parent. As a value proposition, it is offered to break the routine through a playful strategy. This will improve learning and relationship with others through a card game that encourages motivation in different topics played in schools that allows any of the actors to participate.

To this end, a study sample was conducted that consists of surveys of 94 students from 3° to 5° of secondary education from different schools in the city of Lima, identifying the causes that generate school demotivation, 10 interviews with different teachers, 3 Observations in different areas of the Santa Cecilia school in Calera, Surquillo, a co-creation workshop with teachers and a validation workshop with students and parents. The results showed that recreational activities as a complement to teacher classes or as a way of studying at home will have a greater effect on students' learning and grades. This shows that games of this kind can be used as a play strategy in the interaction of classes in secondary education and the motivation for students to be inclined to learn and thus develop their studies.

Keywords: playful strategy; motivation; students; education; study; interest; learning; secondary education; adolescents.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen del proyecto de innovación

1. Contextualización del problema.....	1
2. Justificación.....	2
3. Reto de Innovación.....	3
4. Sustento teórico.....	4
4.1 Estudios previos.....	4
4.2 Marco teórico.....	7
5. Beneficiarios.....	12
6. Propuesta de valor.....	13
6.1 Propuesta de valor.....	13
6.2 Segmento de clientes.....	14
6.3 Canales.....	15
6.4 Relación con los clientes.....	16
6.5 Actividades clave.....	17
6.6 Recursos clave.....	18
6.7 Aliados clave.....	19
6.8 Fuentes de ingreso.....	20
6.9 Presupuesto.....	21
7. Resultados.....	23
8. Conclusiones.....	25
9. Bibliografía.....	27
10. Anexos.....	29

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Pregunta #9 de encuesta</i>	26
Figura 2. <i>Pregunta #14 de encuesta</i>	27

1. Contextualización del Problema (Jerarquía del contexto: General - Preciso) (No se necesita saber la solución con toda su forma)

La educación hoy en día se ha convertido en un tema destacado ya que involucra a la mayoría de las personas a participar en este asunto. Además, no se puede separar de la vida humana. La educación es el único puente que lleva a las personas a un mejor futuro. La educación juega un papel importante en el desarrollo de un país.

Si un país no tiene la educación adecuada, otros países que apoyan la educación pueden dejarlo atrás. Y cuanto mejor sea la calidad de la educación de un país, más rápido será su desarrollo, ya que las soluciones a los distintos problemas que enfrenta un país siempre incluirán la educación. (Acero, 2020).

En el caso de los estudiantes de 3ero a 5to de secundaria, es importante tomar en cuenta que son personas que están cerca de culminar sus años de escuela, lo cual puede significar un problema si es que ellos no perciben el contenido brindado por los profesores como algo necesario y que debe quedarse por un largo plazo. Además, la percepción hacia la educación no es positiva, ya que los alumnos la consideran principalmente monótona, lo que puede llevar a que algunos tengan una conducta rebelde para romper la rutina y que se enfoquen más en su vida social que en la parte académica, ya que los colegios son espacios donde los chicos pasan la mayor parte de su vida hasta graduarse.

La pasividad y la rutina en los procesos didácticos lleva a generar efectos negativos en el aprendizaje de los alumnos, ya que los estudiantes no se sienten parte de la clase y no toman en cuenta sus intereses y necesidades. (Enco, 2019).

Por otro lado, existen investigaciones que comunican que es posible solucionar este problema a través de las actividades lúdicas. Se pudo confirmar que la implementación de juegos como estrategia lúdica propició un aumento en la motivación de los estudiantes de secundaria por aprender materias como Química, por ejemplo; lo cual incrementó el promedio de notas. (Plutin y García, 2016). En adición a ello, pueden incitarlos a que sigan investigando e informándose en sus hogares y aumentar su participación y diálogo en clases. Y si se adaptan a las necesidades e intereses de la generación actual como el uso de dispositivos móviles y los sitios web, pueden ser más eficientes. (Sabogal, 2019).

Por lo que el presente proyecto busca recoger información sobre el contexto escolar para la elaboración de una estrategia lúdica que facilite la enseñanza y motive al estudiante a retener la información brindada a largo plazo, beneficiando así tanto a los docentes como a los mismos actores centrales de esta investigación, los estudiantes.

2. Justificación

En base a la experiencia personal de los integrantes de este grupo, encontramos varias veces en instituciones de educación superior y en empresas dónde laboramos a personas que suelen compartir su conocimiento con nosotros de una manera muy eficaz, lo cual a veces nos hace recordar a nuestra educación escolar y la comparamos con las instrucciones y capacitaciones que nos dan actualmente. Esto nos hizo preguntarnos por qué los métodos de enseñanza de la educación superior y el trabajo no se aplicaron en nuestro colegio. Pensando en ello, nos motivamos a realizar una investigación para realizar estrategias igual o mejores a las que tenemos hoy en día en los colegios.

Con esto dicho, buscamos beneficiar a los estudiantes de secundaria a través de una estrategia que pueda motivarlos a retener la información brindada en el colegio, especialmente los que están en los últimos grados, ya que son personas que están cerca de elegir qué quieren estudiar y ser en el futuro, además, ser personas incluidas en una sociedad.

Para ello se realizó una investigación cuantitativa de 94 estudiantes de 3ro al 5to de secundaria y 10 de profesores de varios colegios en Lima Metropolitana. Una investigación cualitativa a base de observaciones en el colegio Santa Cecilia de la Calera en Surquillo y talleres de Toulouse con #personas para poder realizar nuestro proyecto correctamente.

3. Reto de innovación

Pregunta General:

¿De qué manera podríamos crear una nueva estrategia lúdica que motive a los alumnos de secundaria a estudiar?

Preguntas Específicas:

- 1) ¿Qué actividades lúdicas pueden motivar al alumno a estudiar?
- 2) ¿Qué características debe tener esa estrategia para motivar a los alumnos?

Objetivo General:

Proponer una nueva estrategia lúdica en los centros educativos para motivar a los alumnos de 3ro al 5to de secundaria en Lima Metropolitana a estudiar.

Objetivos Específicos:

- 1) Conocer qué actividades lúdicas motivan al alumno a estudiar.
- 2) Determinar las características que debe tener esa estrategia para motivar a los alumnos.

4. Sustento Teórico

4.1. Estudios previos

(5 estudios que estén directamente relacionados a nuestro temas con las instrucciones de abajo).

Aguirre (2020) El objetivo fue problematizar el aburrimiento en la escuela describiendo y analizando los factores que lo generan examinando el caso particular del Colegio El Carmen Teresiano de la ciudad de Bogotá y proceder a desarrollar una propuesta pedagógica usando la asignatura de ciencias sociales para solucionar la falta de interés de los estudiantes y transformar la labor de los docentes. El proceso para solucionar el problema consistió en una investigación cualitativa a base de una serie de preguntas a los estudiantes y una exploración sobre el contexto del colegio para justificar la integración de una propuesta pedagógica. Los resultados principales arrojaron que el colegio es una institución conservadora que no tiene herramientas ni iniciativas que fomenten los buenos valores, generando una incoherencia entre lo que comunican al exterior y las actividades que hacen diariamente para educar a los estudiantes, generando malestar y disgusto. La utilidad de los resultados fue la justificación de una propuesta de transformación de las prácticas docentes actuales en una labor importante para acabar con el aburrimiento usando dos modelos pedagógicos: 1) La Enseñanza de la Historia Reciente, modelo que permite a los estudiantes comprender el presente en el

que viven a partir del pasado para incentivar la memoria sobre los hechos recientes. 2) La Enseñanza para la Comprensión, enfoque que hace que lo enseñado en clase pueda ser comprendido por los estudiantes como algo que puede ser usado en su vida cotidiana.

Zapata y Zárata (2019), El objetivo de su investigación es detectar la percepción de los alumnos de secundaria, exactamente del cuarto año, del colegio I.E.E "Antenor Orrego Espinoza" frente a la aplicación de actividades lúdicas en el curso de matemática. Por esta razón, se realizó un instrumento denominado "Entrevistas para la percepción sobre la Aplicación de actividades lúdicas". El cual se aplicó a 10 alumnos del cuarto año de secundaria (4 de la sección A y 6 de la sección B) del colegio ya mencionado. La metodología de investigación es de paradigma cualitativo y de método etnográfico, consiguiendo como resultados que a los alumnos afirman que el principal objetivo de la aplicación de las actividades lúdicas es enriquecer y mejorar el interés académico, involucrando con más relevancia a los alumnos con dificultades en los distintos cursos, igualmente fomentando un ambiente ameno.

Plutin y García (2016), realizaron una estrategia didáctica basada en la lúdica para el aprendizaje de la química en la secundaria básica cubana, donde se diseñaron juegos didácticos para la enseñanza del curso de química, de los cuales fueron seis juegos de mesa, siete en implementación de juegos y los escenarios para su aplicación, tomando en cuenta las preguntas para los juegos, la selección de los temas del programa y selección del sitio donde se va a desarrollar dicha actividad. El experimento pedagógico fue realizado a los alumnos del octavo grado de la escuela "Argenis Burgos Palma" de Santiago de Cuba en el año 2014 – 2. Concluido el año escolar se ejecutó una encuesta a los estudiantes donde los promedios en química en el último semestre han mejorado,

además la aprobación de los alumnos sobre los juegos utilizados en este proceso de aprendizaje y la motivación de la asignatura.

Agudelo y Aragón (2015), realizaron El juego como estrategia lúdica pedagógica para la motivación del aprendizaje del idioma inglés de los estudiantes del grado 9-7 de la institución educativa José María Vivas Balcázar. El problema a resolver se manifiesta en la desmotivación de los estudiantes para el aprendizaje del idioma inglés. Para eso se realizó una propuesta investigadora cualitativa que contempla la ejecución del juego como estrategia lúdica pedagógica para incentivar la motivación de los alumnos por el idioma inglés.

Por consiguiente, los resultados de la encuesta que realizaron nos dice que el 95% de los alumnos mencionan el gusto por los juegos además comentan la gran aceptación de la nueva metodología creada. Se realiza entonces un plan de trabajo con el nuevo método de enseñanza. Para este trabajo se fundamentaron en un marco teórico que incorpora el juego dentro del contexto pedagógico durante el aprendizaje, se apoyaron en modelos teóricos que ven la trascendencia del juego en el desarrollo del individuo. Las actividades que se desarrollaron fueron dinámicas y variadas, lo que ayudó al cambio de actitud. Además de lograr el trabajo en equipo, la cooperación y la convivencia. Finalmente, se realizan conclusiones y recomendaciones luego de aplicar la nueva estrategia.

Cabezas, Molina y Ricaurte (2019) realizaron una estrategia lúdica para enseñanza en estudiantes de ingeniería: Caso práctico. Donde nos mencionan que la estrategia lúdica y sus ventajas, es poca conocida por el maestro. El juego lúdico educativo ofrece nuevas estrategias de enseñanza en prevención de riesgos laborales, basadas en la aplicación de

métodos lúdicos como un juego reglado de acción pre-reflexiva, simbolización abstracta lógica vivida para el logro de aprendizajes significativos. Esta estrategia está dirigida hacia la ejercitación de habilidades en el área de seguridad industrial, destinada a estudiantes de Ingeniería para que puedan desenvolver sus destrezas laborales, a través del juego y aplicar en el ejercicio de la profesión.

Finalmente se obtuvo un rendimiento académico de 9/10 en el curso. Se generó un 90 % de nivel de competitividad en el alumno; se logró un 90 % de nivel investigativo y cognitivo de temas relacionados con la seguridad industrial proyectando a futuros trabajos lúdicos en el aula que respondan a la generación de competencias laborales en el tema.

4.2.Marco teórico

1. Definición de estrategias lúdicas

Desde la experiencia docente sabemos que las estrategias lúdicas creativas engloban acciones, actitudes, decisiones, y propuestas que se deben presentar a los alumnos: juegos, canciones, humor, libertad, reflexión análisis creatividad por lo que si los docentes de los establecimientos educativos se capacitan y ponen en práctica la participación de la lúdica en el salón de clases este se convertirá en un salón lúdico (Marquínez, 2017)

Las actividades lúdicas se refieren a la necesidad del ser humano, de comunicarse, de sentir, de expresarse y de producir una serie de emociones orientadas hacia el entretenimiento, la diversión y el esparcimiento, que nos llevan a gozar, reír, gritar e inclusive llorar en una verdadera fuente generadora

de emociones. La Lúdica fomenta el desarrollo psico-social, la conformación de la personalidad, evidencia valores, puede orientarse a la adquisición de saberes, encerrando una amplia gama de actividades donde interactúan el placer, el gozo, la creatividad y el conocimiento.” (Barrios y Muñoz, 2017).

1.1. Características de las estrategias lúdicas

Las características de las estrategias lúdicas es la independencia y la libertad en realizar las actividades, la organización de las acciones de una manera propia y específica de acuerdo a cada una de las vivencias de los estudiantes para de esta manera conocer su realidad y reafirmar su personalidad frente a la sociedad que lo rodea, otra de las características es favorecer el proceso socializador de sus ideas frente al resto de sus compañeros cumpliendo así la integración en todo el grupo de trabajo. Otra de las características de las estrategias lúdicas es que los estudiantes aprendan a aceptar y respetar las reglas del juego que se puede realizar en cualquier ambiente, lo importante es llegar con el conocimiento de una manera eficaz. Tomando en cuenta que el juego es muy útil y necesario para el desarrollo integral del niño en la medida en que él sea el protagonista de cada una de las actividades propuestas por el docente, para ello el docente pasará a ser el facilitador quien ponga las condiciones del juego y estar a su vez a su disposición para dirigir las actividades más no imponerlas.

Una de las características primordiales es que el juego debe divertir a los participantes dotando de una experiencia que a futuro el docente logre

revivirlas y dar a conocer lo que aprendió tomando en cuenta que el juego tiene un carácter universal, es decir que todas las personas jugamos para divertirnos, pero ahora en la educación se incluirá el jugar es aprender. (Granja, 2017).

1.2. Importancia de las estrategias lúdicas

Las estrategias lúdicas son importantes ya que permite un desarrollo integral en el alumno, satisfacerse dentro de su entorno natural, conlleva a un aprendizaje espontáneo que, a través de esto, se aprenden las normas y pautas de comportamiento, se resaltan los valores y actitudes, se despierta la curiosidad, es decir, es necesidad en la persona cuando se comparte y se juega, se vive experiencias y se aprende las vivencias que lo preparan para confrontar responsabilidades en la sociedad de la que formará parte y se beneficia la comunicación y la creación, por ser una manera de expresión franca y motivadora. (Oñate, 2020).

Una estrategia lúdica es factible para promover el emprendimiento ya que debe ofrecer la posibilidad efectiva de sensibilizar estudiantes, facilitando la interacción y aprendizaje significativo, de tal forma que forme emprendedores y facilite emprendimientos. (Marquínez, 2017). Se tratan de actividades sociales que, en muchas ocasiones, se realiza junto a otros jugadores, lo cual le convierte en escenario ideal para ejercitarse en los valores morales y en aquellos que son necesarios para la convivencia con los demás, la cooperación, el aprendizaje de las normas sociales, etc. (Barrios y Muñoz, 2017)

1.3. Ventajas de las estrategias lúdicas

Según Palomino y Ramos (2018) Las actividades lúdicas primero permiten la comunicación entre el profesor y el estudiante; segundo, la adquisición del conocimiento por medio de vivencias; y tercero, la habilidad mental para el desarrollo y planeación de actividades con su correspondiente solución. Además, menciona que son una forma natural para que los estudiantes se lleven bien con las personas y el ambiente que los rodean, conozcan las normas y procesos de vivencia y que puedan desarrollar su creatividad, comunicación aprendizaje, socialización y destrezas tanto físicas como morales.

1.4. Tipos de estrategias lúdicas

“A partir de los estudios efectuados por filósofos, psicólogos y pedagogos, han surgido diferentes teorías que han tratado de dar diversas definiciones acerca del juego. Existen diferentes tipos de juegos: juegos de reglas, juegos constructivos, juegos de dramatización, juegos de creación, juegos de roles, juegos de simulación, y juegos didácticos. Los juegos infantiles son los antecesores de los juegos didácticos y surgieron antes que la propia Ciencia Pedagógica.” (Quintana, 2015).

1.5. Definición de Lúdica

Es una dimensión del desarrollo del ser humano. El concepto se refiere a la necesidad del ser humano de comunicarse, de sentir, expresarse, de vivir diversas emociones, de disfrutar vivencias placenteras tales como el entretenimiento, el juego, la diversión, el esparcimiento, que nos llevan a gozar, reír, gritar, a vivir, siendo una verdadera fuente generadora de

emociones. Posee formas, medios o factores de los cuales el Juego es uno: juegos donados, creados, técnicas participativas. (Agudelo y Arturo, 2015).

Definición de Juego

Actividad necesaria para los seres humanos teniendo suma importancia en la esfera social, puesto que permite ensayar ciertas conductas sociales; siendo, a su vez, una herramienta útil para adquirir desarrollar capacidades intelectuales, motoras y afectivas.

2. Definición de motivación

La palabra motivación es resultado de la combinación de los vocablos latinos motus (traducido como “movido”) y motio (que significa “movimiento”). A juzgar por el sentido que se le atribuye al concepto desde el campo de la psicología y de la filosofía, una motivación se basa en aquellas cosas que impulsan a un individuo a llevar a cabo ciertas acciones y a mantener firme su conducta hasta lograr cumplir todos los objetivos planteados. La noción, además, está asociada a la voluntad y al interés. En otras palabras, puede definirse a la motivación como la voluntad que estimula a hacer un esfuerzo con el propósito de alcanzar ciertas metas. La motivación por tanto, se constituye en el motor del aprendizaje; es esa chispa que permite encenderlo e incentiva el desarrollo del proceso. (Agudelo y Arturo, 2015).

Es el impulso que todo ser humano posee y lleva a realizar acciones donde influya alcanzar poco a poco el objetivo que se tiene en mente. La motivación es un factor importante para el desarrollo de una persona en su vida cotidiana dentro de todos los ámbitos, ya que si es utilizada de manera adecuada puede ser

una herramienta de gran beneficio. A través de ella se aumenta el esfuerzo y el interés de realizar ciertas acciones que guiará de manera satisfactoria llegar a la meta propuesta, se complementan con varias causas internas que dependerá de cada persona y con ciertas teorías distintas pero que todas tienen como objetivo llevar a las personas a realizar acciones que los ayuden a sentir satisfacción por su trabajo realizado ya sea a nivel laboral o escolar. (Llanga, Murillo, Panchi, Paucar y Quintanilla, 2019)

2.1. Características de la motivación

Dreikurs (Como se citó en Palmero, 2005) “La Motivación se refiere a un proceso dinámico interno. En cualquier momento, como proceso que es, puede implicar cambio o variabilidad. Dreikurs (2000) se refiere a la Motivación proponiendo que, cuando es descrita como un proceso dinámico momentáneo, nos referimos a un estado motivacional, pero, cuando nos referimos a una predisposición referida a las tendencias de acción, estamos hablando de rasgo motivacional. Mientras el estudio de las disposiciones motivacionales enfatiza las diferencias ínter individuales, el estudio de los estados motivacionales enfatiza las diferencias en la dinámica momentánea de la acción”.

2.2. Definición de metodología lúdica

Yturalde (Como se citó en Rivas, 2016) “Yturalde (2015), afirma que la metodología lúdica es sumamente amplia, ya que a través de ella los niños aprenden de una manera fácil y divertida, sin necesidad de hacer tedioso el aprendizaje, porque es una metodología que permite expresión, comunicación, interacción, diversión y sentir diversas emociones que

conducen al placer a través del entretenimiento, el juego y la diversión en el que se goza en un mundo rodeado de tantas emociones que hacen reír, gritar, correr, saltar, inclusive llorar, considerándolo como una verdadera fuente de emociones que recaen en un aprendizaje significativo de las vivencias propias”.

2.3. Tipos de motivación

Reeve (Según Mateo, 2001) “Según el seguimiento de Reeve (1994) el tema de la motivación da principio desde un lugar de origen que impulsa ese interés y fuerza en el individuo. Estas pueden ser intrínseca (interna) o extrínseca (externa) del sujeto. Motivación intrínseca, es aquella conducta que trae en sí misma el incentivo. El ejemplo clásico lo vemos en los hobbies, que son actividades que las personas realizan sin esperar retribuciones o resultados. Otras veces sucede que, tras un estímulo externo, las personas emprenden una acción que luego deben reforzar con un estímulo interno. Por ende, llevan a cabo tareas cuya ejecución acaba por seducir lo suficiente como para mantener vivo el interés. En cualquiera de los dos casos, existen 4 características que nos ayudan a comprender mejor el concepto de motivación intrínseca.”

“Primero la autodeterminación, que es la capacidad individual para gestionar el camino de vida. Segundo está la competencia, son aquellas capacidades, habilidades, talentos, destrezas y conocimientos con los que cuenta cada individuo para llevar a cabo su proyecto personal. Tercero la interrelación, se refiere cuando la motivación intrínseca es labor de cada persona, las relaciones interpersonales siguen siendo fundamentales para

que cada uno decida cuáles son sus intereses. Y cuarto la curiosidad, es la condición innata de las personas para el conocimiento, un motivo en sí mismo que debe ser orientado en función de las metas de cada individuo”. (Anna Pérez, 2015).

“Motivación extrínseca, hace referencia hacia los factores del ambiente en el que nos lleva a dar un determinado resultado, a repetirla y a adquirirla. Esta inclinación depende de la historia personal con el reforzador y de ciertas características personales. Es decir, son las características de los estímulos externos lo que determina la dirección de nuestra conducta. La motivación regulada por el ambiente es fruto del aprendizaje”. (Benavides, S.F).

2.4. Variables que Influyen en la motivación hacia la escuela

Flores y Gomez (2010) “Al estudiar la motivación se han considerado diferentes constructos. Los estudiantes manifiestan su motivación de diversas formas: pueden buscar aprender de una actividad escolar o sólo buscar la calificación; pueden involucrarse en una actividad escolar o evitarla; sentirse capaces o incompetentes al realizarla; buscar el éxito o evitar el fracaso. Para explicar estas diferencias se han estudiado con amplitud tres variables motivacionales: la percepción de autoeficacia, las atribuciones de éxito y fracaso y la motivación de logro. Entender con mayor claridad cómo funciona cada una ha llevado necesariamente a considerar las otras (Murphy y Alexander, 2000)”.

Bandura (Como se citó en Flores y Gomez, 2010) “A) Percepción de autoeficacia. Bandura (1997) la define como los juicios que hace cada

persona sobre su capacidad para llevar a cabo una actividad. Influye en el esfuerzo dedicado a una actividad escolar, en la perseverancia ante los obstáculos que ésta implica, en las estrategias de aprendizaje empleadas y en las reacciones emocionales que se experimentan al realizarla. Un estudiante que se considera autoeficaz se plantea metas personales que representan un reto acorde con su capacidad, son próximas en el tiempo y están claramente definidas; de esta manera aun cuando tenga un resultado menor al esperado continúa esforzándose. En cambio, un alumno que se percibe poco eficaz no advierte que pueda alcanzar logros mayores y aunque tenga el resultado esperado no procurará ir más allá (Pajares, 1996).

B) Atribuciones. Weiner (1985, 1992) las define como las creencias acerca de las causas de éxitos y fracasos en una actividad, que están asociadas a diferentes sentimientos. Las atribuciones se clasifican de acuerdo con:

- (1) La estabilidad o inestabilidad de la causa a lo largo del tiempo, asociada a sentimientos de esperanza o desesperanza de que la situación pueda cambiar.
- (2) Modificabilidad que alude a la posibilidad de ejercer un cambio sobre la causa, asociada a sentimientos resultantes del desempeño de una actividad y de la evaluación de los otros.
- (3) Locus, que puede ser interno o externo al individuo, asociado a sentimientos derivados de identificar las causas del éxito o del fracaso como propias o ajenas. Un planteamiento que se ha derivado de las investigaciones sobre atribuciones es que los estudiantes que atribuyan sus éxitos a causas internas y estables (como son las habilidades y las aptitudes) tenderán a buscar el éxito y a ser independientes; en cambio,

los que atribuyan el éxito a causas inestables y externas (como la suerte o la baja dificultad de una tarea) no tendrán una expectativa positiva de éxito y evitarán situaciones que representen un reto (Pintrich y Schunk, 2002). C) Motivación de logro: Se define por una norma de excelencia para el desempeño en una actividad; generalmente en la escuela se establece con las calificaciones. Las diferencias en la motivación de logro se explican a partir de las metas, ya que determinan la forma en que un estudiante se involucra en las actividades académicas y el valor que les concede. Se han propuesto básicamente dos tipos de metas, las de maestría y las de desempeño: las metas de maestría favorecen la aparición de procesos cognoscitivos complejos que repercuten en un mejor aprendizaje, el logro de la autonomía cognoscitiva y la aparición de reacciones afectivas positivas en la realización de las tareas; de aquí que se considere que tienen un valor intrínseco (Ames, 1992; Covington, 2000; Pintrich y Schunk, 2002). Las metas de desempeño favorecen la aparición de procesos cognoscitivos simples, pueden implicar la aproximación a la tarea si es sencilla y favorece el alcanzar un beneficio o la evitación si la tarea es desafiante y una realización incorrecta provoca críticas o juicios negativos, de aquí que se considere que estas metas poseen un valor extrínseco (Elliot y Church, 1997)".

5. Beneficiarios

En base al arquetipo cliente, los beneficiarios serían los alumnos del 3ero a 5to de secundaria de lima metropolitana, específicamente los estudiantes de secundaria amigueros. Son personas que buscan la diversión en todo

momento y consideran más importante las relaciones sociales que su rendimiento académico. Consideran que los métodos de enseñanza de los docentes son monótonos, aburridos y que no les va a servir para sus vidas cotidianas, por lo que se enfocan bastante en interactuar con sus compañeros mientras están en clase, esperar la hora de recreo y salida y esforzarse en no reprobado ninguna materia.

Luego están los profesores modernos, profesionales de las generaciones más recientes que demuestran pasión y capacidad en su trabajo. Para ellos, es importante llevarse bien con sus estudiantes y escucharlos cuando sea necesario. Por otro lado, no se sienten conformes con que hayan profesores de mala calidad en su mismo centro de trabajo, ya que consideran que sus puestos deben ser cubiertos por personas más capaces.

También están los estudiantes con problemas familiares, personas que debido a que perciben que sus padres ya no los consideran y que han transformado negativamente el ambiente de sus hogares, prefieren conversar con sus compañeros de clase y profesores sobre sus problemas personales; sin embargo, les molesta que los otros sean indiferentes y no quieran interactuar con ellos sobre esos temas porque aún no tienen el vínculo necesario.

Por último, están los padres de familia, personas que debido a que están siempre ocupados por asuntos laborales principalmente, no siempre pueden estar actualizados sobre la vida escolar y el rendimiento de sus hijos, lo que genera distancia entre ellos. Debido a ello, intentan cubrir la falta de comunicación con cosas materiales; sin embargo, les gustaría poder

reconectarse y ayudarlos en sus problemas, ya sean escolares o personales cuando se dé la oportunidad.

Mateo es un alumno de 16 años. Es muy alegre, bromista y con mucho carisma. Él tiene muchos amigos en su colegio. Juega al fútbol desde muy chico y sus notas no son ni buenas ni malas. Tiene problemas de concentración en las clases. Pero él se esfuerza mucho para no jalar ningún curso.

¿Qué dice o piensa?

Sería muy interesante que las clases tengan más actividad

El método que usan los profesores que no me llama la atención

Es un poco frustrante concentrarme en la clase con un profesor aburrido

Ya quiero que sea vacaciones

¿De qué me va a servir lo que enseña el profesor en la vida?

Hay un chico nuevo en el salón. Me voy a ser su amigo.

El profesor no entiende que nadie le está prestando atención

¿Qué le molesta?

Las clases son aburridas

No me gusta que me obliguen a estudiar

Los profesores no innovan en sus clases

No me gusta que los profesores no nos entiendan ni consideren

No me gusta llevar la mochila

Le molesta la exigencia de algunos docentes

6. Propuesta de Valor

Explicación del Lienzo del Modelo de Negocio elaborado en los siguientes puntos:

6.1. Propuesta de valor

Rompe la rutina a través de una estrategia lúdica que mejora tu aprendizaje y tu relación con los demás.

6.2. Segmento de clientes

En el segmento de clientes nuestro público objetivo son los profesores modernos de colegios en Lima metropolitana, por otro lado, nuestros usuarios son los adolescentes de 14-17 años, de manera indirecta tenemos como clientes a los padres de familia.

6.3. Canales

Para dar a conocer el producto, se empezará a realizar ferias para invitar a colegios y presentar el producto, junto al MINEDU. Si el director desea adquirir el juego de cartas para que lo usen los alumnos en su institución, puede hacerlo a través de nuestra redes sociales, donde encontrará más información, también podrá adquirirlo a través de las librerías y editoriales.

6.4. Relación con los clientes

El juego de cartas servirá para incentivar la motivación de distintos temas que tocan en las escuelas. La estrategia que estamos pensando hará que los estudiantes y padres les motive investigar a más a fondo cada tema que contiene la carta. Aparte de divertirse con el juego estará aprendiendo temas nuevos.

6.5. Actividades clave

Dentro de las actividades clave que se van a desarrollar se encuentran:

- Distribución de temas e imágenes:

Se realizará la elección de temas por cada curso para estructurar bien el juego. Así mismo, hacer la elección de las imágenes de apoyo que irán en las cartas dependiendo del tema.

- Diseño de las cartas, tablero y packaging para las cartas:

Se realizarán diseños tanto de cada carta como del tablero que se utilizará. Además de ello, se necesitará un empaque que servirá para ofrecer el producto.

- Publicidad de distribución y lanzamiento del producto:

El lanzamiento del producto servirá para promocionar las características, la funcionalidad y generar un índice de ventas. Así mismo, el marketing publicitario ayudará a atraer posibles compradores y llegar de manera más directa al consumidor por diferentes medios de comunicación.

6.6. Recursos clave

Se necesitará el apoyo de diseñadores gráficos, comunicadores y redactores. Como recursos físicos y digitales se necesitarán de hardwares y softwares.

6.7. Aliados clave

Librerías:

Se necesitará de un plan para poder llegar a los colegios a través de los docentes, es por eso que las librerías serán un aliado primordial. Además también servirá para mostrar nuestro producto a los jóvenes mientras van a comprar sus útiles escolares.

Supermercados:

Queremos aliarnos a varias tiendas para poder promocionar nuestro juego.

6.8. Fuentes de ingresos

Generar ingresos económicos a través de la venta del producto en los diferentes medios mencionados anteriormente.

6.9. Presupuestos

En el tema de presupuesto o los gastos financieros se dividen en categorías:

Inversión inicial:

Recursos de Producción

- Laptop
- Licencia Adobe

Inversión Mensual:

Recursos de Producción

- Pliegos A2 para los e empaques de las cartas
- Pliegos A2 para las cartas
- Pliegos A1 para los tableros de papel
- Papel A4 para guías

Recursos Administrativos

- Dos Diseñadores Gráficos
- Dos Comunicadores Audiovisuales

Recursos Logísticos

- Delivery - Olva Courier

Recursos de difusión

- Publicidad en Instagram y Facebook
- Servicios de Influencer

7. Resultados

El objetivo general de la propuesta, proponer una nueva estrategia lúdica en los centros educativos para motivar a los alumnos de 3ro al 5to de secundaria en Lima Metropolitana a estudiar, permitió conocer cómo se podía crear la estrategia antes mencionada y que luego se pondría a prueba en un taller de validación que tuvo resultados positivos.

Para empezar se hizo una investigación cuantitativa a través de una encuesta dónde participaron 94 alumnos de 3ro a 5to de secundaria, obtuvimos 61 estudiantes (64.9%) consideran que la mejor metodología para aprender en clase es mediante dinámicas.

De estas opciones, ¿Cuál consideras que es la mejor metodología para aprender en clase?
94 respuestas



Figura 1: Pregunta #9 de encuesta.

En esta misma encuesta, 36 estudiantes (38.3%) respondieron que les molesta la monotonía de las clases. Además, un 11.7% perciben que los profesores no tienen interés en que los estudiantes aprendan.

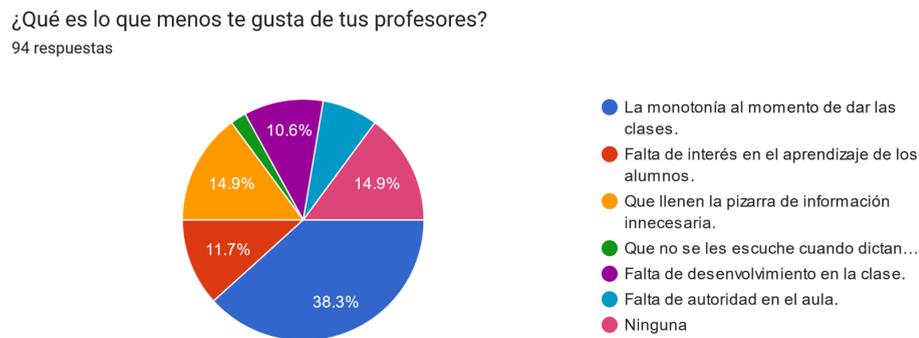


Figura 2: Pregunta #14 de encuesta

Respondiendo al objetivo específico, Conocer qué actividades lúdicas motivan al alumno a estudiar, se tomó en cuenta que en la investigación de Plutin y García (2016) se utilizaron juegos de mesa como estrategia para motivar a los estudiantes de secundaria a estudiar una materia específica y aumentar su deseo de aprenderla, la cual tuvo resultados positivos. En el caso de esta investigación, se desarrolló un juego de mesa como estrategia lúdica para motivar a los estudiantes a estudiar cualquier materia.

Y con respecto al objetivo específico, determinar las características que debe tener esa estrategia para motivar a los alumnos, las estrategias lúdicas en investigaciones como Plutin y Garcia (2016), Agudelo y Aragon (2015) y Cabezas, Molina y Ricaurte (2019) tienen contenido relacionado a las materias que ellos querían integrar, por lo que en este juego de mesa, las cartas contendrán un título, una imagen, un valor numérico y una descripción del tema escolar que se esté tocando en ella.

Finalmente, tomando en cuenta los objetivos mencionados, se desarrolló un juego de mesa llamado Eureka, el cual consiste en que dos bandos contrincantes que pasan por 3

rondas acumulando puntaje y dónde el ganador será el que tenga el puntaje más cercano a 21000. Para ello, utilizan cartas que tienen temas escolares con descripciones breves sobre esos temas, los cuales tienen un valor numérico que les permite llegar a estar cerca de 7000 en cada ronda y finalmente de 21000.

Para la validación, se utilizó la herramienta Miro, una plataforma que permite la interacción conjunta dentro de una mesa de trabajo. Los participantes de dicha validación fueron 10 adolescentes de 3ero a 5to de secundaria y 4 padres de familia, los cuales jugaron y al finalizar el juego se les hicieron determinadas preguntas a los 10 estudiantes de secundaria en relación a las variables motivacionales de Flores y Gomez (2010) A) Percepción de autoeficacia, B) Atribuciones y C) Motivación de logro.

1. ¿Consideras que este proyecto aumentó tus ganas de investigar más sobre los temas de cada carta que has visto?

Los 10 entrevistados respondieron que sí aumentaron sus ganas de investigar sobre determinados temas, ya que el juego les generó curiosidad, principalmente. Esto determina que la variable de Motivación de logro extrínseca con la Meta de desempeño tuvo un resultado positivo, ya que el juego de mesa funcionó como un estímulo externo para motivar a los 10 estudiantes a estudiar o investigar más.

¿Consideras que con este juego puedes fortalecer tus habilidades y aptitudes con el tiempo?

Los 10 estudiantes consideran que sí puede aumentar sus habilidades y aptitudes ya que el juego les generó curiosidad por investigar más sobre determinados temas que puede ayudarlos a fortalecer ciertas aptitudes que les interesa mejorar.

Con respecto a la variable Atribuciones, los 10 estudiantes perciben el juego de mesa como un elemento importante para mejorar sus capacidades, lo que significa que lo pueden ver como un elemento importante para cumplir sus metas escolares, ya sea aprobar alguna materia específica o saber más sobre algún tema.

2. ¿Consideras que ciertos temas se han vuelto más fáciles después de ver las cartas de este juego?

Los 10 estudiantes respondieron que no consideran que las materias se hayan vuelto más fáciles o difíciles, pero que algunos temas les resultaban nuevos o poco explicados y que puede ayudarlos a saber más sobre determinados temas. Además, les gustó que las descripciones de ciertas cartas tuvieran relación con la vida cotidiana, ya que consideran que eso no les explican en los colegios. Con respecto a la variable de motivación extrínseca con la meta de desempeño, se reafirma que los 10 estudiantes perciben el juego como un estímulo externo que puede ayudarlos en sus estudios.

3. Después de jugar este juego ¿Te sientes capaz y seguro de aprobar cualquier materia?

Los 10 estudiantes respondieron que el juego les da más confianza en aprobar la materia de historia que en el resto porque tiene más texto y no tiene procedimientos como las otras. Con respecto a la percepción de autoeficacia, los 10 estudiantes se consideran más capaces de aprobar la materia de historia porque los textos están mucho más relacionados al contenido que les brinda el colegio y no demandan práctica.

¿Se logró cumplir al 100% el reto de innovación?

Con respecto al primer objetivo específico, conocer qué actividades lúdicas motivan al alumno a estudiar, se logró cumplir porque los 10 estudiantes de secundaria respondieron que Eureka es un juego de mesa atractivo que los motiva a estudiar diversas materias.

Y por el lado del segundo objetivo específico, determinar las características que debe tener esa estrategia para motivar a los alumnos, se logró cumplir porque los 10 estudiantes percibieron de manera positiva el juego de mesa y dijeron que al haber contenido que puede estar relacionado con la vida cotidiana y ciertas profesiones, les genera curiosidad por investigar más.

Por otro lado, con respecto a la Percepción de autoeficacia, los 10 estudiantes respondieron que la materia de historia al tener mucho contenido conformado por texto, el juego les genera más confianza para poder aprobar esa materia en comparación al resto. Esto se debe a que las otras materias requieren aplicaciones y ejercicios prácticos que no se describen en las cartas a diferencia de la materia de historia.

Al completarse ambos objetivos específicos, sí se cumplió con el reto de innovación al 100%, ya que los 10 estudiantes perciben el juego de mesa Eureka como un juego atractivo que les genera curiosidad por las descripciones de las cartas y los incentiva a estudiar.

8. Conclusiones

Se concluye que la curiosidad es un elemento importante dentro de los resultados, ya que al analizarlos, la curiosidad tuvo conexión con 2 de las 3 variables de motivación según Florez y Gomez (2010) , Motivación de logro extrínseca y Atribuciones. Con respecto a la tercera variable, Percepción de autoeficacia, al interpretar objetivamente los resultados, la materia de historia a diferencia del resto, contiene más teoría que práctica, por lo que se deduce que para que los estudiantes consideren que son capaces de aprobar cualquier materia, es necesario añadir ejercicios que lleven a la práctica cada tema escolar dentro de las estrategias lúdicas para que tengan confianza en que pueden realizar esa meta. Por lo que esta estrategia lúdica puede ser usada en los procesos de enseñanza para generar curiosidad en los estudiantes y por consiguiente, motivarlos a estudiar diversos temas escolares. Así mismo, es fundamental que todas las estrategias lúdicas que tengan el objetivo de motivar a los estudiantes de secundaria a estudiar utilicen la curiosidad como un elemento fundamental.

9. Bibliografía

Acero (2021) Importancia de la educación hoy en día para el desarrollo de un país.

Revista Científica Investigación Andina, vol 20 (No 2).

Aguirre (2020) Las fallas de la escuela tradicional: El aburrimiento escolar desde la mirada de las estudiantes del colegio El Carmen Teresiano. *Universidad Nacional de Colombia*.

Sabogal (2019) Las estrategias lúdicas pedagógicas y tecnológicas, como facilitadoras del aprendizaje significativo de la microbiología en la básica secundaria. *Universidad Nacional de Colombia*.

Enco (2019) Diseño de actividades lúdicas para estimular la práctica deportiva de los alumnos del segundo grado de secundaria.

Plutin y García (2016) Estrategia didáctica basada en la lúdica para el aprendizaje de la química en la secundaria básica cubana. *Rev Cub Quim* vol.28 (No.2). Santiago de Cuba.

Flores y Gomez (2010) Un estudio sobre la motivación hacia la escuela secundaria en estudiantes mexicanos. *Scielo*, Vol. 12 (No. 1).

Granja, S. (2017). *Estrategias Lúdicas de Enseñanza de Aprendizaje* (Título de pregrado) Universidad Técnica de Cotopaxi, Latacunga.

Rivas (2016) Metodología lúdica para la motivación del aprendizaje (Estudio dirigido a docentes del Colegio Privado Mixto Americano, San Antonio Suchitepéquez)".

Universidad Rafael Landívar.

Agudelo y Aragón (2015) El juego como estrategia lúdica pedagógica para la motivación del aprendizaje del idioma inglés de los estudiantes de grado 9-7 de la Institución Educativa Jose María Vivas Balcazar. *Fundación Universitaria De Los Fundadores*

Cabezas, Molina y Ricaurte (2019) Estrategia lúdica para enseñanza en estudiantes de ingeniería: Caso práctico. *Revista Espacios*, vol 40 (No 15), Pág. 10.

Marquinez (2017) Diseño de una estrategia de aprendizaje lúdica para la enseñanza de emprendimiento de los alumnos de segundo bachillerato del colegio particular central.

Universidad Regional Autónoma De Los Andes "Uniandes"

Barrios y Muñoz (2017) Actividades lúdicas en el desarrollo del pensamiento lógico-matemático en niños de 5 años en la Institución Educativa Sagrada Familia De Concepción. *Universidad Nacional Del Centro del Perú.*

Oñate (2020) Lúdica como factor potenciador de la creatividad de los niños de educación preescolar. *Cienciamatria*, vol 6 (No 1), Pág 210 -236.

Quintana (2015) Estrategias lúdicas de motivación para generar mayor interés en los aprendizajes de los estudiantes de 1ro. “B” de educación secundaria en la Institución Educativa “José María Arguedas” de Kaquiabamba 2013 - 2015. *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*.

Llanga, Murillo, Panchi, Paucar y Quintanilla (2019) La motivación como factor en el aprendizaje. *Escuela Superior Politécnica de Chimborazo*.

Palmero (2005) Motivación: Conducta y Proceso. *Revista Electrónica de Motivación y Emoción*, vol. 8 (No. 20 - 21).

Mateo (2001) La motivación, pilar básico de todo tipo de esfuerzo. Proyecto social: *Revista de relaciones laborales*, ISSN 1133-3189, No 9, Pág 163 - 184.

Pérez (2015) Conoce la motivación intrínseca y sus principales características. *Obs school business*.

Benavides (S.F) Motivación Extrínseca e Intrínseca. *Academia*.

10. Anexos