



Impacto de Classdojo en la motivación de estudiantes en emprendimiento y gestión

The impact of Classdojo on student motivation in entrepreneurship and management

<https://doi.org/10.5281/zenodo.15362260>

AUTORES:

Jonathan Jacinto Naranjo Vera^{1*}

Universidad Bolivariana del Ecuador, Ecuador

<https://orcid.org/0009-0001-8229-0798>

jjnaranjov@ube.edu.ec

Itzel Angelica Guilcapi Sagnay²

Universidad Bolivariana del Ecuador, Ecuador

<https://orcid.org/0009-0004-9655-2762>

gsitzela@ube.edu.ec

Rainer Villarreal Villarreal³

Universidad Bolivariana del Ecuador, Ecuador

<https://orcid.org/0000-0002-6723-0260>

rvillarrealv@ube.edu.ec

Ivonne Priscila León Espinoza⁴

Universidad Bolivariana del Ecuador, Ecuador

<https://orcid.org/0000-0002-6977-320X>

ipleone@ube.edu.ec

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: jjnaranjov@ube.edu.ec

Fecha de recepción: 29 / 01 / 2025

Fecha de aceptación: 14 / 03 / 2025



RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo analizar el impacto de la herramienta de gamificación ClassDojo en la motivación de los estudiantes en las clases de emprendimiento y gestión en el área de bachillerato. El diseño fue cuasi experimental, con población compuesta por estudiantes de educación secundaria que cursan la asignatura de emprendimiento y gestión en la Unidad Educativa Lautaro Aspiazu Sedeño; la muestra fue 76 estudiantes, divididos en dos grupos. La selección de los participantes se llevó con un muestreo no probabilístico intencionado, la única característica de inclusión era estar matriculado en la asignatura emprendimiento. Cada grupo estaba compuesto por 38 estudiantes lo cual se detalla a continuación se empleó la Escala de Motivación Educativa adaptada por Linnenbrink, E. A., & Pintrich, P. R. (2002). Con una fiabilidad de alfa de Cronbach de 0.89 los resultados indica una mejora significativa en los niveles de motivación tras la intervención de la aplicación de Classdojo, evidenciando que el grupo experimental experimentó una mejora significativa en comparación con el grupo control. En conclusión, se determinó que el nivel de motivación de los estudiantes antes y después de la implementación de ClassDojo en la asignatura de Emprendimiento y Gestión revela un impacto positivo significativo.

Palabras clave: *Motivación, ClassDojo, emprendimient.*

ABSTRACT

The objective of this study is to analyze the level of motivation of students before and after the implementation of the ClassDojo gamification tool in the classroom for the subject entrepreneurship and management. The design was quasi-experimental, with a population composed of secondary education students who study the subject of entrepreneurship and management at the Lautaro Aspiazu Sedeño Educational Unit; The sample was 76 students, divided into two groups. The selection of the participants was carried out with an intentional non-probabilistic sampling, the only inclusion characteristic was being enrolled in the entrepreneurship subject. Each group was made up of 38 students, which is detailed below. The Educational Motivation Scale adapted by Linnenbrink, E. A., & Pintrich, P. R. (2002) was used. With a Cronbach's alpha reliability of 0.89, the results indicate a significant improvement in motivation levels after the intervention of the Classdojo application,



evidencing that the experimental group experienced a significant improvement compared to the control group. In conclusion, it was determined that the level of motivation of the students before and after the implementation of ClassDojo in the subject of Entrepreneurship and Management reveals a significant positive impact.

Keywords: *Motivation, ClassDojo, entrepreneurship.*

INTRODUCCIÓN

En el siglo XXI, las tecnologías educativas están revolucionando el proceso de enseñanza y aprendizaje en diversos contextos, incluyendo las clases de emprendimiento y gestión. En este sentido, se enfatiza la necesidad de educar a los estudiantes no solo para buscar empleo, sino también para ser tomadores de riesgos que puedan crear e inventar. El informe de 2022 de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos afirma que “hay un esfuerzo creciente para que los sistemas educativos incorporen el emprendimiento como una forma de desarrollar personas con autodeterminación” (OCDE, 2022).

La enseñanza del emprendimiento y gestión a menudo requiere un enfoque práctico y basado en proyectos; esto promueve una motivación activa a los estudiantes para que participen en su aprendizaje a través de la experimentación y la resolución de problemas. Según un estudio de Goleman (2020), los estudiantes motivados tienden a involucrarse más en actividades de aprendizaje, lo que resulta en una mejor comprensión de los conceptos. Otro de los aspectos a destacar en el ámbito del emprendimiento, la resiliencia es una habilidad clave, en tal sentido, los estudiantes motivados son más capaces de enfrentar desafíos y aprender de los fracasos. Se asume que, la motivación fomenta la mentalidad de crecimiento, permitiendo que los estudiantes vean los obstáculos como oportunidades de aprendizaje, esto se fundamenta en lo planteado por Dweck (2017), quien señala que, los individuos con una mentalidad de crecimiento están más dispuestos a enfrentar desafíos y persistir ante las dificultades.

A medida que el campo educativo se vuelve más exigentes con la educación financiera, uno de los mayores desafíos que surge es la constante necesidad de cambios en los materiales de aprendizaje y en los métodos de enseñanza. El rápido ritmo del desarrollo tecnológico y el cambiante mercado laboral requieren que el contenido educativo que comprende



herramientas digitales e innovadoras se actualice de inmediato. (Da Rocha Seixas et al., 2016) indican que los recursos débiles y la ausencia de formación cualificada para la síntesis de los docentes son un obstáculo importante para la integración efectiva de los programas de emprendimiento.

Además, la educación en emprendimiento y gestión tiene el desafío de poder llegar a cada estudiante dispuesto a aprender, independientemente de los límites económicos u otras diferencias sociales.

Por otra parte, la motivación impulsa a los estudiantes a tomar la iniciativa en proyectos empresariales. En este sentido, cuando los estudiantes están motivados, son más propensos a explorar ideas innovadoras, asumir riesgos calculados y buscar oportunidades de negocio, según Schunk, Pintrich y Meece (2014): "Una alta motivación intrínseca se asocia con un mayor esfuerzo y persistencia en las tareas".

En tal sentido se infiere que, al estar motivados los estudiantes, buscan entender cómo aplicar los conceptos de gestión y emprendimiento en situaciones prácticas; Esta relación entre teoría y práctica es fundamental para desarrollar competencias relevantes en el mercado laboral. Como menciona la OCDE (2022), los estudiantes motivados son más propensos a buscar experiencias prácticas que complementen su aprendizaje teórico.

Dentro del contexto educativo, es fundamental destacar que existen diversas metodologías que favorecen la mejora de la motivación y el compromiso en los estudiantes. Entre estas metodologías se encuentran enfoques como el aprendizaje basado en proyectos (ABP) y la gamificación.

Por su parte, la gamificación es un enfoque pedagógico que utiliza elementos de diseño de juegos en contextos no lúdicos con el objetivo de mejorar la motivación y el compromiso de los usuarios. Este concepto ha ganado popularidad en la educación y otros ámbitos debido a su capacidad para transformar experiencias aparentemente rutinarias en actividades más atractivas y estimulantes.

Según Deterding et al. (2011), la gamificación se refiere específicamente a: "El uso de elementos de diseño de juegos en contextos no lúdicos" (p. 154). Esto implica la incorporación de características como puntos, niveles, insignias y sistemas de recompensas, que son comunes en los videojuegos, en entornos educativos y profesionales. La idea detrás



de la gamificación es aprovechar la naturaleza competitiva y el deseo de logro de las personas para fomentar un aprendizaje más activo y participativo.

Uno de los principales beneficios de la gamificación es su capacidad para aumentar la motivación intrínseca de los estudiantes. Deci y Ryan (2000) sugieren que la motivación intrínseca, que se refiere al impulso de realizar una actividad por el placer y la satisfacción que esta proporciona, se puede potenciar mediante el diseño de experiencias que satisfacen necesidades psicológicas básicas, como la competencia y la autonomía. Al integrar elementos de juego, los educadores pueden crear un ambiente donde los estudiantes sientan que tienen el control de su aprendizaje y puedan ver su progreso de manera tangible.

También, la gamificación puede promover la colaboración y el trabajo en equipo. Según Kapp (2012): “La gamificación puede facilitar la interacción entre los estudiantes, fomentando una cultura de colaboración y apoyo mutuo”. Al establecer desafíos que los estudiantes deben resolver juntos, se crea un sentido de comunidad y se desarrollan habilidades sociales importantes.

Sin embargo, para que la gamificación sea efectiva, debe ser implementada de manera reflexiva y coherente. No se trata simplemente de añadir elementos de juego a una lección tradicional, sino de diseñar experiencias que estén alineadas con los objetivos de aprendizaje. Como señala Gee (2007): “Los buenos juegos permiten a los jugadores aprender en un contexto de resolución de problemas y exploración”.

Es por ello que, la incorporación de plataformas digitales en el ámbito educativo ha transformado significativamente la gestión del aula y la interacción entre educadores, estudiantes y familias. La plataforma digital ClassDojo, en particular, ha ganado popularidad como herramienta para fomentar un ambiente de aprendizaje positivo. Sin embargo, el impacto específico de esta plataforma en la motivación de los estudiantes en cursos de emprendimiento y gestión aún no ha sido explorado en profundidad.

En este sentido, la herramienta de gamificación ClassDojo ha sido objeto de estudio desde diversas perspectivas teóricas que abordan su impacto en la motivación y el aprendizaje de los estudiantes. La Teoría del Refuerzo: Skinner (1953), pionero del conductismo, estableció que el refuerzo positivo puede aumentar la probabilidad de que un comportamiento se repita. En este sentido, ClassDojo utiliza este principio al ofrecer puntos y recompensas por



comportamientos deseables, promoviendo un entorno de aprendizaje donde los estudiantes se sienten incentivados a participar activamente.

Así mismo, Bandura (1977) y su teoría del aprendizaje social enfatizan la importancia de la observación y la imitación. Y la gamificación desde ClassDojo fomenta un ambiente donde los estudiantes pueden observar y aprender de sus compañeros, creando un modelo de comportamiento positivo que puede ser replicado. Esto refuerza la idea de que los estudiantes no solo aprenden de los docentes, sino también de sus interacciones entre pares.

También se puede destacar, la teoría de la autodeterminación Ryan y Deci (2000) sugiere que la motivación intrínseca es fundamental para el aprendizaje efectivo. Y la aplicación de ClassDojo, al permitir a los estudiantes establecer metas y recibir retroalimentación inmediata sobre su desempeño, apoya la autonomía y la competencia, dos de los elementos clave en esta teoría. Esto puede llevar a un aumento en la motivación intrínseca de los estudiantes, fomentando un aprendizaje más significativo.

Desde una perspectiva constructivista, Jean Piaget y Lev Vygotsky destacan la importancia de la interacción social en el aprendizaje. ClassDojo facilita la comunicación no solo entre estudiantes y docentes, sino también entre estudiantes y padres, creando un ecosistema de aprendizaje colaborativo. Esta interconexión puede enriquecer el proceso educativo al permitir que las experiencias y conocimientos se compartan y construyan colectivamente.

En tal sentido, estas teorías aportan un marco comprensivo que explica cómo ClassDojo puede influir positivamente en la motivación, el compromiso y el aprendizaje de los estudiantes, destacando la importancia de un enfoque multifacético en la educación contemporánea.

En consonancia con los referentes teóricos citados, la motivación es un factor crucial en el proceso de aprendizaje, ya que influye directamente en el compromiso y la participación activa de los estudiantes. Por lo tanto, es fundamental investigar cómo ClassDojo puede afectar la motivación de los estudiantes en estos campos, así como identificar las características de la plataforma que pueden potenciar o limitar dicho impacto. En este contexto, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo impacta el uso de ClassDojo en la motivación de los estudiantes las clases de emprendimiento y gestión? Para abordar esta pregunta, se estableció como objetivo analizar el nivel de motivación de los

estudiantes antes y después de la implementación de ClassDojo en el aula para la asignatura Emprendimiento y Gestión.

METODOLOGÍA

El diseño fue cuasi experimental. Se seleccionaron dos grupos de estudiantes que cursan materias de emprendimiento y gestión en una misma institución educativa. Uno de los grupos utilizó ClassDojo como herramienta de gestión del aula, mientras que el otro grupo, que actuó como control, siguió el currículo sin el uso de la plataforma.

La selección de los grupos se basó en criterios como la similitud en el rendimiento académico previo, la edad y otras características demográficas relevantes, lo que ayudó a asegurar que las diferencias observadas en la motivación sean atribuibles a la intervención y no a factores externos.

La población objetivo de este estudio estuvo compuesta por estudiantes de educación secundaria que cursan la asignatura de emprendimiento y gestión en la Unidad Educativa Lautaro Aspiazu Sedeño; la muestra fueron 76 estudiantes, divididos en dos grupos. La selección de los participantes se llevó con un muestreo no probabilístico intencionado, la única característica de inclusión era estar matriculado en la asignatura emprendimiento. Cada grupo estaba compuesto por 38 estudiantes lo cual se detalla a continuación.

		Muestra		Total	
		Grupo control	Grupo experimental		
GENERO	MASCULINO	Recuento	22	18	40
		% dentro de Grupos	57,9%	47,4%	52,6%
	FEMENINO	Recuento	16	20	36
		% dentro de Grupos	42,1%	52,6%	47,4%
Total		Recuento	38	38	76
		% dentro de Grupos	100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 1. Caracterización de la muestra

La implementación de ClassDojo se llevó en 5 etapas, comenzando la primera fase se realizó el diagnóstico del nivel de motivación de los estudiantes, la 2da fase de capacitación para los docentes. La 3era fase diseño de las actividades de la herramienta ClassDojo. La 4ta fase se integró ClassDojo en su planificación diaria, así como la implementación en 12 semanas; y en la última fase se aplicó el postest una vez finalizada la intervención. Así mismo, se aplicó

análisis inferencial la prueba t de Student, para comparar las medias de los dos grupos (el grupo que utilizó ClassDojo y el grupo de control) antes y después de la intervención.

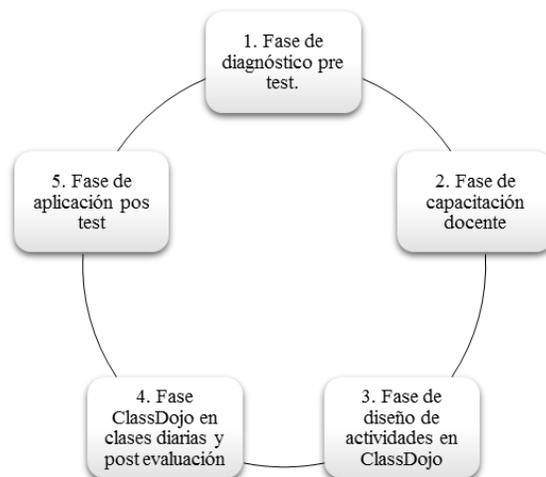


Figura 1. Fases de la propuesta de ClassDojo para el desarrollo de la motivación en las clases de emprendimiento y gestión

Fase 1 (Diagnóstico pretest): Para medir la motivación establecidas por la teoría de la autodeterminación, se empleó la Escala de Motivación Educativa adaptada por Linnenbrink, E. A., & Pintrich, P. R. (2002). Esta escala estaba compuesta por 14 ítems (2 por factor) que median la a motivación (ej. No veo el sentido de algunas tareas.), la regulación de la identidad (ej. Valoro las actividades que considero importantes para mi desarrollo personal.), regulación introyectada (ej. Participo en clase para que mis padres se sientan orgullosos de mí), regulación externa (ej. Hago mis tareas para evitar problemas con mis maestros.) y la motivación intrínseca al logro (ej. Me interesa aprender más sobre los temas que se abordan en clase.). La escala motivación intrínseca al conocimiento (ej. Me gusta aprender cosas nuevas en la escuela.); y se respondía a través de una escala tipo Likert del 1 (totalmente en desacuerdo) al 7 (totalmente de acuerdo). Se obtuvieron valores alfa de Cronbach de 0.89.

Fase 2 (Capacitación docente): Se capacitó a los docentes en el uso de ClassDojo y en técnicas de gamificación en tres sesiones. En la primera sesión se centró en la introducción a ClassDojo, explicando sus funcionalidades principales, como la gestión de comportamientos, el establecimiento de metas y la retroalimentación en tiempo real. En la segunda sesión, se



abordaron estrategias de gamificación dentro del aula, se profundizó en el uso de dinámicas de puntos, insignias, niveles y recompensas. Por último, en la tercera sesión estuvo enfocada en la integración de ambas herramientas. Los docentes practicaron la combinación de ClassDojo con las técnicas de gamificación.

Fase 3 (Diseño de actividades en ClassDojo): Se diseñaron actividades específicamente orientadas a aumentar la motivación y desarrollar habilidades emprendedoras. Se implementaron desafíos colaborativos, donde los estudiantes trabajaron en equipo para resolver problemas reales de emprendimiento, fomentando el sentido de comunidad y la motivación social. También se crearon proyectos prácticos, que permitieron aplicar conceptos teóricos en situaciones simuladas, aumentando la relevancia y el interés por la asignatura.

Fase 4 (Integración de ClassDojo en la planificación diaria): Se integró sistemáticamente en las clases para asignar puntos y dar retroalimentación constante. Esto reforzó la motivación sostenida y el compromiso académico. Se comenzó a utilizar ClassDojo como una herramienta clave para la gestión del aula, asignando puntos de manera regular a los estudiantes en función de su comportamiento, participación y logros académicos.

Fase 5 (Evaluación postest): Se realizó una evaluación postest para comparar los niveles de motivación antes y después de la intervención. Los resultados mostraron un impacto positivo en el compromiso estudiantil.

RESULTADOS

Motivación pre experimento					
			Grupo control	Grupo Experimental	Total
Motivación pre experimento	Muy baja motivación	Recuento	4	4	8
		% dentro de Grupos	10,5%	10,5%	10,5%
	Baja motivación	Recuento	14	13	27
		% dentro de Grupos	36,8%	34,2%	35,5%
	Moderadamente baja motivación	Recuento	15	11	26
		% dentro de Grupos	39,5%	28,9%	34,2%
Motivación media	Recuento	4	5	9	



	Moderadamente alta motivación	% dentro de Grupos	10,5%	13,2%	11,8%
		Recuento	0	5	5
	Alta motivación	% dentro de Grupos	0,0%	13,2%	6,6%
		Recuento	1	0	1
	Total	% dentro de Grupos	2,6%	0,0%	1,3%
		Recuento	38	38	76
		% dentro de Grupos	100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 2. Resultados pre experimento (diagnóstico) antes de la propuesta de ClassDojo

La tabla muestra que, la mayoría de los participantes, tanto en el grupo control como en el experimental antes de la aplicación de la intervención, presentaron niveles de motivación baja a moderadamente baja, representando el 76.3% y 63.1% respectivamente. Esto muestra que la muestra contaba con participantes que en su mayoría no tenían una alta motivación inicial para el estudio. Sin embargo, se nota que el grupo experimental tuvo un porcentaje más alto de participantes con motivación moderadamente alta (13.2%) en comparación al grupo control (0%). En este sentido, se evidenció que, a pesar de tener niveles de motivación similares en general, el grupo experimental contaba con algunos individuos más motivados que el grupo control previo al experimento.

Otra diferencia a destacar es, que mientras en el grupo control hubo un 2.6% de participantes con alta motivación, en el grupo experimental no se registró ningún caso en esta categoría. Demostrando de que el grupo experimental tenía una motivación inicial ligeramente menor en comparación al grupo control.

En este resultado, si bien ambos grupos compartían niveles de motivación preexperimental mayoritariamente bajos a moderadamente bajos, el grupo experimental presentaba algunas diferencias sutiles, como un porcentaje más alto de participantes con motivación moderadamente alta y la ausencia de aquellos con alta motivación.

Motivación pos experimento					
			Grupo control	Grupo experimental	
Motivación pos experimento	Motivación media	Recuento	4	0	4
		% dentro de Grupos	10,5%	0,0%	5,3%



	Moderadamente alta motivación	Recuento	9	10	19
		% dentro de Grupos	23,7%	26,3%	25,0%
	Alta motivación	Recuento	15	18	33
		% dentro de Grupos	39,5%	47,4%	43,4%
	Muy alta motivación	Recuento	10	10	20
		% dentro de Grupos	26,3%	26,3%	26,3%
Total		Recuento	38	38	76
		% dentro de Grupos	100,0%	100,0%	100,0%

Tabla 3. Resultados pos experimento para medir la motivación en los estudiantes después de la intervención de la propuesta

Se observa una distribución más positiva de la motivación en ambos grupos después de la intervención, con una notable disminución en los niveles más bajos de motivación en comparación con la situación pre-experimento. En el nivel de "motivación media", se registraron 4 participantes (10.5%) en el grupo control, mientras que no se encontraron participantes en este nivel en el grupo experimental. En el nivel de "motivación moderadamente alta", se observa una distribución más equilibrada, con 9 participantes (23.7%) en el grupo control y 10 (26.3%) en el grupo experimental.

El nivel de "alta motivación" muestra un aumento considerable en ambos grupos, con 15 participantes (39.5%) en el grupo control y 18 (47.4%) en el experimental.

En el nivel de "muy alta motivación", se registraron 10 participantes (26.3%) tanto en el grupo control como en el experimental.

Al analizar los resultados post-experimento, se puede concluir que la intervención implementada tuvo un efecto positivo en la motivación de los participantes. Aunque ambos grupos mostraron mejoras, el grupo experimental presentó una distribución ligeramente más favorable, con un mayor porcentaje de participantes en los niveles de "alta" y "muy alta" motivación.

Descriptivos por dimensiones							
	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. Desviación	Varianza



Motivación intrínseca al conocimiento	76	6	1	7	4,20	1,656	2,741
Motivación intrínseca al logro	76	6	1	7	4,44	1,956	3,826
Motivación intrínseca	76	6	1	7	4,86	1,710	2,925
Regulación externa	76	6	1	7	4,68	1,908	3,640
Regulación Introyectada	76	6	2	7	4,58	1,709	2,920
Regulación de la identidad	76	6	2	7	4,53	1,759	3,096
A motivación	76	6	1	7	3,48	1,723	2,970

Tabla 4. Datos Descriptivos según las dimensiones de la motivación

El análisis de las dimensiones de motivación muestra una visión amplia de las actitudes de los participantes en el estudio, por un lado, la motivación intrínseca al conocimiento muestra una media de 4.20, esto revela que los participantes valoran moderadamente el aprendizaje por el simple hecho de adquirir conocimiento. Sin embargo, la desviación estándar de 1.656 indica una variabilidad considerable en las respuestas, lo que significa que algunos participantes se sienten significativamente más motivados que otros en este aspecto.

En cuanto a la motivación intrínseca al logro, la media es de 4.44, indicando un interés notable en alcanzar metas personales. La mayor desviación estándar de 1.956 sugiere una diversidad considerable en la percepción del logro, con algunos individuos que se sienten muy impulsados a alcanzar sus objetivos, mientras que otros no lo hacen con la misma intensidad.

Además, la motivación intrínseca general presenta una media de 4.86, lo que indica un alto nivel de motivación entre los participantes. Esta dimensión muestra menos variabilidad, con una desviación estándar de 1,7, lo que sugiere que, en general, los participantes tienden a experimentar niveles similares de motivación intrínseca.

En el caso de la regulación externa, la media es de 4.68, lo que refleja que los participantes están relativamente motivados por factores externos, como recompensas o reconocimiento. La desviación estándar de 1.908 indica que la influencia de estos factores es variable, sugiriendo que algunos individuos se ven más afectados que otros por estas motivaciones externas.

En esa misma línea, la dimensión regulación introyectada muestra una media de 4.58, lo que implica que los participantes se sienten motivados en parte por presiones internas, como la



culpa o la vergüenza. La desviación estándar de 1.709 indica también una variabilidad considerable, lo que sugiere que algunos individuos son más susceptibles a estas emociones que otros.

Por su parte la dimensión regulación de la identidad presenta una media de 4.53, sugiriendo que la motivación de los participantes se relaciona con su sentido de identidad personal. La desviación estándar de 1.759 muestra que la forma en que la identidad influye en la motivación varía entre los individuos.

Así mismo, la a motivación tiene una media de 3.48, indicando un nivel moderado de desmotivación entre los participantes, la desviación estándar de 1.723 muestra que hay un rango considerable de sentimientos hacia la falta de motivación, con algunos individuos mostrando una mayor inclinación hacia la motivación.

Esto revela una variedad de dimensiones como la motivación intrínseca general la cual es la más alta entre los participantes, pero la variabilidad en las respuestas sugiere que la motivación es un fenómeno complejo, influenciado por factores tanto internos como externos. Esto permite comprender cómo los participantes se sienten respecto a su motivación y cómo se relacionan con diferentes formas de regulación, lo cual tiene implicaciones significativas para futuras intervenciones y estrategias de motivación.

Estadísticos de prueba		
	Motivación pre experimento	Motivación pos experimento
U de Mann-Whitney	668,000	,000
W de Wilcoxon	1409,000	741,000
Z	-,620	-7,697
Sig. asintótica(bilateral)	,535	,000
a. Variable de agrupación: Grupos		

Tabla 5. Prueba estadística relación entre pre y pos experimento

El análisis estadístico de la motivación pre y pos-experimento se realizó utilizando la prueba U de Mann-Whitney, con el objetivo de evaluar las diferencias significativas en los niveles de motivación entre los grupos control y experimental. Se diseñaron las hipótesis estadísticas para el efecto los resultados de la tabla arrojaron que, para la motivación pre-experimento, la U de Mann-Whitney se registró en 668.000, con un valor de Z de -0.620 y una significación



asintótica bilateral de 0.535. Estos resultados indican que no existen diferencias significativas en los niveles de motivación entre los grupos antes de la intervención, dado que el valor p (0.535) es mayor que el umbral de 0.05. Esto demuestra que los niveles de motivación eran similares entre ambos grupos antes de la intervención.

En contraste, los resultados de la motivación pos-experimento muestran una U de Mann-Whitney con una significación asintótica bilateral de $p=0.000$. Este hallazgo indica que hubo una mejora notable en los niveles de motivación tras la intervención de la aplicación de Classdojo, evidenciando que el grupo experimental experimentó una mejora significativa en comparación con el grupo control.

Así mismo, el análisis revela que, aunque no había diferencias significativas en los niveles de motivación entre los grupos antes de la intervención, la intervención tuvo un efecto considerable en la motivación pos-experimento. Es por ello que la intervención fue eficaz para elevar los niveles de motivación en el grupo experimental, marcando una distinción clara en comparación con el grupo control.

Por otra parte, se aplicó la prueba de Chi-cuadrado de Pearson para establecer si existe una asociación significativa asociación entre las dimensiones de la motivación y el género. En la dimensión motivación intrínseca se obtuvo una significación asintótica bilateral de 0.010, indicando que existe una asociación estadísticamente significativa siendo los sujetos del género masculino los que presentan mayor motivación intrínseca, al igual que la regulación introyectada, el valor p de 0,012, demostrando que existe una relación estadísticamente significativa entre el género y la regulación introyectada siendo el género masculino quien tiene una mayor inclinación hacia esta dimensión de la motivación por lo que se sienten impulsadas a actuar debido a presiones internas.

DISCUSIÓN

Este estudio tuvo como objetivo analizar el impacto de la motivación de los estudiantes antes y después de la implementación de ClassDojo en el aula para la asignatura emprendimiento y gestión. Los resultados del análisis previo resaltan la importancia de diferenciar entre los tipos de motivación y su impacto en el contexto educativo. Por un lado, se enfatiza que la motivación intrínseca se asocia con un mejor rendimiento académico y mayor satisfacción



en el aprendizaje (Núñez et al., 2020). Esto se alinea con los hallazgos de Pons et al. (2021), quienes encontraron que los estudiantes con perfiles motivacionales más autodeterminados tienden a obtener mejores resultados académicos.

Por otro lado, la investigación señala que la regulación introyectada, un tipo de motivación extrínseca, puede tener efectos adversos. El estudio de Cordeiro et al. (2016) reveló que la regulación introyectada se asocia con niveles más altos de estrés y ansiedad en los estudiantes, lo cual concuerda con los resultados que muestran cómo la presión interna para cumplir con expectativas externas puede afectar negativamente el bienestar emocional y el rendimiento.

Estos hallazgos respaldan la necesidad de implementar estrategias educativas que fomenten la autonomía y la motivación intrínseca. En esta línea, el trabajo de Al-Jubari et al. (2019) y Castillo-Gualda et al. (2019) recomendó que las intervenciones que promueven la autodeterminación pueden ser efectivas para ayudar a los estudiantes a desarrollar formas más saludables de motivación, lo que a su vez se traduce en mejores resultados académicos y un mayor compromiso, en tal sentido la aplicación de ClassDojo como herramienta que impulsa los motivos de los estudiantes se corrobora como una alternativa para lograr ese efecto.

Además, la investigación de Méndez-Giménez et al. (2020) sobre las orientaciones de meta agrega una perspectiva complementaria. Estos autores encontraron que una orientación de meta de dominio, es decir, enfocada en el desarrollo de la competencia personal, se relaciona con niveles más altos de motivación intrínseca. Esto resalta la importancia de que los entornos educativos fomenten objetivos de aprendizaje en lugar de enfatizar únicamente el rendimiento comparativo.

CONCLUSIONES

El análisis del nivel de motivación de los estudiantes antes y después de la implementación de ClassDojo en la asignatura de Emprendimiento y Gestión revela un impacto positivo significativo. Los resultados indican que la utilización de esta herramienta digital fomentó no solo un mayor compromiso en el aprendizaje, sino también una mejora en la participación activa de los estudiantes. Cabe destacar que la implementación de ClassDojo promovió un



sentido de comunidad y colaboración entre los estudiantes, la retroalimentación constante y las recompensas virtuales contribuyeron a aumentar la autoconfianza y la satisfacción personal, fomentando en un aprendizaje más significativo.

En consonancia, la implementación de un sistema de puntos y recompensas virtuales, basado en principios de gamificación, incentivó el comportamiento positivo y aumentó el compromiso académico al proporcionar un reconocimiento tangible del esfuerzo estudiantil. Asimismo, las actividades colaborativas promovieron el trabajo en equipo y el desarrollo de habilidades sociales esenciales en el ámbito emprendedor, fortaleciendo el sentido de comunidad en el aula.

Además, la posibilidad de personalizar tareas y utilizar recursos multimedia hizo que el proceso de enseñanza-aprendizaje fuera más dinámico y contextualizado, adaptándose a las necesidades individuales de los estudiantes. La retroalimentación en tiempo real facilitó un seguimiento continuo del desempeño, permitiendo a los estudiantes identificar sus fortalezas y áreas de mejora, lo cual incrementó su autoconfianza y motivación intrínseca. La conexión con las familias, a través de reportes periódicos, reforzó el apoyo extra clase, creando un entorno educativo integral. En suma, ClassDojo se consolidó como una herramienta didáctica efectiva para optimizar la motivación y el rendimiento académico en contextos educativos que requieren un enfoque participativo y colaborativo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alshaikh, M. (2021). ClassDojo: A tool for enhancing students' motivation and engagement. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (iJET)*, 16(4), 4-17. <https://doi.org/10.3991/ijet.v16i04.14386>
- Breen, M. (2020). ClassDojo: Enhancing classroom management and student engagement through technology. *International Journal of Instructional Technology and Distance Learning*, 17(4), 33-41. Retrieved from http://itdl.org/Journal/Apr_20/Apr20.pdf
- Castillo-Gualda, R., Pena, M., Galán, A., & Caprara, G. V. (2019). Influence of a social-emotional learning program on the emotional competence of secondary school students in Peru. *Frontiers in Psychology*, 10, 1803. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01803>



- Chen, Y. S., & Huang, Y. M. (2020). Effects of ClassDojo on students' behavioral engagement and academic performance. *Computers in Human Behavior*, 112, 106478. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106478>
- ClassDojo. (n.d.). About ClassDojo. Retrieved January 16, 2025, from <https://www.classdojo.com/about/>
- Cordeiro, P. M., Paixão, M. P., Lens, W., Lacante, M., & Luyckx, K. (2016). The Portuguese validation of the basic psychological need satisfaction and frustration scale: Concurrent and longitudinal relations to well-being and ill-being. *Psychologica Belgica*, 56(3), 193-209. <https://doi.org/10.5334/pb.252>
- Densmore, K., & Burch, M. (2020). Teacher perceptions of ClassDojo's impact on classroom behavior management. *Journal of Research on Technology in Education*, 52(3), 280-293. <https://doi.org/10.1080/15391523.2020.1742724>
- Gunter, R. E., & Gunter, G. A. (2019). *Technology in the classroom: Strategies to enhance student learning*. Pearson.
- Hwang, G. J., & Wu, P. H. (2019). A case study of ClassDojo in promoting students' motivation and engagement in learning. *Journal of Educational Technology & Society*, 22(4), 81-92. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/26782368>
- Hwang, G. J., & Chang, H. F. (2019). A review of mobile technologies in education: A comparison of ClassDojo, Edmodo and Google Classroom. *Computers & Education*, 142, 103650. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2019.103650>
- Hwang, G. J., & Chen, C. H. (2020). Effects of ClassDojo on students' motivation and engagement in learning. *Educational Technology & Society*, 23(3), 35-45. Retrieved from <https://www.jstor.org/stable/26972376>
- Kapsalis, A., & Kallia, M. (2021). The impact of ClassDojo on classroom management and student engagement in primary education. *Journal of Educational Computing Research*, 59(3), 487-507. <https://doi.org/10.1177/0735633120952608>
- Linnenbrink, E. A., & Pintrich, P. R. (2002). Motivation as an enabler for academic success. *School Psychology Review*, 31(3), 313-327. <https://doi.org/10.1080/02796015.2002.12086158>



- Méndez-Giménez, A., Cecchini, J. A., Fernández-Río, J., & González, C. (2020). Perfiles motivacionales y sus consecuencias en educación física: Un análisis desde la teoría de las metas de logro 2x2. *Revista de Psicodidáctica*, 25(1), 36-43. <https://doi.org/10.1016/j.psicoe.2019.08.001>
- Murtaza, M., & Junaid, M. (2021). Enhancing student learning through ClassDojo: A case study in primary education. *Journal of Educational Research and Practice*, 11(1), 68-81. <https://doi.org/10.5590/JERAP.2021.11.1.05>
- Núñez, J. L., Fernández, C., León, J., & Grijalvo, F. (2015). The relationship between teacher's autonomy support and students' autonomy and vitality. *Teachers and Teaching*, 21(2), 191-202. <https://doi.org/10.1080/13540602.2014.928127>
- O'Neill, J., & O'Connor, M. (2020). Exploring the use of ClassDojo in primary schools: Teacher perspectives and student outcomes. *British Journal of Educational Technology*, 51(6), 2163-2176. <https://doi.org/10.1111/bjet.12917>
- Pineda, R. A., & Sosa, M. (2022). The effects of ClassDojo on student engagement and achievement in primary education. *Education and Information Technologies*, 27(3), 3457-3470. <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10752-4>
- Pons, R. M., Prieto, M. D., Lomeli, C. A., Bermejo, M. R., & Bulut, S. (2021). Motivational profiles and their relationship with academic achievement in secondary education. *Frontiers in Psychology*, 11, 607838. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.607838>
- Vasalampi, K., & Salmela-Aro, K. (2019). The role of motivation in the use of ClassDojo in elementary classrooms. *International Journal of Educational Research*, 95, 10-20. <https://doi.org/10.1016/j.ijer.2019.05.001>
- Watanabe, T., & Shimizu, K. (2018). Exploring the effectiveness of ClassDojo in enhancing student motivation: A meta-analysis. *Educational Technology Research and Development*, 66(2), 391-412. <https://doi.org/10.1007/s11423-017-9551-3>